Despertando a Empreendedora

Mulheres que Movimentam Territórios

Diagnóstico territorial
e socioeconômico
das empreendedoras
periféricas de São Paulo
(2026/2028)

Despertando a Empreendedora



Ficha Técnica

Empreende Aí
Luis Coelho
Fundador da Empreende Aí
Jennifer Rodrigues
Fundadora da Empreende Aí
Aline Correia
Gestora do Projeto na Empreende Aí

Cruzando Histórias
Bia Diniz
CEO e Fundadora da Cruzando Histórias

Patrocinadores
BNDES - BNDES Periferias
Magalu
IFC-Itaú Mulher Empreendedora
Ultragaz
Instituto Lojas Renner

Equipe de Pesquisa
Daiany França Saldanha
Diretora Geral da Mais Impacto
Douglas Roque Andrade
Consultor Científico
Carolina Farias Moraes
Coordenadora de Projetos e Pesquisa da Mais Impacto
Natalia Queiroz Bernardes de Souza
Assistente de Projetos da Mais Impacto

Mobilizadores
Cibelle Borges
Cleonice da Silva
Erlane Cristina de Araújo Barros
Jane Meire da Silva
Jessica Vilas Boas Silva
Samara Martins
Sidineia Aparecida Chagas
Vandrigo Lugarezi Magalhães
Viviane Oliveira Monteiro

Diagramação
Milena Martins do Nascimento

Sumário

Apresentação

Empreende Aí 5

Despertando a empreendedora 6

Parceiros financiadores 7

Sumário Executivo 8

Notas Metodológicas 10

Quem é a empreendedora periférica 13

Uma economia racializada 15

O cuidado como eixo estruturante 16

Trabalho, renda e negócio 17

Renda: baixa e concentrada nas faixas iniciais 18

Setor, vocação e potencial de renda 19

Formalização compensa? O que dizem os dados 20

A armadilha do benefício e o que ela tem de real 21

Endividamento e a hipótese das bets 22

Os desafios do negócio (inclusive os invisíveis) 23

Escolaridade e aprendizagem 25

Conectividade, digital e capital comunitário 28

Motivação e demanda formativa 30

O que querem aprender e como isso muda com o estágio 32

O que funciona e o que não funciona 33

Logística: formato, dias e horários 33

Leitura territorial: zonas e subprefeituras 34

Síntese interpretativa e hipóteses emergentes 36

APRESENTAÇÃO

Empreende Aí

A Empreende Aí é um negócio de impacto social fundado em 2015 por Luis Coelho, administrador de empresas, e Jennifer Rodrigues, psicóloga, ambos criados na periferia do extremo sul de São Paulo. A organização forma empreendedores de territórios periféricos, comunidades e favelas, ampliando o acesso a conhecimento, redes e oportunidades para a geração de renda e o desenvolvimento econômico.

Ao longo de sua trajetória, desenvolveu a metodologia própria Despertando o Empreendedor, que parte do autoconhecimento para desenvolver competências de gestão, finanças e vendas de forma prática, acessível e conectada à realidade dos pequenos negócios.

É a partir dessa experiência que, em parceria com a Cruzando Histórias, organização da sociedade civil que atua pela inclusão produtiva de mulheres, desenvolve o Despertando a Empreendedora, voltado à geração de renda e à autonomia econômica de mulheres em territórios periféricos de São Paulo.

Cruzando Histórias



APRESENTAÇÃO

despertando a EMPRE_ _ENDEDORA

O programa é voltado à geração de renda e à ampliação da autonomia econômica de mulheres em territórios periféricos de São Paulo, por meio de formações que partem das realidades e vocações locais.

Este relatório integra o ciclo 2026/2028 do programa e resulta neste diagnóstico territorial e socioeconômico conduzido pela Mais Impacto, que constitui uma das bases para o desenho das trilhas formativas.

O Despertando a Empreendedora prevê 3 mil vagas em 60 turmas até 2028, voltadas a mulheres que se autodeclaram pretas ou pardas, nos territórios de Parelheiros, Grajaú, Capão Redondo, São Luís, Jardim Ângela, Itaim Paulista, Vila Jacuí, Cidade Tiradentes e Guaianases.

A iniciativa combina formação empreendedora de 80 horas, recurso semente de R$ 2 mil para 800 negócios, ciclo de mentorias para os negócios de destaque e mil vagas em aulas técnicas nas áreas de gastronomia, moda, beleza e estética e audiovisual, além de conteúdos de enfrentamento à violência contra as mulheres.

O programa parte da compreensão de que ampliar a autonomia econômica exige mais do que oferecer conhecimento: é preciso considerar as realidades, os desafios, as vocações e as potencialidades dos territórios.



APRESENTAÇÃO

Parceiros financiadores

O programa conta com o apoio de BNDES, Magalu, IFC-Itaú Mulher Empreendedora, Ultragaz e Instituto Lojas Renner, que viabilizam sua realização e a ampliação do acesso a oportunidades.

Sumário Executivo

Destaques

378 mulheres ouvidas

73% se autodeclaram negras

47% principais provedoras do lar

61% têm dívidas que limitam investir no negócio

Este relatório caracteriza o público-alvo do programa Despertando a Empreendedora, mulheres que geram ou buscam gerar renda em nove territórios periféricos de São Paulo e traduz o diagnóstico em recomendações para o desenho das formações.

Articula três fontes principais: um formulário respondido por 378 mulheres na cidade (318 nos territórios-alvo); a escuta qualitativa de lideranças e mobilizadoras; e a triangulação com dados oficiais do IBGE, do Sebrae e do Mapa da Desigualdade.

A opção metodológica central é passar da descrição à interpretação, sob uma lente interseccional de gênero, raça, classe e território.

Sumário Executivo

Cinco conclusões estruturam o relatório

Um perfil estrutural

Mulheres majoritariamente negras (73%), com idade média de 39 anos e forte responsabilidade de cuidado: 47% são as principais provedoras do lar. É a face territorial de um fenômeno nacional de feminização e racialização da chefia domiciliar e da pobreza.

Vulnerabilidade e necessidade

20% sem renda própria e, entre as que têm renda, 83% recebendo até dois salários mínimos; negócios sobretudo informais e de subsistência, dado que pode estar relacionado ao empreendedorismo por necessidade.

Barreiras além dos números

Além de capital, clientes e tempo, a escuta revelou barreiras invisíveis aos números: o medo de perder benefícios sociais ao formalizar, o endividamento e as barreiras psicológicas (vergonha, insegurança, dúvida de suas próprias capacidades).

A formação tem níveis e efeito

A demanda por gestão/finanças cresce de forma estatisticamente significativa com a maturidade do negócio; formalizadas tendem a faturar mais; e a formação prévia correlaciona com melhores resultados – o que sustenta trilhas por nível e com continuidade.

O território sugere o formato

o conteúdo das trilhas pode ser comum às zonas Sul e Leste; o que tende a diferir é o formato – presencial no Sul, online ao vivo no Leste, este relacionado pelo público mais jovem.

Notas metodológicas

Este diagnóstico adotou uma abordagem de métodos mistos, combinando levantamento quantitativo, escuta qualitativa e dados de fontes secundárias. O objetivo foi descrever o perfil das mulheres ouvidas e interpretar os resultados à luz das experiências territoriais e de outras evidências disponíveis.

Como ler a metodologia

A seguir alguns termos que ajudam a compreender os resultados.

Vale ressaltar que os testes estatísticos são utilizados para qualificar os achados e são interpretados em conjunto com a escuta territorial e outras fontes.

Métodos mistos
Combinação de dados quantitativos, qualitativos e fontes secundárias.

Triangulação
Cruzamento de diferentes fontes para ampliar e qualificar a interpretação dos achados.

Amostragem não-probabilística
As participantes não foram selecionadas por sorteio, mas alcançadas por divulgação, mobilização local e indicação. Por isso, os resultados descrevem o grupo pesquisado, mas não podem ser generalizados automaticamente para todas as mulheres dos territórios.

Associação ou correlação
Indica que duas características aparecem relacionadas, sem significar necessariamente que uma seja causa da outra.

Significância estatística e p-valor
Ajudam a avaliar se diferenças ou associações observadas podem ter ocorrido ao acaso. Neste estudo, são interpretados como indicativos, considerando as características da amostra.

Força da associação
Medidas como o V de Cramér ajudam a observar a intensidade de uma relação encontrada nos dados, mas não a causalidade.

Notas metodológicas

Coleta quantitativa

Foi aplicado um formulário estruturado, com divulgação on-line e apoio da mobilização local. Foram consideradas 378 respostas válidas na cidade, das quais 318 são de mulheres residentes nos nove territórios-alvo do programa. A amostragem foi não-probabilística, por conveniência e bola de neve. Por isso, os resultados têm caráter predominantemente descritivo e indicativo, e não devem ser entendidos como representativos de toda a população dos territórios.

Escuta qualitativa e mobilização territorial

A mobilização contou com oito mobilizadoras e mobilizadores com inserção local, articulação com escolas públicas e convite a cerca de dezoito organizações da sociedade civil em sete territórios. A escuta qualitativa ocorreu por rodas de conversa virtuais e, para quem não pôde participar, por respostas escritas ou em áudio via WhatsApp às mesmas perguntas. Participaram lideranças territoriais, empreendedoras, educadoras sociais e representantes de coletivos de mulheres. A participação ocorreu mediante consentimento livre e esclarecido. Os nomes de pessoas e organizações foram mantidos em sigilo, e as falas são identificadas apenas pelo território e pelo tipo de atuação.

Notas metodológicas

Métodos analíticos e triangulação

A análise quantitativa incluiu frequências e percentuais, além de análises estatísticas para aprofundar determinados cruzamentos. Foram utilizadas medidas de associação, como o V de Cramér, e testes como qui-quadrado, testes de proporção e Mann-Whitney, selecionados de acordo com o tipo de variável e a comparação realizada. Essas técnicas permitiram avaliar associações, diferenças entre grupos e, quando aplicável, a força das relações observadas. Considerando a amostra não-probabilística, os resultados são utilizados para qualificar a interpretação dos dados, e não para generalizações estatísticas. Os achados foram triangulados com dados do IBGE, Sebrae, Dieese, Raseam 2026 e Mapa da Desigualdade de São Paulo.

Uso de Inteligência Artificial

Ferramentas de Inteligência Artificial, especialmente Claude e Claude Code, da Anthropic, foram utilizadas como apoio ao tratamento, à organização e à análise dos dados, sempre sobre bases anonimizadas, sem compartilhamento de informações que identificassem participantes ou organizações. A IA foi utilizada como ferramenta de apoio, e não em substituição à análise humana. Os procedimentos, resultados estatísticos e interpretações produzidas com seu auxílio foram revisados e validados pela responsável técnica da pesquisa. Esse uso seguiu as recomendações do Guia de Boas Práticas Científicas da Universidade de São Paulo, que orienta a declaração explícita do uso de IA, a validação humana dos resultados e a manutenção da responsabilidade dos pesquisadores sobre a integridade e a correção das informações.

Voltar ao sumário



1

Quem é a empreendedora periférica

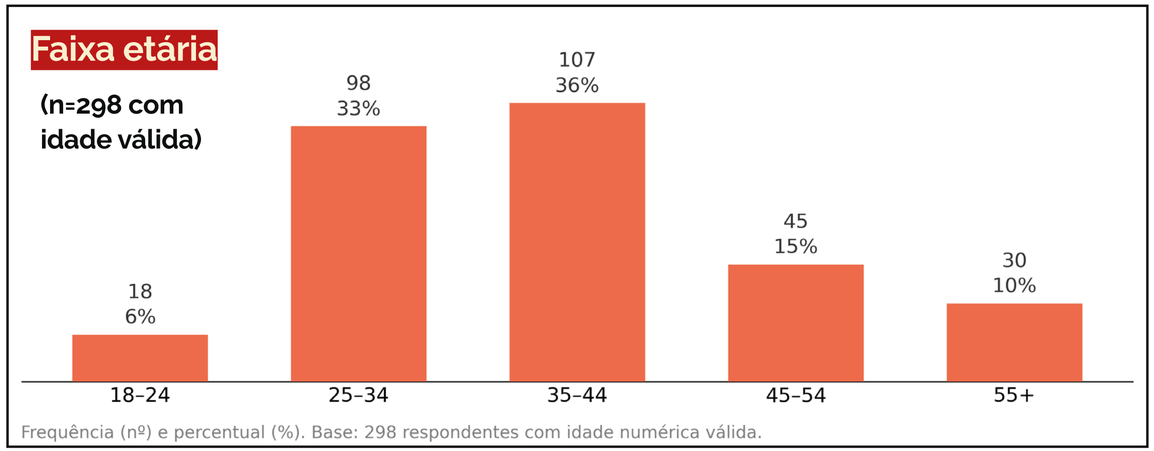
QUEM É A EMPREENDEDORA PERIFÉRICA

39 anos
(média de idade)

73% negras
(42% pardas, 31% pretas)

79% têm filhos

69% têm dependentes sob cuidado



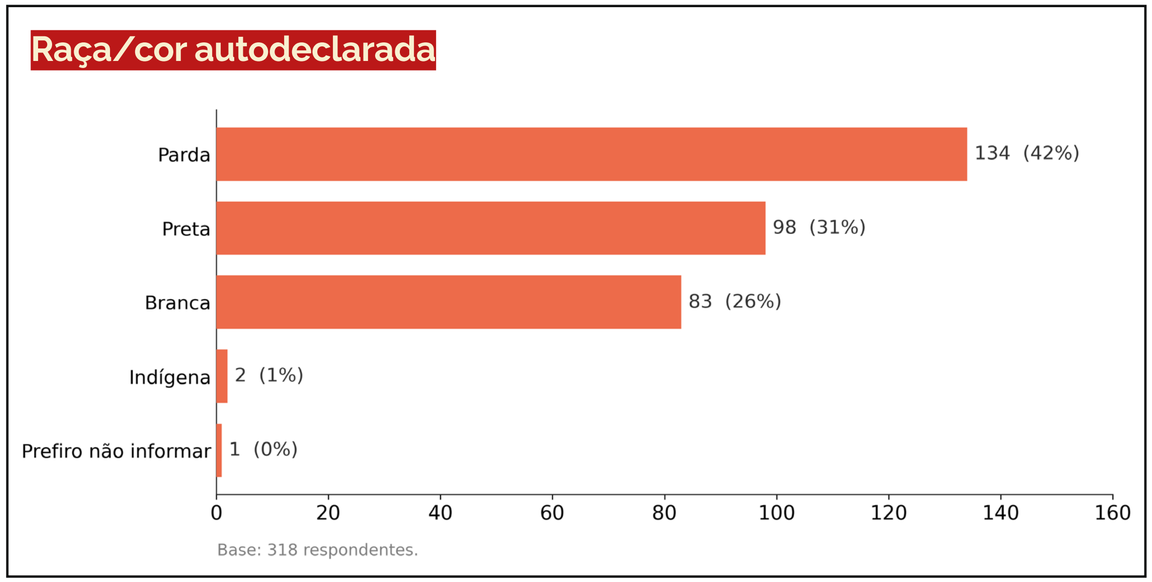
Frequência (nº) e percentual (%). Base: 298 respondentes com idade numérica válida.

A idade concentra-se na faixa produtiva adulta (média de 39 anos, com a maior parte entre 25 e 44 anos), compatível com o perfil nacional da empreendedora brasileira (Sebrae). Não se trata de um público jovem em primeira inserção, mas de mulheres em plena vida adulta, com trajetórias e responsabilidades já constituídas.

Retrato-síntese

Uma mulher negra, na casa dos 30 aos 40 anos, mãe, com forte responsabilidade financeira pelo lar, com ensino médio, que combina cuidado, trabalho doméstico e uma atividade de geração de renda (em alimentação, beleza ou serviços domésticos e de cuidado) muitas vezes ainda não reconhecida por ela mesma como um negócio. É este o sujeito coletivo do programa.

Uma economia racializada (lente interseccional)



A dimensão racial é incontornável: 73% das respondentes são negras (42% pardas, 31% pretas). E a desigualdade racial aparece dentro da própria amostra: entre as mulheres negras, 22% não têm renda própria, contra 15% das brancas. Isso ecoa o padrão nacional – segundo a PNAD Contínua (4º trimestre de 2025), pessoas pretas e pardas ganham cerca de 40% menos que as brancas: rendimento médio habitual no trabalho principal de R$ 2.673 (pretas) e R$ 2.799 (pardas), contra R$ 4.673 (brancas).

O Dieese (2025) mostra que as mulheres negras chefiam 30% dos domicílios do país, que 39% delas estão na informalidade (contra 31% dos homens brancos) e que seu rendimento médio (R$ 2.264) é 53% inferior ao dos homens brancos (R$ 4.831). E o Relatório Anual Socioeconômico da Mulher (Raseam 2026), do Ministério das Mulheres, mostra que 67,3% dos domicílios chefiados por mulheres pretas ou pardas têm renda per capita de até um salário mínimo, contra 42,4% dos chefiados por mulheres brancas. A vulnerabilidade do público é a expressão territorial de uma desigualdade estrutural de raça e de gênero.

QUEM É A EMPREENDEDORA PERIFÉRICA

O cuidado como eixo estruturante

O traço mais determinante do público é a sobrecarga de cuidado: 79% têm filhos, 69% têm dependentes e 47% são as principais provedoras do domicílio. A PNAD dá a medida: as mulheres dedicam 21,3 horas semanais a afazeres e cuidados, contra 11,7 horas dos homens – 9,6 horas a mais por semana. Essa dupla jornada explica o principal desafio declarado (falta de tempo) e é o pano de fundo de toda a discussão sobre o formato das formações. Quando se trata dessas mulheres, o sujeito não é só a mulher – é a família.



> São mulheres muito diversas, mas que, em sua maioria, carregam grandes responsabilidades familiares e financeiras. Muitas são mães, responsáveis pelo cuidado dos filhos, da casa e, em alguns casos, de outros familiares.
>
> **Educadora social, Zona Sul**

Um subgrupo específico emergiu na escuta e permanecia invisível nos números: as mães de crianças com deficiência ou em condição de neurodesenvolvimento – as "mães atípicas" –, que recebem o Benefício de Prestação Continuada (BPC) e vivem uma rotina de terapias e de imprevisibilidade de agenda no Sistema Único de Saúde (SUS) que inviabiliza qualquer planejamento estável de trabalho.

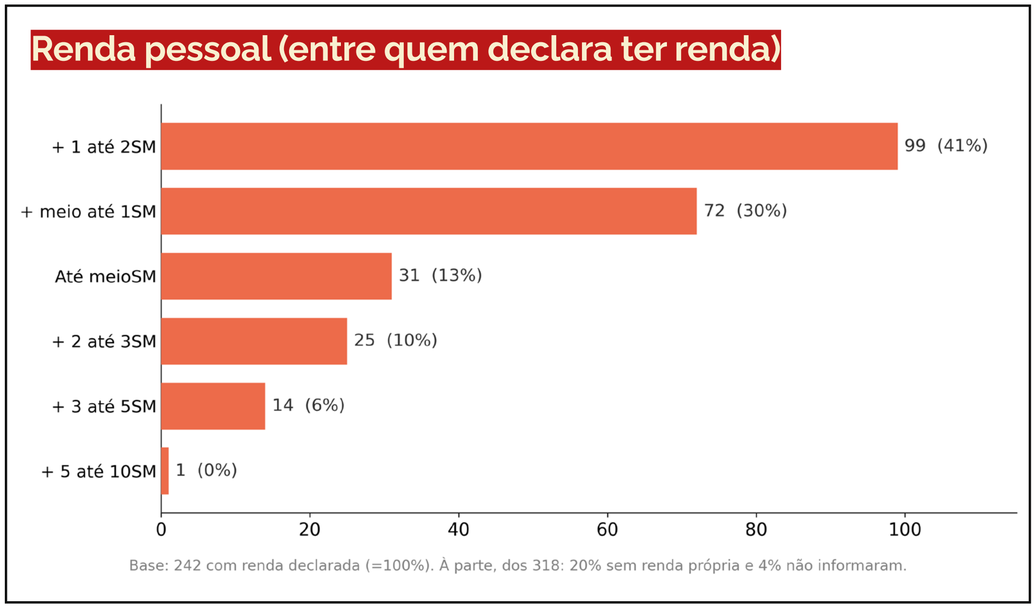


2

Trabalho, renda e negócio

Renda: baixa e concentrada nas faixas iniciais

Para uma leitura precisa, a renda foi apresentada separando quem tem de quem não tem renda própria. Das 318 respondentes, 20% declaram não ter renda própria e 4% preferiram não informar; entre os 76% (242) que declararam renda, 83% recebem até dois salários mínimos.



O quadro dialoga com as desigualdades nacionais – segundo a PNAD Contínua (4º trimestre de 2025), as mulheres ganham cerca de um quinto menos que os homens (rendimento médio habitual no trabalho principal de R$ 3.144 contra R$ 3.993), e o Sebrae registra ~24% de diferença entre empreendedoras e empreendedores – e com o retrato municipal: pelo Mapa da Desigualdade 2025 (Rede Nossa São Paulo), a idade média ao morrer nos nossos nove territórios é de 64 anos, quase 7 anos abaixo da média da cidade (70,9), sendo Cidade Tiradentes o distrito com a menor idade média ao morrer em São Paulo (62 anos).

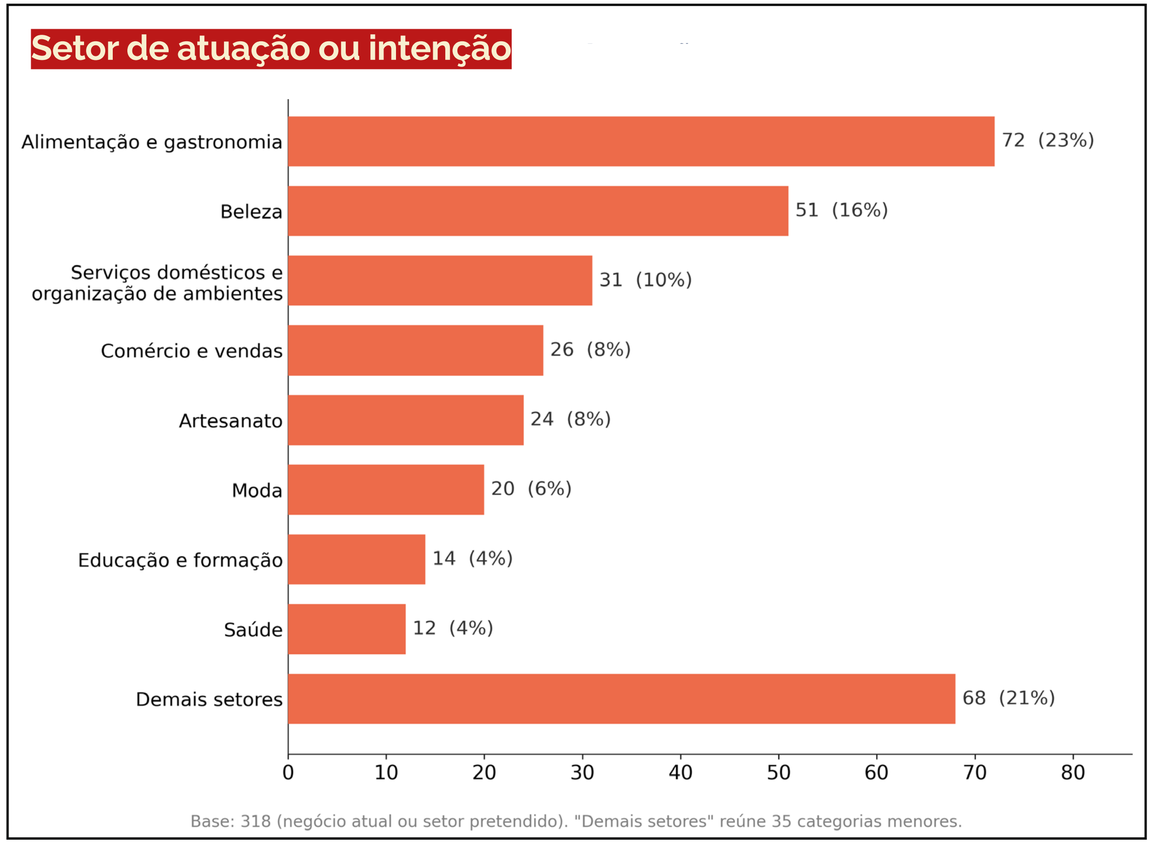
O Sebrae (2026) reforça o recorte: entre os donos de negócio, as mulheres negras têm o menor rendimento médio (R$ 2.090), 59% inferior ao dos homens brancos (R$ 5.144); e, segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2025, apenas 53% dos empreendedores pretos e pardos abriram seu negócio "por oportunidade", contra 64% dos brancos.

O dado mais recente do IBGE reforça esse retrato de dependência de renda mínima: segundo a PNAD Contínua de 2025 (Rendimento de todas as fontes, divulgada em 2026), os domicílios que recebem o Bolsa Família têm renda per capita de apenas R$ 774 – menos de 30% da renda dos domicílios que não recebem –, e os que recebem o BPC, R$ 1.218. É o piso de renda a partir do qual essas mulheres tentam empreender.

Setor, vocação e potencial de renda

Os setores concentram-se em alimentação e gastronomia (23%), beleza e estética (16%) e serviços domésticos e de cuidado (10%) – vocações de baixa barreira de entrada. O Dieese (2025) confirma o padrão nacional: entre as dez ocupações mais comuns das mulheres negras estão serviços domésticos (R$ 1.194), beleza (R$ 1.549), cozinha (R$ 1.740) e cuidado de crianças (R$ 1.269) – todas no entorno do salário mínimo (R$ 1.518 em 2025).

Cruzando setor e faturamento, surge um alerta importante para o desenho das trilhas: as vocações mais desejadas não são as de maior renda. O faturamento médio estimado é mais alto em alimentação (~R$ 1.560) e mais baixo em comércio (~R$ 810), moda (~R$ 697) e, sobretudo, artesanato (~R$ 375, com 58% das artesãs sem faturamento declarado). Ou seja, trilhas como artesanato têm forte vocação e interesse, mas baixo retorno – e precisam vir acompanhadas de precificação, canais de venda e escoamento, não apenas de técnica. ("Demais setores", no gráfico acima, reúne categorias pouco frequentes – comunicação, transporte, serviços administrativos, entre outras – e as respostas de quem declarou não ter atividade ou não saber o setor.)

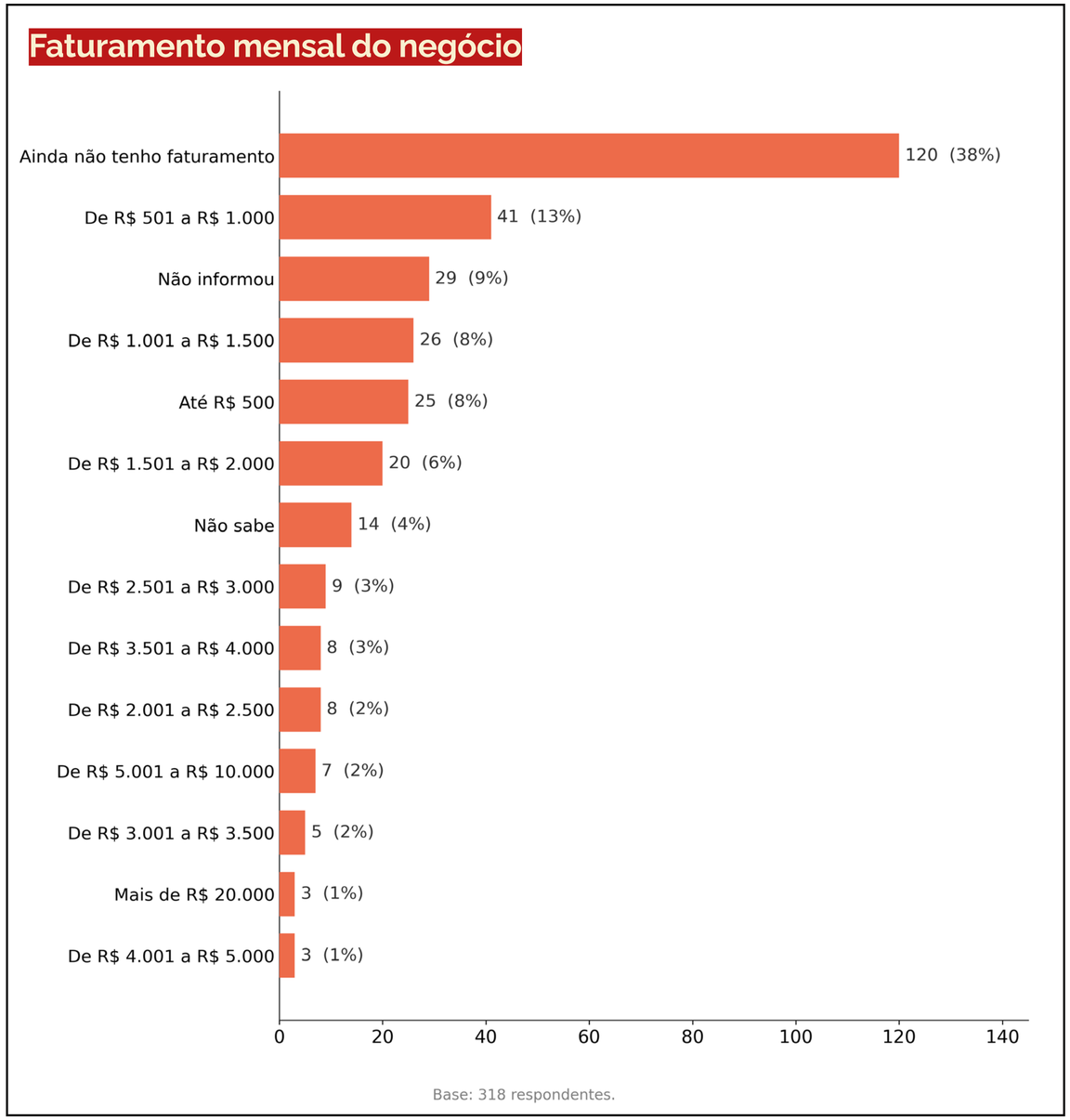


TRABALHO, RENDA E NEGÓCIO

Formalização compensa? O que dizem os dados

Entre quem tem negócio atual, as formalizadas apresentam faturamento médio estimado cerca de 2,5 vezes maior que o das informais (~R$ 3.062 contra ~R$ 1.194). Na nossa amostra, porém, essa diferença se concentra no topo e não alcança significância estatística (p=0,11).

A formalização também permite acesso à contribuição previdenciária e aos benefícios associados ao MEI. Ainda assim, a informalidade permanece elevada, e a escuta revelou o medo de perder benefícios sociais como uma das razões para essa permanência.



A armadilha do benefício e o que ela tem de real

Os dados já sinalizam o fenômeno: entre quem tem negócio, as beneficiárias de programas sociais são mais informais (68%) do que as não-beneficiárias (36%), diferença estatisticamente significativa (p=0,008). A escuta explica o mecanismo:

> **Medo da perda dos benefícios sociais ao iniciar o próprio negócio; e, caso não dê certo, há dificuldade em retornar a receber o benefício, como BPC e Bolsa Família. O medo de perder uma renda garantida por um ganho instável desencoraja o crescimento e a formalização.**
>
> **Assistente social, Capão Redondo**

Mas é preciso separar o que é mito do que é risco real, porque as regras diferem. No caso do Bolsa Família, abrir um MEI não cancela o benefício: o que determina a permanência é a renda por pessoa da família, e há uma "regra de proteção" que permite seguir recebendo por um período mesmo após um aumento temporário de renda. Estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) indicam, ainda, que o programa não produz "efeito preguiça", e o Sebrae afirma que receber o benefício não impede a formalização como MEI.

Nesse caso, portanto, boa parte do receio decorre de desinformação – e a orientação adequada tende a resolvê-lo. Já no caso do BPC, o risco é concreto: segundo o Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, o benefício é suspenso quando a própria beneficiária passa a exercer atividade remunerada, inclusive como MEI; e, no caso das mães de crianças com deficiência, a renda que ela passa a ter entra no cálculo da renda familiar per capita, cujo limite legal é de um quarto do salário mínimo (Lei nº 8.742/1993, art. 20, §3º).

Formalizar sem medo

A recomendação de formalização precisa vir acompanhada de orientação clara: para beneficiárias do Bolsa Família, é possível ser MEI e manter o benefício dentro dos limites de renda – desfazer esse mito é, em si, uma intervenção necessária. Para as beneficiárias do BPC, o trade-off é real e deve ser dito com honestidade.

Endividamento e a hipótese das bets

Um dado da pesquisa merece destaque: 61% das respondentes têm dívidas que limitam investir no negócio ou na formação (27% "limitam muito"). O formulário não investigou a origem dessas dívidas, mas o perfil do público coincide com o grupo mais afetado pela expansão das apostas online. Segundo o Banco Central (2024), só em agosto de 2024 cerca de 5 milhões de pessoas de famílias beneficiárias do Bolsa Família transferiram R$ 3 bilhões a casas de apostas via Pix, com mediana de R$ 100 por pessoa – e 70% delas eram as próprias titulares do benefício.

Pesquisa nacional da Clarice (2026) mostra que 42% das mulheres brasileiras apostam ou já apostaram, que 56% se consideram endividadas – 69% entre as pretas e 62% entre as pardas – e que, entre as apostadoras, os principais motivos são ter uma renda extra (22%), complementar a renda para pagar despesas básicas (16%) e quitar dívidas (11%). A relação entre bets e o endividamento das nossas respondentes é uma hipótese a investigar nos próximos ciclos, e reforça a prioridade da educação financeira e do saneamento de dívidas nas trilhas.

Os desafios do negócio (inclusive os invisíveis)

Os maiores desafios declarados são a falta de recursos para investir (54%), a dificuldade de vender e conquistar clientes (23%) e a falta de tempo decorrente do trabalho de cuidado (22%). A escuta, por sua vez, evidencia uma dimensão subjetiva que o formulário não captou: insegurança, vergonha, medo e sentimento de não estar à altura. Esses fatores podem interferir também na forma como as empreendedoras atribuem valor ao próprio trabalho e negociam seus preços.

A literatura sobre empreendedorismo feminino mostra que a sobrecarga de responsabilidades, o preconceito de gênero, o isolamento e o medo do fracasso tendem a afetar a autoconfiança e a tomada de decisão; nesse contexto, a precificação abaixo do valor necessário pode funcionar não apenas como uma lacuna técnica de gestão, mas também como expressão de insegurança, receio de perder clientes ou dificuldade de reconhecer a própria competência. Para empreendedoras periféricas, tais efeitos podem ser intensificados por barreiras adicionais de classe, raça, acesso a redes e recursos (Ferreira, 2025).



Os desafios do negócio (inclusive os invisíveis)

> Ignorar as barreiras psicológicas – confiança, entender por que acha que seu produto não tem qualidade, vergonha e síndrome da impostora.
>
> **Coordenação de projeto social, Capão Redondo**

A literatura aponta que a experiência empreendedora feminina é atravessada por desigualdades de gênero que repercutem no bem-estar e na sustentabilidade dos negócios. Entre os principais desafios estão a sobrecarga de tarefas e de cuidados, a dificuldade de acesso a crédito e a redes de apoio, o preconceito de gênero, o isolamento e o medo do fracasso; para mulheres negras, indígenas, periféricas e com deficiência, essas barreiras se somam a outras camadas de exclusão social.

Esses fatores podem agravar a exaustão emocional, o estresse e sentimentos de insegurança, reforçando a necessidade de uma abordagem interseccional e de redes de apoio psicossocial (Ferreira, 2025). Isso demonstra que o fortalecimento socioemocional não é um "extra" das trilhas, mas um componente estrutural.

Voltar ao sumário



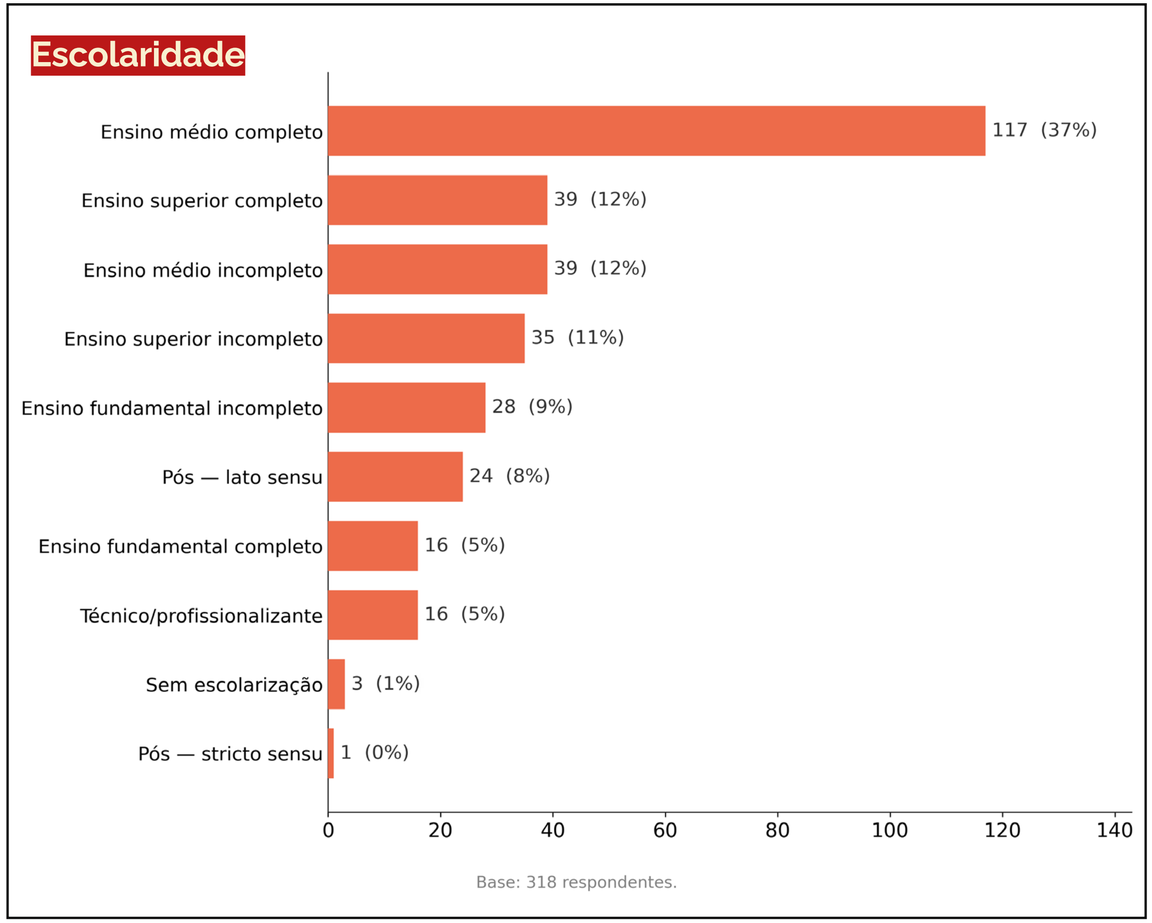
3 Escolaridade e aprendizagem

Escolaridade e aprendizagem

A escolaridade predominante é o ensino médio completo (37%), com uma parcela relevante no ensino superior ou pós-graduação (≈31%) e outra que ainda não concluiu a educação básica. Essa heterogeneidade é um achado de desenho: materiais e linguagem precisam funcionar para diferentes níveis simultaneamente.

Daí a recomendação – reforçada pela escuta – do uso de linguagem simples nos materiais, tomando como referência guias já consolidados, como o de Linguagem Simples da Prefeitura de São Paulo.

Um sinal do valor da formação aparece nos dados: entre quem tem negócio, as mulheres que já participaram de alguma capacitação são mais formalizadas (60% contra 37% das que nunca fizeram) e faturam mais (R$ 2.427 contra R$ 1.667). É uma correlação (não uma relação de causa), mas coerente com o efeito esperado das trilhas – e reforça, ao mesmo tempo, o alerta da escuta de que "só a formação não basta": ela precisa ser contínua e acompanhada.



Escolaridade e aprendizagem

> O que costuma dar errado são capacitações muito rápidas, genéricas e sem continuidade... entregam um certificado e encerram o processo, sem acompanhar se a mulher conseguiu aplicar o conteúdo ou gerar renda.
>
> **Educadora social, Zona Sul**

A metodologia Despertando o Empreendedor foi desenvolvida pela Empreende Aí para responder às características e aos desafios concretos de nano e microempreendedores de territórios periféricos, comunidades e favelas. Parte do reconhecimento de que esses empreendedores já possuem conhecimentos, habilidades, experiências e repertórios construídos em suas trajetórias, conectando esses saberes a novos conhecimentos sobre empreendedorismo, gestão e geração de renda.

A metodologia combina teoria e prática por meio de uma jornada estruturada em cinco fases: Se Conhecer, Idear, Modelar, Validar e Gerir; e utiliza dinâmicas, vivências, jogos, bate-papos guiados e ferramentas "mão na massa", permitindo que os conteúdos sejam imediatamente aplicados aos próprios negócios. Um de seus principais diferenciais é a linguagem acessível e contextualizada: conceitos, ferramentas e jargões frequentemente distantes da realidade dos pequenos negócios são traduzidos para uma linguagem simples, próxima e prática, sem abrir mão do conhecimento técnico — como demonstra o próprio Dicionário do Empreendedor, criado para reduzir a distância entre a linguagem do mercado e a realidade de quem está começando ou estruturando seu negócio.

Assim, termos como MVP, fluxo de caixa, capital de giro, pitch, validação e modelo de negócio deixam de ser conceitos abstratos e passam a ser compreendidos e experimentados a partir das situações, necessidades e possibilidades reais dos empreendedores.

O resultado é uma metodologia que busca não apenas transmitir conhecimento, mas torná-lo acessível, aplicável e significativo, fortalecendo a autonomia dos participantes e apoiando-os na construção, estruturação e geração de renda a partir de seus próprios negócios.

Voltar ao sumário



1 Conectividade, digital e capital comunitário

Conectividade, digital e capital comunitário

97%
têm internet em casa

Não há barreira relevante de acesso digital: 97% têm internet em casa. Entre elas, 94% acessam a internet pelo celular, enquanto apenas 4% usam computador ou notebook. O público é, na prática, mobile-only: qualquer formação e material precisa ser desenhado para a tela do celular, não para o computador.

94%
das que têm internet acessam pelo celular

23%
participam de grupo ou coletivo

> O trabalho coletivo e a parceria entre as mulheres fazem muita diferença. Quando fortalecemos uma mulher, fortalecemos toda a família e a comunidade.
>
> **Coletivo de agricultura urbana, Zona Leste**

A barreira, portanto, não é de acesso, mas de uso qualificado: a dificuldade de divulgar, usar redes sociais e vender pela internet. A busca por informação acontece sobretudo por Instagram/Facebook/TikTok (37%), WhatsApp (24%) e indicação de amigas e vizinhas (15%) – o que define os canais de mobilização.

Há, ainda, um ativo territorial decisivo: 23% participam de algum grupo, coletivo ou rede de apoio – a infraestrutura social por onde a mobilização circula, como demonstrou a própria coleta, viabilizada por lideranças e coletivos locais.

Voltar ao sumário

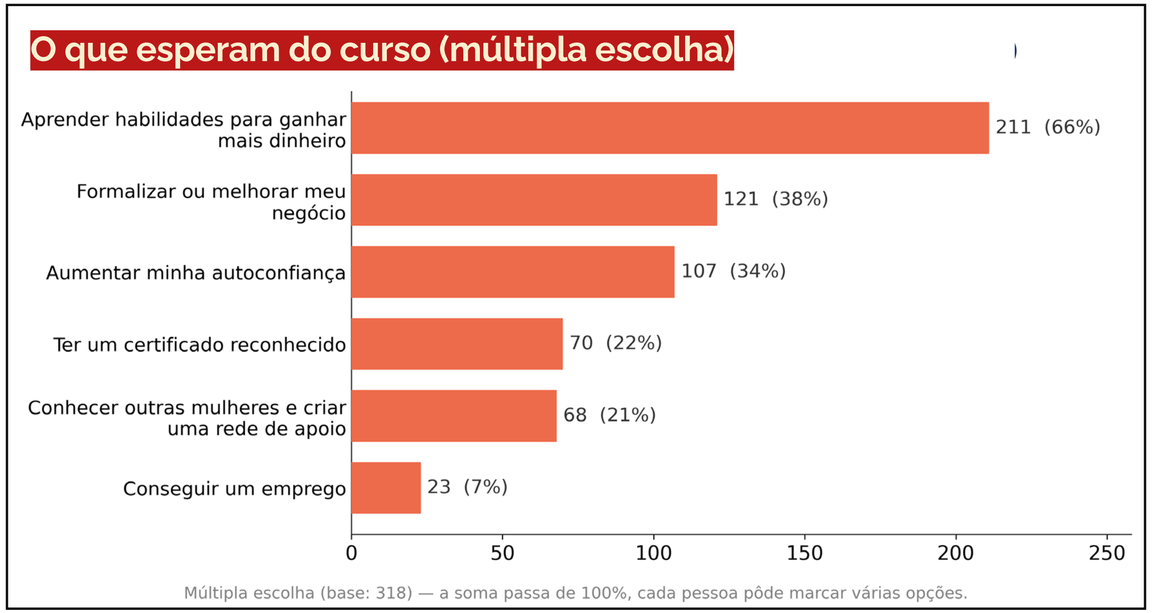


5

Motivação e demanda formativa

Motivação e demanda formativa

A motivação combina necessidade e projeto: 44% mencionam a necessidade de renda, 40% o desejo de autonomia e 21% a conciliação entre trabalho e cuidado dos filhos. A proeminência da necessidade dialoga com a distinção clássica entre empreendedorismo por necessidade e por oportunidade.



O que querem aprender e como isso muda com o estágio

> Turmas organizadas por níveis, para separar empreendedoras mais estruturadas das iniciantes; fortalecimento socioemocional, para superar a vergonha e a autossabotagem.
>
> **Coordenação de projeto social, Capão Redondo**

A demanda segue as vocações instaladas: 85% das mulheres que atuam com alimentação querem aprofundar conhecimentos em gastronomia, e 90% das que atuam com beleza querem formação nessa área. Gestão/finanças e vendas/digital aparecem como eixos transversais.

A análise estatística acrescenta um achado central: o interesse por gestão e finanças cresce de forma consistente conforme o negócio amadurece, com associação moderada e estatisticamente significativa (p<0,001), saltando de 5–20% entre as não formalizadas para 54% entre as já formalizadas. A técnica do ofício é amplamente desejada; a gestão ganha importância à medida que o negócio amadurece.

Setor atual x área de interesse

(% que atua no setor e quer a área)

	Gastronomia	Beleza/ estética	Gestão/ finanças	Vendas	Educação/ cultura	Cuidado
Alimentação e gastronomia (n=72)	85	15	15	11	7	7
Beleza (n=51)	18	90	22	22	4	4
Serviços domésticos e organização de ambientes (n=31)	23	13	10	16	13	32
Comércio e vendas (n=26)	4	12	50	77	15	15
Artesanato (n=24)	8	17	29	17	12	8
Moda (n=20)	5	0	20	20	15	15

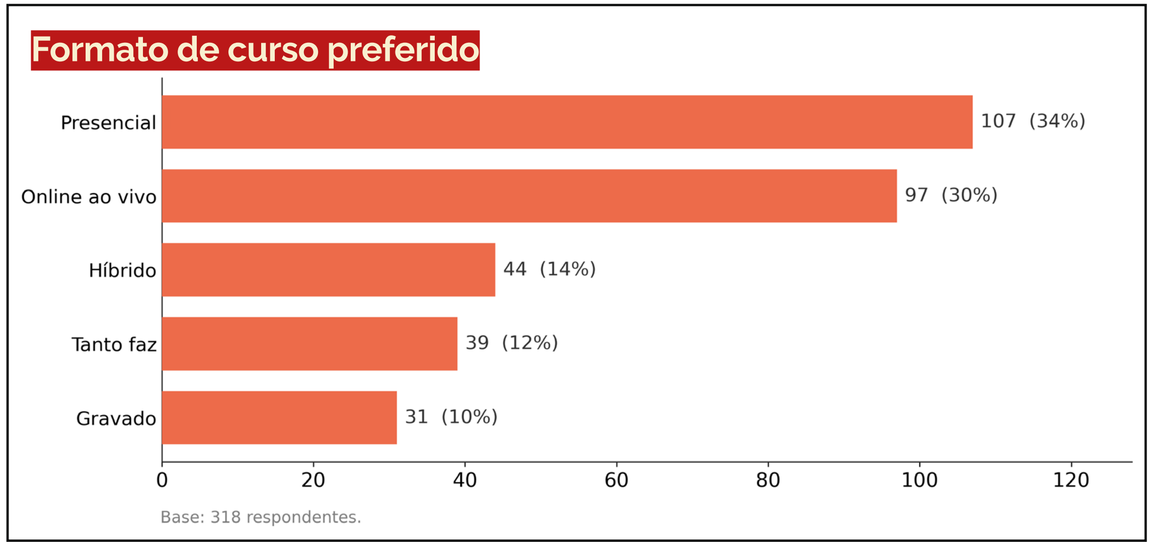
Base: 318 respondentes dos territórios-alvo. Cada linha usa como base as que atuam/pretendem atuar no setor (n indicado). Valores em %.

O que funciona e o que não funciona

Há convergência notável entre as seis fontes qualitativas: partir da realidade e das habilidades que as mulheres já têm; garantir continuidade e acompanhamento após o curso; trabalhar a dimensão socioemocional junto com a técnica; separar as turmas por nível de maturidade; e assegurar as condições de participação – espaço para as crianças, local no território, horário pela manhã e alimentação.

Logística: formato, dias e horários

O formato preferido é presencial (34%) e online ao vivo (30%). Um cruzamento esclarece a demanda por online, que surpreende quem espera só presencial na periferia: quem prefere o online é mais jovem (idade média 37,4 anos, contra 41,8 de quem prefere presencial) – é a coorte mais jovem, e não a mais escolarizada, que puxa essa preferência. Sobre horário, a manhã domina (44%). E o cuidado é decisivo: entre as mães com filhos de 0 a 5 anos, 63% apontam "não ter com quem deixar os filhos" como barreira à participação – o que torna o espaço de acolhimento das crianças uma condição, não um detalhe.



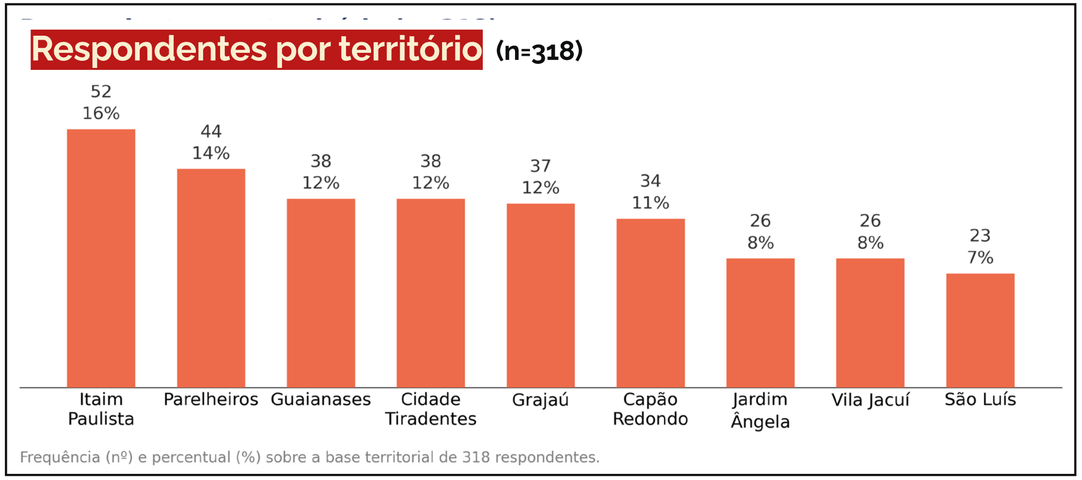


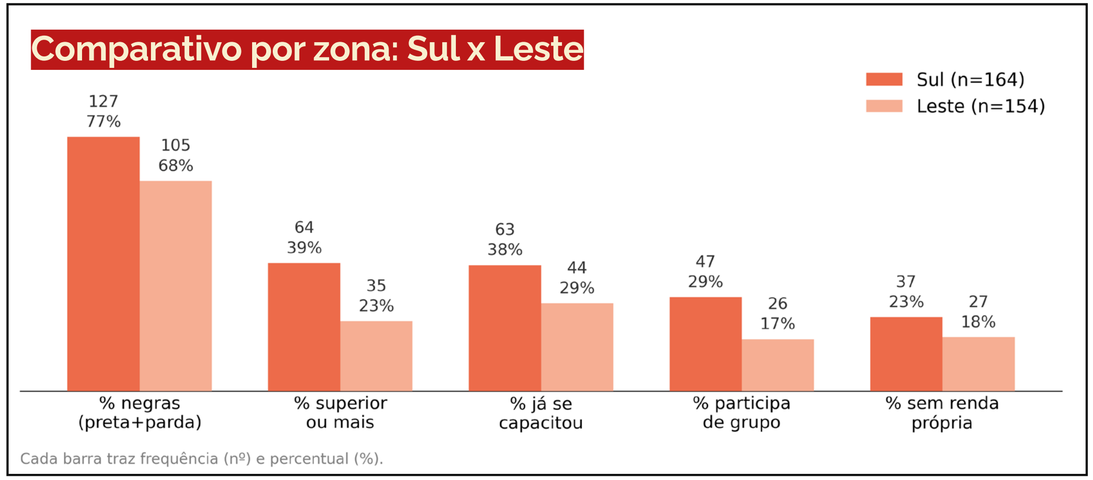
6 Leitura territorial: zonas e subprefeituras

Leitura territorial: zonas e subprefeituras

A pesquisa alcançou 318 respondentes distribuídas nos nove territórios do programa. Como o número por território é desigual, as leituras territoriais mais robustas foram feitas no nível de zona e de subprefeitura, conforme a estrutura administrativa oficial do município (GeoSampa/SMUL). Os nove territórios situam-se nos estratos inferiores do Mapa da Desigualdade 2025: todos estão no quartil inferior de idade média ao morrer da capital, com idade média ao morrer de 64 anos – quase 7 anos abaixo da média municipal (70,9) –, e Cidade Tiradentes registra a menor da cidade (62 anos). Isso confere ao recorte do programa uma justificativa objetiva.

No comparativo por zona, as diferenças estatisticamente significativas concentram-se no perfil, não na demanda: o mix de setores difere (Sul mais gastronomia e artesanato; Leste mais beleza – p=0,04); a escolaridade superior é maior no Sul (39% vs 23%, p=0,003); e a participação comunitária é maior no Sul (29% vs 17%, p=0,018). O formato preferido mostra uma tendência na mesma direção – presencial no Sul (38% vs 29%), online ao vivo no Leste (35% vs 26%) –, mas sem alcançar significância estatística (p≈0,10). Já as diferenças de interesse formativo entre as zonas não são significativas. A leitura prática: o conteúdo das trilhas pode ser comum, e o formato de entrega tende a se ajustar melhor se diferenciado por zona.





Voltar ao sumário



7

Síntese interpretativa e hipóteses emergentes

Leitura territorial: zonas e subprefeituras

Reunidas, as evidências desenham um retrato coerente e interseccional: mulheres majoritariamente negras, adultas, com forte responsabilidade pelo sustento e pelo cuidado da família, que empreendem sobretudo por necessidade em setores de baixa barreira de entrada. Nesse contexto, a informalidade pode funcionar, em parte, como estratégia de proteção diante da instabilidade da renda e do receio de perder benefícios sociais. O diagnóstico evidencia, assim, como desigualdades de gênero, raça, renda e território se combinam e atravessam as possibilidades de geração de renda nos nove territórios pesquisados.

A escuta e as notas de campo também apontam hipóteses que este ciclo não mediu, mas que merecem investigação futura. A primeira é a possível relação entre a expansão das apostas online e o endividamento das respondentes (Seção 2).

A segunda diz respeito à relação entre religiosidade, especialmente o pertencimento evangélico, e as formas de empreender e se relacionar com oportunidades de formação e geração de renda. O formulário não investigou religião, mas o tema apareceu nas conversas e sugere também uma questão de comunicação: ao tratar o público como um perfil único, o programa pode deixar de dialogar adequadamente com diferentes grupos de mulheres presentes nos territórios. Essas hipóteses poderão ser aprofundadas nas próximas etapas de escuta e triangulação. Recomenda-se tratar este relatório como marco zero do programa e linha de base para acompanhar mudanças e comparar resultados nos próximos ciclos.

CONCLUSÃO

Agradecimentos

A realização do Despertando a Empreendedora só é possível a partir da união de organizações que acreditam na educação, na geração de renda e na autonomia econômica como caminhos para ampliar oportunidades e transformar realidades.

Agradecemos ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), à Magalu, ao IFC – International Finance Corporation e Itaú Mulher Empreendedora, à Ultragaz e ao Instituto Lojas Renner pelo apoio e pelo compromisso com a construção de oportunidades para mulheres negras e periféricas.



Nosso agradecimento se estende a todas as instituições, profissionais, lideranças e organizações dos territórios que contribuem para que o programa chegue às mulheres e seja construído de forma conectada às realidades locais.

Este diagnóstico é também resultado dessa construção coletiva e do compromisso de transformar conhecimento sobre os territórios em ações mais qualificadas, capazes de ampliar oportunidades de geração de renda e autonomia econômica.

Referências

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Receber o Bolsa Família não impede a formalização como Microempreendedor Individual**. Brasília, DF: Sebrae, 29 maio 2024. Disponível em: https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/receber-o-bolsa-familia-nao-impede-formalizacao-como-microempreendedor-individual/. Acesso em: 27 ago. 2026.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Análise técnica sobre o mercado de apostas online no Brasil e o perfil dos apostadores**. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, set. 2024. (Estudo Especial, n. 119/2024). Reproduzido da Nota Técnica 513/2024-BCB/SECRE. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/conteudo/relatorioinflacao/EstudosEspeciais/EE119_Analise_tecnica_sobre_o_mercado_de_apostas_online_no_Brasil_e_o_perfil_dos_apostadores.pdf. Acesso em: 27 ago. 2026.

BRASIL. Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993. Dispõe sobre a organização da Assistência Social e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 8 dez. 1993. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8742.htm. Acesso em: 27 ago. 2026.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 27 ago. 2026.

BRASIL. Ministério das Mulheres. **Relatório Anual Socioeconômico da Mulher**: Raseam 2026. Brasília, DF: Ministério das Mulheres, 2026. Disponível em: https://www.gov.br/mulheres/pt-br/observatorio-brasil-da-igualdade-de-genero/raseam. Acesso em: 27 ago. 2026.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome. **BPC Trabalho**. Brasília, DF: MDS, 2026. Disponível em: https://www.gov.br/mds/pt-br/acoes-e-programas/suas/servicos-e-programas/bpc-trabalho. Acesso em: 27 ago. 2026.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome. **Regra de Proteção do Programa Bolsa Família**. Brasília, DF: MDS, 2025. Disponível em: https://www.gov.br/mds/pt-br/acoes-e-programas/bolsa-familia/regra-de-protecao. Acesso em: 27 ago. 2026.

CLARICE. **O custo das apostas online para as brasileiras e suas famílias**. Pesquisa quantitativa: Instituto de Pesquisa IDEIA; pesquisa qualitativa: Estratégia Latina. São Paulo: Clarice, ago. 2026. Disponível em: https://www.clarice.cc/mulheres-e-bets. Acesso em: 27 ago. 2026.

DIEESE. **Mulheres negras acumulam funções e discriminações no trabalho**. São Paulo: Dieese, 2025. (Boletim Especial 20 de Novembro: Dia da Consciência Negra). Disponível em: https://www.dieese.org.br/boletimespecial/2025/conscienciaNegra.html. Acesso em: 27 ago. 2026.

Referências

FERREIRA, Danielle Chaves. Empreendedorismo feminino no Brasil: uma análise sobre as contribuições da psicologia para saúde mental. **Revista Multidisciplinar Integrada: REMI**, v. 5, n. 1, p. 1-12, 2025. DOI: 10.61164/2spx7z41. Disponível em: https://revistas.unipacto.com.br/index.php/multidisciplinar/pt_BR/article/view/37. Acesso em: 27 ago. 2026.

HECKSHER, Marcos. Observações sobre emprego, Bolsa Família e metas nacionais. **Radar: tecnologia, produção e comércio exterior**, Brasília, DF, n. 78, abr. 2025. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/entities/publication/87e50fed-7e84-48d4-8e83-a3d26f52d038. Acesso em: 27 ago. 2026.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: outras formas de trabalho 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html. Acesso em: 27 ago. 2026.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: rendimento de todas as fontes 2025. Rio de Janeiro: IBGE, 2026. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html. Acesso em: 27 ago. 2026.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral:** Tabela 5436, rendimento médio por sexo, e Tabela 6405, rendimento médio por cor ou raça, 4º trimestre de 2025. Rio de Janeiro: IBGE/Sidra, 2026. Disponível em: https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5436 e https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6405. Acesso em: 27 ago. 2026.

REDE NOSSA SÃO PAULO. **Mapa da Desigualdade 2025**: dados abertos por distrito. Indicador 610: idade média ao morrer, ano-base 2024. São Paulo: Rede Nossa São Paulo; Instituto Cidades Sustentáveis, 2025. Disponível em: https://nossasaopaulo.org.br/o-que-fazemos/mapa-da-desigualdade/. Acesso em: 27 ago. 2026.

SÃO PAULO (cidade). Prefeitura de São Paulo. **Linguagem Simples**. São Paulo: Prefeitura de São Paulo, [2026]. Disponível em: https://linguagemsimples.prefeitura.sp.gov.br/. Acesso em: 27 ago. 2026.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**: 4º trimestre de 2025. Relatório técnico. Brasília, DF: Sebrae, Unidade de Estratégia e Transformação, mar. 2026. Disponível em: https://datasebrae.com.br/empreendedorismofeminino/. Acesso em: 27 ago. 2026.

SEBRAE. **Empreendedorismo Negro no Brasil**: PNAD Contínua, 4º trimestre de 2025. Brasília, DF: DataSebrae, abr. 2026. Disponível em: https://datasebrae.com.br/empreendedorismo-negro/. Acesso em: 27 ago. 2026.

SEBRAE. **Pesquisa GEM 2025**: recorte raça. Infográfico. Brasília, DF: Sebrae, Unidade de Estratégia e Transformação, 2026. Disponível em: https://sebraepr.com.br/wp-content/uploads/2026/04/GEM-Relatorio-Global-Entrepreneurship-Monitor-por-Raca-e-Cor-2025.pdf. Acesso em: 27 ago. 2026.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Comitê de Boas Práticas Científicas. **Guia de Boas Práticas Científicas**. 3. ed. São Paulo: Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação da Universidade de São Paulo, 2025. 40 p. Disponível em: https://prpi.usp.br/wp-content/uploads/sites/1239/2026/02/Guia-de-Boas-Praticas-Cientificas-3aedicao.pdf. Acesso em: 27 ago. 2026.

Realização: Empreende Aí

Correalização: Cruzando Histórias

Parceiros financiadores: BNDES, Magalu, IFC International Finance Corporation WORLD BANK GROUP, Itaú Mulher empreendedora, ultragaz, Instituto Lojas Renner