

Boletim de Mercado

Empreendedorismo feminino





Boletim de Mercado

Empreendedorismo feminino

Dia da Mulher 2022

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

Sebastião de Oliveira Campos - Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente

Fabrizio Augusto Guaglianone de Souza - Diretor Técnico

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora Administrativa e Financeira

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO DO SEBRAE/PA

Clemilton Jansen Holanda - Gerente

Roberto Belluci - Gerente Adjunto

Adauto Lobo de Oliveira - Analista

Rosana Barreiro Viana - Analista

Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista

Mara Cristiane Barroso Juarez Peres - Analista

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS

Gualter de Oliveira Rocha - Coordenador Geral

João Luiz Martins da Cruz - Especialista em crescimento de negócios

Gabriel Villar Pantoja - Pesquisador e Cientista de Dados

Marília Leal da Cunha - Consultora de Experiência do Cliente / UX Designer

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Marília Leal da Cunha - Consultora de Experiência do Cliente/ UX Designer

REVISÃO DE CONTEÚDO

João Luiz Martins da Cruz - Especialista em crescimento de negócios

Introdução

Os desafios de ser **mulher** **empreendedora** no Brasil

A nova realidade econômica após o início da pandemia do Covid-19 impôs uma crise que atingiu em cheio os pequenos negócios de múltiplos setores da economia. Esta crise foi especialmente **prejudicial para as empreendedoras brasileiras.**

[1, 2]

Segundo um estudo feito pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, **a crise afetou mulheres empreendedoras de diversas formas:**

Para cada **8** negócios encerrados durante a pandemia, **5** pertenciam a mulheres. [3]

Em 2021, MEIs liderados por homens tinham receita média **23% superior a dos negócios liderados por mulheres.** [6]

Dentre os principais **desafios** que o **empreendedorismo feminino** no Brasil [3, 4] enfrenta, destacamos:



A **jornada de trabalho** múltipla;



O **preconceito** racial e de gênero;



Desigualdade salarial



Empréstimos com **taxas de juros mais altas.**





Empendedororas paraenses que inspiram e superam barreiras

Com a proposta de inspirar mulheres empreendedoras no desenvolvimento de seus negócios, o SEBRAE/PA criou esse boletim para você, mulher que vive os desafios de empreender no Brasil em 2022. **Pela frente, você encontrará dados, ferramentas**

práticas e cases de sucesso de empreendedoras paraenses inspiradoras, que traduzem a força do empreendedorismo feminino e que vão ajudar você a dar um passo além no seu negócio em 2022.

@manuellemoreiranutri



@klilameira



@eguadaóleo



Sumário

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introdução - Os desafios de ser mulher empreendedora no Brasil | 3 |
| Empreendedoras paraenses que inspiram e superam barreiras | 4 |
| Capítulo 1 - O Cenário do Empreendedorismo feminino no Brasil em 2022 | 6 |
| Perfil das empreendedoras do Brasil e seus negócios | 6 |
| Desafios das empreendedoras brasileiras na pandemia | 7 |
| Desigualdade de raça e cor entre empreendedoras no Brasil | 9 |
| Cenário em números dos Pequenos Negócios no Pará | 10 |
| Empreendedorismo Feminino no Pará | 11 |
| Capítulo 2 - Tendências e Oportunidades para alavancar seu negócio em 2022 | 14 |
| 1. Entenda o (novo) perfil do seu cliente | 15 |
| Case - Manuelle Moreira - Nutricionista Esportiva | 15 |
| 2. Digitalize seu negócio | 16 |
| Case - Kli Lameira - Música para casamentos | 17 |
| 3. Busque parceiros-chave para o seu negócio | 18 |
| Case: Égua do Óleo | 20 |
| Conclusão | 21 |
| Referências | 22 |

Capítulo 1

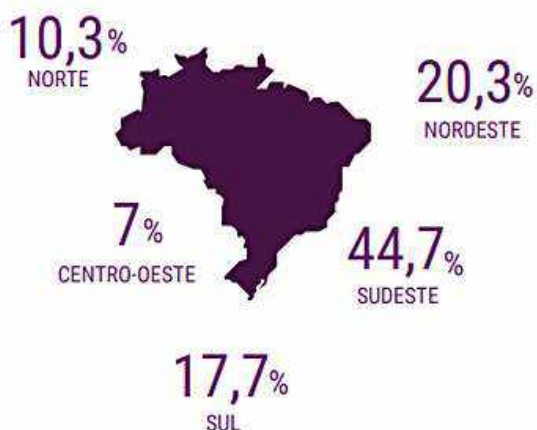
O Cenário do Empreendedorismo feminino no Brasil em 2022



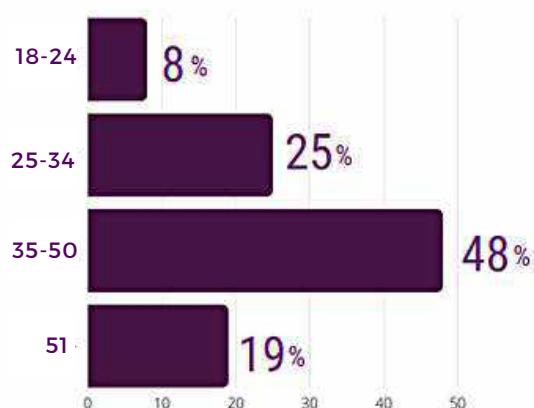
Perfil das empreendedoras do Brasil e seus negócios

Em um estudo denominado “Empreendedoras e seus negócios 2020: recorte dos impactos da pandemia” promovido pelo instituto Rede Mulher Empreendedora [4, 5], é possível entender o perfil das empreendedoras do Brasil:

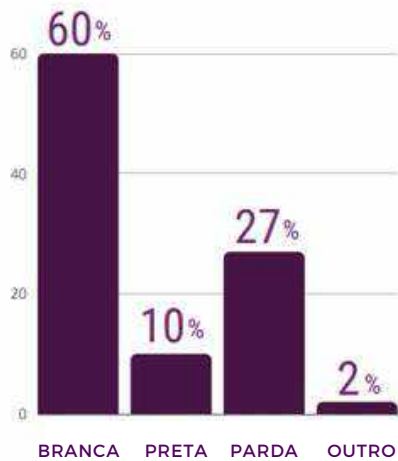
DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA



IDADE



IDENTIFICAÇÃO RACIAL



ESCOLARIDADE

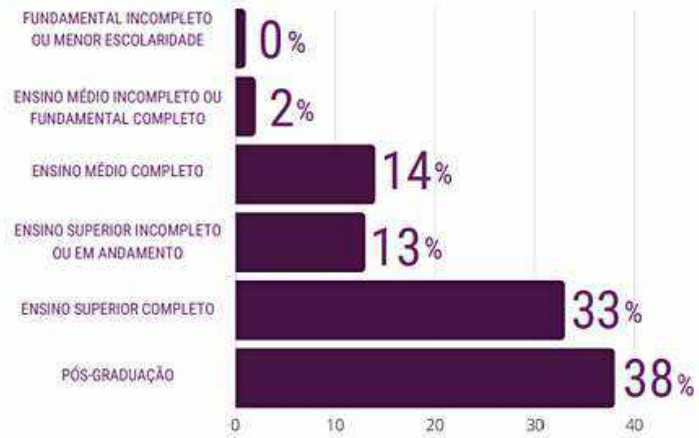


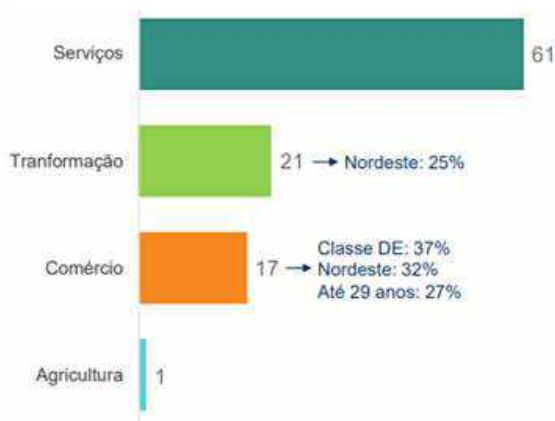
Figura: Perfil da mulher empreendedora, 2020.. Fonte : Pesquisa Instituto Mulher Empreendedora [5].



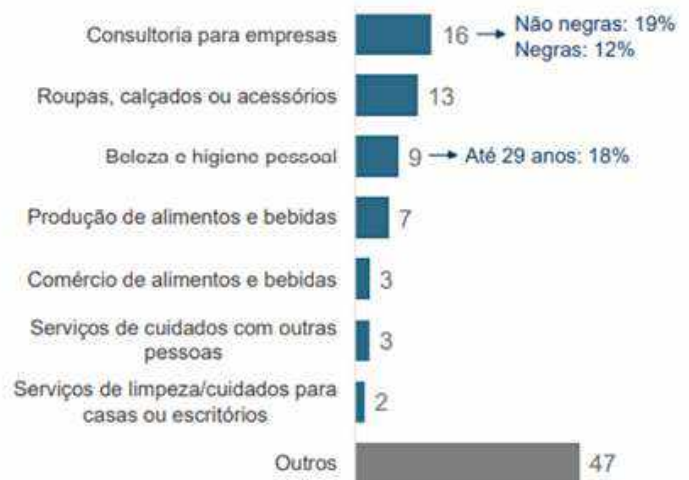
Segmentos do empreendedorismo Feminino

Ainda em outra pesquisa realizada com **1.165 mulheres em 2020**, pela Rede Mulher Empreendedora [19], percebemos que **o principal segmento de atuação** do empreendedorismo feminino **é o de serviços (61%)**.

Setor do negócio/Empresa



% Setor do negócio/Empresa





Desafios das empreendedoras brasileiras **na pandemia**

Ao comparar o cenário de negócios liderados por mulheres e homens ao longo da pandemia, é notável que as **empreendedoras ocupam uma posição mais vulnerável do que os homens do ponto de vista socioeconômico no Brasil:**

Para cada **8** negócios encerrados durante a pandemia, **5** pertenciam a mulheres [3].



Em 2021, MEIs liderados por homens tinham receita média **23%** superior a **dos negócios liderados por mulheres** [6].



33% das empreendedoras brasileiras afirmam que **com a pandemia o rendimento mensal de seu negócio chegou a zero.** [5]



Desigualdade de **gênero no Brasil**



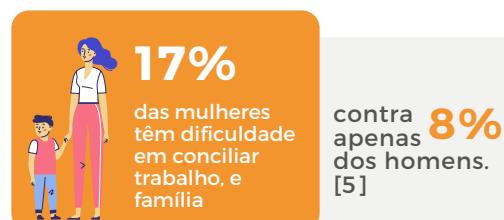
Empreendedoras pagam **maiores taxas de juros** no Brasil.

35%

31%

Apesar de apresentarem uma taxa de **inadimplência menor (3,7%)** que os homens (4,2%) no pagamento de seus empréstimos, **as mulheres donas de negócios acabam pagando juros maiores (35%) do que os homens (31%)** [3].

Empreendedoras e suas Jornadas múltiplas de trabalho

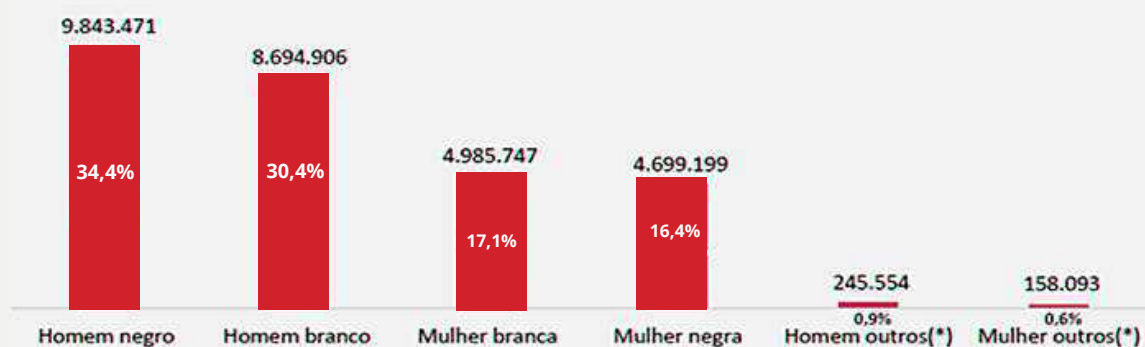


Historicamente, **mulheres acumulam jornadas: trabalho, família e cuidados com a casa.** Em um cenário de fechamento de escolas e creches durante a pandemia, a dedicação de muitas empreendedoras à vida profissional foi inviabilizada. [8,2].

Desigualdade de raça e cor entre mulheres empreendedoras no Brasil

Em 2021, o Sebrae analisou o perfil dos empreendedores(as) segmentados por raça-cor, com base nos dados da PNAD/IBGE [3, 4]. Ainda que a diferença em número entre empreendedoras **negras (16,4%)** e **brancas (17,1%)** seja relativamente pequena no Brasil [4], estas diferem em relação à renda média e outros fatores de grande importância, como visto nos dados abaixo:

Número de empreendedores(as) no Brasil, por gênero e raça-cor



Fonte: SEBRAE, "Empreendedorismo por raça-cor no Brasil (2021), [4].

A desigualdade racial afeta mulheres empreendedoras no Brasil:



39% das mulheres brancas possuem ensino superior, enquanto somente **17%** das mulheres negras possuem ensino superior



76% das empreendedoras brancas possuem CNPJ enquanto **59%** das empreendedoras negras possuem CNPJ



Empreendedoras negras possuem **renda média mensal de R\$1.539** enquanto empreendedoras brancas perfazem em média **R\$1.798** por mês.

Fonte: SEBRAE, "Empreendedorismo por raça-cor no Brasil (2021), [4].



Cenário em números dos Pequenos Negócios **no Pará**

Segundo dados estatísticos da Receita Federal (SINAC), de 11 de fevereiro de 2022, o estado do Pará possui **410.281 pequenos negócios optantes do Simples Nacional**, incluindo os três principais portes empresariais.

No Pará, pouco mais de **71% dessas operações (292.572 empresas) são constituídos de Microempreendedores individuais (MEI)**. O restante, **117.709 empreendimentos, aproximadamente 29%, estão distribuídos em Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP)**. Dos mais de 19 milhões de pequenos negócios existentes no Brasil, o Pará representa cerca de **2% do universo nacional**.

| Dimensão analisada | Total de MEI em números absolutos | Total de ME + EPP em números absolutos | Total Pequenos Negócios |
|--------------------|-----------------------------------|----------------------------------------|-------------------------|
| Pará | 292.572 | 117.709 | 410.281 |
| Brasil | 13.465.089 | 5.785.384 | 19.250.473 |

Fonte: Receita Federal, estatísticas do SINAC (2022) [1].



Empreendedorismo Feminino no Pará

Quando o assunto é empreendedorismo feminino no estado Pará, **as principais atividades econômicas mais escolhidas pelas mulheres para empreender** estão ligadas a comércio varejista de confecção e acessórios, salão de beleza (cabeleireiras), comércio varejista de mercadorias em geral (minimercados de alimentos), restaurantes, promoção de vendas, atividades de tratamento de beleza entre outros.

Abaixo, vemos um corte das **quinze principais atividades com maior preferência pelas empreendedoras**.

| Classificação | Descrição das atividades econômicas |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1º | Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios |
| 2º | Cabeleireiros - salão de beleza |
| 3º | Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns |
| 4º | Restaurantes e similares |
| 5º | Promoção de vendas |
| 6º | Outras atividades de tratamento de beleza |
| 7º | Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar |
| 8º | Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal |
| 9º | Comercio varejista de artigos de armarinho |
| 10º | Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares |
| 11º | Comércio varejista de bebidas |
| 12º | Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas |
| 13º | Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente |
| 14º | Serviços ambulantes de alimentação |
| 15º | Outras atividades de ensino não especificadas anteriormente |

Destaques - Atividades preferidas das empreendedoras paraenses

Ao confrontarmos essas 15 principais atividades de predileção do público empreendedor feminino com empreendedores masculinos no Pará [11], extraímos alguns destaques:



Do total de 132.807 empreendimentos, **80.933 (61%) são liderados por mulheres;**



A atividade econômica com maior concentração de mulheres empreendedoras é a de **tratamento de beleza com 95% de presença** feminina no comando das operações.



Confecção sob medida com 91%, seguido de **varejo de confecção e acessórios com 75%** e **comércio varejista de perfumaria e cosméticos com 72%**, perfazem os pequenos negócios com maior concentração feminina logo atrás de tratamento de beleza;



Das 15 atividades econômicas de preferência feminina, as que possuem menor concentração de mulheres são: **comércio de bebidas (35%)**, **seguido de comércio de mercadorias de produtos alimentícios (43%)** e **serviços ambulantes de alimentação (40%)**.

Fonte: Receita Federal/SINAC e SIMEI/ 11 de fevereiro de 2022. [11].





Números e percentuais de mulheres e homens que administram pequenos negócios no estado Pará baseado nas 15 atividades econômicas de maior predileção do empreendedorismo feminino

| Classificação | Descrição das atividades econômicas (CNAE) | No. de Pequenos Negócios por atividade | Nº de pequenos negócios administrado por mulheres* | % de mulheres em relação ao total de pequenos negócios | Nº de Pequenos negócios administrado por homens* | % de homens em relação ao total de pequenos negócios |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 1 | Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios | 28243 | 21134 | 74,80% | 7109 | 25,20% |
| 2 | Salão de beleza (cabelereiras) | 14381 | 10106 | 70,30% | 4275 | 29,70% |
| 3 | Comércio varejista de mercadorias, de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns | 14757 | 6326 | 42,90% | 8431 | 57,10% |
| 4 | Restaurante e similares | 10345 | 5577 | 53,90% | 4768 | 46,10% |
| 5 | Promoção de vendas | 10674 | 5434 | 50,90% | 5240 | 49,10% |
| 6 | Outras atividades de tratamento de beleza | 4933 | 4679 | 94,90% | 254 | 5,10% |
| 7 | Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar | 6717 | 4657 | 69,30% | 2060 | 30,70% |
| 8 | Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal | 6130 | 4434 | 72,30% | 1696 | 27,70% |
| 9 | Comercio varejista de artigos de armarinho | 6773 | 4039 | 59,60% | 2734 | 40,40% |
| 10 | Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares | 7501 | 4028 | 53,70% | 3473 | 46,30% |
| 11 | Comércio varejista de bebidas | 9218 | 3231 | 35,10% | 5987 | 64,90% |
| 12 | Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas | 2336 | 2128 | 91,10% | 208 | 8,90% |
| 13 | Comércio varejista de produtos alimentícios em geral não especificados anteriormente | 3639 | 1777 | 48,80% | 1862 | 51,20% |
| 14 | Serviços ambulantes de alimentação | 4325 | 1742 | 40,30% | 2583 | 59,70% |
| 15 | Outras atividades de ensino não especificadas anteriormente | 2835 | 1641 | 57,90% | 1194 | 42,10% |

* Percentual de mulheres estimado a partir do % de mulheres MEI. Fonte: Receita Federal/SINAC e SIMEI/ 11 de fevereiro de 2022. [1].



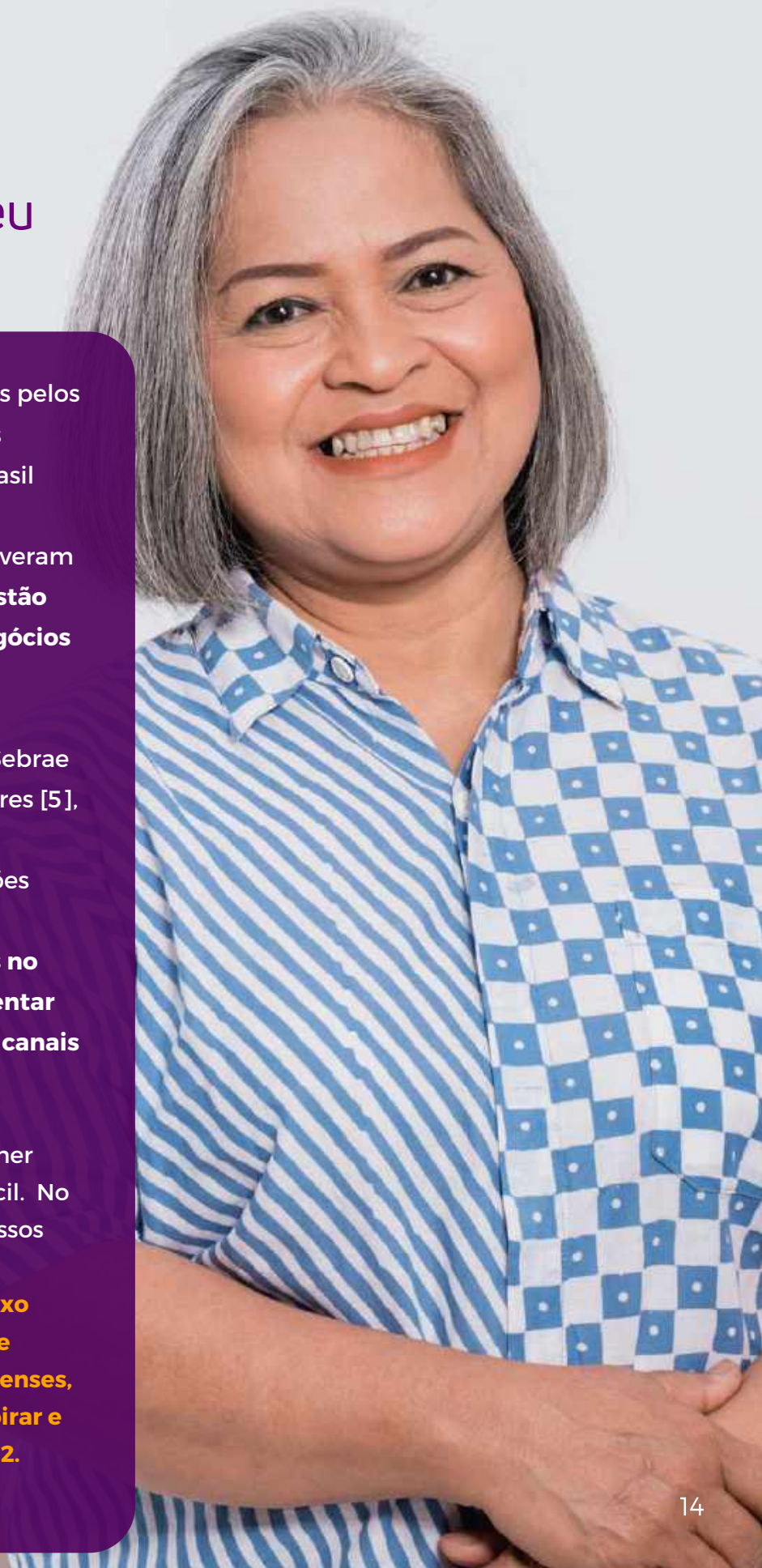
CAPÍTULO 2

Tendências e Oportunidades para alavancar seu negócio em 2022

Ainda que, sendo as mais afetadas pelos impactos da pandemia, inúmeras mulheres empreendedoras do Brasil perseveraram para manter seus negócios funcionando e desenvolveram habilidades de **flexibilidade e Gestão estratégica para manter seus negócios funcionando**. [5]

Em um levantamento feito pelo Sebrae com mais de 1.500 empreendedores [5], as mulheres demonstraram estar buscando ativamente novas soluções para alavancar seus negócios, **avançando mais que os homens no sentido de se capacitar, implementar vendas on-line e digitalizar seus canais de venda e atendimento** [5].

Os números não mentem: ser mulher empreendedora no Brasil não é fácil. No entanto, para ajudar você a dar passos mais certos para deslanchar seu negócio em 2022, **separamos abaixo passos práticos contendo cases de sucesso de empreendedoras paraenses, que você poderá usar para se inspirar e potencializar suas vendas em 2022.**



1

Entenda o (novo) perfil do seu cliente

Descubra as tendências de compra de seu público-alvo

Quem é o público do seu negócio? Como ele costuma fazer suas compras? Estas são perguntas essenciais para começar a entender o comportamento de compra e os interesses de seus clientes ao longo do ano.

Você pode analisar tendências de compras em determinadas épocas do ano, usando ferramentas como a [Think With Google](#) [15] que mostram as maiores tendências de comportamento e consumo no Brasil.

Além disso, vale ficar ligada nas tendências das redes sociais para entender o comportamento e preferências do consumidor moderno, pedir feedback de seus clientes atuais e observar a concorrência com atenção.



Case

Manuelle Moreira Nutricionista Esportiva

A empreendedora Manuelle Moreira [16], especialista em nutrição esportiva produz conteúdos para seu público de maneira bem humorada e informal.

Dessa forma, ela consegue engajar e educar seus seguidores nas redes sociais com conteúdos leves, promovendo “saúde e boa forma física por meio da **alimentação individualizada e sem neura**” e em consultas presenciais e online.



@manuellemoreiranutri



2

Digitalize seu negócio



Dito de forma simples, digitalizar seu negócio significa investir tempo e energia para que seu negócio exista e atraia clientes na internet, seja através da divulgação ou do atendimento de seus clientes online. Isto pode ser feito de diversas formas: desde ter uma página oficial da sua empresa nas redes sociais como o **Instagram** e **Facebook**, a fazer o atendimento de seus clientes através de um número de **WhatsApp Business**.

Além destes, muitas empreendedoras tem utilizado canais como o **Youtube** e o **TikTok** como forma de engajar e educar seu público de maneira mais informal. **Confira a seguir alguns dos canais de venda mais utilizados na digitalização de negócios:**

Canais de Venda **Digitais**



WhatsApp Business

Cada vez mais funcional e recebendo novos recursos, o WhatsApp Business pode ser utilizado tanto como um catálogo digital quanto uma ferramenta de atendimento e relacionamento com o cliente.



Redes sociais

Em plataformas como Instagram e Facebook é possível criar uma página para a empresa e também usar as ferramentas de marketplace e carrinho de compras para auxiliar os clientes nas compras.



Marketplaces e Portais

São plataformas como Mercado Livre, Americanas, Amazon e Amazônia Marketing, que conectam os consumidores a diferentes empresas. A vantagem do marketplace é o de poder aproveitar o alcance e a credibilidade desses grandes sites. No geral, o trabalho do marketplace é o de expor o produto e garantir a infraestrutura de pagamento, ficando a cargo da empresa vendedora o envio.



E-commerces

São lojas virtuais, diferentemente dos marketplaces, onde você cria uma loja própria customizada com a identidade visual da sua empresa. A loja virtual pode facilitar a compra, com diversas formas de pagamento e entrega disponíveis. Algumas das plataformas mais conhecidas de e-commerce são a Loja Integrada, NuvemShop, Shopify e Vtex.



É importante integrar seu negócio com um ou mais canais de venda virtuais, usando uma estratégia **omnichannel**, de modo que você possa escolher os canais que façam mais sentido para seu público-alvo.



Case

Kli Lameira

Música para casamentos

Klícia Lameira [17] empreende como cantora de casamentos e digitalizou o seu negócio **ao ter páginas oficiais em plataformas como Facebook, Instagram, site próprio e WhatsApp Business.**

Além disso, ela investe em apresentações de venda digitais que buscam levar a melhor experiência possível para os futuros casados. **Ainda que seu mercado esteja habituado ao atendimento tradicionalmente presencial, Kli nos mostra que aproveitar os canais digitais pode trazer diversos benefícios para o seu negócio!**



@kllameira 🔍

3

Busque parceiros-chave para o seu negócio

"Se quer ir rápido, vá sozinho. Se quer ir longe, vá acompanhado."

Fazer parcerias, em especial em tempos de crise é uma recomendação muito importante, para aquelas empreendedoras que desejam desenvolver um ecossistema de colaboração, ao invés de competição, ajudando a si e a outras empreendedoras a crescer e superar desafios.

Existem diversos tipos de parcerias e cada uma se aplica de formas diferentes, dependendo do tipo de negócio:



Fornecedores

As boas relações com fornecedores podem ser a chave de uma operação de sucesso, uma vez que os componentes dos produtos ou serviços fornecidos pela sua empresa necessariamente passarão por eles. Além disso, ter mais de um fornecedor em seu negócio e promover uma boa comunicação ajudará você a ter mais independência, focando no que é mais importante, mantendo a qualidade de seus produtos e reduzindo custos.



Divulgação

Um dos maiores desafios de qualquer empreendedora é conseguir fazer com que seu produto chegue nos clientes certos. Além dos canais digitais já mencionados, você pode apostar na divulgação através de parceiros que façam sentido para o seu negócio: de influenciadores digitais até assessoria de imprensa para canais como rádio e Televisão. Lembre-se "quem não é visto, não é lembrado".



Indicação de clientes

Muitas empreendedoras de sucesso tem encontrado formas de incentivar a indicação de seus serviços fechando parcerias com parceiros-chave que indicam o seu serviço para novos clientes. Uma dica é oferecer parcerias para empresas que ofereçam outros serviços adjacentes aos seus: Por exemplo, se você faz docinhos para eventos, pode buscar uma parceria com uma empresa de festas infantis. Assim, é possível indicar serviços entre si e promover a fidelização para os clientes de ambos.



Capacitação profissional

Para crescer e desenvolver todo o seu potencial, é preciso se manter atualizada e nunca parar de se capacitar. Nesse caso, buscar cursos, capacitações, mentorias e consultorias estratégicas podem ser de grande importância. O Sebrae atua hoje como parceiro para ajudar você em sua jornada empreendedora. Acesse o [Portal Empreendedor Sebrae](#) e encontre cursos e ferramentas de diversos tipos que ajudarão você a se manter sempre atualizada em seu negócio.



Dica: concorrentes diretos não precisam agir como inimigos se os negócios atuarem de forma conjunta e colaborativa. A colaboração é benéfica para o crescimento de todos e cria uma imagem mais amigável para seu cliente.





Case

Égua do Óleo

Óleos Essenciais

A empresa Égua do Óleo [18] nasceu com objetivo de promover saúde e bem estar no segmento de óleos essenciais, com embalagens que facilitem a usabilidade do cliente e criam identificação com o consumidor paraense.

A Cátia, idealizadora do negócio, **aposta em parcerias rentáveis como Shoppings, Outlets e lojas colaborativas** como forma de apresentar seus produtos para o público consumidor, assim ela consegue investir seu tempo em estudos, produção e gestão do negócio, ao lado de sua filha, Maria.

[@eguaduóleo](#) 🔍



Conclusão

Cada vez mais, as mulheres empreendedoras dão exemplo de resiliência e força ao enfrentar os desafios diários de empreender em um cenário de crise como o que vivemos.

Percebemos que aquelas que possuem uma rede de apoio que entende, partilha e incentiva outras mulheres diariamente, conseguem ter muito mais resultado em suas jornadas e encontrar a força que precisavam para perseverar em seus negócios.

Queremos estar entre esses, que incentivam, ajudam e aprendem com mulheres como você a atingir seus objetivos e aproveitar oportunidades que a crise nos proporcionou.

Desejamos, enfim, que os indicadores do empreendedorismo feminino **possam, cada vez mais, mostrar que existem jornadas possíveis para todas as donas de negócio** e, que seja plenamente possível contornar, apesar dos inúmeros complicadores sociais que existem atualmente, **todos os obstáculos naturais de qualquer jornada empreendedora, e acolher as mulheres que mobilizam e contribuem positivamente com a sociedade, como você.**

Mulher empreendedora: nunca se esqueça que você é a força do empreendedorismo brasileiro!

Sucesso!

#empreendedorismofeminino



Referências

- [1] AFONSO, Joyce. O mundo pós-pandemia: 5 mudanças sociais que prometem ser duradouras: Saiba o que ainda deve fazer parte da realidade dos brasileiros mesmo depois de superarmos a Covid-19.. [S. l.], 1 dez. 2021. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/o-mundo-pos-pandemia-5-mudancas-sociais-que-prometem-ser-duradouras/>. Acesso em: 8 fev. 2021.
- [2] DIAS, Maria Clara. Dia do Empreendedorismo Feminino: o cenário das empresárias do Brasil. [S. l.], 19 nov. 2021. Disponível em: <https://exame.com/pme/dia-do-empreendedorismo-feminino-cenario-brasileiro/>. Acesso em: 17 fev. 2022.
- [3] REDAÇÃO SEBRAE. Pesquisa mostra que a crise do coronavírus foi mais prejudicial para empresas lideradas por mulheres. [S. l.], 26 maio 2020. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-mostra-que-a-crise-do-coronavirus-foi-mais-prejudicial-para-empresas-lideradas-por-mulheres.d6dc8d63b1152710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 18 fev. 2022.
- [4] SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Estudo de perfil do empreendedorismo por raça/cor/gênero no Brasil (2021). Apresentação executiva. Novembro de 2021. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Empreendedorismo-por-ra%C3%A7a-cor-e-g%C3%AAnero-no-Brasil-2021.pdf>.
- [5] INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA. "Empreendedoras e seus negócios 2020. São Paulo: Recorte dos impactos da pandemia". Apresentação executiva. 2020. https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1606148439EMPREENDEDORAS_E_SEUS_NEGCIOS_2020_RECORTE_DOS_IMPACTOS_D_A_PANDEMIA.pdf
- [6] DIAS, Maria Clara. Pandemia agrava desigualdade e empreendedoras agora ganham 23% menos: Estudo do Nubank em parceria com Sebrae e BID mostra impactos da pandemia nas mulheres empreendedoras do país. [S. l.], 1 dez. 2021. Disponível em: <https://exame.com/pme/pandemia-agrava-desigualdade-de-genero-entre-empresarios/>. Acesso em: 17 fev. 2022.
- [7] MIRAGAIA, Marília. Sebrae: pandemia reduz participação de mulheres nos negócios: crise barrou ciclo de ascensão de quatro anos contínuos. [S. l.], 4 mar. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2021/03/com-a-pandemia-cai-a-participacao-das-mulheres-no-empreendedorismo.shtml>. Acesso em: 17 fev. 2022.
- [8] NUBANK (Brasil). Mulher, Empresária Individual: Um retrato da relação de donas de pequenos negócios com o dinheiro na pandemia. [S. l.], 2 fev. 2021. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/data-nubank-empreendedorismo-feminino-na-pandemia/>. Acesso em: 17 fev. 2022.
- [9] VILELA, Pedro Rafael. Sebrae: pandemia reduz participação de mulheres nos negócios: Maior dedicação às tarefas domésticas explica resultado. [S. l.], 8 mar. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-03/sebrae-pandemia-reduz-participacao-de-mulheres-nos-negocios>. Acesso em: 19 fev. 2022.
- [10] Estatísticas do SINAC - Simples Nacional - RFB. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBHE/estatisticasSinac.app/EstatisticasOptantesPorDataMunicipio.aspx?tipoConsulta=1&anoConsulta=>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2022.
- [11] Estatísticas do SINAC - Simples Nacional - RFB. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoem/privado/pages/relatorios/relatorioMunicipioCnaeSexo.jsf>. Acesso e Dados extraídos em: 05/02/2022 12:00. Acesso em 11 fev. 2022.
- [12] BRASIL. Estatísticas do SINAC - Simples Nacional - RFB. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBHE/estatisticasSinac.app/EstatisticasOptantesPorCNAE.aspx?tipoConsulta=1&anoConsulta=>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2022.
- [13] Brasil, Ministério da Economia - Negócios e Empresas. Portal do Empreendedor Estatísticas do MEI. Relatórios estatísticos optantes do SIMEI por CNAE/UF/Município/sexo. 2022.
- [14] PESSI, Larissa. O que 2022 reserva para os empreendedores: apesar da fragilidade da economia, as PMEs podem crescer com adaptação administrativa e investimento. [S. l.], 28 jan. 2022. Disponível em: <https://www.revistahsm.com.br/post/o-que-2022-reserva-para-os-empresarios>. Acesso em: 18 fev. 2022.
- [15] THINK WITH GOOGLE. n.d. **Mudança de comportamento: Maiores categorias no varejo** - Think with Google. [online] Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/feature/category-trends/br/month/pt> Acessado em 20 de setembro de 2021.
- [16] Instagram.com. n.d. **Manuelle Moreira Nutri**. [online] Disponível em: <https://www.instagram.com/manuellemoreiranutri> >. Acessado em 16 de fevereiro de 2022.
- [17] Instagram.com. n.d. Kli Lameira [online] Disponível em: <https://www.instagram.com/kliameira> >. Acessado em 16 de fevereiro de 2022.
- [18] Instagram.com. n.d. Egua do Óleo [online] Disponível em: <https://www.instagram.com/eguaaduoleo>. Acessado em 16 de fevereiro de 2022.
- [19] REDE MULHER EMPREENDEDORA. "As Empreendedoras e o Coronavírus" - os negócios femininos no Brasil em meio a pandemia". Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1590589703Locomotiva_Relatorio_RME_1.pdf. Acesso em 25 fev de 2022.