

MOTIVAÇÕES EXTRÍNSECAS E INTRÍNSECAS NO EMPREENDEDORISMO FEMININO

EXTRINSIC AND INTRINSIC MOTIVATIONS IN WOMEN'S
ENTREPRENEURSHIP

Ciências Sociais Aplicadas • 13/10/2026

REGISTRO DOI: [10.70773/revistatopicos/791848420](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/791848420)

Cauane Justino Silva¹

James Fernandes Raphanhin²

Hugo Marques da Silva³

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo identificar quais são as motivações das mulheres para empreender e se essas motivações são predominantemente extrínsecas ou intrínsecas. A metodologia utilizada tem caráter qualitativo com abordagem exploratória-descritiva, em que os dados foram coletados por meio de um formulário no Google Forms. Com os resultados obtidos, compreendeu-se que as motivações que levam as mulheres a empreender são multifatoriais, sendo as motivações intrínsecas as mais predominantes, pois fatores como independência, realização pessoal e desejo de construir algo próprio apresentaram maior consistência entre as participantes. Quanto às motivações extrínsecas, foram apontados fatores como necessidade financeira, flexibilidade de horários e busca por melhor qualidade de vida, os quais foram compreendidos como complementares à decisão de empreender.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; motivação; motivação extrínseca; motivação intrínseca.

ABSTRACT

This study aims to identify the motivations that lead women to engage in entrepreneurship and to determine whether these motivations are predominantly intrinsic or extrinsic. The methodology adopted was qualitative, with an exploratory-descriptive approach, and the data were collected through a Google Forms questionnaire. Based on the results obtained, it was found that the motivations driving women to become entrepreneurs are multifactorial, with intrinsic motivations being the most predominant. Factors such as independence, personal fulfillment, and the desire to build something of their own showed greater consistency among the participants. Regarding extrinsic

motivations, factors such as financial necessity, flexible working hours, and the pursuit of a better quality of life were identified and understood as complementary elements in the decision to undertake entrepreneurial activities.

Keywords: Female entrepreneurship; motivation; extrinsic motivation; intrinsic motivation.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino consiste na atuação de mulheres na criação e na gestão de seus próprios empreendimentos. Esse fenômeno tem alcançado notoriedade mundial, observando-se, nas últimas décadas, um crescimento expressivo do número de mulheres empreendedoras.

Paralelamente a esse cenário, a inserção profissional da mulher, bem como seu desempenho e evolução profissional, despertou o interesse de muitos pesquisadores em aprofundar os estudos sobre o empreendedorismo feminino. Nesse contexto, também têm-se intensificado as pesquisas voltadas à compreensão dos fatores motivacionais que influenciam a decisão das mulheres de empreender (Cardoso, 2022).

Diante desse avanço nos estudos, torna-se relevante não apenas constatar que as mulheres estão empreendendo em maior número, mas compreender, de forma mais aprofundada, quais motivações sustentam essa decisão. Nesse sentido, a literatura aponta que o ato de empreender pode ser influenciado por diferentes tipos de motivações, que variam entre fatores internos, como realização pessoal, autonomia e desejo de independência, e externos, tais

como necessidade financeira, desemprego e condições adversas no mercado de trabalho.

Assim, a análise das motivações empreendedoras pode ser compreendida a partir da distinção entre motivações intrínsecas, relacionadas a aspectos pessoais, psicológicos e de autorrealização, e extrínsecas, que estão vinculadas a fatores externos e circunstanciais. Essa diferenciação torna-se fundamental para entender não apenas o motivo pelo qual as mulheres iniciam seus negócios, mas também as condições sob as quais esse empreendedorismo se desenvolve. (Amabile, 1993)

Diante dos estudos atuais e dos dados trazidos, principalmente pelo Global Entrepreneurship Monitor (Gem), observa-se que muitas mulheres iniciam seus empreendimentos por necessidade. Nesse sentido, podem ser identificados diversos fatores que influenciam essa decisão, como o desemprego, as adversidades enfrentadas pelas mulheres no âmbito profissional, tais como ambiente de trabalho hostil, desigualdade salarial, preconceito de gênero, entre outros fatores (Nazario, LOBO, 2024).

Entretanto, é importante destacar que nem todas as iniciativas empreendedoras femininas estão associadas exclusivamente à necessidade. Muitas mulheres também empreendem motivadas por oportunidades, autonomia, flexibilidade e realização pessoal, o que evidencia a coexistência de diferentes tipos de motivações no empreendedorismo feminino. Dessa forma, torna-se necessário investigar em que medida essas motivações se manifestam e qual delas tende a predominar nos contextos analisados.

Nessa perspectiva, compreender os fatores motivacionais que levam as mulheres a empreender torna-se essencial para uma análise mais aprofundada desse fenômeno. Além disso, tal compreensão contribui para o fortalecimento do empreendedorismo feminino, que desempenha um papel relevante na economia e na geração de empregos. Contribui também para a formulação de alternativas que auxiliem na mitigação dos desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho, promovendo melhores condições e oportunidades.

Com isso, o presente trabalho busca responder as seguintes questões: quais são as motivações que levam as mulheres a empreender? Essas motivações estão predominantemente associadas a aspectos extrínsecos ou intrínsecos? A partir dessa análise busca-se contribuir para o entendimento do empreendedorismo feminino, oferecendo subsídios para futuras pesquisas e para o desenvolvimento de políticas e estratégias que incentivem e apoiem mulheres empreendedoras.

Para realizar o presente estudo adotou-se uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, e pretendeu-se analisar as motivações que levaram as mulheres entrevistadas a começar a empreender. Foram realizadas entrevistas baseadas em 16 perguntas voltadas para uma compreensão aprofundada das motivações que levaram as mulheres entrevistadas a começar a empreender. Foram escolhidas seis empreendedoras já estabelecidas para essa pesquisa e, após a coleta dos dados, foi realizada a análise de conteúdo para extrair e explorar o fenômeno.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo e Contextualização

De acordo com as abordagens dos economistas, em que são considerados os princípios sociais, foi notada a importância do empreendedor, sendo considerado um dos principais pilares para a economia de um país (Baggio a; Baggio D, 2015).

Tal perspectiva se aproxima do conceito apresentado por Dornelas (2012), quando o autor alega que são os empreendedores que estão eliminando paradigmas, obstáculos comerciais e culturais, encurtando distâncias, ajudando na globalização, criando novos empregos e conceitos para a economia e gerando riqueza para o país. Também é citado na afirmação de Oliveira (2021) ao destacar que o empreendedorismo é a maior força para o desenvolvimento econômico.

A teoria econômica schumpeteriana ajuda no fortalecimento dessa perspectiva ao falar que as inovações tecnológicas inseridas pelos empreendedores ajudam num novo começo econômico (Gomes, 2011).

A atenção que o empreendedorismo está atraindo não vem somente dos economistas, mas também de outros indivíduos globalmente, salientando ainda mais a sua importância. Para Dornelas (2012), o interesse pelo empreendedorismo tem assumido proporções globais, chamando a atenção de organizações e entidades multinacionais em diferentes continentes, estando presente nas discussões econômicas da Europa, dos Estados Unidos e da Ásia, em que há um consenso de que a vitalidade econômica de uma nação está diretamente associada à capacidade de seus empreendedores de inovar e competir internacionalmente.

Essa perspectiva é igualmente compartilhada por Baggio A e Baggio D (2012), ao destacarem que o empreendedorismo em todos os seus aspectos, vem assumindo lugar de destaque nas políticas econômicas dos países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento. A partir das análises das visões apresentadas, é compreensível a importância do empreendedorismo. Por ser uma questão amplamente discutida, vários conceitos e definições foram criados acerca dessa temática por diferentes autores juntamente com produções teórico-empíricas, como, por exemplo, ao falar sobre empreender ou empreendedor:

Guimarães (2002) e Souza Neto (2003) *apud* Gimenez, Ramos, Ferreira (2006) descrevem três abordagens diferentes, citando os principais estudiosos dessas abordagens, que são Cantilon, Say e Schumpeter, que tinham como objetivo a identificação das funções características dos agentes econômicos, salientando a sua função na formulação de processos inovadores e na gestão em tecnologia, sendo essa uma perspectiva econômica. Já a outra abordagem, a comportamental, tem Everett Hagen, John Kunkel e David McClelland como principais expoentes, trazendo a responsabilidade de cada indivíduo na criação e na gestão de negócios, tendo como base características psicológicas e comportamentais.

Já na perspectiva sociológica de Max Weber (1864-1920) é destacado o empreendedor como o indivíduo que traz inovação e criação de negócios, considerando essas características como aspectos sociais do grupo do qual esse indivíduo participa. Após McClelland, os aspectos atribuídos aos empreendedores pelos comportamentalistas são a necessidade de realização, liderança, inovação, criatividade, autoconfiança e iniciativa (Vieira *et al.*, 2013).

Observa-se que o empreendedorismo tem sido compreendido por diferentes abordagens teóricas ao longo do tempo, as quais, embora apresentem perspectivas distintas, se complementam na explicação do fenômeno empreendedor. Enquanto a abordagem econômica enfatiza o papel do empreendedor na inovação e no desenvolvimento econômico, a abordagem comportamental destaca características individuais, como a necessidade de realização, liderança e iniciativa. Já a perspectiva sociológica considera o contexto social e cultural no qual o indivíduo está inserido como fator relevante para a ação empreendedora.

Dessa forma, percebe-se que o empreendedorismo não pode ser analisado sob uma única ótica, sendo necessário compreender a interação entre fatores econômicos, comportamentais e sociais para uma análise mais abrangente do tema. Além disso, tais abordagens contribuem para a compreensão das motivações que levam os indivíduos a empreender, especialmente quando consideradas em conjunto com os aspectos individuais e contextuais apresentados na literatura.

2.2. Mulheres Empreendedoras

Como foi visto, o número de empreendimentos femininos está em crescimento, contribuindo, conseqüentemente, para a economia de um país. Para Muhammad *et al.* (2021), o bem-estar das mulheres é impactado pela escassez de oportunidades formais de emprego e por outros fatores socioeconômicos que limitam sua participação no mercado de trabalho. Como estratégia de compensação e sobrevivência, muitas mulheres buscam no empreendedorismo informal uma alternativa de inserção econômica e geração de renda. Esse movimento tem impulsionado a participação feminina em

atividades econômicas próprias, colocando as mulheres entre as populações empresariais de mais rápido crescimento no mundo.

O empreendedorismo, além de assumir o papel de ajudar as mulheres a se engajar de forma ativa no ambiente econômico, também se torna um meio de inspiração para outras mulheres e cria oportunidades para aquelas que frequentam o mesmo ambiente (Maciel; Traverso; Soares, 2025).

Para Gonçalves e Ahumada (2025), o recente aumento do empreendedorismo feminino além de desempenhar um importante papel no avanço econômico, ainda destaca sua contribuição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (Ods) das Nações Unidas, estando também alinhado com suas capacidades criativas inerentes e com reconhecimento de oportunidades. Com o passar das últimas décadas, houve várias mudanças sociopolíticas e socioculturais que influenciaram o empreendedorismo feminino. Os avanços tecnológicos, por exemplo, atuaram como catalisadores da conscientização coletiva sobre igualdade de gênero e da evolução dos marcos regulatórios e institucionais de apoio às mulheres nos negócios. Esses elementos foram essenciais para a reconfiguração das motivações, da natureza e do alcance do empreendimento feminino.

Diante desse contexto, a análise do empreendedorismo feminino à luz das contribuições teóricas apresentadas revela que as motivações que impulsionam as mulheres a empreender não podem ser compreendidas de forma separada, pois surgem de um contexto marcado, ao mesmo tempo, por avanços e desigualdades. Contudo, reduzir a motivação empreendedora feminina unicamente a essa dimensão seria insuficiente, uma vez que o

empreendedorismo também se configura como meio de inspiração coletiva, espaço para o reconhecimento de oportunidades criativas e instrumento de alinhamento com pautas mais amplas, como a igualdade de gênero.

Acompanhando os avanços e mudanças que influenciaram o empreendedorismo feminino, também ocorria a exploração acadêmica sobre essa temática. O artigo de Schwartz sobre o empreendedorismo feminino de 1976 foi fundamental para a iniciação desses estudos, seu projeto contou com entrevista de 20 mulheres empreendedoras, com o objetivo de investigar suas motivações e características. No entanto, foi somente após 2015 que houve um aumento notável na produção de pesquisas sobre o empreendimento feminino (Ahl, MARLOW, 2021).

Ainda na linha histórica, houve alguns outros acontecimentos importantes para o empreendimento feminino. A revolução industrial foi um dos marcos importantes para a trajetória do trabalho feminino ao trazer as mulheres para trabalhar em fábricas, aumentando o número de mulheres empregadas. As 1ª e 2ª Guerras Mundiais também tiveram sua contribuição, devido às numerosas mortes dos homens e à ausência deles, começaram a contratar mulheres para funções que somente homens exerciam. Paralelamente, nesse período, também ocorriam os primeiros movimentos feministas. No Brasil, foi nos anos 1970 que as mulheres ingressaram fortemente no mercado de trabalho. (Amorim, BATISTA, 2012).

Dentre as instituições que, no Brasil, têm se dedicado a apoiar integralmente às mulheres está o Serviço de Apoio às Micro e

Pequenas Empresas (Sebrae). Dentro dele existem programas exclusivos voltados para o apoio de mulheres empreendedoras.

Por exemplo, o Programa Empreendedorismo Feminino – DELAS busca atender mulheres em diferentes fases da jornada empreendedora, ao longo de 9 meses o programa oferece ações que envolvem capacitações, oficinas, consultorias, mentorias, missões técnicas e rodadas de negócios. Outro programa desenvolvido pelo Sebrae voltado para mulheres é o Programa Inclusão Socioprodutiva que ajuda mulheres em situação de vulnerabilidade cadastradas no CRAS (Colman, FARIAS, 2025).

O período da pandemia de COVID-19 atuou como catalisadora do processo de migração de negócios para o ambiente digital, desafiando milhares de empreendedoras a desenvolver habilidades relacionadas ao ambiente digital. Paralelamente, nesse contexto, também cresciam políticas em prol da igualdade de gênero, ajudando assim no fortalecimento do empreendedorismo feminino (Santos, 2022).

De acordo com o SEBRAE (2024), a maior faixa etária entre as mulheres empreendedoras está entre 35 e 54 anos, possuindo maior nível de escolaridade que os homens. No contexto atual, ainda existem alguns desafios que influenciam negativamente o empreendimento dessas mulheres, para Cruz (2023) *apud* Matos (2025), dentre esses desafios estão a alta informalidade, a sobrecarga de funções por causa da dupla jornada, a falta de crédito e a concentração em setores de baixa lucratividade, como alimentação, estética e serviços de limpeza.

Ainda de acordo com o SEBRAE (2024), em 2023, entre outros obstáculos revelados na vida das empreendedoras, destacam-se: apoio dos parceiros onde homens recebem mais apoio dos parceiros do que as mulheres, influência da maternidade, sobrecarga de responsabilidade ao tentar equilibrar as tarefas da empresa com as de casa, sacrifício do tempo pessoal para cuidar de familiares e realizar tarefas domésticas.

Para Souza *et al.* (2025), o sucesso do empreendedorismo feminino, em grande medida, vem da capacidade de adaptação das empreendedoras à demanda do mercado e às mudanças tecnológicas. Nesse cenário dinâmico, as mulheres têm demonstrado uma resistência notável, implementando estratégias criativas que lhes permitem contornar obstáculos financeiros e expandir suas operações mesmo em contextos adversos.

Paralelamente, outro fator crucial nesse processo são as redes de colaboração entre as empreendedoras. Essas trocas de experiências têm se mostrado eficazes para a superação de desafios e para o apoio mútuo. Essas redes conseguem ampliar as possibilidades de negócios por meio de parcerias, indicações e aprendizado coletivo, ao mesmo tempo, conseguem construir uma identidade coletiva que valoriza as mulheres no mercado e questiona normas tradicionais de gênero. A consolidação e a valorização do empreendedorismo feminino exigem não apenas políticas públicas, mas também uma transformação cultural que englobe o reconhecimento das mulheres no mercado de trabalho (Souza *et al.*, 2025).

As características que as mulheres empreendedoras apresentam em seu perfil também são um diferencial significativo que ajuda nesse

processo de sucesso e valorização. Dentre essas características estão a propensão à escuta ativa, a preocupação com a experiência do consumidor, a gestão baseada na corresponsabilidade e no envolvimento das equipes, a tenacidade para lidar com crises e a estabilidade diante de pressões externas. A capacidade de negociação flexível e propensão para compartilhar informações são traços marcantes da liderança feminina, contribuindo para a eficiência operacional e para o aumento da rentabilidade (Santos, SOUSA, 2025).

Na visão de Jonathan (2005), as mulheres brasileiras distinguem-se por alguns traços singulares como autoconfiança, coragem e competência para administrar um negócio. Embora possam manifestar inseguranças na parte financeira e diante de desafios referentes ao crescimento empresarial, elas conseguem sobressair-se pela determinação, pelo foco e aptidão para realizar aquilo que almejam. Outra característica marcante é a multiplicidade de papéis que integra a experiência social das mulheres, levando ao reconhecimento de uma destreza particular que é a capacidade de fazer e pensar em várias coisas ao mesmo tempo.

No Brasil, em diferentes regiões, são apresentados vários tipos de empreendedoras com vivências e oportunidades distintas. No interior do Maranhão, empreendedoras com limitada formação educacional enfrentam alguns entraves estruturais. Essas empreendedoras concentram-se em atividades de comércio local, artesanato e serviço para a comunidade. Nos centros metropolitanos tem crescido o número de mulheres empreendedoras jovens com elevado nível de qualificação, que as direcionam para negócios voltados a áreas modernas como marketing digital e tecnologia da informação (Cruz, 2023).

O crescimento do número de mulheres empreendedoras qualificadas, especialmente nos centros metropolitanos, está diretamente relacionado à ampliação do ensino do empreendedorismo no Brasil. Ao terem acesso ao conhecimento teórico e prático sobre gestão, identificação de oportunidades e planejamento de negócios, as mulheres passam a enxergar o empreendedorismo não apenas como alternativa de sobrevivência, mas também como espaço legítimo para realização profissional e inovação. Esse acesso ao conhecimento faz com que as motivações femininas para empreender se tornem diversificadas, ampliando o leque que vai desde o empreendedorismo por necessidade até o empreendedorismo planejado e por oportunidade, observado entre as jovens qualificadas citadas por Cruz.

A visão de Souza *et al.* (2025) também leva em consideração que, além da questão regional, o perfil do empreendedorismo feminino no Brasil também é modulado pela faixa etária. Em localidades rurais e economicamente periféricas, as empreendedoras caracterizam-se por uma faixa etária mais avançada e com um nível de escolaridade mais restrito. Já nos centros urbanos, observa-se a crescente entrada de jovens empreendedoras com ensino superior em áreas como administração, tecnologia e comunicação.

2.3. Motivação

A motivação é frequentemente compreendida como uma força interna que desencadeia, orienta e sustenta os comportamentos mais relevantes dos indivíduos. Mas sua natureza subjetiva constitui um desafio metodológico, pois a experiência motivacional não é diretamente observável (Vernon, 1973).

A reflexão sobre as motivações humanas que impulsionam a conduta, em sua relação com a natureza e com a estrutura social, começou na antiguidade. Essa reflexão, que antes era preocupação dos sociólogos, chegou também ao mundo empresarial. No começo, o foco era entender e resolver os conflitos entre capital e trabalho. A alternativa encontrada foi fazer com que coincidisse os interesses de empregadores e empregados mediante o emprego de técnicas motivacionais que, ao incrementar a produtividade, permitissem a distribuição dos benefícios gerados (Ribas, 2012).

Ainda de acordo com Ribas (2012), é possível notar o que motivava o homem ao longo da história, como, por exemplo, a necessidade de sobrevivência, a união de forças para produzir algo melhor, a religião na Idade Média, que levou a conflitos, e o Renascimento, que motivou as ideias que levaram ao absolutismo, ao iluminismo e ao mercantilismo. Com a Revolução Industrial, no século XX, foram criados alguns enfoques acerca da motivação com o intuito de conciliar os interesses entre empregador e empregado. Dentre esses enfoques, destacam-se o da Administração Científica, que conduziu ao enfoque mecanicista, segundo o qual a motivação humana se dava por fatores extrínsecos. O outro enfoque veio da Escola das Relações Humanas, que conduziu ao enfoque humanista, segundo o qual a motivação humana se dava por fatores intrínsecos.

A motivação intrínseca manifesta-se quando o indivíduo se engaja em atividades profissionais impulsionado por recompensas como prazer, interesse genuíno, satisfação da curiosidade ou busca por desafios pessoais. Já a motivação extrínseca diz respeito ao envolvimento no trabalho orientado por objetivos externos à atividade realizada, como remuneração, reconhecimento social ou recompensas instrumentais (Amabile, 1993).

Para alguns autores como Kessler (2001) e Deci (1971) *apud* Lira e Silva (2015) a motivação intrínseca está associada à realização pessoal e ao conteúdo do trabalho, expressando uma necessidade psicológica inata de competência e autodeterminação. A motivação intrínseca também foi definida como aquela que acontece quando não há nada de concreto motivando o trabalhador, residindo na própria atividade. Já a motivação extrínseca distingue-se pela identificação dos fatores que causam o comportamento, os quais são disponibilizados pelo ambiente, como salário, benefícios pecuniários, redução da carga horária ou promoções.

A motivação decorre da reação do sujeito a estímulos ambientais; ela está ligada aos objetivos que a pessoa busca atingir naquele contexto específico. Três teorias da motivação que conseguem explicar melhor a motivação e se complementam são: a Teoria X e Teoria Y, de McGregor (1960); a Teoria da Expectativa, de Victor H. Vroom (1997); a Teoria da Fixação de Objetivos, de Edwin Locke (1960); e a Teoria da Hierarquia de Necessidades, de Abraham Maslow (Ribas, 2012).

De acordo com Lima (2021), a Teoria X traz premissas negativas acerca da natureza humana e mecanicista, em que o ser humano tem aversão a responsabilidades, ausência de ambição e precisa ser comandado. Elas são movidas por recompensas ou punições. Já a teoria Y incorpora concepções gerenciais modernas, apostando no potencial humano e destacando sua capacidade de desenvolvimento. Aqui, os seres humanos se motivam quando têm objetivos em comum com o grupo e quando se adaptam às mudanças.

Para a Teoria da Expectativa de Victor Vroom, a motivação é determinada pela combinação de três elementos: expectativa, que é a crença subjetiva na probabilidade de atingir um objetivo; instrumentalidade, que é a percepção de que um desempenho bem-sucedido levará a uma recompensa; e valência, que se refere à intensidade do desejo ou atratividade que essa recompensa exerce sobre o indivíduo (Carreira, 2025).

De acordo com Robbins (2009), a Teoria da Fixação dos Objetivos fundamenta-se no princípio de que a motivação surge à medida que os indivíduos direcionam suas energias, atenção e interesses em atingir um objetivo.

Já a Teoria da Hierarquia das Necessidades de Maslow constitui uma das abordagens mais influentes no estudo da motivação e da satisfação humana. Seu princípio estabelece que as necessidades seguem uma ordem hierárquica, de modo que, quando as necessidades de base são satisfeitas, as que estão em um patamar superior na pirâmide tornam-se mais relevantes, motivando o comportamento. A pirâmide está organizada em: necessidades fisiológicas, necessidades de segurança, necessidades sociais, necessidades de estima e necessidades de realização pessoal (Carreira, 2025).

As teorias clássicas da motivação conseguem oferecer um arcabouço inicial para compreender as razões que levam as mulheres a empreender. A distinção entre motivações extrínsecas e intrínsecas não somente ajuda a compreender os perfis das mulheres empreendedoras, mas também a diferenciar os tipos de motivos que as levam a empreender.

Complementarmente, as teorias de McGregor (Teoria Y), Vroom (Expectativa) e Maslow (Hierarquia das Necessidades) permitem perceber que as motivações femininas não são universais nem hierárquicas fixas, mas se reconfiguram conforme o contexto social, econômico e familiar de cada mulher. Diante desse contexto, as teorias clássicas funcionam como lentes que, aplicadas à realidade do empreendedorismo feminino, ajudam a explicar a diversidade de motivações que impulsionam as mulheres a abrir seus próprios negócios.

2.4. Motivação Empreendedora

Quando falamos sobre motivação empreendedora, de acordo com Bandeira e Silva (2023), sua categorização pode se dar por duas causas fundamentais: o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade. No empreendedorismo por necessidade, o indivíduo é movido pela urgência de sobrevivência, pois a criação do seu empreendimento é motivada pela falta de alternativas de subsistência, como falta de emprego ou de renda. Já no empreendedorismo por oportunidade, o indivíduo toma uma decisão consciente de explorar uma oportunidade de mercado que foi identificada. Nessa situação, o empreendedor geralmente possui competências específicas, como visão de longo prazo voltada para a expansão do negócio e conhecimento setorial.

Além dessas razões primárias, a literatura voltada para o empreendedorismo frequentemente menciona outros fatores que motivam os indivíduos a iniciar um empreendimento, como a vontade de obter ganhos financeiros superiores aos que seriam possíveis na condição de empregado; o desejo de colocar em prática suas próprias ideias; a aspiração de determinar o próprio futuro sem

precisar prestar contas a terceiros; a necessidade de autoconfirmação e de comprovar, perante si mesma e aos demais, a capacidade de conduzir um empreendimento; e o desejo de construir algo que gere reconhecimento e benefício social (Degen, 2009 apud RIBAS, 2012).

Outros fatores citados por Cebola e Proença (2018) incluem motivações de realização familiar e societal, em que os indivíduos que fazem parte de uma linhagem de empreendedores também têm propensão a realizar atividades que envolvem o empreendedorismo. Outra motivação tem a ver com recursos e rendimentos, situação em que surgem empreendedores em períodos em que a economia é afetada negativamente. Existe a motivação de prestígio, que envolve empreendedores que buscam reconhecimento com necessidade de autorrealização, e a motivação de aprendizagem e desenvolvimento, em que os indivíduos acreditam ter conhecimentos necessários para empreender ou buscam aprender essas competências.

2.5. Motivação Empreendedora Feminina

As motivações que conduzem as mulheres ao empreendedorismo são múltiplas, refletindo dimensões pessoais e de cunho social. Na literatura, são identificadas motivações de natureza externa, como a necessidade de sobrevivência econômica e oportunidade em outros mercados, e motivações de natureza interna, como a busca por autonomia profissional e a insatisfação com estruturas em que a liderança é totalmente masculina. O empreendedorismo também se apresenta como um espaço privilegiado para a convergência entre trabalho e vocação, permitindo a articulação entre desafio, satisfação e realização pessoal (Brito, 2025).

Foram identificadas três categorias de fatores que influenciam a decisão das mulheres de começar a empreender: traços de personalidade, história familiar e apoio institucional. Ao falar sobre personalidade, destaca-se a independência, a necessidade de conquistas e a autoconfiança. No contexto familiar, evidenciou-se o papel dos antecedentes familiares na provisão de amparo às escolhas, suporte financeiro e orientação. Já o apoio institucional abrange financiamento, capacitação, informação e aconselhamento (Ummah; Gunapalan, 2012).

De acordo com outros autores, existem outros fatores que motivam a mulher a empreender, em que foram apontados três perfis motivacionais principais. O primeiro perfil é o das empreendedoras por circunstância: elas abrem seus negócios sem diretrizes claras, sendo motivadas por um hobby ou como opção para a inexistência de uma carreira. O segundo perfil é a empreendedora por necessidade, em que a necessidade surge, seja por problemas financeiros ou pela perda de um parente, e o empreendedorismo se torna uma forma de prosseguir. O último perfil é a empreendedora deliberada, motivada por fatores positivos, tais como a conquista da autonomia financeira ou a realização pessoal, as quais evidenciam notável expansão de seus negócios (Machado, 2002).

No estudo feito por Sotti *et al.* (2023), foram apontadas a possibilidade de obtenção de ganhos financeiros complementares, a percepção de desvalorização profissional, as adversidades do mercado e o desejo de experimentar um novo rumo da carreira. Já nas pesquisas de Vieira D., Vieira M. e Enes (2022), foram apontados aspectos familiares, dificuldades econômicas, busca pela autorrealização e identificação de oportunidades.

A visão de Strobino e Teixeira (2014) também corrobora esses resultados ao relatar que o empreendedorismo feminino é movido por uma combinação de fatores que incluem o desejo de autorrealização e autonomia, reconhecimento de oportunidades no mercado, limitações no desenvolvimento profissional, a necessidade de subsistência e o esforço de harmonizar as demandas do trabalho e da vida familiar.

Já nas pesquisas do GEM (2023), Brito (2025) relata que os principais motivos para o homem empreender surgem da ideia de querer fazer "diferença no mundo", enquanto as mulheres empreendem para "conquistar o sustento diante da escassez de vagas no mercado". Esses dados revelam uma realidade em que o empreendedorismo, para as mulheres, é um meio para o enfrentamento da escassez de oportunidades no mercado.

A entrada da mulher no empreendedorismo é alimentada tanto por motivações de necessidade quanto por aspirações de autonomia, mostrando que as motivações femininas para começar um empreendimento são múltiplas. Mas essas situações ocorrem, em grande medida, em condições estruturais menos favoráveis do que as disponíveis para os homens, mostrando as desigualdades no acesso a recursos, redes de relacionamentos e fontes de financiamento.

3. METODOLOGIA

O presente estudo classifica-se como pesquisa qualitativa, pois, de acordo com Creswell (2003), se fundamenta em uma abordagem essencialmente interpretativa e proporciona ao investigador uma compreensão mais abrangente e integrada do fenômeno analisado.

Foram escolhidas seis empreendedoras para a realização dessa pesquisa, e as evidências foram coletadas a partir de questionários aplicados por meio da plataforma Google Forms. O número de empreendedoras escolhidas e o roteiro das perguntas utilizadas no formulário foram baseados e adaptados a partir da pesquisa voltada para motivações para o empreendimento feminino de Bremm, Scherer e Silva (2024).

Também foi adotada uma abordagem exploratória-descritiva, com corte transversal. Enquanto a pesquisa exploratória mostra-se adequada para a compreensão de problemas emergentes, a descritiva descreve as características de uma população (Saunders, 2009).

Quanto à residência das seis empreendedoras selecionadas para este estudo, duas residem em Belém/PA, duas residem em Passos/MG e as outras duas em Carmo de Minas/MG. O critério para a escolha foi empreendedoras que já estavam em fase de consolidação e que já empreendiam há algum tempo. A análise dos dados foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo, conforme Bardin (1977), permitindo a categorização das informações em temas como perfil das empreendedoras, motivações para empreender, natureza das motivações (intrínsecas e extrínsecas) e desafios enfrentados.

3.1. Roteiro do Formulário

Para alcançar os objetivos dessa pesquisa, foi adotado um roteiro baseado e adaptado a partir da pesquisa de Bremm, Scherer e Silva (2024) para a formulação do questionário. Foram convidadas seis empreendedoras para responder ao formulário. As perguntas que

compunham o formulário estavam voltadas para o entendimento do perfil de cada empreendedora, suas motivações e desafios relacionados ao empreendedorismo.

O formulário foi dividido em seções. A primeira etapa é voltada para a compreensão do perfil das participantes; a segunda e a terceira seções são voltadas para as motivações que as levaram a empreender — sendo a segunda voltada para as motivações extrínsecas e a terceira para as intrínsecas. A última seção é voltada para os desafios enfrentados.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Foi aplicado um formulário com questões predominantemente fechadas e algumas abertas a 6 empreendedoras espalhadas pelo Brasil que atuam em diferentes áreas. A faixa etária das empreendedoras varia dos 18 aos 70 anos, com predominância da faixa etária de 26 a 35 anos; 5 possuem ensino médio e uma, ensino superior. O tempo de empresa de cada empreendedora varia de 1 a 6 anos, com o tempo de 4 a 6 anos sendo o mais predominante. O perfil de cada participante será detalhado no Quadro 1; em seguida, serão apresentados outros quadros focados na motivação:

Quadro 1. Perfil das empreendedoras

Empreendedora	Faixa etária	Escolaridade	Estado civil	Área de atuação	Tempo do negócio
E1	18-25 anos	Ensino médio	Solteira	Serviços	4-6 anos

E2	26-35 anos	Ensino superior	União estável	Turismo	4-6 anos
----	------------	-----------------	---------------	---------	----------

⚠ Esta tabela possui muitas colunas e foi cortada para impressão. Para visualizá-la com <https://revistatopicos.com.br/artigos/motivacoes-extrinsecas-e-intrinsecas-no-empreendedor>

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Quadro 2. Motivações intrínsecas

Empreendedora	Independência	Realização pessoal	Construir algo	Reconhecimento
E1	Muito	Pouco	Moderado	Não
E2	Muito	Muito	Muito	Muito
E3	Moderado	Muito	Muito	Moderado
E4	Muito	Muito	Muito	Muito
E5	Pouco	Não	Moderado	Não
E6	Muito	Pouco	Muito	Pouco

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

Quadro 3. Motivações extrínsecas

Empreendedora	Necessidade financeira	Oportunidade de mercado	Influência familiar	Flexibilidade de horário	Melhor qualidade de vida
E1	Moderado	Pouco	Moderado	Muito	Muito
E2	Moderado	Moderado	Não	Moderado	Moderado

E3	Muito	Pouco	Moderado	Muito	Muito
E4	Muito	Moderado	Muito	Muito	Muito

⚠ Esta tabela possui muitas colunas e foi cortada para impressão. Para visualizá-la completa, acesse o artigo original em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/motivacoes-extrinsecas-e-intrinsecas-no-empreendedorismo-feminino?noblockage>

Fonte: Elaborado pela autora (2026).

4.1. Motivações para o Empreendedorismo Feminino

Nota-se e compreende-se, pelo Quadro 1, que a parte voltada para a idade e escolaridade não foi determinante para empreender, visto que na presente pesquisa existem diferenças entre idade e escolaridade, mas que não foram um impedimento para o início do empreendimento. Nota-se que a participante mais jovem (E1) começou seu empreendimento quando estava finalizando o ensino médio, enquanto a E2, que tem ensino superior, e a E5, que apresenta a idade mais avançada, também possuem seus negócios há 4 a 6 anos.

Para uma melhor compreensão do porquê a empreendedora mais jovem (E1) começou tão cedo a empreender, ela respondeu que tinha o desejo de conseguir sua autonomia profissional, mesmo sem ter trabalhado antes. A E2 respondeu que identificou uma oportunidade de mercado, pois trabalhava como recepcionista. A E5 começou por necessidade, pois precisava de dinheiro; ela trabalhava como cuidadora de idosos. A situação da E6 também é parecida com a da E5, pois ela começou seu empreendimento porque estava ganhando muito pouco trabalhando como babá.

De acordo com Degen (2009), um dos motivos que levam os indivíduos a empreender é a vontade de obter ganhos financeiros superiores aos que seriam possíveis na condição de empregado, o que foi o caso da E5 e da E6.

A condição da E3 também se aproxima da situação da E2: ela iniciou o próprio negócio por ter identificado uma oportunidade de mercado, pois trabalhava antes como manicure. Já a E5 buscava realização pessoal e não trabalhava antes de começar a empreender. As pesquisas de Vieira D., Vieira M. e Enes (2022) também destacam a busca pela autorrealização e a identificação de oportunidades como um dos principais fatores motivacionais para o início de um empreendimento.

De acordo com Strobino e Teixeira (2014), todos os resultados obtidos até agora na presente pesquisa estão de acordo com o que é relatado pelos autores, em que se afirma que o empreendedorismo feminino é movido pela combinação de fatores que incluem o desejo de autorrealização e autonomia, reconhecimento de oportunidades no mercado e limitações no desenvolvimento profissional.

As motivações trazidas na pesquisa, de acordo com Carreira (2025), também são identificadas na Teoria da Hierarquia das Necessidades de Maslow, em que a identificação de uma oportunidade no mercado de trabalho, a realização pessoal e a autonomia profissional estão diretamente ligadas à necessidade de estima e à autorrealização. Ambos os níveis estão diretamente relacionados à independência, ao crescimento profissional, à inovação e ao desejo de alcançar objetivos pessoais. Já o empreendedorismo por necessidade está diretamente ligado às necessidades fisiológicas e

de segurança, que abordam a garantia de sobrevivência financeira e segurança familiar.

As motivações identificadas também são compreendidas na Teoria da Fixação dos Objetivos, de Edwin Locke, uma vez que a iniciativa de começar um empreendimento surge associada ao estabelecimento de metas específicas, como melhorar a situação financeira, conquistar autonomia profissional e alcançar realização pessoal. Além disso, a Teoria da Expectativa, de Victor Vroom, contribui ao explicar que as motivações citadas estão relacionadas à crença de que o esforço aplicado no negócio resultará em recompensas desejadas, sejam elas financeiras, profissionais ou pessoais.

4.2. Motivações Extrínsecas e Intrínsecas

4.2.1. Motivações Intrínsecas

Nos Quadros 2 e 3, as participantes foram questionadas sobre o grau de influência de diferentes aspectos em sua decisão de empreender. Esses aspectos foram organizados em dois grupos: motivações intrínsecas e motivações extrínsecas.

Conforme os pressupostos da análise de conteúdo proposta por Bardin (2016), as respostas foram examinadas e agrupadas de acordo com a similaridade temática. Durante o processo, foram identificados elementos relacionados à independência, à realização pessoal e à construção de algo próprio, que apareceram de forma recorrente entre as participantes. Por apresentarem proximidade de significado, essas respostas foram agrupadas na categoria temática denominada Autonomia e Realização Pessoal e Profissional,

permitindo compreender de forma mais ampla as motivações intrínsecas presentes na decisão de empreender.

A partir da análise do Quadro 2, ao comparar os fatores intrínsecos analisados, observa-se que a "independência" foi o aspecto que apresentou maior intensidade entre as participantes, aparecendo com maior frequência entre as respostas de elevada influência, juntamente com "construir algo". Tal resultado sugere que, entre os fatores intrínsecos investigados, a busca por autonomia profissional e liberdade para tomar decisões sobre a própria carreira constitui uma forte motivação para as empreendedoras desse estudo. Paralelamente, a motivação "construir algo" faz com que se compreenda que o forte desejo de independência também é acompanhado pela vontade de ter algo próprio.

Na visão de Ummah e Gunapalan (2012), esse fator é encaixado na categoria de personalidade, em que a independência e a conquista são um dos principais fatores que influenciam a decisão das mulheres ao começar um empreendimento.

Ainda na mesma linha de pensamento de Ummah e Gunapalan (2012), ao trazer a construção de algo como um dos fatores para o empreendimento, as opções "construir algo" e "realização pessoal" foram outros fatores que se destacaram entre as respostas, demonstrando que o empreendedorismo feminino também tem ligação com a satisfação individual e com o sentimento de propósito. Machado (2002) destaca a realização pessoal como um dos fatores correspondentes ao perfil de empreendedoras deliberadas; Vieira D., Vieira M. e Enes (2022) também destacam a realização pessoal em sua visão.

Já o fator "reconhecimento" foi aquele que apareceu menos dominante. Comparado com os outros fatores, o reconhecimento apresentou menor uniformidade entre as participantes, indicando que o status social e a valorização externa não constituem a principal motivação para todas as participantes. Esse resultado mostra que as participantes valorizam benefícios voltados para o âmbito pessoal, como autonomia, satisfação pessoal e realização de objetivos próprios. Dessa forma, o reconhecimento parece assumir um papel secundário quando comparado às demais motivações intrínsecas identificadas.

No geral, as respostas obtidas no Quadro 2 evidenciam a predominância dos aspectos associados à independência, à realização pessoal e à construção de algo próprio entre as motivações intrínsecas, reforçando a importância dos aspectos subjetivos na decisão das mulheres de empreender.

4.2.2. Motivações Extrínsecas

Partindo da análise das respostas relacionadas aos fatores extrínsecos, foi compreendida a recorrência de elementos ligados à busca por estabilidade financeira, aumento da renda, flexibilidade de horário, qualidade de vida e influência familiar. Seguindo a lógica da análise de conteúdo, essas respostas foram agrupadas em categorias temáticas que possibilitaram identificar padrões de motivação presentes entre as participantes. Entre elas, destacou-se a categoria Motivações Econômicas, composta por aspectos relacionados à necessidade financeira e à busca por melhores condições econômicas.

Ao analisar o Quadro 3, o fator necessidade financeira foi o que mais se destacou como um dos mais recorrentes, mostrando que muitas das empreendedoras iniciaram seu empreendimento também considerando a possibilidade de geração de renda e mais estabilidade econômica. Bandeira e Silva (2023) afirmam que uma das causas fundamentais da motivação empreendedora é o empreendedorismo por necessidade; Dornelas (2007) também enfatiza o empreendimento por necessidade ao declará-lo como um tipo de empreendedor. De forma semelhante, Machado (2002) também denomina o empreendedorismo por necessidade como um dos perfis motivacionais principais, em que o fator financeiro é o mais impactante.

Embora a necessidade financeira tenha se destacado como uma das principais motivações extrínsecas, os resultados indicam que ela não atua de forma isolada. Observando conjuntamente as respostas das participantes, compreende-se que a busca por estabilidade econômica frequentemente aparece associada a outros objetivos, como a obtenção de melhor qualidade de vida e flexibilidade de horário. Esse resultado indica que o empreendedorismo feminino não é motivado exclusivamente pela necessidade de renda, mas por uma combinação de fatores econômicos e pessoais que se complementam na decisão de empreender.

Os resultados também revelaram elevada relevância atribuída à flexibilidade de horário e à busca por melhor qualidade de vida. Embora classificados como fatores extrínsecos, esses elementos apresentam forte relação com o cotidiano das mulheres empreendedoras, especialmente diante da necessidade de conciliar responsabilidades profissionais, familiares e domésticas. Nesse sentido, o Sebrae (2024) destaca a sobrecarga decorrente da dupla

jornada como um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres que empreendem. Sob a perspectiva da Teoria da Expectativa de Victor Vroom, a flexibilidade de horário e a melhoria da qualidade de vida são compreendidas como recompensas valorizadas pelas empreendedoras. A partir desse contexto, as empreendedoras acreditam que o esforço investido na criação de um próprio negócio consegue aumentar a qualidade de vida e melhorar a administração de seu tempo.

Em contrapartida, a influência familiar apresentou baixa predominância entre as empreendedoras. Esse resultado difere parcialmente das contribuições de Ummah e Gunapalan (2012), que apontam a história familiar como uma das principais categorias explicativas da decisão empreendedora, bem como de Cebola e Proença (2018), que destacam motivações relacionadas à realização familiar e societal. Tal divergência pode indicar que, no grupo investigado, a decisão de empreender esteve mais associada a objetivos individuais e profissionais do que a influências oriundas do contexto familiar.

Uma possível explicação para esse resultado está relacionada ao perfil das participantes investigadas, que demonstraram atribuir grande importância à independência, à realização pessoal e à construção de algo próprio. Nesse contexto, a decisão de empreender está mais vinculada a objetivos individuais de desenvolvimento profissional e pessoal do que à continuidade de tradições familiares ou ao incentivo direto de familiares. Embora a literatura reconheça a influência familiar como um elemento relevante no empreendedorismo feminino, os resultados deste estudo sugerem que essa influência pode variar de acordo com as características e experiência de cada grupo estudado.

De forma geral, a partir dos resultados obtidos no Quadro 3, a análise dos resultados permitiu identificar que as motivações extrínsecas exerceram papel relevante na decisão de empreender, principalmente no aspecto voltado à necessidade financeira, à flexibilidade de horário e à busca por melhor qualidade de vida. No entanto, observa-se que as motivações relacionadas à autonomia, à realização pessoal e à construção de algo próprio apresentaram maior consistência entre as participantes, mostrando que fatores subjetivos e de satisfação individual – no caso, as motivações intrínsecas – foram predominantes na decisão de começar um empreendimento, enquanto as motivações extrínsecas atuaram como fatores complementares relevantes nessa decisão. Além disso, os resultados sugerem que o empreendedorismo feminino analisado não está associado a uma única motivação, mas sim a um conjunto de fatores que atuam de forma simultânea e complementar. Dessa maneira, os achados reforçam a compreensão de que a decisão de empreender entre as mulheres é um fenômeno multifatorial, influenciado tanto por aspectos pessoais e psicológicos quanto por fatores econômicos, profissionais e sociais. O processo de categorização das respostas permitiu identificar padrões recorrentes entre as participantes, evidenciando que as motivações para empreender estão associadas tanto a fatores pessoais quanto econômicos, embora as categorias relacionadas à independência, construção de algo e realização pessoal tenham apresentado maior predominância.

4.3. Desafios

Como apontam Fialho *et al.* (2018), ao longo de todo o percurso empreendedor, o empreendedor tem grandes chances de enfrentar alguns desafios.

Ao serem perguntadas sobre os tipos de dificuldades que enfrentaram pelo caminho e durante a etapa de categorização das respostas, observou-se que os desafios relatados pelas participantes apresentavam características semelhantes, permitindo seu agrupamento em categorias temáticas. As dificuldades relacionadas à falta de capital inicial e ao acesso a crédito foram reunidas na categoria Desafios Financeiros, enquanto os relatos referentes à falta de experiência administrativa ou conhecimentos de gestão compuseram a categoria Desafios Gerenciais. Também emergiu uma categoria relacionada ao equilíbrio entre vida profissional e familiar, representada pelas dificuldades de conciliar as atividades empresariais com as responsabilidades familiares.

Foi identificado que a dificuldade mais recorrente foi a falta de capital inicial, aparecendo seja de forma isolada ou associada a outros obstáculos. Esses resultados fazem com que seja possível compreender que a obtenção de recursos financeiros constitui uma das principais barreiras para o início do desenvolvimento de um negócio. Tal constatação corrobora a visão de Greatti e Previdelli (2003), que apontam que o principal obstáculo no início de um negócio é a falta de recursos financeiros. As limitações que a falta de capital traz são variadas, como dificuldade em investir em estrutura, aquisição de equipamentos, expansão das atividades empresariais etc.

Outro desafio que foi frequentemente mencionado foi a falta de experiência em gestão, sugerindo que, embora as empreendedoras possuam motivação para iniciar seus negócios, muitas enfrentam dificuldades relacionadas ao planejamento de várias partes de seu negócio, evidenciando a importância da capacitação gerencial e de conhecimentos voltados para a área administrativa e

empreendedora para aumentar as chances de sucesso dos empreendimentos. Fillion (1999) destacou que empreendedores de sucesso nunca param de aprender. Da mesma forma, Ferreira, Gimenez e Ramos (2026) afirmam que a educação voltada para o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento de habilidades e comportamentos capazes de estimular a identificação de oportunidades e promover mudanças econômicas, sociais e culturais no ambiente em que o indivíduo está inserido.

A dificuldade de acesso a crédito também apareceu entre os desafios relatados pelas participantes, reforçando os obstáculos financeiros enfrentados pelas mulheres empreendedoras. Cruz (2023) afirma que, atualmente, a falta de crédito é um dos desafios que mais afetam as mulheres que estão começando um empreendimento. Além dos desafios econômicos e gerenciais, uma das entrevistadas destacou a dificuldade de conciliar trabalho e família, resultado esse que corrobora as discussões presentes na literatura sobre empreendedorismo feminino, que apontam a dupla jornada e a sobrecarga de responsabilidades domésticas e profissionais como obstáculos frequentes enfrentados pelas mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2024).

Após fazer uma análise geral dos desafios relatados pelas empreendedoras, os desafios mais predominantes são os de natureza financeira e gerencial, sendo a falta de capital inicial o aspecto de maior destaque. Embora outras questões relacionadas ao equilíbrio entre vida profissional e familiar também se mostrem relevantes como desafios enfrentados, esses resultados evidenciam que os desafios que envolvem o empreendedorismo feminino também são multidimensionais e que vão além da gestão do negócio em si.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na presente pesquisa, foi realizado um estudo com seis empreendedoras já estabelecidas de lugares diferentes do Brasil, em que foi aplicado um questionário sobre as motivações que as levaram a empreender e se, dentre essas motivações, são mais predominantes aspectos extrínsecos ou intrínsecos.

Ao analisar as respostas obtidas, foi possível compreender o perfil de cada empreendedora: três delas com idades entre 26 e 35 anos, uma com idade entre 18 e 25 anos, mais uma com idade entre 46 e 55 anos e a última com idade entre 56 e 70 anos. A escolaridade entre elas também era diferente, em que se compreendeu que os fatores escolaridade e idade não foram determinantes na hora de empreender. Ao serem perguntadas sobre a motivação principal que as levou a empreender, obtiveram-se respostas como autonomia profissional e realização pessoal; duas foram por oportunidade de mercado e as outras duas foram por necessidade.

A partir da análise de conteúdo das respostas coletadas voltadas para os aspectos intrínsecos e extrínsecos, foi possível identificar que as motivações que levam as mulheres a empreender são diversas e envolvem tanto aspectos intrínsecos quanto extrínsecos. Nos fatores intrínsecos, destacaram-se principalmente a independência, a realização pessoal e o desejo de construir algo próprio; esses aspectos foram os que mais apareceram com consistência entre as participantes. Já entre os fatores extrínsecos, a necessidade financeira, a flexibilidade de horário e a busca por melhor qualidade de vida apresentaram maior relevância.

Os resultados possibilitaram responder ao objetivo geral da pesquisa. Foi verificado que o empreendedorismo feminino não está associado a uma única causa, mas sim a um conjunto de fatores que agem de maneira simultânea e complementar. No entanto, compreendeu-se que as motivações intrínsecas foram mais predominantes ao influenciar a decisão de empreender, mostrando que os fatores externos atuaram como complementares nessa decisão.

Além das motivações, a pesquisa também possibilitou identificar os principais desafios enfrentados pelas empreendedoras. Entre eles, destacaram-se a falta de capital inicial, a dificuldade de acesso a crédito e a falta de experiência em gestão, evidenciando que os obstáculos encontrados ao longo da trajetória empreendedora do grupo analisado são predominantemente de natureza financeira e gerencial. Outras dificuldades identificadas foram as relacionadas ao equilíbrio entre vida profissional e familiar, reforçando discussões presentes na literatura sobre os desafios específicos enfrentados pelas mulheres empreendedoras.

Os resultados também apresentaram convergência com as contribuições dos autores estudados, principalmente no que se refere à relevância da autonomia, da realização pessoal e das necessidades econômicas como fatores motivacionais para o empreendedorismo feminino. De forma semelhante, as teorias da motivação analisadas contribuíram para a compreensão dos diferentes elementos que influenciam a decisão de empreender, permitindo o entendimento das motivações identificadas sob perspectivas psicológicas, sociais e econômicas.

Sobre a contribuição que o estudo traz, destaca-se a ampliação da compreensão sobre os fatores que influenciam a decisão das mulheres de empreender, evidenciando que o empreendedorismo feminino deve ser compreendido como um fenômeno multifatorial. Os resultados obtidos também podem ser utilizados como subsídio para instituições de ensino ou órgãos voltados para o empreendedorismo e podem ajudar na parte de políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo feminino.

A pesquisa se destaca pelo seu número reduzido de participantes, sendo esse um fator limitante, uma vez que é composta por seis empreendedoras, impedindo a generalização para toda a população de mulheres empreendedoras brasileiras. Dessa forma, é recomendado que pesquisas futuras adotem um número maior de participantes e contemplem diferentes regiões, setores de atuação e perfis, o que possibilita análises mais abrangentes sobre as motivações e desafios presentes no empreendedorismo feminino.

Conclui-se que o empreendedorismo feminino é impulsionado por uma combinação de fatores pessoais, profissionais e econômicos, sendo os aspectos mais predominantes entre as empreendedoras desse estudo a autonomia, a realização pessoal e a independência. Os resultados encontrados reforçam a importância de compreender as múltiplas dimensões que influenciam a trajetória empreendedora das mulheres e contribuem para o aprofundamento das discussões sobre o tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHL, Helene; MARLOW, Susan. Exploring the false promise of entrepreneurship through a postfeminist critique of the enterprise

policy discourse in Sweden and the UK. Human Relations, v. 74, n. 1, p. 41-68, 2021.

AMABILE, Teresa M. Motivational synergy: Toward new conceptualizations of intrinsic and extrinsic motivation in the workplace. Human resource management review, v. 3, n. 3, p. 185-201, 1993.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. Núcleo de Pesquisa da FINAN, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. Motivações para o empreendedorismo: necessidade e oportunidade. ID on line. Revista de psicologia, v. 17, n. 66, p. 190-208, 2023.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Edições 70, 1977.

BREMM, Mayara; JOSÉ SCHERER, Leandro; RODRIGUES DA SILVA, Gabrielle Ribeiro. Motivações para o empreendedorismo: um estudo de casos múltiplos com empreendedoras no setor da moda. Revista Expectativa, v. 23, n. 2, 2024.

BRITO, Camilly Gomes et al. Empreendedorismo feminino: análise dos fatores motivacionais e desafios enfrentados por mulheres amapaenses à frente de pequenas empresas. 2025.

CARDOSO, Caroline Marinho. Motivação e liderança no empreendedorismo feminino. 2022.

CARREIRA RUIVO, Catarina. Estudo exploratório sobre as expectativas, percepções e experiências dos trabalhadores em Portugal. 2025.

CEBOLA, Marisa; PROENÇA, Sara. Motivações para empreender. 2018.

COLMAN, Neire Aparecida; FARIAS, Aparecida Gisele. Empreendedorismo feminino: o poder da mulher negra. Revista Insted de Direito (REDIR), v. 2, n. 1, 2025.

CRESWELL, John. Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods. Sage Publications., 2003.

CRUZ, Maria das Dores da. O empreendedorismo feminino no interior do Maranhão: desafios e avanços. 2023.

DATASEBRAE. Empreendedorismo Feminino 2025. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/empreendedorismo-feminino-2025/>. Acesso em: 12 mar. 2026.

DE CAMPOS STROBINO, Márcia Regina; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. Revista de Administração, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

DE JESUS SOUZA, Cingridy et al. Empreendedorismo Feminino no Brasil: Principais Desafios Enfrentados e Perspectivas de Crescimento. Revista Foco, v. 18, n. 3, p. e7813-e7813, 2025.

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 7. reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 4. ed. São Paulo: Elsevier, 2012.

FERREIRA, Jane Mendes; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; RAMOS, Simone Cristina. Estudo Comparativo das Práticas Didático-Pedagógicas do Ensino de Empreendedorismo em Universidades Brasileiras e Norte-Americanas. Revista Alcance, v. 13, n. 2, p. 207-225, 2006.

FIALHO, Camila Borges et al. Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo com novos empreendedores. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 3, n. 1, p. 148-175, 2018.

FILION, Louis Jacques. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas, v. 39, p. 6-20, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. GEM 2023/24 Women's Entrepreneurship Report: Reshaping Economies and Communities. Global Entrepreneurship Research Association (Gera), Babson College, 2024.

GOMES, Almiralva Ferraz. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. REA-Revista Eletrônica de

Administração, v. 4, n. 2, 2011.

GONCALVES, Marcus; AHUMADA, Esteban De La Vega. A bibliometric analysis of women entrepreneurship: Current trends and challenges. Merits, v. 5, n. 2, p. 9, 2025.

GREATTI, Ligia; PREVIDELLI, José de Jesus. Ambiente cultural como elemento fundamental na formação do perfil empreendedor. Encontro De Estudos Sobre Empreendedorismo E Gestão De Pequenas Empresas, v. 3, 2003.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. Psicologia em Estudo, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.

LIMA, Isis Luana Belo de. Coletânea sobre as teorias X e Y na gestão de pessoas nas organizações. 2021.

LIRA, Miguel; DA SILVA, Victor Paulo Gomes. Motivação intrínseca vs. motivação extrínseca: A aplicação da Escala WPI no contexto do setor público português. Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade, v. 5, n. 4, p. 171-195, 2015.

MACHADO, Hilka Vier et al. Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. 2002.

MACIEL, Jéssica da Silva; TRAVERSO, Luciana Davi; SOARES, Aline Paim. Os meios de aprendizagem empreendedora e a formação de competências empreendedoras de mulheres que atuam na economia informal. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 24, n. 1, p. 135-167, 2025.

MUHAMMAD, Said et al. Entrepreneurial income and wellbeing: women's informal entrepreneurship in a developing context. Sustainability, v. 13, n. 18, p. 10262, 2021.

NAZARIO, Larisse Silva; LOBO, Ezequiel Alves. Motivações ao empreendedorismo feminino na área da beleza e estética. DESTARTE, v. 13, n. 1, p. 110-137, 2024.

OLIVEIRA, A. de S. Empreendedores: pessoas essenciais que fazem acontecer. Curitiba: PUCPRESS, 2021.

Relatório Executivo GEM Brasil 2023-2024:

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo GEM Brasil 2023-2024. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae); Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe), 2024.

RIBAS, Raul. A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. Caderno de Administração, v. 5, n. 1, 2011.

ROBBINS, Stephen Paul. Fundamentos do comportamento organizacional. São Paulo: Pearson Brasil, 2009.

SANTOS, Alexandra Maria dos; SOUSA, Railane Duarte. Construindo negócios e vencendo barreiras: jornada das mulheres empreendedoras no município de Uruçuí, Piauí. 2025.

SANTOS, Livia Vitória Rodrigues dos. Empreendedorismo feminino: inovação em marketing no combate aos efeitos negativos da pandemia da covid-19 em pequenos negócios. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso.

SAUNDERS, Mark. Research methods for business students. Person Education Limited, 2009.

SOTTI, Renata Winck et al. Empreendedorismo feminino: fatores motivacionais e dificuldades encontradas no ramo publicitário. Boletim de Conjuntura (Boca), v. 15, n. 44, p. 492-516, 2023.

UMMAH, S. M. A. C.; GUNAPALAN, S. Factors influencing on entrepreneurial success: an empirical study on women headed families in Ampara and Batticaloa districts in Sri Lanka. International Journal of Business, Economics and Law, v. 1, n. 1, p. 141-148, 2012.

VIEIRA, Diego Mota; VIEIRA, Mariana Borges Nunes; ENES, Yuri Odaguiri. Empreendedorismo feminino:: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender. REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco, v. 8, n. 2, p. 263-282, 2022.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio et al. Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. Revista de Administração FACES Journal, v. 12, n. 2, p. 93-114, 2013.

¹ Graduanda em Administração. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Endereço: Rua José Rodrigues de Melo, nº 180, Bairro Ambrósio, Capitólio/MG, CEP 37930-000. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail.](#)

² Especialista e professor. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Unidade Passos. Endereço: Av. Juca Stockler, 1130, Bairro

Belo Horizonte, Passos/MG, CEP 37900-106. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail.](#)

³ Mestre. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Unidade Passos. Endereço: Av. Juca Stockler, 1130, Bairro Belo Horizonte, Passos/MG, CEP 37900-106. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail.](#)