

OS IMPACTOS DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO EMPREENDEDORISMO FEMININO NA GRANDE SÃO PAULO

Danielle Abreu De Souza - Centro Universitário Senac

Gisele Mendes Da Silva - Centro Universitário Senac

Ketllyn Lima Vieira Da Silva - Centro Universitário Senac

Anderson Antônio De Lima - Centro Universitário Senac

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar os impactos da inteligência emocional no empreendedorismo feminino na região da Grande São Paulo. A pesquisa parte do pressuposto de que, embora o número de mulheres empreendedoras tenha crescido significativamente nas últimas décadas, elas ainda enfrentam diversos obstáculos relacionados à desigualdade de gênero, à conciliação entre vida pessoal e profissional e à falta de apoio estrutural e emocional. Diante desse contexto, a inteligência emocional surge como uma ferramenta fundamental para o enfrentamento dessas adversidades, contribuindo para o fortalecimento da liderança, da resiliência e da tomada de decisões estratégicas. O estudo fundamenta-se em uma revisão bibliográfica com base em autores como Goleman (2011), além de dados do IBGE, Sebrae, GEM e outras fontes recentes, a fim de contextualizar a trajetória da mulher no mercado de trabalho, os desafios enfrentados no empreendedorismo e as características que definem a inteligência emocional. A pesquisa também aborda as motivações que levam as mulheres a empreender, bem como os obstáculos estruturais e culturais ainda presentes na realidade brasileira. Os resultados evidenciam que a inteligência emocional contribui de forma significativa para a autonomia, a gestão eficiente dos negócios e o equilíbrio entre os papéis desempenhados pelas mulheres empreendedoras.

Palavras-chave: Inteligência emocional; Empreendedorismo Feminino; Equidade de Gênero

Abstract

The present article aims to analyze the impacts of emotional intelligence on female entrepreneurship in the Greater São Paulo region. The research is based on the assumption that, although the number of women entrepreneurs has grown significantly in recent decades, they still face various obstacles related to gender inequality, the reconciliation of personal and professional life, and the lack of structural and emotional support. In this context, emotional intelligence emerges as a fundamental tool for facing these adversities, contributing to the strengthening of leadership, resilience, and strategic decision-making. The study is based on a literature review using authors such as Goleman (2011), as well as data from IBGE, Sebrae, GEM, and other recent sources, in order to contextualize women's trajectories in the labor market, the challenges faced in entrepreneurship, and the characteristics that define emotional intelligence. The research also addresses the motivations that lead women to start their own businesses, as well as the structural and cultural obstacles still present in the Brazilian reality. The results highlight that emotional intelligence significantly contributes to autonomy, efficient business management, and the balance between the roles played by women entrepreneurs.

Keywords: Emotional intelligence; Female entrepreneurship; Gender equity

OS IMPACTOS DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO EMPREENDEDORISMO FEMININO NA GRANDE SÃO PAULO

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar os impactos da inteligência emocional no empreendedorismo feminino na região da Grande São Paulo. A pesquisa parte do pressuposto de que, embora o número de mulheres empreendedoras tenha crescido significativamente nas últimas décadas, elas ainda enfrentam diversos obstáculos relacionados à desigualdade de gênero, à conciliação entre vida pessoal e profissional e à falta de apoio estrutural e emocional. Diante desse contexto, a inteligência emocional surge como uma ferramenta fundamental para o enfrentamento dessas adversidades, contribuindo para o fortalecimento da liderança, da resiliência e da tomada de decisões estratégicas. O estudo fundamenta-se em uma revisão bibliográfica com base em autores como Goleman (2011), além de dados do IBGE, Sebrae, GEM e outras fontes recentes, a fim de contextualizar a trajetória da mulher no mercado de trabalho, os desafios enfrentados no empreendedorismo e as características que definem a inteligência emocional. A pesquisa também aborda as motivações que levam as mulheres a empreender, bem como os obstáculos estruturais e culturais ainda presentes na realidade brasileira. Os resultados evidenciam que a inteligência emocional contribui de forma significativa para a autonomia, a gestão eficiente dos negócios e o equilíbrio entre os papéis desempenhados pelas mulheres empreendedoras.

Palavras-chave: Inteligência emocional; Empreendedorismo Feminino; Equidade de Gênero

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem crescido significativamente nos últimos anos, no entanto mulheres que decidem empreender enfrentam desafios como desigualdade de oportunidades, dificuldades ao financiamento e a necessidade de equilibrar múltiplas responsabilidades (Barbosa, 2023).

No Brasil, conforme o relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2018, existem 23,8 milhões de mulheres empreendedoras que lideram seus próprios negócios, criando empregos e contribuindo para o desenvolvimento do país. No entanto, essas empreendedoras enfrentam inúmeros desafios ao iniciar e administrar suas empresas. Diante desse cenário, a inteligência emocional se torna uma ferramenta essencial para o sucesso, pois permite que as empreendedoras desenvolvam liderança, resiliência e habilidades estratégicas para lidar, com o ambiente de trabalho.

A inteligência emocional conforme Goleman (2011), é capacidade de reconhecer, compreender e gerenciar as próprias emoções e as dos outros. O pesquisador define a inteligência emocional como um conjunto de habilidades que inclui autoconsciência, que está relacionado à capacidade de reconhecer suas próprias emoções e o impacto que elas causam.

A autorregulação, que envolve o gerenciamento das emoções de forma saudável e construtiva; motivação, que consiste em usar as emoções para alcançar seus objetivos; empatia, que é a habilidade de entender as emoções de seus pares; por fim, o autor define como habilidades sociais a capacidade de gerenciar relacionamentos de forma eficaz, construindo conexões interpessoais positivas a influenciar o comportamento dos outros de forma construtiva.

A crescente participação das mulheres no empreendedorismo é um fenômeno que, apesar de ser um indicativo de progresso social, revela também a perene luta contra a desigualdade de gênero e as barreiras estruturais enraizadas na sociedade. A problemática central reside na necessidade de compreender não apenas as motivações que impulsionam as

mulheres a empreender, mas também os desafios únicos que enfrentam nessa jornada, os quais são exacerbados por uma cultura que frequentemente subestima suas capacidades. Como afirmam Goleman e Boyatzis (2008), as habilidades emocionais são fundamentais para o sucesso em ambientes de alta pressão, e a falta de desenvolvimento dessas competências pode contribuir para o fracasso de iniciativas empresariais lideradas por mulheres.

Além disso, a discussão sobre inteligência emocional no contexto do empreendedorismo feminino não se destina apenas a agregar conhecimento acadêmico, mas visa também oferecer insights práticos que possam ser utilizados para o desenvolvimento de políticas públicas e programas de apoio diretos voltados para mulheres empreendedoras. De acordo com Lopes e Silva (2022), compreender como as empreendedoras utilizam suas competências emocionais para gerir negócios e lidar com a complexidade de suas vidas pessoais é fundamental para a formulação de estratégias que promovam maior equidade no ambiente de trabalho. A pesquisa, portanto, oferece uma análise crítica que pode informar ações direcionadas a reduzir a desigualdade de gênero no espaço empresarial e a melhorar a qualidade de vida das empreendedoras.

Ao analisar-se a interseccionalidade e os múltiplos papéis que as mulheres desempenham na sociedade, a pesquisa também se insere em um debate mais amplo sobre a construção de um ambiente de negócios inclusivo e justo. A luta pelo reconhecimento e valorização da liderança feminina exige uma reflexão sobre as condições estruturais que limitam o potencial das mulheres no mercado. Como ressaltam os estudos de Pereira et al. (2024), a inteligência emocional não é apenas uma habilidade desejável, mas uma competência estratégica que precisa ser desenvolvida e incentivada, visando criar uma nova geração de empreendedoras capazes de liderar com empatia e assertividade.

As mulheres enfrentam diferentes obstáculos relacionados a capacidade de empreender, pois há uma divisão de preocupações em conciliar a gestão de seu negócio, demandas familiares e cuidados pessoais, gerando efeitos negativos na capacidade de tomada de decisão das mulheres. Nesse sentido, a inteligência emocional entra como um suporte ou alternativa para gerenciar melhor essas diferentes influências no processo da tomada de decisão em empreender ou não. Diante disso, a presente pesquisa busca responder a seguinte pergunta: Quais são os impactos da inteligência emocional no empreendedorismo feminino?

O propósito desta pesquisa é examinar o papel da inteligência emocional no empreendedorismo feminino na grande São Paulo. Para atingir esse objetivo, será conduzida uma revisão bibliográfica seguida de um estudo empírico para fundamentação da pesquisa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Mulher no mercado de trabalho

Tudo teve início durante a Primeira e a Segunda Guerra Mundial, quando as mulheres precisaram assumir os postos de trabalho deixados pelos homens que foram para os campos de batalha. Com o avanço do capitalismo no século XIX, algumas legislações passaram a beneficiar as mulheres. Com o passar do tempo e o progresso da sociedade moderna, elas conquistaram maior independência e espaço na sociedade. Hoje, os dados mostram que as mulheres representam a maioria da população brasileira, correspondendo a 51,5% (Empresa Brasil de Comunicação, 2023)

Segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (2024), desde os primórdios da Revolução Industrial até os dias atuais, as mulheres têm lutado por seu espaço e reconhecimento no mercado de trabalho. Esse processo evolutivo tem passado por transformações significativas nos últimos anos, marcado por avanços significativos, desafios persistentes e conquistas notáveis, moldando a presença feminina em todos os setores profissionais (Ministério do Trabalho e Emprego, 2024). É importante notar que as condições de trabalho na época eram muitas vezes inferiores e as mulheres recebiam salários mais baixos do que os homens (Alves, 2023).

Quando se versa sobre o mercado de trabalho, é possível afirmar que as mulheres recebem menos do que os homens, passando em seu cotidiano por problemas que eles nunca passaram, como preconceito de gênero, imposição de padrões de beleza, assédio e machismo, presentes nas corporações (Seggiaro, 2017).

Conforme dados do IBGE (2021), em 2019 as mulheres ocupavam apenas 37,4% dos cargos gerenciais e recebiam, em média, 77,7% da remuneração recebida pelos homens. Esses dados evidenciam a desigualdade de gênero no mercado de trabalho, revelando um cenário no qual as mulheres ainda enfrentam desvantagens significativas.

O Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) tem assistido de perto esse processo de evolução, buscando proporcionar políticas e ações que garantam igualdade de oportunidades e o pleno exercício dos direitos trabalhistas para todas as trabalhadoras. Segundo ainda, dados da Pesquisa Nacional por Amostra por Domicílio (PNAD), o ano de 2023 fechou com maior número de pessoas ocupadas desde 2012, com 100.984.563 trabalhadores ativos. Um recorde histórico também de apropriação feminina totalizando 43.380.636 mulheres, a frente de 2022 que obteve 42.675.531.

2.2 Empreendedorismo

O empreendedorismo teve suas origens no século XVII, com o processo de Industrialização que deu origem da primeira Revolução industrial. A ação de empreender se dá devido a identificação de oportunidades que surgem em razão de uma necessidade. É a partir disso que as atividades econômicas são desenvolvidas e por consequência geram valor econômico e social. “Afinal, as empresas empregam funcionários e pagam aluguéis, impostos e juros. Também compram matérias-primas e as transformam em bens e serviços úteis aos consumidores. Por tudo isso, elas ajudam a elevar o padrão e a qualidade de vida da sociedade” (Maximiano, 2012, p.3)

Segundo Silva e Souza (2023), o empreendedor é aquele que dá vida a ideias inovadoras, movido pela criatividade e pela iniciativa de transformar o que ainda não existe em algo concreto e valioso. Já o empresário, por sua vez, assume um papel mais técnico e estruturado, cuidando da organização, da gestão e da manutenção diária do negócio. Enquanto o empreendedor costuma ser visto como um agente de mudança — alguém que enxerga possibilidades onde outros veem obstáculos —, o empresário é quem mantém os pés no chão, garantindo com que a empresa funcione de forma sólida e sustentável no mercado. Juntos, esses dois perfis se complementam e formam a base de negócios que inovam sem perder a consistência.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae (2023), o comportamento empreendedor é caracterizado por elementos como a busca por oportunidades, a persistência, a capacidade de assumir riscos calculados, a proatividade, o comprometimento e a autoconfiança. Esses atributos serão retomados ao longo deste trabalho, por sua relevância na compreensão do perfil empreendedor e sua influência na dinâmica organizacional contemporânea.

2.3 A Mulher Empreendedora

A mulher empreendedora desempenha uma série de papéis que se conectam e se influenciam mutuamente. Além de ser responsável pela gestão do seu negócio, ela constantemente assume outros papéis importantes, como mãe, esposa, dona de casa e, também atua como agente de transformação social em sua comunidade.

Um dos maiores desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras é conciliar os múltiplos papéis que desempenha. (Jhonatan 2023). “A dupla jornada é uma das principais fontes de estresse para as mulheres, pois elas frequentemente assumem a maior parte das responsabilidades domésticas além de suas carreiras profissionais” (Hochschild, 1989, p. 23).

No contexto brasileiro, o equilíbrio entre as demandas profissionais e familiares constitui um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras. Estudos indicam que, mesmo diante da sobrecarga da dupla jornada, muitas mulheres conseguem

integrar suas responsabilidades de forma a promover tanto o bem-estar pessoal quanto a sustentabilidade de seus negócios. Conforme destacam Santos, Rodrigues e Almeida (2023), a conciliação entre trabalho e vida pessoal exige das empreendedoras habilidades de organização, resiliência e adaptação, especialmente em cenários adversos, como o enfrentado durante a pandemia de COVID-19.

Além disso, a busca por autonomia financeira e realização pessoal aparece como fator motivador para muitas mulheres que decidem empreender. Segundo Rumpel et al. (2023), o empreendedorismo feminino tem potencial não apenas para promover a equidade de gênero, mas também para contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento econômico e social, à medida que mulheres assumem o protagonismo em seus negócios, conciliando seus múltiplos papéis na sociedade.

No contexto brasileiro, Jonathan (2001) observa que as empreendedoras almejam intensamente estabelecer um ponto de equilíbrio entre as demandas profissionais e familiares e parecem alcançar tal equilíbrio na medida em que percebem e afirmam que trabalho e família se ajudam e se beneficiam mutuamente. Por outro lado, trabalho, filhos e respeito próprio, se constituem como fontes de altos e semelhantes índices de satisfação das empreendedoras brasileiras, indicando que o espaço profissional, familiar e pessoal contribui de maneira equilibrada para o bem-estar psicológico destas mulheres (Jonathan, 2005).

2.4 Conceitos e motivações no empreendedorismo feminino.

Historicamente, a mulher brasileira é considerada uma das maiores empreendedoras no mundo. Ao longo da última década, os percentuais de mulheres e homens entre os empreendedores iniciais têm sido similares, porém as mulheres têm apresentado uma leve predominância, visto que a participação feminina representa 51,5% das mulheres, enquanto a masculina 48,5%. Esse equilíbrio não acontece ao relacionar a participação dos gêneros em empreendimentos já estabelecidos, pois enquanto a atuação das mulheres é de 42,7%, a dos homens é de 57,3% (GEM, 2016).

Segundo Florencio e Paula (2022), os principais motivos que levam as mulheres a empreender incluem a falta de oportunidades no mercado de trabalho, a necessidade de prover sua própria renda e a busca por horários mais flexíveis, permitindo com que haja uma conciliação mais apropriada de suas responsabilidades familiares com a gestão do negócio. Além disso, Almeida, Nascimento e Martini (2023) destacam que o empreendedorismo feminino, em muitos casos, surge como uma alternativa para mulheres em situação de vulnerabilidade, sendo uma estratégia para alcançar independência financeira e superar a dependência econômica.

2.5 Mulheres empreendedoras atualmente

As mulheres empreendedoras, atualmente, representam uma força significativa na economia global e estão redefinindo o conceito de empreendedorismo. Sua presença crescente desafia tradições e promove uma nova perspectiva sobre liderança, inovação e gestão de negócios. A literatura empreendedora aborda essa transformação, destacando não apenas o papel inspirador dessas mulheres, mas também os desafios que enfrentam e as habilidades que trazem ao mercado. (Vizeu, 2024)

Segundo Santos e Diógenes (2019) com mulheres assumindo cargos de liderança, novas características tornaram-se evidentes caracterizando esta liderança feminina permeada pela negociação, empatia, melhor capacidade de conciliar várias tarefas e comunicação. De acordo com Oliveira (2020) as mulheres em cargos de liderança sabem influenciar pessoas de maneira reflexiva e humanizada e também tem a capacidade de coordenar equipes com inteligência emocional.

As mulheres são capazes de realizar mais de uma atividade ao mesmo tempo, elas trabalham bem em equipe, tendem a ser organizadas, tem boa capacidade de comunicação,

negociação e resolução de problemas de forma eficaz, além de delegar tarefas com facilidade (Oliveira, 2020).

O empreendedorismo feminino no Brasil tem avançado nas últimas décadas, mas ainda enfrenta barreiras estruturais e culturais significativas. Dados do Sebrae (2023) revelam que mulheres empreendedoras recebem menos apoio dos parceiros, são mais impactadas pela maternidade em suas decisões profissionais e enfrentam maior sobrecarga ao conciliar trabalho e responsabilidades familiares. Além disso, muitas sacrificam o tempo pessoal para cuidar de familiares e demonstram menor autoconfiança em relação aos homens.

O preconceito de gênero também é recorrente: cerca de 25% das empreendedoras relataram já ter sofrido discriminação, e 42% presenciaram outras mulheres em situações semelhantes. A desigualdade na distribuição do tempo destinado aos cuidados familiares e tarefas domésticas evidencia um cenário de sobrecarga que dificulta o pleno desenvolvimento dos negócios femininos (Sebrae, 2023).

2.6 Inteligência Emocional

A inteligência emocional (IE) é compreendida como a capacidade de reconhecer, compreender e gerenciar as próprias emoções, além de perceber e influenciar as emoções das outras pessoas. Esse conceito de inteligência emocional foi inicialmente proposto por Salovey e Mayer na década de 1990, sendo definido como a capacidade de perceber, compreender, regular e utilizar as emoções de maneira eficaz.

No entanto, foi com a obra de Daniel Goleman, publicada em 1995, que a inteligência emocional ganhou maior notoriedade, aplicabilidade prática e impacto global. Goleman (2011) ampliou a compreensão do conceito ao relacioná-lo com o sucesso profissional, liderança e desempenho em diversos contextos, defendendo que as habilidades emocionais são tão importantes quanto o quociente intelectual para a realização pessoal e profissional (Pereira, p.27, 2024).

Pereira ainda destaca que as aptidões emocionais são fundamentais para a vida e influenciam diretamente nossas relações interpessoais, o desempenho profissional, o bem-estar interpessoais, e o bem-estar psicológico.

Analisando melhor os estudos proposto por Goleman, foi possível se destacar algumas características que define o conceito de IE:

A primeira habilidade da inteligência emocional, segundo Goleman (1995), é o autoconhecimento emocional que se trata da capacidade de reconhecer as próprias emoções, compreendendo como elas surgem, quais são suas causas e de que maneira influenciam pensamentos e comportamentos. O autoconhecimento permite que o indivíduo tenha uma percepção clara de si mesmo, de seus estados emocionais e de como esses sentimentos afetam sua tomada de decisões.

A segunda habilidade é o autocontrole emocional, também chamado de autorregulação. Essa competência envolve a capacidade de lidar de forma saudável com as próprias emoções, especialmente as mais intensas, como raiva, frustração ou medo. Em vez de agir por impulso, o indivíduo emocionalmente inteligente é capaz de pausar, refletir e escolher a melhor forma de reagir diante de situações adversas.

A automotivação constitui a terceira dimensão da inteligência emocional. Ela diz respeito à capacidade de direcionar as emoções para alcançar objetivos e manter o foco em metas de longo prazo. Pessoas com essa habilidade demonstram entusiasmo, iniciativa e perseverança, mesmo diante de obstáculos e fracassos.

A quarta habilidade é a empatia, que consiste na capacidade de se colocar no lugar do outro, compreendendo seus sentimentos, necessidades e perspectivas. Ser empático vai além de perceber as emoções alheias; envolve acolher o outro com sensibilidade e respeito, reconhecendo a diversidade de experiências emocionais. A empatia é fundamental para a construção de relações saudáveis, pois favorece a comunicação, o respeito mútuo e a cooperação.

Por fim, a quinta habilidade é a das habilidades sociais, que englobam a capacidade de se relacionar bem com outras pessoas, influenciar positivamente o ambiente, resolver conflitos

e trabalhar em equipe. Indivíduos com habilidades sociais desenvolvidas são capazes de estabelecer conexões interpessoais eficazes, utilizando a comunicação de forma assertiva, respeitosa e colaborativa.

2.7 Inteligência Emocional e Empreendedorismo Feminino

No contexto do empreendedorismo feminino, a inteligência emocional representa uma competência essencial para a gestão de negócios, pois permite que as mulheres gerenciem eficazmente as emoções diante dos desafios cotidianos.

Segundo Goleman (2011), as mulheres, em geral, tendem a demonstrar maior empatia, sensibilidade emocional e habilidades interpessoais, características que podem ser grandes aliadas na liderança de equipes, na fidelização de clientes e na construção de redes de apoio e colaboração.

A inteligência emocional contribui para a conciliação entre os papéis sociais e profissionais das mulheres, ou seja, empreendedoras que possuem alto níveis de IE demonstram maior capacidade de equilibrar as demandas do negócio com as responsabilidades familiares, reduzindo o estresse e melhorando o bem-estar geral, seja de seus colaboradores, ou familiares. (Barbosa e Lourenço, 2021).

Nesse sentido, Pereira et al. (2024) argumentam que uma vida pessoal e profissional alicerçada na inteligência emocional pode representar um diferencial significativo para o bem-estar da mulher empreendedora, permitindo-lhe gerenciar suas responsabilidades com mais equilíbrio, controle e autoconsciência.

Em uma análise de 50 fontes bibliográficas, os autores identificaram quatro principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres em sua trajetória empreendedora: (1) o gerenciamento do trabalho e da família (90%), (2) os estigmas sociais por ser mulher (66%), (3) os obstáculos para a captação de recursos financeiros (56%) e (4) o gerenciamento do tempo e a realização de afazeres (44%). A partir dessa análise, evidencia-se que a IE pode funcionar como um recurso interno fundamental para enfrentar esses obstáculos (Pereira, 2024).

Conforme Martinez (2018), a inteligência emocional é composta por um conjunto de habilidades mentais que visa à administração dos sentimentos e, quando bem desenvolvida, pode impulsionar a capacidade da mulher de se adaptar a ambientes de alta exigência emocional, como o empreendedorismo.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa é de natureza descritiva, pois, segundo Gil (1999), a pesquisa com essa classificação ocupa-se de estabelecer relações entre variáveis existentes, tendo como finalidade principal a descrição objetiva, utilizando técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionários e observação sistemática, para obter informações precisas.

O foco da pesquisa descritiva, de acordo com Triviños (1987), é descrever "com exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade", sendo particularmente útil quando o pesquisador intenciona conhecer a fundo uma comunidade, suas particularidades, valores e os problemas culturais associados. Embora possa identificar e estabelecer correlações entre variáveis, a pesquisa descritiva, segundo Vergara (2000), não possui o compromisso intrínseco de explicar as causas dos fenômenos que descreve, mas frequentemente serve como uma base sólida para futuras investigações explicativas que busquem aprofundar o entendimento das relações de causa e efeito.

A abordagem desta pesquisa é qualitativa, conforme os conceitos definidos por Triviños (1987), pois busca compreender de forma aprofundada os fenômenos sociais, considerando seus significados e contextos. O foco está na interpretação dos dados de maneira mais sensível à realidade, procurando entender não apenas o que é visível, mas também a essência, as relações envolvidas e as possíveis transformações. Essa perspectiva permite analisar o fenômeno dentro de seu ambiente natural, valorizando a percepção dos participantes e o sentido que atribuem às suas experiências.

Gil (1999) reforça que essa abordagem propicia o aprofundamento da investigação,

valorizando o contato direto do pesquisador com a situação estudada e buscando compreender as perspectivas dos participantes, seus significados e interpretações, mantendo-se aberta à individualidade e aos múltiplos significados.

Bogdan e Biklen (2003) sistematizam características centrais desta abordagem, como a utilização do ambiente natural como fonte direta de dados, onde o pesquisador é o principal instrumento; a coleta de dados predominantemente descritivos (entrevistas, observações, documentos); a ênfase no processo investigativo em detrimento do produto final; o foco no significado que as pessoas atribuem às suas experiências; e a análise de dados realizada de forma indutiva, construindo teorias a partir da inspeção dos dados. Essa natureza exploratória e interpretativa permite uma rica compreensão da complexidade das experiências humanas e sociais.

Com o objetivo de investigar como a Inteligência Emocional é percebida, aplicada e desenvolvida por mulheres empreendedoras, esta pesquisa adotou, como estratégia metodológica, o estudo de casos múltiplos, permitindo uma análise comparativa entre diferentes experiências de empreendedoras que atuam em contextos variados. De acordo com Yin (2015), o estudo de caso múltiplo é indicado quando se busca investigar um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos. Esse tipo de abordagem favorece a compreensão detalhada de como a Inteligência Emocional é percebida, aplicada e desenvolvida por diferentes mulheres no ambiente empreendedor.

A seleção dos casos foi realizada por meio de amostragem intencional, considerando critérios como diversidade de setor de atuação, tempo de experiência no empreendedorismo e disponibilidade para participação em entrevistas e resposta a questionário. Foram escolhidas empreendedoras atuantes em diferentes contextos socioeconômicos e geográficos, de modo a permitir uma análise comparativa entre realidades distintas.

A escolha por casos distintos visa aumentar a validade externa da pesquisa, permitindo identificar padrões e variações relevantes no comportamento emocional das participantes em relação às suas práticas de gestão e tomada de decisão.

Além disso, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), como método de tratamento dos dados obtidos nas entrevistas. Essa técnica permite identificar categorias, temas e sentidos implícitos nas falas das participantes, possibilitando uma leitura mais estruturada e sistemática das informações coletadas. O processo analítico seguiu as etapas de pré-análise, codificação, categorização e interpretação dos dados, com o apoio de software especializado (Google Forms), o que favoreceu a organização e a confiabilidade do tratamento das informações.

Para enriquecer os dados, foram considerados registros complementares, como observações realizadas durante os encontros presenciais e materiais acessíveis ao público, como postagens em redes sociais.

A abrangência desses elementos, segundo Flick (2009), contribui para a consistência e a confiabilidade dos resultados em estudos qualitativos, permitindo uma compreensão mais abrangente da relação entre Inteligência Emocional e empreendedorismo no contexto feminino.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo apresenta os resultados obtidos na pesquisa de campo, realizada com 18 mulheres empreendedoras, cuja proposta foi compreender como a inteligência emocional (IE) se manifesta no contexto do empreendedorismo feminino. As respostas foram analisadas qualitativamente, buscando identificar padrões, desafios e estratégias emocionais adotadas pelas participantes em suas trajetórias empresariais. Os dados são discutidos à luz da literatura científica recente, promovendo uma análise crítica sobre os impactos da IE na gestão dos negócios liderados por mulheres.

4.1 Perfil socioeconômico das empreendedoras e sua relevância para a compreensão da Inteligência emocional no contexto empresarial

O perfil sociodemográfico das participantes revela características importantes que contextualizam as análises sobre a inteligência emocional no empreendedorismo feminino na Grande São Paulo. A diversidade observada nas respostas permite compreender como diferentes aspectos da vida pessoal e profissional influenciam tanto os desafios quanto as estratégias emocionais adotadas.

Fazendo uma análise mais aprofundada dos dados das 18 respondentes, observa-se que a maioria das empreendedoras se encontra na faixa etária entre 25 e 44 anos, representando aproximadamente 72% das respondentes, o que nos mostra que essas mulheres estão, em sua maioria, em um momento de consolidação de suas carreiras, construção de negócios e, simultaneamente, enfrentando demandas significativas relacionadas à vida pessoal, especialmente no que diz respeito à formação de famílias e ao cuidado com filhos.

Essa faixa etária também é aquela em que os desafios emocionais tendem a se intensificar, visto que é o período em que as exigências profissionais frequentemente se sobrepõem às necessidades pessoais, exigindo dessas mulheres um nível elevado de equilíbrio emocional para gerenciar múltiplas responsabilidades.

Há também uma parcela menor, mas ainda significativa, de mulheres com 45 anos ou mais, que trazem consigo uma experiência acumulada tanto no mundo dos negócios quanto na gestão dos desafios emocionais, o que representa um elemento enriquecedor para a análise. Este dado dialoga com o que aponta o relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022), que destaca que o empreendedorismo feminino no Brasil é altamente heterogêneo, sendo protagonizado por mulheres que, na busca por autonomia financeira e flexibilidade de tempo, encontram no empreendedorismo uma alternativa ao mercado formal.

No que se refere à escolaridade, o grupo apresenta um perfil relativamente diversificado, embora a maior parte das empreendedoras possua ensino médio completo, ensino superior em andamento ou já concluído. Essa configuração é consistente com dados nacionais sobre o empreendedorismo feminino, que indicam que muitas mulheres buscam no empreendedorismo uma alternativa ao mercado formal de trabalho, especialmente quando encontram barreiras no acesso a empregos compatíveis com sua formação ou que lhes proporcionem a flexibilidade necessária para conciliar suas diversas funções sociais.

Vale destacar que uma proporção expressiva das entrevistadas possui pós-graduação completa ou em andamento, o que reflete uma busca constante por qualificação, seja no campo técnico, seja no desenvolvimento de competências socioemocionais. Esse dado revela um traço importante da mulher empreendedora contemporânea, que, ciente dos desafios estruturais e emocionais do mercado, investe em sua formação como estratégia de fortalecimento pessoal e profissional.

Quando se observa a variável relacionada ao estado civil, percebe-se que há uma divisão bastante equilibrada entre mulheres solteiras e aquelas que estão casadas ou em união estável. Esse dado é relevante, pois sinaliza que o empreendedorismo feminino não está restrito a um único perfil familiar, mas abrange tanto mulheres que conduzem seus negócios de forma independente, quanto aquelas que compartilham a vida conjugal e, conseqüentemente, precisam negociar constantemente as fronteiras entre o espaço doméstico e o profissional.

Além disso, uma parcela das empreendedoras é composta por mulheres divorciadas, separadas ou viúvas, cuja entrada ou permanência no empreendedorismo está, muitas vezes, associada à busca por autonomia financeira e por uma fonte de sustento para si e para seus filhos. Este aspecto se conecta diretamente com os achados da literatura, especialmente nos estudos de Florêncio e Paula (2022) e Rumpel et al. (2023), que destacam o empreendedorismo feminino como uma estratégia de superação de vulnerabilidades econômicas e sociais.

A questão da maternidade aparece como uma variável de grande relevância para a compreensão dos desafios emocionais enfrentados por essas mulheres. A maioria das entrevistadas possui filhos, sendo que muitas delas relatam que a gestão do tempo e o equilíbrio entre as demandas da empresa e da vida familiar são, de fato, os principais desafios enfrentados em sua trajetória empreendedora.

A presença de filhos, especialmente em idade escolar, amplia as exigências emocionais, pois essas mulheres precisam, diariamente, administrar os cuidados com a educação, o bem-

estar e o desenvolvimento dos filhos, enquanto conduzem seus negócios em um mercado competitivo e frequentemente hostil à presença feminina. Esse dado reforça as análises presentes em Jonathan (2005) e Santos, Rodrigues e Almeida (2023), que apontam que o peso da dupla jornada não apenas compromete o tempo disponível para atividades empresariais, mas também gera uma sobrecarga emocional que, se não for bem gerida, pode culminar em processos de adoecimento físico e mental.

A localização das empreendedoras, todas atuantes na Região Metropolitana de São Paulo, também é um elemento que merece destaque, uma vez que o ambiente urbano é caracterizado por um alto nível de competitividade, exigências operacionais constantes e, ao mesmo tempo, oferece uma ampla gama de oportunidades de negócios. No entanto, essa mesma dinâmica urbana traz consigo desafios adicionais, como o trânsito, a insegurança, a instabilidade econômica e a falta de políticas públicas efetivas de suporte ao empreendedorismo feminino, especialmente no que se refere à conciliação entre trabalho e vida pessoal.

Esses fatores, quando analisados em conjunto, permitem compreender que as experiências emocionais vividas por essas mulheres não são fruto apenas de características individuais, mas estão profundamente imbricadas nas estruturas sociais, econômicas e culturais que moldam a realidade do empreendedorismo feminino no Brasil.

Portanto, a análise do perfil sociodemográfico das participantes não é um dado meramente descritivo, mas sim um elemento estruturante da compreensão dos fenômenos emocionais e comportamentais analisados ao longo deste estudo. A interseccionalidade entre gênero, idade, escolaridade, estado civil, maternidade e contexto urbano constitui-se como um eixo fundamental para a leitura dos desafios e das estratégias emocionais adotadas por essas mulheres.

Assim, fica evidente que qualquer abordagem que busque compreender a inteligência emocional no empreendedorismo feminino precisa necessariamente considerar essas variáveis, pois é na confluência desses múltiplos fatores que se dá a construção das competências emocionais que sustentam não apenas os negócios, mas também os projetos de vida dessas mulheres.

4.2 Inteligência Emocional como competência essencial na liderança feminina

A análise das respostas demonstra que a inteligência emocional é percebida pelas empreendedoras como uma competência indispensável para o sucesso no ambiente empresarial. As participantes destacam que o desenvolvimento da IE permite maior controle emocional, capacidade de escuta, empatia nas relações e melhor gestão de conflitos.

Conforme Goleman (2011), a IE é composta por cinco pilares: autoconhecimento, autocontrole, automotivação, empatia e habilidades sociais. Esses elementos foram constantemente mencionados pelas empreendedoras como fundamentais em seus negócios. Uma das participantes relata:

“É um desafio, mas precisamos ter sabedoria em cada decisão. Respirar e manter a calma senão não sai nada” (Respondente 4).

Esse relato evidencia que a capacidade de gerenciar emoções diante de desafios operacionais, como prazos apertados e sobrecarga de trabalho, é uma prática recorrente.

Além disso, estudos recentes apontam que a IE não apenas favorece a gestão interna das emoções, mas também melhora significativamente as relações com clientes e colaboradores (Ferreira; Nascimento, 2022). As empreendedoras destacam que o uso da empatia fortalece vínculos e gera fidelização:

“Empatia cria vínculos e fidelidade” (Respondente 2).

O desenvolvimento dessas competências tem sido especialmente relevante em um ambiente competitivo e, muitas vezes, hostil às mulheres empreendedoras, como é o caso do contexto urbano de São Paulo. Segundo Lopes e Silva (2023), a inteligência emocional na liderança feminina está diretamente associada à capacidade de construir ambientes colaborativos, resolver conflitos e promover inovação, mesmo em cenários adversos. As falas das participantes corroboram esses achados, demonstrando que a IE funciona como um

diferencial competitivo.

A partir dos relatos, estruturou-se o Quadro 1, que resume as percepções das participantes em quatro dimensões-chave.

Quadro 1 – Percepções e experiências sobre inteligência emocional no empreendedorismo feminino

Categoria	Principais Achados
Percepção sobre IE	Ferramenta essencial para liderar, gerir conflitos e manter relações saudáveis. Associada à empatia, paciência, foco e resiliência.
Desafios emocionais	Pressão por resultados, excesso de autocobrança, dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional, preconceito de gênero e solidão.
Estratégias utilizadas	Respiração consciente, autoconhecimento, oração, apoio em redes femininas, organização do tempo e práticas de mindfulness.
Impacto da IE no negócio	Melhora na tomada de decisão, fidelização de clientes, desenvolvimento de equipes, aumento da resiliência e fortalecimento da liderança.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Conforme evidenciado na tabela, o entendimento das empreendedoras sobre IE transcende a gestão de emoções pessoais e se estende às relações interpessoais e à sustentabilidade dos negócios. Isso reforça a tese de que a IE não é um atributo secundário, mas sim central na dinâmica empresarial feminina (Gomes et al., 2023; Pereira et al., 2024).

4.3 Desafios Emocionais no Empreendedorismo Feminino

A pesquisa revelou que, além dos desafios típicos do ambiente empresarial, as mulheres enfrentam pressões emocionais específicas relacionadas à sua condição de gênero. As entrevistadas mencionam que a conciliação entre vida pessoal e profissional é uma fonte constante de tensão.

“É muito difícil separar as coisas, principalmente quando tem filhos e prazos a cumprir. Mas se não respirar e focar, a gente não dá conta” (Respondente 5).

Além da sobrecarga, a desigualdade de gênero foi citada como um fator que exige resiliência emocional contínua. Uma das empreendedoras relata:

“Quando você tem inteligência emocional, entende que o mundo é assim, mas se supera mostrando o contrário para as pessoas” (Respondente 6).

Essa percepção está alinhada com os estudos de Oliveira e Souza (2020), que apontam que a mulher empreendedora no Brasil enfrenta, além dos desafios econômicos, o machismo estrutural, que se manifesta em desconfiança sobre sua competência, dificuldades em acessar crédito e ser levada a sério no ambiente de negócio. Outro desafio frequentemente citado é a solidão da liderança, quando não se encontram redes de apoio ou espaços de escuta, o que acarreta maior desgaste emocional.

Além disso, as situações de crise e incerteza, como as vividas na pandemia de Covid-19, foram destacadas como momentos em que o equilíbrio emocional foi determinante para a continuidade dos negócios. Isso se alinha às conclusões de Martins et al. (2021), que afirmam que empreendedores emocionalmente inteligentes apresentam maior capacidade de adaptação em cenários de crise.

4.4 Integração dos Resultados com as Dimensões da Inteligência Emocional

A primeira dimensão da inteligência emocional, o autoconhecimento, foi identificada como um elemento crucial na trajetória das empreendedoras entrevistadas. As participantes relataram que reconhecer suas próprias emoções e compreender como estas impactam suas decisões é fundamental para enfrentar os desafios do dia a dia. Muitas compartilharam experiências em que a consciência sobre seus níveis de estresse e ansiedade as ajudou a buscar estratégias e recursos para equilibrar as demandas profissionais e pessoais: “Quando percebo que estou sobrecarregada, tiro um tempo para me reorganizar” (Respondente 1). Essa capacidade de autoconhecimento se traduz não apenas em um melhor gerenciamento de suas vidas, mas também em uma liderança mais consciente e eficaz.

A segunda dimensão, o autocontrole ou autogestão, aparece amplamente como um dos pilares que permitem às mulheres empreendedoras lidar com a pressão constante por resultados e as exigências emocionais de suas funções. A habilidade de regular as suas emoções frente a situações adversas promove um ambiente de trabalho mais positivo e colaborativo. Várias entrevistadas mencionaram a importância de técnicas como respiração consciente e meditação para manter a calma em momentos críticos: “Parei de reagir impulsivamente e passei a pensar antes de agir” (Respondente 3). Essa prática de autocontrole não só contribui para a tomada de decisões racionais, mas também estabelece um exemplo de resiliência para suas equipes e clientes.

As habilidades sociais emergiram como uma competência que se interliga com a construção de relações saudáveis dentro e fora do ambiente de trabalho. As empreendedoras ressaltaram que a empatia e a capacidade de se comunicar de maneira eficaz são fundamentais para estabelecer parcerias, fidelizar clientes e promover um ambiente de trabalho colaborativo. A pesquisa demonstrou que, em um setor frequentemente caracterizado por um cenário competitivo, a habilidade de construir relacionamentos baseados na confiança e respeito mútuo é um diferencial significativo: “Empatia na liderança transforma a relação com minha equipe e meus clientes” (Respondente 4). Essa dimensão destaca que a inteligência emocional, de fato, não é uma mera habilidade individual, mas um fator que potencializa o sucesso coletivo.

A empatia emergiu como uma habilidade crucial entre as empreendedoras entrevistadas, sendo frequentemente citada como um diferencial significativo em suas práticas de liderança e na construção de relacionamentos profissionais. As participantes destacaram que perceber e compreender as emoções dos outros não apenas fortalece suas interações com a equipe, mas também fomenta um ambiente de trabalho mais colaborativo e solidário. Uma das empreendedoras mencionou: “Entender as dificuldades da minha equipe me ajuda a criar soluções que atendem não só ao negócio, mas também ao bem-estar delas” (Respondente 7). Esse enfoque em cultivar relações empáticas reflete o que Goleman (2011) descreve como a capacidade de se conectar emocionalmente com os outros, promovendo a lealdade e o engajamento. Assim, a empatia se mostra não apenas uma qualidade desejável, mas um pilar fundamental na sustentabilidade e no crescimento dos negócios liderados por mulheres, permitindo que elas naveguem com mais eficácia em um mercado que frequentemente apresenta desafios adicionais relacionados ao gênero.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou investigar os impactos da inteligência emocional (IE) no contexto do empreendedorismo feminino na Grande São Paulo, um cenário marcado tanto por oportunidades quanto por desafios significativos. O estudo partiu da premissa de que, diante das barreiras estruturais e culturais enfrentadas pelas mulheres que decidem empreender – como a dupla jornada, a desigualdade de gênero e as dificuldades de acesso a recursos (Barbosa, 2023; Sebrae, 2023) –, a inteligência emocional emerge como uma competência crucial para a gestão dos negócios e para o bem-estar pessoal.

Os resultados obtidos por meio do estudo de casos múltiplos com 18 empreendedoras

confirmam a relevância da inteligência emocional nesse contexto. As participantes percebem a IE não apenas como uma ferramenta para o autoconhecimento e autocontrole, mas como um pilar essencial para a liderança eficaz, a gestão de conflitos, a construção de relacionamentos interpessoais saudáveis com clientes e equipes, e a tomada de decisões assertivas.

As habilidades destacadas, como empatia, resiliência, foco e paciência, alinham-se diretamente aos componentes da inteligência emocional propostos por Goleman (2011) – autoconsciência, autorregulação, motivação, empatia e habilidades sociais – e demonstram sua aplicabilidade prática no cotidiano empresarial.

A pesquisa evidenciou que as empreendedoras utilizam a inteligência emocional como um recurso interno fundamental para navegar pelos desafios específicos do empreendedorismo feminino. A capacidade de gerenciar emoções intensas, como a pressão por resultados, o excesso de autocobrança e a frustração diante do preconceito de gênero, foi apontada como determinante para a superação de obstáculos e para a manutenção da motivação.

Estratégias como a respiração consciente, a busca por autoconhecimento, o apoio em redes femininas e a organização do tempo foram mencionadas como práticas que fortalecem o equilíbrio emocional. Esses achados corroboram a visão de Martinez (2018) e Pereira et al. (2024), que posicionam a IE como um fator de adaptação e resiliência em ambientes de alta exigência emocional.

Ademais, o estudo reforça a complexidade da experiência empreendedora feminina, intrinsecamente ligada a fatores sociodemográficos como idade, escolaridade, estado civil e, principalmente, a maternidade. A conciliação entre as demandas profissionais e familiares emergiu como um dos maiores desafios emocionais, exigindo das mulheres um gerenciamento constante de tempo e energia, o que ressalta a importância da dupla jornada discutida por Hochschild (1989) e observada em estudos brasileiros recentes (Santos, Rodrigues e Almeida, 2023).

Nesse sentido, a inteligência emocional contribui significativamente para equilibrar esses múltiplos papéis, reduzindo o estresse e promovendo maior bem-estar, conforme apontado por Barbosa e Lourenço (2021).

As implicações deste estudo sugerem que o desenvolvimento da inteligência emocional deve ser considerado um componente estratégico no apoio ao empreendedorismo feminino. Programas de capacitação e redes de apoio que incluam o desenvolvimento de competências socioemocionais podem fortalecer as empreendedoras, auxiliando-as a enfrentar as barreiras existentes e a potencializar seus negócios.

Teoricamente, a pesquisa contribui ao fornecer evidências empíricas sobre a manifestação e o impacto da IE em um contexto específico – o das mulheres empreendedoras na metrópole paulista –, enriquecendo a literatura sobre a interseção entre gênero, emoções e empreendedorismo.

Reconhece-se, contudo, as limitações desta pesquisa. A abordagem qualitativa, embora profunda, baseia-se em uma amostra intencional e geograficamente delimitada, o que restringe a generalização dos resultados. Diante disso, sugestões para futuras investigações emergem naturalmente.

Seria valioso ampliar o escopo geográfico e setorial, replicando o estudo em outras regiões do Brasil ou mesmo em contextos internacionais, comparando como as dinâmicas culturais e socioeconômicas locais influenciam a relação entre IE e empreendedorismo feminino. Investigar setores específicos (como tecnologia, serviços, indústria criativa) também poderia revelar nuances importantes. Adicionalmente, a adoção de estudos quantitativos com amostras maiores ou abordagens de métodos mistos permitiria validar estatisticamente as relações identificadas e aumentar a generalização dos achados.

Outro caminho promissor para pesquisas futuras reside na análise longitudinal, acompanhando um grupo de empreendedoras ao longo do tempo (por exemplo, 2 a 5 anos). Isso possibilitaria observar como a inteligência emocional se desenvolve, como influencia a trajetória dos negócios em diferentes fases e como as empreendedoras lidam com desafios emocionais em momentos distintos de suas carreiras.

Poderia também aprofundar a análise nos componentes específicos da IE, investigando

de forma mais detalhada como a autoconsciência, a autorregulação, a motivação, a empatia e as habilidades sociais se relacionam com resultados específicos do negócio, como inovação, desempenho financeiro ou satisfação da equipe.

A complexidade do tema demanda ainda um olhar mais atento à interseccionalidade, explorando como a inteligência emocional interage com outras dimensões da identidade das empreendedoras, como raça, classe social, orientação sexual e nível educacional. Compreender como essas interseccionalidades moldam as experiências emocionais é fundamental.

Focar em contextos específicos, como o empreendedorismo feminino em áreas rurais ou entre mulheres em situação de vulnerabilidade, também traria contribuições relevantes. Por fim, seria pertinente avaliar a eficácia de intervenções, como programas de treinamento ou coaching focados no desenvolvimento da IE, medindo seu impacto no bem-estar, na resiliência e no desempenho dos negócios femininos.

Em suma, este trabalho conclui que a inteligência emocional é uma competência indispensável para as mulheres empreendedoras na Grande São Paulo. Ela não apenas instrumentaliza a gestão eficaz dos negócios, mas também fortalece a resiliência feminina diante das adversidades, contribui para um equilíbrio mais saudável entre vida pessoal e profissional e, fundamentalmente, capacita as mulheres a liderar com mais humanidade, empatia e assertividade.

As sugestões de pesquisas futuras aqui delineadas visam aprofundar a compreensão desse fenômeno complexo e relevante, contribuindo para o avanço do conhecimento e para o desenvolvimento de estratégias de apoio mais eficazes ao empreendedorismo feminino.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L.; NASCIMENTO, T.; MARTINI, S. **Mulheres em vulnerabilidade e o empreendedorismo feminino**. *SciELO Preprints*, 2023. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/8163>. Acesso em: 17 abr. 2025.

ALVES, Nadia. O crescimento e o impacto do empreendedorismo feminino na cidade de São Benedito-CE através do marketing digital. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, v. 10, n. 2, p. 62-76, 2022.

ALVES, P.; Marchi et al. **A proteção ao trabalho da mulher e seu impacto adverso: reflexos da divisão sexual do trabalho**. 2023.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOGDAN, R.; BIKLEN, S. *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora, 2003.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Mulheres no mercado de trabalho: uma evolução constante rumo à igualdade. *Portal gov.br*, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2024/Marco/mulheres-no-mercado-de-trabalho-uma-evolucao-constante-rumo-a-igualdade>. Acesso em: 16 abr. 2025.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. Censo 2022: mulheres são maioria em todas as regiões pela primeira vez. *Agência Brasil*, 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2023-10/censo-2022-mulheressaomaioria-em-todas-regioes-pela-primeira-vez>. Acesso em: 16 abr. 2025.

FABRÍCIO, J. S.; VIZEU, F. Por uma ressignificação do empreendedorismo feminino a partir de três visões filosóficas sobre o gênero e poder. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 268-301, 2021. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/regepe/a/B4C9yvZn8LZHVFqRScWMQVG/>. Acesso em: 17 abr. 2025.

FERNANDES, Ana Paula; CARVALHO, Juliana F.; GOMES, Lucas R. A influência da inteligência emocional na saúde mental de adolescentes: uma revisão de literatura. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 38, n. 10, e00051222, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/4g6hpDDjcS7RPYHdBSd7qXw>. Acesso em: 17 abr. 2025.

FLICK, Uwe. *Introdução à pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLORENCIO, B. C.; PAULA, R. C. M. da S. Motivações e desafios para o empreendedorismo feminino na cidade de Macaé/RJ. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, v. 10, n. 2, p. 1-20, 2022. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/view/55382>. Acesso em: 17 abr. 2025.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Roberta A. et al. Inteligência emocional e liderança: uma revisão sistemática da literatura. *Psicologia: Teoria e Prática*, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 1-18, 2023. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572023000102415. Acesso em: 17 abr. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Estatísticas de gênero: ocupação de mulheres é menor em lares com crianças de até três anos. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30172-estatisticas-de-genero-ocupacao-das-mulheres-e-menor-em-lares-com-criancas-de-ate-tres-anos>. Acesso em: 16 abr. 2025.

MARTINEZ, E.P.C. **O coaching e a inteligência emocional do trabalhador**. 2018. Monografia (Bacharelado em Secretariado Executivo) – Universidade Federal do Amapá, Macapá, 2018.

OLIVEIRA, Thalita Michelle Bastos. A liderança feminina em destaque no mercado de trabalho moderno. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade Evangélica de Rubiataba, Rubiataba, GO, 2020. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/jspui/bitstream/aee/17888/1/2020%20-%20TCC%20-%20THALITA%20MICHELLE%20BASTOS%20OLIVEIRA.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2025.

PEREIRA, Gabriela Alves et al. Inteligência emocional e empreendedorismo feminino. In: *VI seminário de secretariado: gestão social e caminhos para o desenvolvimento*, 2024, Macapá. Anais eletrônicos [...]. Macapá: Universidade Federal do Amapá, 2024. p. 25. Disponível em: https://www2.unifap.br/secretariado/files/2024/05/GESTAO-SOCIAL-E-CAMINHOS-PARA-O-DESENVOLVIMENTO_VI-SEMINARIO-DE-SECRETARIADO.pdf#page=25.

ROCHA, Hellen C. et al. Relação entre inteligência emocional e clima de segurança entre profissionais de saúde. *Revista Gaúcha de Enfermagem*, Porto Alegre, v. 42, e20200375, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rgenf/a/NgtMY5dttZ8DRgxnzdxcmzj>. Acesso em: 17 abr. 2025.

RUMPEL, C. G. T. et al. **Empreendedorismo feminino: revisão da literatura científica**. *ResearchGate*, 2023. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/378271818_Empreendedorismo_feminino_revisao_da_literatura_cientifica. Acesso em: 16 abr. 2025.

SAUL, Aline Santos; ALMEIDA, Silvane Mascarenhas de. Empreendedorismo feminino:

estilos de liderança de empreendedoras em Parintins. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo - RELISE*, v. 10, n. 1, p. 181–203, jan./fev. 2025. Disponível em: <https://www.relise.eco.br>. Acesso em: 16 abr. 2025.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino no Brasil: desafios e perspectivas. Brasília: Sebrae, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 16 abr. 2025.

SEBRAE. Principais características encontradas no comportamento empreendedor. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/principais-caracteristicas-encontradas-no-comportamento-empreendedor%2C5d7f48aa16cd6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 16 abr. 2025.

SEGGIARO, F. B. Mulheres no mercado de trabalho: análise das dificuldades de gênero enfrentadas pelas mulheres do século XXI. *Revista Metodista de Administração do Sul*, v. 2, n. 1, p. 83–107, 2017. Disponível em: http://enangrad.com.br/2018/pdf/2018_ENANGRAD93.pdf. Acesso em: 16 abr. 2025.

SELLTIZ, C. et al. *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: EPU, 1965.

SANTOS, L. S.; RODRIGUES, R. C.; ALMEIDA, T. B. Empreendedorismo feminino no setor de estética em tempos de pandemia: estudo com empreendedoras de Cuiabá - MT. *Revista G&SEC*, v. 9, n. 1, p. 45-60, 2023. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/3389>. Acesso em: 16 abr. 2025.

SANTOS, Nicole Del Bianco; DIÓGENES, Carla. Liderança feminina: um estudo pragmático das dificuldades de mulheres em cargos de liderança. *RENEFARA – Revista Eletrônica de Educação da UniAraguaia Centro Universitário*, v. 14, n. 2, p. 91–102, 2019. Disponível em: <https://sipe.uniaraguaia.edu.br/index.php/REVISTAUNIARAGUAIA/article/view/900>. Acesso em: 16 abr. 2025.

SILVA, M. P.; SOUZA, G. L. Empreendedorismo: características, motivações e desafios na gestão de pequenos negócios. *Relise – Revista Eletrônica da Licenciatura em Sociologia*, v. 12, n. 24, p. 142-156, 2023. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/473/523>. Acesso em: 16 abr. 2025.

SILVA, R. K.; COLETI, C. J.; MACEDO, G. K. **A evolução da mulher no mercado de trabalho e a situação atual: ponderações sobre o setor financeiro**. *ResearchGate*, 2024. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/366242545_A_evolucao_da_mulher_no_mercado_d_e_trabalho_e_a_situacao_atual_ponderacoes_sobre_o_setor_financeiro. Acesso em: 16 abr. 2025.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.