

EMPREENDEDORISMO EM CASA POR MULHERES NO BRASIL: QUEM SÃO ELAS?

Daiane Martins Teixeira
Rosimeire Gomes de Jesus
Adaleny Dayanne Souza de Paiva

RESUMO: Este estudo tem como objetivo caracterizar o empreendedorismo em casa por mulheres no Brasil, com foco naquelas que são trabalhadoras por conta própria. Para caracterizar o perfil e identificar padrões descritivos, foram estimados proporções e médias das variáveis de interesse. As comparações entre categorias de variáveis ou médias entre grupos foram verificadas por testes de hipóteses a fim de analisar se as diferenças são estatisticamente significativas. Para isso, foi utilizado o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis e o teste qui-quadrado de Pearson. Primeiro, pode-se compreender que o empreendedorismo desenvolvido em casa por trabalhadoras por conta própria é um tipo de empreendedorismo expressivo no Brasil. Segundo, os resultados dos testes estatísticos realizados confirmaram a existência de desigualdades associadas às características sociodemográficas e das atividades socioeconômicas. Ou seja, esse grupo está em condições mais precárias, ao analisar as diferenças relacionadas a rendimento, cor/raça, formalização e contribuição ao INSS.

Palavras-chave: Empreendedorismo em casa. Mulheres empreendedoras. Trabalho por conta própria.

1 INTRODUÇÃO

As mulheres não precisam, necessariamente, sair de sua casa para empreender e alcançar uma autonomia financeira, pois conseguem fazer isso usando a própria residência (Souza et al., 2023). Empreender em casa, para muitas delas significa trabalho principal, gerando renda e possibilitando conciliar as demandas do negócio e da família (Mehtap et al., 2019), o que está relacionado a flexibilidade e realização do seu trabalho tanto no empreendimento quanto em outros afazeres (Oladipo et al., 2023).

Isso é uma realidade, considerando que os negócios criados no domicílio estão longe de serem apenas atividades de hobby com baixa contribuição econômica (Anwar & Daniel, 2016). Na verdade, devem ser reconhecidos como empreendimentos legítimos, assim como aqueles operados a partir de instalações comerciais (Walker, 2003). Esse tipo de empreendedorismo também não deve ser visto apenas como um estágio transitório no desenvolvimento do negócio (Kim & Parker, 2021). Pelo contrário, muitos empreendedores podem escolher permanecer trabalhando a partir de casa de forma contínua por diversos motivos, seja por preferência, redução de custos ou porque o tipo de atividade permite usar esse formato (Kim & Parker, 2021; Malik et al., 2024). Para as mulheres que empreendem no domicílio, além de reforçar a legitimidade de seus negócios, é fundamental que também sejam reconhecidas em igualdade com outros empreendimentos (Sufian et al., 2022).

No entanto, embora estudos sobre empreendedorismo em casa não sejam necessariamente recentes, e quando se fala sobre mulheres, já foram empregados esforços para compreender suas motivações (Al-Dajani & Marlow, 2010; Mehtap et al., 2019; Oladipo et al., 2023), e os seus desafios (Ferguson & Durup, 1998; Kean et al., 1994; Talat Alhothali, 2020), estudiosos reforçam a importância de continuar explorando o campo (Kim & Parker, 2021;

Malik et al., 2024; Sayers, 2012). Kim & Parker (2021), por exemplo, defende que a elevada prevalência de empreendedorismo em casa, por si só, justifica uma maior atenção de outros estudos, especialmente, a importância de compreender os empreendedores que operam seus negócios no domicílio, distinguindo-os daqueles que não atuam nesse contexto.

Assim, o presente estudo tem como objetivo caracterizar o empreendedorismo em casa por mulheres no Brasil, com foco naquelas que são trabalhadoras por conta própria, considerado aspectos socioeconômicos e demográficos. Essa pesquisa é necessária quando se compreende que existe uma diversidade de empreendedorismo, e agrupá-los de forma homogênea em pesquisas pode ser inadequado (Sayers, 2012).

Além disso, mesmo que exista o interesse por parte do governo em criar políticas públicas para apoiar os grupos específicos de empreendedores, eles terão dificuldade de fazê-lo se a comunidade científica não produzir conhecimentos sobre eles (Borges, 2026). Por isso, mais pesquisas são necessárias sobre este tema, em parte para ampliar o conhecimento científico sobre empreendedorismo, e em parte para informar empreendedores e formuladores de políticas (Kim & Parker, 2021).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O empreendedorismo em casa não é um assunto recente na literatura, estudos como o de Walker (2003), Kean et al. (1994), Ferguson & Durup (1998) já exploravam essa temática. Os negócios baseados em casa ou *home-based* (em inglês) compreendem aquelas pessoas que que empreendem em suas residências como uma alternativa para gerar renda. Eles podem usar suas residências como base do negócio, mesmo que o trabalho em si não aconteça só dentro dela (Sayers, 2012). Compreender o empreendedorismo em casa se tornou um campo importante a ser investigado, porque eles não apenas desafiam os estereótipos do empreendedor e do negócio bem-sucedido, mas também destacam a necessidade de olhar para a atividade empreendedora como uma atividade contextual baseada no lugar (Sayers, 2012).

Oladipo et al. (2023) encontrou em seu estudo, que as mulheres que optam por operar seus próprios negócios em casa, conseguem reduzir a diferença de desempenho entre homens. Um dos motivos que as levam a operar seus negócios em casa é a flexibilidade de realizar de forma mais eficiente tanto seu trabalho no negócio quanto o trabalho em outros afazeres (Oladipo et al., 2023).

Apesar disso, quando elas escolhem o caminho do empreendedorismo, é comum enfrentar muitos desafios (Mehtap et al., 2019). Por exemplo, Souza et al. (2023) explica que ter o próprio negócio em casa pode gerar uma falsa sensação de flexibilidade para as mulheres. Na prática, a rotina delas pode ser exaustiva, devido ao acúmulo de atividades com o trabalho, atividades domésticas e de cuidado, que se sobrepõem no mesmo espaço. Essa sobreposição pode resultar em uma tripla jornada (Mehtap et al., 2019).

De fato, no contexto de empreender em casa, para as mulheres, existem algumas peculiaridades relacionadas como a gestão do espaço com os membros da família e com garantir que as obrigações familiares sejam cumpridas (Al-Dajani & Marlow, 2010). Existem também aspectos relacionados à falta de conhecimento sobre os procedimentos para registrar um negócio. No estudo realizado por Mehtap et al. (2019), o medo da burocracia aparece entre as principais razões para as mulheres não se formalizarem. O que pode ser comum operarem, em sua maioria, na informalidade.

Outro ponto importante refere-se a como empreender em casa pode acarretar em menos horas dedicadas ao negócio comparado a outros grupos, além de rendas mais baixas e negócios realizados apenas por uma pessoa, sem participação de sócios ou empregados (Hughes, 2006). Kim & Parker (2021) confirmam que criar negócios em casa está relacionado a uma menor

probabilidade de serem empregadores ou de terem sócios. Segundo os autores, essa característica é mais acentuada nos homens do que nas mulheres. Eles também observaram que existe uma probabilidade de mulheres criarem negócios em casa motivadas pela necessidade da criação dos seus filhos (Kim & Parker, 2021).

Contudo, ainda que existam os desafios de se empreender em casa, elas são levadas a esse tipo de empreendedorismo, seja na condição formalizada ou informalmente, pois essa chance de empreender é um caminho para o empoderamento econômico e, consequentemente, ter mais autoestima (Mehtap et al., 2019). Outra compreensão necessária é que o empreendedorismo no domicílio não se configura como uma etapa de transição rumo à migração para locais externos, ou seja, não é, necessariamente, uma fase passageira, mas sim uma forma legítima de empreendedorismo (Kim & Parker, 2021).

Considerando que os diferentes perfis de empreendedoras variam significativamente quanto aos seus empreendimentos, formação educacional e aspectos sociodemográficos, é plausível que as diferenças nos resultados econômicos se expliquem por essas características, e não propriamente pelas motivações individuais (Hughes, 2006).

3 METODOLOGIA

Este estudo utilizou uma abordagem quantitativa do tipo descritiva. A categoria descritiva foi utilizada para caracterizar o empreendedorismo em casa por mulheres no Brasil, e interpretar o fenômeno analisado por meio da construção do perfil socioeconômico dessas mulheres.

Para a realização da pesquisa, foi utilizado dados secundários, extraídos da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADc). A PNADc é uma pesquisa conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), realizada com a finalidade de acompanhar as mudanças trimestrais da força de trabalho ao longo do tempo, além de fornecer outras informações necessárias para o estudo do desenvolvimento socioeconômico (IBGE, 2025). Para a realização desta pesquisa, foram extraídos dados referentes ao terceiro trimestre de 2025.

As análises foram realizadas considerando o desenho amostral complexo da PNADc, isso significa que se trata de uma base de dados que combina amostragem estratificada e amostragem por conglomerados (PNADc/IBGE, 2014). Os pesos amostrais foram incorporados, de modo a representar aproximadamente o número de mulheres da população associado a cada observação da amostra. Ao realizar as estimativas de interesse e testes de hipóteses, utilizou linguagem R, por meio da interface RStudio, com os principais pacotes PNADcIBGE e Survey. Foram selecionadas as seguintes variáveis da base PNADc de 2025 para este estudo, descritas na Tabela 1:

Tabela 1

Descrição das variáveis utilizadas da PNADc

Variável	Descrição	Tipo de variável
Atividade econômica	Indica a atividade econômica do negócio	Categórica
Condição do morador no próprio domicílio	Indica a posição do indivíduo no domicílio, inclusive se é o principal responsável pelo sustento da família	Categórica
Contribuição para previdência social	Indica se o indivíduo contribui ou não para o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS)	Categórica
Cor/raça	Classifica cor/raça autodeclaradas pelo indivíduo	Categórica
Escolaridade	Indica o nível de instrução mais elevado alcançado	Categórica

Horas trabalhadas	Horas habitualmente trabalhadas por semana	Numérica contínua
Idade	Idade do indivíduo em anos completos	Numérica contínua
Local de trabalho	Indica o local de criação do negócio (no domicílio ou fora)	Categórica
Regiões do Brasil	Indica a região do Brasil que o indivíduo reside	Categórica
Registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)	Indica se o negócio está ou não formalizado	Categórica
Rendimento	Rendimento mensal habitual do trabalho principal	Numérica contínua
Rendimento por horas trabalhadas	Valor do rendimento por cada hora trabalhada	Numérica contínua
Sexo	Sexo do indivíduo	Categórica
Tipo de ocupação	Indica qual é o tipo de ocupação do indivíduo.	Categórica

Fonte: elaboração própria.

Em relação à variável ‘Tipo de ocupação’, considerou-se nesta análise como empreendedores os indivíduos que estão classificados na PNADc/IBGE como trabalhadores por conta própria. Além disso, para fins de interpretação dos resultados, algumas variáveis categóricas foram reagrupadas. Foi construída a variável ‘Regiões do Brasil’, agrupando as unidades da federação nas cinco grandes regiões brasileiras, Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul. Para a variável ‘Cor/raça’ foi agrupado as categorias ‘Parda’ e ‘Preta’, mantendo as demais conforme classificação original da PNADc/IBGE, sendo amarela, branca e indígena. No que se refere à ‘Nível de escolaridade’, os níveis foram agrupados em quatro categorias: 1) Sem instrução até o ensino fundamental completo; 2) Ensino médio incompleto; 3) Ensino médio completo até ensino superior incompleto; 4) Ensino superior.

A variável ‘Local de trabalho’ foi construída por duas categorias, ‘Atividade no domicílio’ e ‘Atividade fora do domicílio’, conforme as classificações da PNADc/IBGE sobre local onde a pessoa exerce o seu trabalho principal. Por fim, a carga horária mensal foi obtida a partir da multiplicação das horas habitualmente trabalhadas por semana por um fator de conversão do mês de 4,33 semanas. Esse cálculo foi feito considerando o ano de 365 dias e a semana com 7 dias, de modo que o ano terá aproximadamente 52 semanas e o mês terá em torno de 4,33 semanas (52 semanas/12 meses). Com base nessa variável, estimou-se o ‘Rendimento por hora trabalhada’.

3.1 Técnicas utilizadas para análise

Para caracterizar o perfil das trabalhadoras por conta própria no domicílio e identificar padrões descritivos, foram estimados proporções e médias das variáveis de interesse. As comparações entre categorias de variáveis ou médias entre grupos foram verificadas por testes de hipóteses a fim de analisar se as diferenças são estatisticamente significativas, refletindo diferenças reais ou resultados da variabilidade da amostra.

O teste não paramétrico de Kruskal-Wallis foi utilizado neste estudo para comparar a variável rendimento, ou seja, i) comparar se a distribuição do rendimento entre os grupos é a mesma para trabalhadoras por conta própria no domicílio e fora do domicílio; 2) comparar se a distribuição do rendimento é a mesma entre homens e mulheres na mesma condição. Para aplicação em amostras complexas, como a PNADc, foi aplicado a versão adaptada deste teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, conforme proposto por Lumley & Scott (2013).

Já o teste, teste qui-quadrado de Pearson foi utilizado para comparar se existe associação entre as variáveis categóricas, como contribuição para a previdência social, registro no CNPJ e local de trabalho (no domicílio ou fora do domicílio). Por se tratar de amostras complexas, foi aplicada a correção de Rao-Scott, conforme Lumley (2011) e Rao e Scott (1984).

Ademais, foi realizada análise dos resíduos ajustados das tabelas de contingência, com o objetivo de identificar as combinações de categorias das variáveis testadas que mais contribuem para a associação observada. Esses resíduos apontam padrões específicos que não são capturados apenas pelo teste global qui-quadrado e não devem ser tomados como inferenciais. Para todos os testes realizados adotou um nível de significância de 5%. Essas análises, junto às estatísticas descritivas, permitem verificar a significância estatística das diferenças observadas e contribui para a interpretação da magnitude dessas diferenças.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

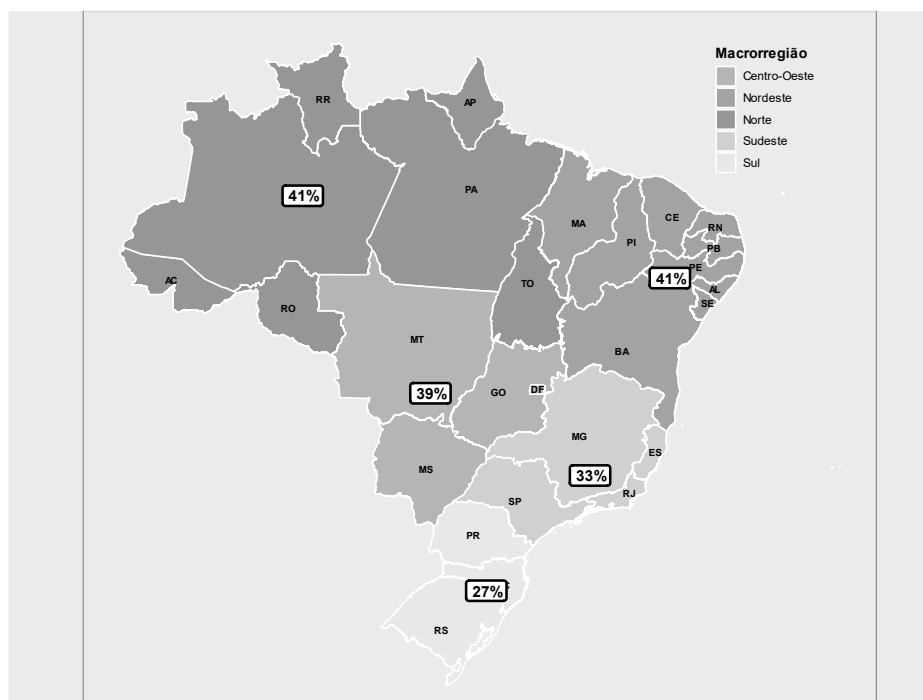
No Brasil, existem, aproximadamente, 44.439.660 mulheres que estão ocupadas no mercado de trabalho e, dentre elas, cerca de 9.018.166 são empreendedoras, atuando como trabalhadoras por conta própria. Isso representa 20% do total de mulheres que estão no mercado de trabalho. Entre essas trabalhadoras por conta própria, existem 3.147.717 mil (35%) de mulheres que possuem seus negócios nos próprios domicílios, e fazem desse negócio sua principal fonte de renda. A presença de cerca de 35% delas demonstra o quão expressivo esse grupo de empreendedoras são no Brasil, corroborando com o argumento de Kim & Parker (2021) de que a elevada prevalência do empreendedorismo em casa, por si só, já constitui uma justificativa para mais exploração acadêmica sobre este fenômeno.

Para homens, são 57.993.581 que estão ocupados no mercado de trabalho, e desses, 16.871.494 (29%) são trabalhadores por conta própria. Deste total, 1.705.429 criam negócios em casa, ou seja, 10% desses empreendedores trabalham no próprio domicílio no país. Isso nos leva a compreender que um número maior de mulheres tem sido direcionado ao empreendedorismo no próprio domicílio, em comparação aos homens. Estudos anteriores apontam que, entre os principais motivos para essa escolha do trabalho autônomo em casa, é a flexibilidade proporcionada, ou seja, uma possibilidade de alcançar autonomia financeira enquanto mantém as responsabilidades familiares (Mehtap et al., 2019; Oladipo et al., 2023), mas ainda que isso seja motivação, torna-se também um desafio, devido à sobrecarga gerada.

As trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa estão presentes em maior proporção nas regiões Norte e Nordeste do Brasil. Entre as trabalhadoras por conta própria da região Nordeste, 41% estão empreendendo no lar, e o mesmo acontece para a região Norte (41%). Em seguida, aparece a região Centro-Oeste, com 39%, enquanto a região Sul apresenta o menor percentual, com 27%, conforme exposto na Figura 1.

Figura 1

Distribuição percentual por regiões do Brasil das trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa



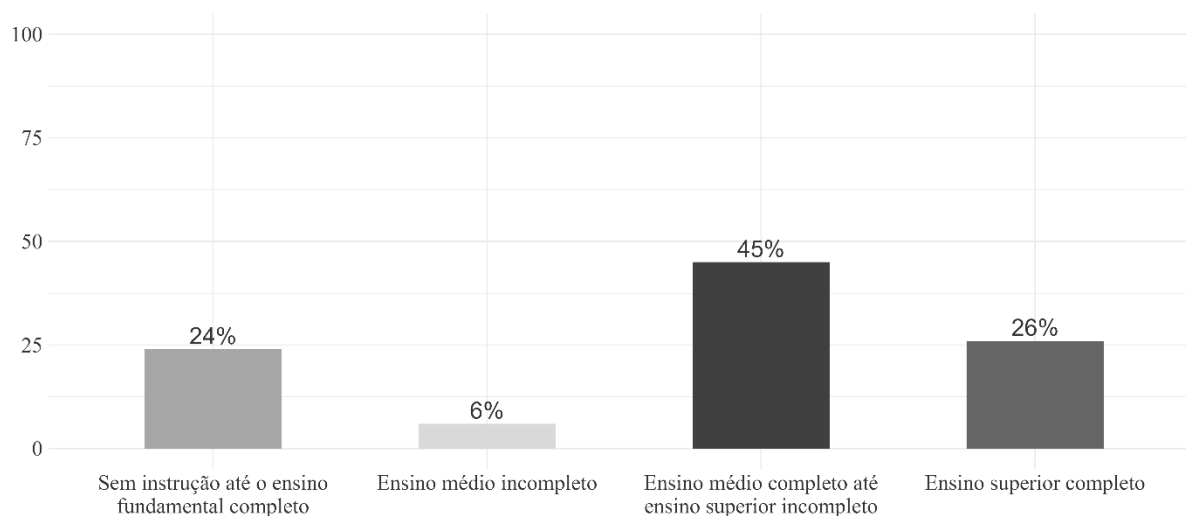
Fonte: Elaboração Própria

4.1 Perfil sociodemográfico

No que diz respeito ao perfil sociodemográfico dessas trabalhadoras por conta própria com negócios em casa, identifica-se que, em média, elas possuem 43 anos. Sobre o nível de escolaridade, o ensino médio completo até pessoas que ingressaram no ensino superior, mas não concluíram, é o nível mais predominante entre essas empreendedoras, representando 45%. A segunda maior proporção corresponde às mulheres mais escolarizadas (ensino superior completo), que representam 26%, e próximo a este percentual, aquelas menos escolarizadas com 24% do total (sem instrução até fundamental completo). Ou seja, é mais predominante essas empreendedoras com um nível intermediário de instrução (Figura 2).

Figura 2

Distribuição percentual por nível de escolaridade das trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa

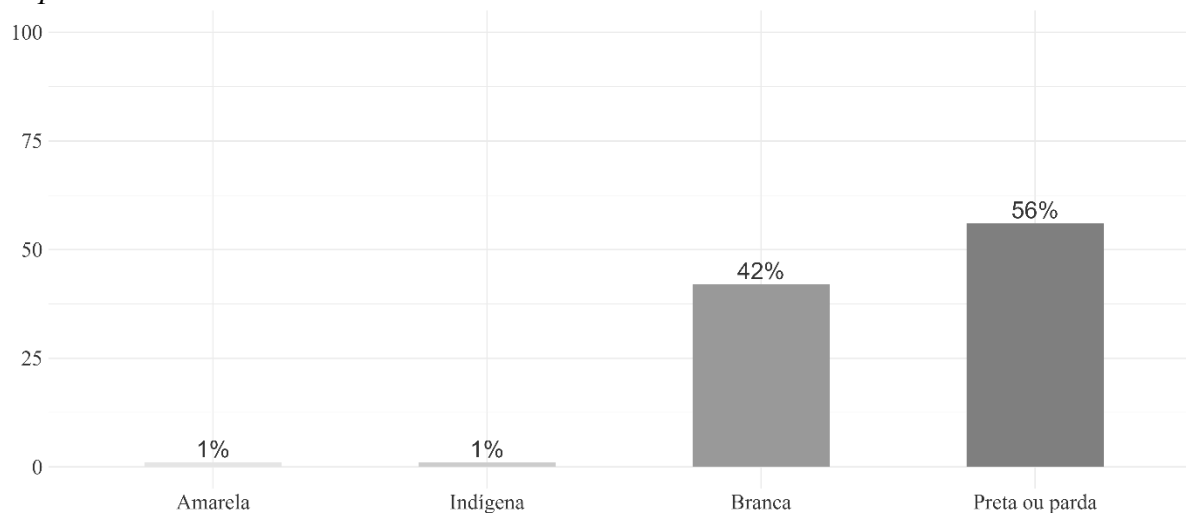


Fonte: Elaboração própria

Ao analisar a média de idade em relação ao grau de escolaridade dessas mulheres, observa-se aquelas que possuem ensino médio, seja completo ou incompleto, e ensino superior completo, tendem a ter uma idade menor, respectivamente 40 e 39 anos, comparando aquelas que estão no nível sem instrução até o ensino fundamental, que têm média de idade de 51 anos. No quesito cor/raça, 56%, mais da metade, do total das mulheres que empreendem em casa se autodeclaram pardas ou pretas, e na sequência com o maior percentual, 42% se autodeclaram brancas, como demonstrado na Figura 3.

Figura 3

Distribuição percentual por cor/raça das trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa



Fonte: Elaboração própria

Ao analisar cor/raça e escolaridade, observa-se que as mulheres trabalhadoras por conta própria no domicílio, que se autodeclaram pretas ou pardas apresentam a menor proporção com ensino superior completo, cerca de 17%, comparada às mulheres de outros grupos. Na sequência como segundo menor percentual estão as mulheres indígenas com 22% (Tabela 2).

Tabela 2

Nível de escolaridade por cor/raça

Nível de escolaridade	Amarela	Branca	Indígena	Preta ou parda
Sem instrução até o ensino fundamental completo	10%	18%	22%	36%
Ensino médio incompleto	43%	4%	4%	7%
Ensino médio completo	2%	41%	52%	48%
Ensino superior completo	45%	37%	22%	17%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaboração própria

4.2 Rendimento mensal com o negócio

Em muitos casos, elas são as principais responsáveis financeiramente pelo seu lar. Cerca de 1.828.781, ou seja aproximadamente 58% detém da renda principal da casa. Em relação aos rendimentos, verifica-se que as trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa, em média, alcançam um rendimento por mês de R\$ 2.043,00 com seus negócios, em comparação aos R\$ 3.945,00 recebidos por homens na mesma situação. Essa diferença, que chega a 93%, revela que, em média, eles ganham quase que o dobro do valor alcançado pelas empreendedoras que operam seus negócios em casa.

As diferenças existem também entre as próprias empreendedoras. Por exemplo, analisando o rendimento por escolaridade, aquelas com ensino superior completo ganham mais, chegando a receber, em média, R\$ 3.901,00 mensalmente no seu negócio. As empreendedoras com ensino médio completo até ensino superior incompleto recebem R\$ 1.689,00, na sequência aquelas com ensino médio incompleto, recebendo cerca de R\$ 1.151,00. Já referente ao nível sem instrução até ensino fundamental completo, o ganho mensal é ainda menor comparado às demais, com rendimento médio de R\$956,00 por mês.

As diferenças de rendimento também são percebidas por cor/raça. O rendimento médio estimado das mulheres que se autodeclararam amarelas é em torno de R\$ 4.385,00 e as que se autodeclararam brancas R\$ 2.771,00. As pardas ou pretas alcançam 1.462,00 enquanto que as mulheres indígenas chegam ao rendimento de R\$ 1.252,00, sendo os dois grupos (pardas ou pretas, e indígenas) com os menores ganhos mensais no negócio.

4.3 Comparação entre trabalhadoras por conta própria com negócios em casa e aquelas com negócios fora

Ao comparar os rendimentos das empreendedoras que trabalham em casa com as que atuam fora, mulheres que possuem negócios fora de casa ganham, em média, 36% a mais, com um rendimento médio de R\$ 2.786,00. É importante ressaltar que essa comparação se refere ao rendimento habitual definido pela PNADc/IBGE e não se trata de ganhos líquidos.

Em relação ao rendimento por hora trabalhada, para as empreendedoras que atuam fora de casa o retorno é de R\$ 18,00 por cada hora trabalhada em média, tendo cerca de 36 horas totais dedicadas por semana. Já as empreendedoras que atuam em casa recebem, em média, R\$ 16,00 se dedicando cerca de 30 horas semanalmente para o seu negócio.

As empreendedoras que trabalham por conta própria em casa também aparecem com menor ganho em comparação aos homens na mesma condição, já que recebem R\$ 24,00 por hora trabalhada, e dedicam semanalmente 38 horas ao negócio. A seguir estão sintetizados nas Tabelas 3, 4 e 5 os resultados referentes aos rendimentos e horas trabalhadas, separados por grupos de empreendedores (quem empreende fora e quem empreende no domicílio, e por sexo).

Tabela 3

Síntese dos rendimentos médios mensais entre os perfis de empreendedores

<i>Contexto</i>		<i>Mulheres</i>	<i>Homens</i>
	Empreendedorismo em casa	2.043,00	3.945,00
	Empreendedorismo fora de casa	2.789,00	3.006,00

Fonte: Elaboração própria

Tabela 4

Síntese dos rendimentos por hora de trabalho entre os perfis de empreendedores

<i>Contexto</i>		<i>Mulheres</i>	<i>Homens</i>
	Empreendedorismo em casa	16,00	24,00
	Empreendedorismo fora de casa	18,00	17,00

Fonte: Elaboração própria

Tabela 5

Síntese da quantidade média de horas trabalhadas semanalmente entre os perfis de empreendedores

<i>Contexto</i>		<i>Mulheres</i>	<i>Homens</i>
	Empreendedorismo em casa	30	38
	Empreendedorismo fora de casa	36	40

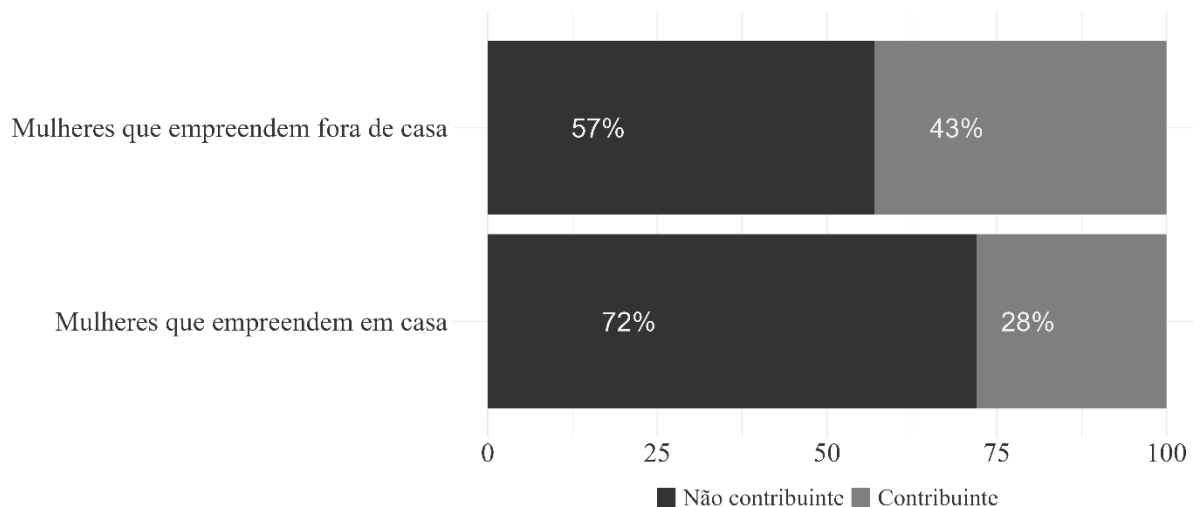
Fonte: Elaboração própria

Quanto às contribuições ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), as mulheres que empreendem em casa são minoria, com 28%. Em contraste, entre as empreendedoras que atuam fora de casa, quase a metade (43%) é contribuinte (Figura 4). A falta de contribuições previdenciárias pode representar desafios para essas mulheres no que se refere à segurança financeira e acesso a direitos previdenciários essenciais.

Observa-se, ainda, que as mulheres que empreendem em casa e não contribuem com o INSS, o rendimento médio é baixo em relação às que contribuem. Entre as 28% que contribuem com o INSS a renda é R\$ 3.691,00, enquanto as que não contribuem o rendimento é menor, cerca de R\$ 1.402,00.

Figura 4

Distribuição percentual por contribuição ao INSS das trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa e das trabalhadoras por conta própria que empreendem fora do domicílio

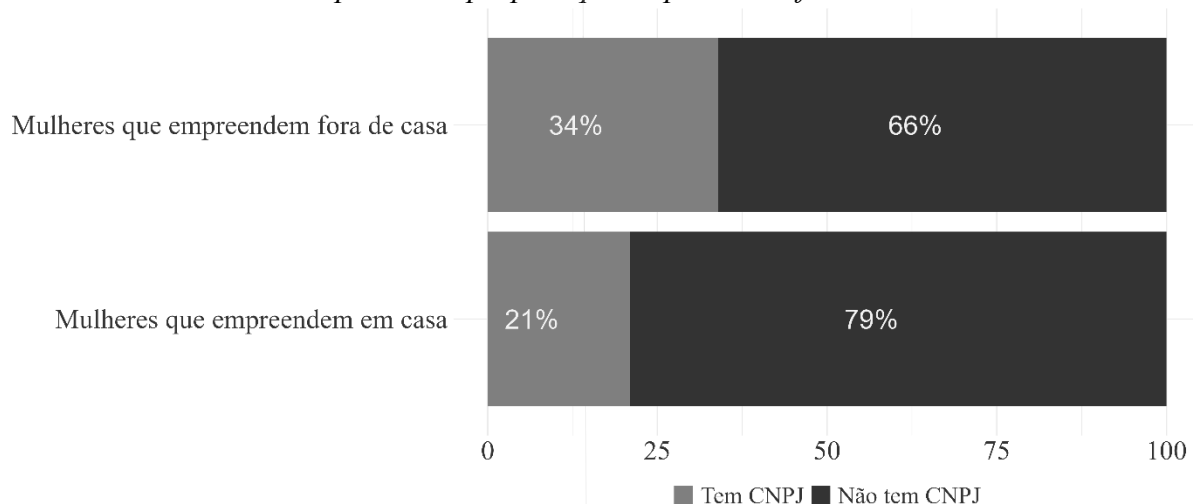


Fonte: Elaboração própria

Sobre a formalização do empreendimento, apenas 21% dos negócios das empreendedoras que atuam em casa possuem Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ). Em contraste, 34% das empreendedoras que atuam fora de casa têm seus negócios formalizados (Figura 5). A renda mensal de quem possui o negócio formalizado é superior. As empreendedoras com CNPJ têm um ganho médio de R\$4.159,00, enquanto aquelas sem CNPJ apresentam renda média de R\$ R\$1474,00

Figura 5

Distribuição percentual por CNPJ das trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa e das trabalhadoras por conta própria que empreendem fora do domicílio



Fonte: Elaboração própria

Essas mulheres estão em atividades econômicas que fazem parte da indústria, sendo a maioria em confecção de vestuário e acessórios, e fabricação de artefatos têxteis, representando 23%. O comércio também ocupa posição de destaque, sobretudo nos segmentos de vestuário,

cosméticos e produtos de perfumaria, abrange também supermercados e mercearias (22%). Em seguida, estão as atividades no segmento de serviços, com predominância na área de beleza, com serviço de cabeleireiras (18%). Na sequência, aparecem as atividades ligadas à alimentação (14%), como restaurantes, estabelecimentos de bebidas, serviços de bufê e serviços ambulantes de alimentação, como trailers e *food trucks*. A lista de atividades econômicas está descrita na Tabela 6.

Tabela 6

Atividades econômicas das trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa

<i>Atividades econômicas</i>	<i>Percentual</i>
<i>Indústria</i>	23%
<i>Comércio varejista</i>	22%
<i>Atividades de serviços</i>	18%
<i>Alimentação</i>	14%
<i>Atividades científicas e técnicas (exemplo: Atividades jurídica e publicidade)</i>	10%
<i>Serviços de saúde e serviços sociais (exemplo: Atividades de psicologia, fisioterapia e terapia ocupacional)</i>	4%
<i>Educação (ensino de esportes, arte e cultura, e ensino de idiomas)</i>	3%
<i>Atividades imobiliárias</i>	2%
<i>Atividades administrativas (exemplo: Agências de viagens, operadores turísticos e serviços de reservas)</i>	2%
<i>Atividades dos serviços de tecnologia da informação</i>	1%
<i>Atividades financeiras</i>	1%

Fonte: Elaboração própria

Após a análise descritiva dos dados, que permitiu identificar diferenças entre os grupos das trabalhadoras por conta própria que empreendem em casa, procedeu-se à realização de testes de hipóteses com o objetivo de verificar se tais diferenças são estatisticamente significativas e não são decorrentes da variabilidade amostral. Os resultados dos testes estatísticos apresentados na Tabela 7 apontam a existência de desigualdades associadas às características sociodemográficas e das atividades socioeconômicas das trabalhadoras por conta própria que empreendem no próprio lar.

Tabela 7

Testes de hipóteses realizados

Variáveis testadas	Teste utilizado para análise	p-valor	Significativo
Rendimento x Cor ou raça	Kruskal-Wallis (ajustado)	< 0,001	Sim
Rendimento x Escolaridade	Kruskal-Wallis (ajustado)	< 0,001	Sim
Rendimento x Local de trabalho	Kruskal-Wallis (ajustado)	< 0,001	Sim
Rendimento x sexo	Kruskal-Wallis (ajustado)	< 0,001	Sim
Contribuição para previdência social x Local de trabalho	Qui-quadrado com correção de Rao-Scott	< 0,001	Sim
CNPJ x Local de trabalho	Qui-quadrado com correção de Rao-Scott	< 0,001	Sim

Significância: *** = 0.001; ** = 0.05; * = 0.01

Fonte: Elaboração própria

Começamos comparando se a distribuição do rendimento é a mesma entre homens e mulheres, e os resultados indicaram que as diferenças observadas são estatisticamente significativas ($p < 0,001$) entre os dois grupos, confirmando que os homens possuem rendimentos superiores aos das mulheres no contexto do trabalho por conta própria em casa. O autor Hughes (2006) argumenta que essas diferenças de ganho financeiro podem ser reflexo

das restrições enfrentadas no empreendedorismo, por exemplo, a necessidade de ter que conciliar suas atividades no negócio com o cuidado da família, e consequentemente limitando as horas trabalhadas no empreendimento.

Ainda assim, mesmo diante dessas diferenças para elas que empreendem em casa, a partir do momento que se tornam geradoras de renda no lar, ainda que menos que os homens, os seus parceiros se beneficiam dessa sua atuação, pois a renda delas também é destinada à manutenção da casa e possibilita que eles se dediquem totalmente às próprias carreiras (Souza et al., 2023).

A desigualdade de rendimento também foi confirmada como significativa ($p < 0,001$) para trabalhadoras por conta própria no domicílio e fora do domicílio. Isso permite interpretar que mulheres que empreendem fora, tendem a ter uma renda mensal com o negócio maior, confirmando as estimativas das médias apresentadas anteriormente, e permitindo afirmar que o trabalho realizado no domicílio está associado ao menor rendimento. Essa constatação está de acordo com a pesquisa de Rodríguez-Modroño (2021), em que mulheres que empreendem em casa apresentaram os menores ganhos líquidos mensais, enquanto outras empreendedoras ganhavam 55% a mais. Segundo Hughes (2006), mulheres que empreendem em casa além de ter rendas geradas no próprio negócio mais baixas, têm menos horas dedicadas ao negócio e trabalham mais sozinhas, ou seja, sem sócios.

Por fim, existem também diferenças estatisticamente significativas ($p < 0,001$) entre escolaridade e cor/raça. Os níveis mais elevados de instrução estão associados a melhores ganhos financeiros com o negócio. Para mulheres que se autodeclararam amarelas e brancas, existem maiores rendimentos do que as que se autodeclararam pardas ou pretas e indígenas. Com base nessas diferenças nos rendimentos, é possível constatar que as mulheres empreendedoras que operam seus negócios em casa não são um grupo homogêneo (Hughes, 2006). Inclusive Sayers, (2012) já havia reforçado que o empreendedorismo em casa é diverso e não seria adequado tratá-los como um grupo único e uniforme. Essas diferenças, seja na escolaridade, cor/raça ou no rendimento, evidenciam isso e indicam que análises que explicam quem são elas são necessárias para incentivar e orientar estudos futuros a terem atenção em grupos mais específicos, permitindo a obtenção de conclusões mais próximas às especificidades de cada um.

Além das diferenças sobre os rendimentos com o negócio, foi constatado, a partir dos testes qui-quadrado de Pearson, que empreendedoras que atuam fora do domicílio apresentam maior probabilidade de contribuição para o INSS, com os resultados indicando associações estatisticamente significativas ($p < 0,001$). O mesmo resultado foi encontrado a respeito da formalização dos negócios, considerando a variável CNPJ, ficando evidente a associação significativa ($p < 0,001$), em que empreendedoras que atuam fora do domicílio apresentam maior nível de formalização em comparação com as que desenvolvem suas atividades em casa. Isso pode estar relacionado à falta de conhecimento sobre os procedimentos para registrar um negócio e o medo da burocracia, ao julgarem o processo de formalização mais complicado (Mehtap et al., 2019). Essa baixa adesão à formalização entre as que atuam em casa pode ocasionar em dificuldade de crescer o negócio, limitar acesso a crédito, contratação de funcionários e acessos a outros mercados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo apresenta evidências que ajudam a compreender quem são as trabalhadoras por conta própria no Brasil que empreendem em casa, e destaca as diferenças que existem entre os grupos de empreendedoras. Primeiro, pode-se compreender que o empreendedorismo desenvolvido em casa por trabalhadoras por conta própria é um tipo de empreendedorismo expressivo no Brasil, o que reforça a importância desse tipo de estudo, relevância deste estudo

ao possibilitar a identificação do perfil dessas mulheres e diferenciá-la de outros grupos de empreendedoras. Segundo, permitiu constatar que esse grupo está em condições mais precárias, ao analisar as diferenças relacionadas a rendimento, cor/raça, formalização e contribuição ao INSS.

Os resultados dos testes estatísticos realizados confirmaram a existência de desigualdades associadas às características sociodemográficas e das atividades socioeconômicas dessas trabalhadoras por conta própria que empreendem no próprio lar. Os níveis mais elevados de instrução estão associados a melhores ganhos financeiros com o negócio. Para mulheres que se autodeclararam amarelas e brancas que empreendem em casa, existe maiores rendimentos do que as que se autodeclararam pardas ou pretas e indígenas. Empreendedoras que atuam fora do domicílio apresentam maior probabilidade de contribuição para o INSS, apresentam maior nível de formalização, e tendem a ter uma renda mensal com o negócio maior.

Diante das análises apresentadas, é possível afirmar que o empreendedorismo em casa por mulheres necessita de pesquisas adicionais e políticas públicas de apoio. No que se refere à pesquisa, destaca-se a necessidade de compreender esse fenômeno de forma mais aprofundada, para além de seu perfil socioeconômico e demográfico, incluindo aspectos contextuais e de infraestrutura, como uma forma de compreender por exemplo o porquê a prevalência do empreendedorismo em regiões do Brasil como o Norte e Nordeste. Além disso, compreender quais são as especificidades de ter um negócio baseado em casa e a influências disso para o negócio e para a empreendedora.

Em relação a políticas de apoio, compreender que o empreendedorismo em casa é um caminho que muitas escolhem, e que não devem ser relacionadas com baixa contribuição econômica, já que foi confirmada neste estudo como opção de atividade profissional principal para geração de renda. A partir disso, pensar em formas adequadas de apoio para esse grupo, aderentes a sua realidade e ao formato do seu negócio.

REFERÊNCIAS

- Agresti, Alan. *Categorical Data Analysis*. 3. ed. Hoboken: Wiley, 2013.
- Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2010). Impact of women's home-based enterprise on family dynamics: Evidence from Jordan. *International Small Business Journal*, 28(5), 470–486. <https://doi.org/10.1177/0266242610370392>
- Anwar, M. N., & Daniel, E. (2016). The Role of Entrepreneur-Venture Fit in Online Home-Based Entrepreneurship: A Systematic Literature Review. *Journal of Enterprising Culture*, 24(04), 419–451. <https://doi.org/10.1142/s0218495816500151>
- Borges, C. V. (2026). Os custos científico e social da redução do empreendedorismo ao mundo das startups. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 11, 1–8. <https://doi.org/doi.org/10.5281/zenodo.19019672>
- Deshpande, J. V., Naik-Nimbalkar, U., & Dewan, I. (2017). Nonparametric Statistics: Theory and Methods. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Ferguson, F. E., & Durup, M. J. R. (1998). Work-Family Conflict and Entrepreneurial Women: A Literature Review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 15(1), 30–51. <https://doi.org/10.1080/08276331.1998.10593278>

- Hughes, K. D. (2006). Exploring Motivation and Success Among Canadian Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 19(2), 107–120. <https://doi.org/10.1080/08276331.2006.10593362>
- IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua): o que é. Rio de Janeiro: IBGE, [2025]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/17270-pnad-continua.html>. Acesso em: 8 abr. 2026.
- IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua): o que é. Rio de Janeiro: IBGE, [2025]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/17270-pnad-continua.html>. Acesso em: 8 abr. 2026.
- Lumley, Thomas. *Complex Surveys: A Guide to Analysis Using R*. Hoboken: Wiley, 2011.
- Lumley, Thomas; Scott, Alastair. *Two-sample rank tests under complex sampling*.
- Kean, R., Nimeyery, S., & Maupin, W. (1994). Home-based entrepreneurship and multiple roles—an inter-role conflict. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 18(1), 1–16. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.1994.tb00687.x>
- Kim, N. K. N., & Parker, S. C. (2021). Entrepreneurial homeworkers. *Small Business Economics*, 57(3), 1427–1451. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00356-6>
- Malik, S., Alkhalidi, A., Salamzadeh, A., & Mantas, C. (2024). A systematic literature review on home-based businesses: two decades of research. Em *Journal of Family Business Management* (Vol. 14, Número 6, p. 1136–1152). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/JFBM-03-2024-0062>
- Mehtap, S., Ozmenekse, L., & Caputo, A. (2019). “I’m a stay at home businesswoman”: an insight into informal entrepreneurship in Jordan. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 44–65. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2017-0080>
- Oladipo, O., Platt, K., & Shim, H. S. (2023). Female entrepreneurs managing from home. *Small Business Economics*, 61(2), 447–464. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00713-7>
- Rao, J. N. K.; Scott, Alastair J. On chi-squared tests for multiway contingency tables with cell proportions estimated from survey data. *The Annals of Statistics*, v. 12, n. 1, p. 46–60, 198
- Rodríguez-Modroño, P. (2021). Non-standard work in unconventional workspaces: Self-employed women in home-based businesses and coworking spaces. *Urban Studies*, 58(11), 2258–2275. <https://doi.org/10.1177/00420980211007406>
- Sayers, J. (2012). *Encyclopaedia of New Venture Management* (Sage, Home Based Business).
- Souza, D. C. de, Lima, M. P., & Lima, C. A. da S. (2023). Processo de (Re)Organização do Trabalho Produtivo e Reprodutivo de Mulheres na Confecção. *Revista de Administração Contemporânea*, 27(5). <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023220292>.por

-
- Sufian, I., Fernandez, D., Zaki, H. O., Rosli, N., Johar, E. R., & Jamaludin, N. A. (2022). Motivation to Grow Women Entrepreneurs' Home-Based Businesses. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(8), e001650. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i8.1650>
- Talat Alhothali, G. (2020). *Challenges facing women entrepreneurs running home-based business in Saudi Arabia*. 8(3), 1386–1397. <https://doi.org/https://doi.org/10.21533/pen.v8.i3.1173>
- Walker, E. (2003). Home-Based Businesses: Setting Straight The Urban Myths. *Small Enterprise Research*, 11(2), 35–48. <https://doi.org/10.5172/ser.11.2.35>