

EMPREENDEDORISMO: REFLEXÕES ACERCA DA AUTONOMIA FEMININA E O MERCADO PET NO MUNICÍPIO DE OLINDA - PE

Sandro Ribeiro
Grupo Ser Educacional
sandro.virgilio@upe.br

Regina Cleide Teixeira
Universidade da Amazônia – UNAMA
regina.teixeira@unama.br

Resumo: O presente artigo analisa o empreendedorismo feminino no mercado pet no município de Olinda, Pernambuco, com ênfase na autonomia econômica das mulheres e seu papel no desenvolvimento local sustentável. O estudo parte do pressuposto de que o empreendedorismo protagonizado por mulheres não apenas gera renda e ocupação, mas contribui para a redução das desigualdades de gênero, conforme preconiza a ODS 5 da Agenda 2030 da ONU. Com base em dados secundários do IBGE, SEBRAE, ABINPET, Receita Federal e CAGED, a pesquisa mapeou 727 empreendimentos pet no município, o que representa 11,5% da Região Metropolitana do Recife. A metodologia utilizada foi qualitativa, de natureza descritiva, com fundamentação teórica baseada em estudos de gênero, empreendedorismo e políticas públicas. Os resultados demonstram que, embora as mulheres enfrentem desafios estruturais como o acesso restrito a crédito e a sobrecarga de trabalho doméstico, sua atuação no setor é estratégica para o fortalecimento de ecossistemas econômicos inclusivos. Conclui-se que o fortalecimento do empreendedorismo feminino no mercado pet em Olinda representa uma oportunidade concreta de desenvolvimento com base local, reforçando a importância de políticas públicas sensíveis ao território e ao gênero.

Palavras-Chave: Empreendedorismo Feminino. Mercado pet. Desenvolvimento com base local. ODS 5. Olinda.

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS): Eixo 5: Organizações, Gestão Criativa e Eco Sociobiodiversidade

1 INTRODUÇÃO

A discussão sobre a igualdade de gênero no campo do empreendedorismo tem ganhado espaço nas pesquisas científicas e nas políticas públicas dos entes federativos, especialmente quando associada à atuação de mulheres em segmentos econômicos emergentes. No contexto brasileiro, observa-se um crescimento significativo da presença feminina na liderança de micro e pequenas empresas, mesmo diante de desafios estruturais diversos como: acesso a crédito, formação técnica e redes de apoio.

O empreendedorismo feminino, mais do que uma expressão de emancipação econômica, representa um mecanismo fundamental para a redução das desigualdades sociais e de gênero e para o fortalecimento da economia com base local.

O mercado pet, por sua vez, tem se consolidado como um dos setores mais dinâmicos da economia nacional. De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET, 2025), o Brasil ocupa a terceira posição mundial em faturamento no setor pet, atrás apenas dos Estados Unidos da América do Norte e da China. Essa expansão tem impulsionado a criação de novas oportunidades de negócios em áreas como alimentação, estética, serviços de saúde animal, hospedagem e acessórios.

No município de Olinda, em Pernambuco, a tendência se confirma com o crescimento do número de estabelecimentos comerciais voltados para o atendimento das demandas do mercado pet, revelando um nicho promissor para a atuação de mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2024).

Esse artigo teve como objetivos: Mapear o número e a distribuição dos empreendimentos pet na região Metropolitana do Recife (RMR), com ênfase no município de Olinda. Identificar os principais desafios enfrentados por essas empreendedoras no contexto regional. Discutir a importância do empreendedorismo feminino como instrumento de promoção da equidade de gênero e de desenvolvimento econômico local. Relacionar os dados do mercado pet com as diretrizes da ODS 5 da ONU, considerando as dimensões de gênero, território e desenvolvimento com base local e instigar novos estudos que visem apontar caminhos e políticas públicas que possam fomentar a inclusão produtiva das mulheres no setor pet e em outros segmentos econômicos.

A pesquisa foi desenvolvida com abordagem qualitativa e descritiva, complementada por análise de dados secundários. Foram utilizadas fontes oficiais como o IBGE (Censo 2022), SEBRAE (2024), RAIS/CAGED, Receita Federal e Painel Pet da ABINPET. A análise baseou-se na sistematização dos dados sobre a presença de empreendimentos pet nos 15 municípios da Região Metropolitana do Recife, com foco especial em Olinda. Também foi feita uma análise de tendências setoriais como — tecnologia pet, alimentação natural, e-commerce, serviços personalizados e sustentabilidade — associadas ao perfil e às práticas das empreendedoras. A fundamentação teórica ancorou-se em autores da área de empreendedorismo feminino e políticas públicas

O fortalecimento do empreendedorismo feminino no setor pet pode funcionar como vetor de desenvolvimento com base local sustentável, ao mesmo tempo em que promove maior equidade na distribuição de oportunidades econômicas entre homens e mulheres.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 DESIGUALDADE ENTRE GÊNERO: UMA QUESTÃO ESTRUTURAL

De acordo com o DIEESE (2025), no terceiro trimestre de 2024, a taxa de desocupação entre as mulheres no Brasil era de 7,7%, superior à masculina (5,3%). Quando recortamos por cor/raça, a disparidade se intensifica: mulheres negras registraram taxa de desocupação de 9,3%, enquanto homens não negros estavam em 4,4%.

A renda média mensal das mulheres foi 22% inferior à dos homens (R\$ 2.697 contra R\$ 3.459), diferença que alcança até R\$ 3.328 entre cargos de direção e gerência. Essa subvalorização se repete em todas as faixas de escolaridade, inclusive entre pessoas com ensino superior completo, onde mulheres negras recebem, em média, menos da metade dos homens brancos (DIEESE, 2025).

Em Pernambuco, há ainda o agravante do estado apresentar, ao lado da Bahia, a maior taxa de desocupação do país, atingindo 10,8%. Somente o Distrito Federal e o Rio de Janeiro, fora das regiões Norte e Nordeste, figuram entre os 16 estados com taxas de desemprego acima da média nacional. Esses dados evidenciam a importância de políticas públicas voltadas para a geração de emprego e renda, com foco prioritário nos estados das regiões Norte e Nordeste do país, como estratégia de redução das desigualdades regionais e de gênero (IBGE, 2025).

Essa realidade colide com os princípios da ODS 5 da Agenda 2030 da ONU (NAÇÕES, 2025), que prevê alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas, com metas específicas como a garantia de participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades na vida econômica, pública e política.

No contexto regional, o estado de Pernambuco apresenta uma realidade análoga aos estados do norte e nordeste, com forte presença de mulheres em condições de subocupação e informalidade, em especial nos setores de serviços, comércio ambulante e cuidados. No município de Olinda, segundo dados do Cadastro Central de Empresas, relativo a dados referentes a 2022 (IBGE, 2025), há predominância de micro e pequenos empreendimentos, com significativa presença feminina como força de trabalho e, cada vez mais, na liderança de negócios.

Nesse cenário, o empreendedorismo feminino surge como estratégia de enfrentamento à exclusão do mercado formal e de construção de autonomia financeira. As mulheres empreendedoras, em especial as “chefes de família”, encontram no empreendedorismo a possibilidade de combinar geração de renda com flexibilidade de tempo, ainda que enfrentem barreiras significativas como: falta de acesso a crédito, ausência de redes de apoio, baixa capacitação técnica e sobrecarga de trabalho doméstico não remunerado.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO: CRESCIMENTO E DESAFIOS

Ao longo dos últimos 25 anos, o empreendedorismo feminino emergiu como uma força transformadora nas economias e comunidades globais. Dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2025), revelam que as mulheres têm não apenas ampliado sua participação no processo de criação de negócios, como também têm demonstrado resiliência e capacidade de inovar em contextos de adversidade. De uma média de 6,1% entre 2001-2005, a taxa de atividade empreendedora inicial entre mulheres cresceu para 10,4% no período de 2021 a 2023, abrangendo 30 países participantes do GEM.

Esse crescimento, embora expressivo, ainda esbarra em barreiras estruturais históricas. Em muitos países, especialmente os do Sul Global, as disparidades de gênero continuam marcantes, tanto na criação quanto na sustentação de empreendimentos. As mulheres ainda enfrentam dificuldades de acesso ao crédito, menor inserção em redes de mentoria, e alta concentração em setores de menor rentabilidade. Além disso, o medo do fracasso tem aumentado entre elas, o que evidencia um ambiente institucional e cultural ainda pouco acolhedor.

Desde 1999, a participação feminina na criação de negócios apresentou trajetória de crescimento sustentado. Em 2023, aproximadamente 1 em cada 10 mulheres iniciou um novo negócio, comparado a 1 em cada 8 homens. A taxa de propriedade de negócios (com mais de 3 anos e meio de existência) também cresceu, passando de 4,2% para 5,9% nos 30 países avaliados (GEM, 2025).

Esse avanço foi impulsionado por uma melhoria nas percepções empreendedoras femininas, com aumento de 79% nas oportunidades percebidas. No entanto, o crescimento também é acompanhado de desafios: o medo do fracasso aumentou mais de 50% entre as mulheres.

As mulheres empreendedoras são, em média, mais jovens do que os homens empreendedores. Em países de baixa renda, como no caso brasileiro, mais da metade tem menos de 35 anos. As empreendedoras também são 40% mais propensas a viver em domicílios de baixa renda, o que denota uma correlação entre o empreendedorismo e a busca por alternativas econômicas diante da vulnerabilidade estrutural e falta de acesso ao mercado formal de trabalho.

2.3 O PAPEL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS E OS PRINCÍPIOS DA ODS 5

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5 da Agenda 2030 das Nações Unidas tem como finalidade central “alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas”. Trata-se de um compromisso global firmado por 193 países, que reconhece que a equidade entre os gêneros não é apenas uma questão de justiça social e direitos humanos, mas também uma condição essencial para o desenvolvimento sustentável, crescimento econômico e fortalecimento das instituições democráticas.

A ODS 5 da ONU, que visa alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas, encontra no empreendedorismo feminino um vetor fundamental. O crescimento do empreendedorismo feminino está alinhado com as metas de garantir participação econômica plena e acesso igualitário a recursos produtivos e financeiros.

A desigualdade de gênero está diretamente relacionada a outras formas de exclusão, como pobreza, acesso à educação, saúde e segurança. Nesse sentido, a ODS 5 dialoga transversalmente com outros objetivos da Agenda 2030, especialmente os que tratam de educação de qualidade (ODS 4), trabalho decente (ODS 8) e redução das desigualdades (ODS 10).

No contexto brasileiro a implementação da ODS 5 demanda abordagem interseccional, considerando gênero, raça, classe social, território e faixa etária. As mulheres negras, periféricas, chefes de domicílio, residentes no norte e nordeste, por exemplo, enfrentam múltiplas camadas de exclusão e vulnerabilidade. No Nordeste, essa desigualdade é ainda mais acentuada, evidenciando a necessidade de políticas públicas descentralizadas e contextualizadas regionalmente.

O relatório (GEM, 2025), que analisa o período compreendido entre 2023/2024, destaca quatro recomendações essenciais para os formuladores de políticas públicas: a valorização de trajetórias de sucesso focando em evidenciar lideranças femininas em setores de alto crescimento como marco para a inspiração de novas gerações e o combate a estigmas. O monitoramento do progresso das mulheres empreendedoras com indicadores específicos para ajuda a identificar barreiras e formular respostas eficazes. A ampliação da educação e capacitação que devem ser inclusivas e sensíveis ao gênero e a formulação, proposição e aprovação de leis antidiscriminatórias, fundos públicos e redes de investimento feminino focado na sustentabilidade dos negócios liderados por mulheres.

3 ANÁLISE DE RESULTADOS

3.1 EMPREENDEDORISMO PET NO MERCADO FEMININO: REALIDADE, TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES

A interseção entre o empreendedorismo feminino e o mercado pet parece ser pouco explorada na literatura científica, ainda que represente uma realidade concreta em muitos territórios urbanos. A atuação de mulheres no empreendedorismo está fortemente associada à resiliência, à inovação e à capacidade de gestão relacional, características fundamentais para o sucesso em mercados competitivos. Além disso, o empreendedorismo protagonizado por mulheres é reconhecido por contribuir com a geração de emprego e renda, fortalecimento das redes locais e transformação social (SEBRAE, 2025).

A Região Metropolitana do Recife (RMR) é composta por 15 municípios, conforme definição do IBGE: Recife, Olinda, Jaboatão dos Guararapes, Paulista, Abreu e Lima, Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, Igarassu, Ipojuca, Itapissuma, Ilha de Itamaracá, Moreno, São Lourenço da Mata, Araçoiaba e Fernando de Noronha. Sendo que podemos destacar nove municípios como sendo os principais, vide tabela 1.

Tabela 1 – Principais municípios da Região Metropolitana do Recife (RMR) e os empreendimentos *pet*.

| Principais municípios da RMR | População (habitantes) | Nº de empreendimentos <i>Pet</i> | Participação relativa na RMR |
|------------------------------|------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| Recife | 1.488.920 | 2721 | 43,2% |

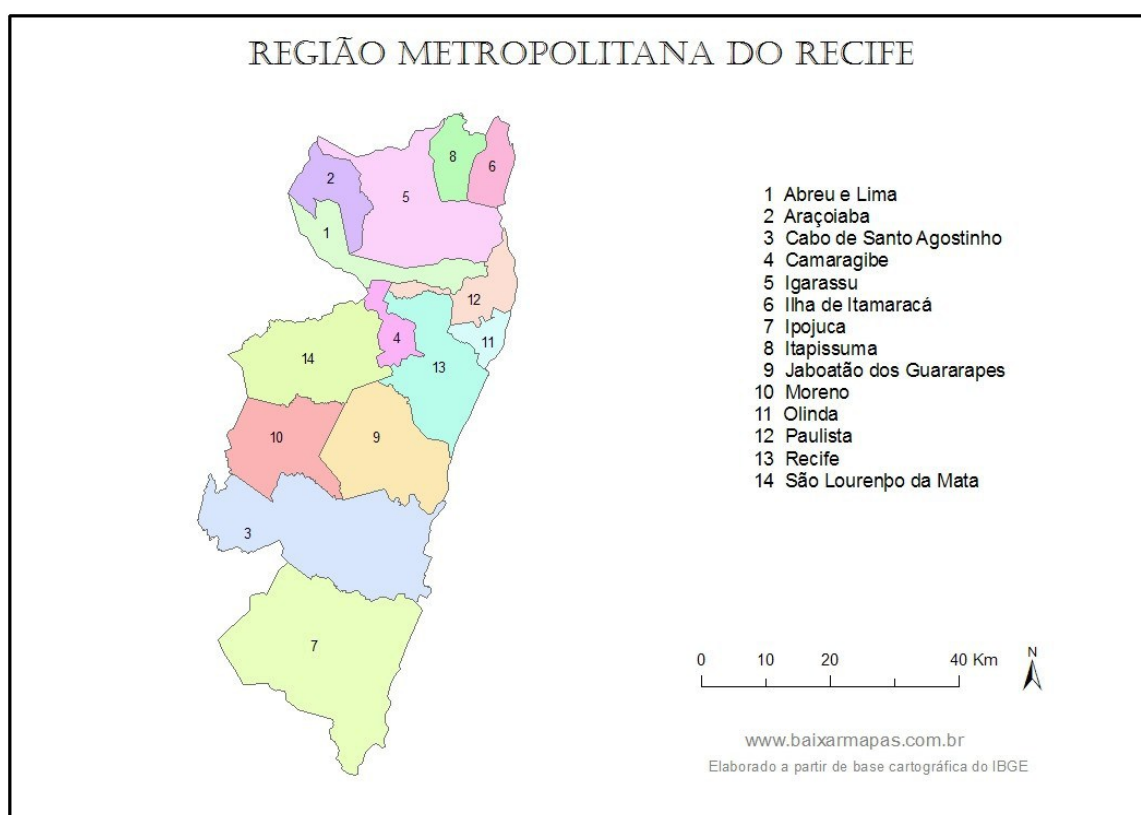
| | | | |
|-------------------------|---------|------|-------|
| Jaboatão dos Guararapes | 706.867 | 1071 | 17,0% |
| Olinda | 386.072 | 727 | 11,5% |
| Paulista | 334.376 | 696 | 11,0% |
| Cabo de Santo Agostinho | 207.950 | 214 | 3,4% |
| Camaragibe | 158.899 | 300 | 4,7% |
| Igarassu | 119.690 | 165 | 2,6% |
| São Lourenço da Mata | 113.403 | 156 | 2,5% |
| Abreu e Lima | 98.225 | 134 | 2,1% |

Fonte: adaptado pelos autores a partir de dados do IBGE, 2022; SEBRAE, 2024, RFB 2024; RAIS 2022; CAGED 2024.

O mercado pet no Brasil vem apresentando crescimento acelerado nas últimas décadas, impulsionado por mudanças no comportamento dos consumidores, aumento da humanização dos animais de estimação e pela busca por produtos e serviços de maior valor agregado.

No estado de Pernambuco, o setor segue essa tendência, com a presença de 11.945 micro e pequenos empreendimentos no segmento *pet*, distribuídos por todas as regiões do estado, mas com maior concentração na Região Metropolitana do Recife (RMR), que responde por 6.298 negócios ativos, representando aproximadamente 52,7% do total estadual (SEBRAE, 2024).

Figura 1 – Região Metropolitana do Recife (RMR)



Fonte: <https://www.baixarmapas.com.br/mapa-da-regiao-metropolitana-de-recife-rmr/>

A concentração dos empreendimentos em Recife, Jaboatão dos Guararapes, Olinda e Paulista evidencia a forte correlação entre densidade populacional, urbanização e dinamismo comercial. Olinda, com 727 empreendimentos, representa 11,5% do mercado da RMR,

situando-se como um polo estratégico de expansão, especialmente pela posição geográfica, base populacional e potencial de consumo.

O mercado pet da RMR é fortemente caracterizado por micro e pequenos empreendimentos, o que reflete um ambiente altamente competitivo, com predominância de negócios familiares e com alta taxa de informalidade. Essa característica demanda atenção para políticas públicas de incentivo à formalização, acesso a crédito e capacitação empreendedora.

Apesar das limitações estruturais de alguns municípios da RMR, observa-se o surgimento de modelos de negócio inovadores e baseados em tendências globais, que oferecem novas oportunidades para diferenciação e crescimento sustentável.

Com base em estudos setoriais recentes, destacam-se cinco principais tendências no setor pet, todas com grande potencial de implementação nos municípios da RMR (SEBRAE 2024).

3.3.1 TECNOLOGIA PET

O avanço tecnológico no setor pet é um dos vetores mais promissores de crescimento. A demanda por dispositivos voltados à saúde, segurança e entretenimento dos animais é crescente entre tutores com perfil urbano, classe média e alta, com elevado grau de escolaridade e forte conexão digital.

A penetração de *smartphones* e acesso à internet favorece o uso de aplicativos para controle alimentar, monitoramento de saúde e rastreamento de localização via GPS, que agregam valor à experiência de cuidado com os pets. Comedouros automáticos, câmeras com áudio bidirecional e brinquedos interativos também oferecem oportunidades para negócios locais atuarem com revenda, assistência técnica e distribuição desses produtos.

3.3.2 ALIMENTAÇÃO NATURAL

A crescente conscientização sobre a nutrição saudável e a longevidade dos animais de estimação está impulsionando um movimento de valorização de alimentos naturais, funcionais, livres de conservantes artificiais e com alto teor nutricional.

No município de Olinda, especialmente os bairros onde se encontra famílias como maior renda per capita como Bairro Novo, Casa Caiada e Jardim Atlântico tem um público potencial consumidor que pode ser sensível à qualidade dos ingredientes, estar atento às tendências de alimentação funcional e disposto a pagar por produtos *premium* e *super premium*, veganos, sem glúten ou personalizados por porte, raça e condição de saúde do animal.

O segmento permite integração com a economia criativa local, por meio de pequenos produtores, chefes de cozinha e nutricionistas especializados em pets, orientados e supervisionados por zootecnistas, que podem inovar com linhas *gourmet*, *snacks* personalizados e refeições sob encomenda.

3.3.3 E-COMMERCE PET

A transformação digital do varejo está em pleno curso e o comércio eletrônico de produtos *pet* é um canal que parece ser promissor, especialmente no pós-pandemia, quando hábitos de consumo se consolidaram em ambientes digitais.

A RMR oferece uma malha urbana integrada e de alta densidade, que permite operações logísticas rápidas e com custo reduzido. O município de Olinda, por sua localização estratégica entre Recife e Paulista, pode atuar como hub logístico e de micro distribuição regional onde as micro e pequenas empreendedoras podem criar plataformas integradas a sistemas de *delivery* urbano.

3.3.4 SERVIÇOS PERSONALIZADOS

A humanização dos pets impulsiona a busca por serviços especializados, com alto grau de personalização, como creches, hospedagens domiciliares, adestramento comportamental e atendimento veterinário em domicílio.

Esses serviços exigem formação técnica qualificada, protocolos de segurança e confiança, sendo ideais para regiões com alta renda per capita e densa malha urbana — como Casa Caiada e Bairro Novo, Jardim Atlântico em Olinda; Boa Viagem. Pina e Graças, em Recife ou no bairro do Janga, no município do Paulista.

O setor *pet* apresenta baixa barreira para novos entrantes, mas exige forte diferenciação por meio de estratégias de *branding*, *marketing* digital e qualidade no relacionamento com o cliente.

3.3.5 SUSTENTABILIDADE

O consumidor da RMR, especialmente o público jovem e urbano, costuma valorizar marcas que adotam práticas ambientalmente responsáveis, como uso de embalagens biodegradáveis, brinquedos recicláveis e cosméticos orgânicos.

Empresas que alinham seu posicionamento ao conceito *Environmental, Social and Governance* (ESG) ganham competitividade e reputação, especialmente se comunicarem transparência, impacto social local e redução de resíduos.

Além do apelo ao consumidor final, há oportunidades de parcerias com Organizações do Terceiro Setor s de proteção animal, cooperativas de reciclagem e projetos de educação ambiental. Muitas são as tendências e oportunidades no segmento *pet* e as possibilidades para as empreendedoras atuarem com sucesso, são inúmeras.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino transformou-se, nas últimas duas décadas e meia, em uma alavanca essencial para o crescimento econômico e a inclusão produtiva. As conquistas são notáveis, mas os desafios permanecem. Superar as desigualdades estruturais exige um compromisso intersetorial entre governos, setor privado, academia e sociedade civil.

O empreendedorismo feminino não deve ser apenas medido por sua expansão, mas também por sua capacidade de gerar impacto social, redistribuir oportunidades econômicas e

promover igualdade de gênero. A trajetória futura dependerá, sobretudo, da capacidade dos países de construir ecossistemas empreendedores verdadeiramente inclusivos para as mulheres.

O impacto do empreendedorismo feminino vai além dos indicadores econômicos. Ao alcançar a autonomia financeira, muitas mulheres rompem ciclos de dependência e vulnerabilidade, ganhando maior controle sobre suas trajetórias. Esse aspecto é especialmente relevante em contextos de violência doméstica, onde a independência financeira pode representar a possibilidade concreta de uma nova vida, fortalecimento das redes locais e transformação social

Além disso, a presença feminina no comando de negócios tende a imprimir uma nova dinâmica de gestão, mais colaborativa e inclusiva. Líderes mulheres contribuem para a diversificação dos pontos de vista, trazendo à tona temas historicamente marginalizados no ambiente corporativo, como equidade de gênero, conciliação entre vida profissional e pessoal, e diversidade nas equipes de trabalho.

Empreendedoras também assumem um papel simbólico importante: são referências e inspirações para outras mulheres, multiplicando o potencial de transformação social.

O estudo realizado confirma que o empreendedorismo feminino no setor *pet*, no município de Olinda, constitui-se como uma importante ferramenta de autonomia econômica e inclusão produtiva para as mulheres. Ao analisar o número expressivo de empreendimentos no setor — 727 estabelecimentos na cidade —, evidencia-se que as mulheres não apenas ocupam, mas dinamizam esse mercado, atuando em áreas diversas como estética animal, alimentação natural, e-commerce, serviços personalizados e produtos sustentáveis.

A articulação entre os dados e a ODS 5 da ONU reforça a urgência da implementação de estratégias territoriais de fomento ao empreendedorismo feminino, com atenção às especificidades regionais do Nordeste brasileiro. Tais estratégias devem incluir programas de mentoria, incentivo à inovação, ampliação do acesso digital e criação de redes de cooperação entre mulheres.

Com base em dados secundários obtidos junto ao Cadastro Nacional da Atividade Econômica (CNAE), ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ao SEBRAE e à base da Receita Federal, observa-se uma crescente formalização de estabelecimentos do segmento *pet* em Olinda, bem como uma ampliação da participação feminina como sócias-proprietárias desses empreendimentos.

Conclui-se assim que o mercado *pet* em Olinda não é apenas um espaço de geração de renda, mas também um território simbólico de empoderamento, transformação social e redefinição das relações de gênero no campo da economia local. A ampliação da participação feminina nesse setor precisa ser compreendida como uma agenda estratégica de desenvolvimento sustentável e de justiça social

REFERÊNCIAS

- ABINPET – Associação Brasileira da Indústria para Animais de Estimação.** (2025). *Dados de mercado.* <https://abinpet.org.br/dados-de-mercado/>
- Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE).** (2025). *Mulher chefia mais domicílios, mas segue com menos direitos e oportunidades no trabalho.* DIEESE.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM).** (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report.* <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurshiphttps://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).** (2025). *Estatísticas do Cadastro Central de Empresas.* <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9016-estatisticas-do-cadastro-central-de-empresas.html>
- Nações Unidas Brasil (ONU).** (2025). *Portal ONU Brasil.* <https://brasil.un.org/pt-br>
- Painel Pet.** (2025). *Painel Pet.* <https://abinpet.org.br/painel-pet/>
- SEBRAE.** (2024). *Proposta de estratégia de competitividade.* SEBRAE Pernambuco.
- SEBRAE.** (2025). *Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?* <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>