

EMPREENDEDORISMO FEMININO: REFLEXÕES SOBRE A MULHER E SEU PAPEL NOS EMPREENDIMENTOS DO SÉCULO XXI.

ANGELICA CARINA DE ANDRADE FARIAS

Docente UNIFACISA-PB

LARA MORGANNA FERREIRA DE OLIVEIRA

Graduada na UNIFACISA- PB

AMANDA RAQUEL DE FRANÇA FILGUEIRAS D´AMORIM

Universidade Fernando Pessoa – Porto (UFP)

RAMON SCHNAYDER DE FRANÇA FILGUEIRAS D´AMORIM

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

UTHANIA DE MELLO FRANÇA

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

RESUMO

Ao longo dos anos, a mulher vem ganhando espaço no mercado de trabalho e conquistado papel central na economia enquanto empreendedora. Diferente do que acontecia nos costumes antigos, nos quais a figura feminina era restrita a ser dona de casa e mãe, hoje a mulher inova ao abrir seu próprio negócio e luta diariamente para gerenciar e equilibrar sua vida pessoal, profissional e emocional. O objetivo desse estudo é realizar uma revisão sistemática de literatura que venha a discutir o papel das mulheres no empreendedorismo do século XXI. Foi realizada uma pesquisa nas bases de dados SciELO e CAPES com a combinação de alguns critérios, entre eles foram utilizados artigos em língua portuguesa, que abordassem a temática empreendedorismo feminino destacando o papel das mulheres, que foram publicados nos últimos 10 anos. Além disso, foram desconsiderados os artigos pagos, revisões bibliográficas de todos os tipos, artigos que faziam comparações entre negócios dirigidos por mulheres e por homens, artigos duplicados, artigos que tratavam apenas de questões femininas sem abordagem administrativa e trabalhos escritos em outros países. Assim, ao final foram selecionados sete artigos para serem analisados. Foi possível perceber que a mulher exerce papéis multifuncionais em sua realidade no atual século. No entanto, isso não a impede de gerir seus negócios, estando sempre empoderadas, motivadas, perseverantes, resilientes, capazes de inovar e de propor melhorias constantes para o desenvolvimento e crescimento de seus empreendimentos, como pode ser evidenciado no estudo de Jonathan (2011) e no estudo de Ferreira e Nogueira (2013). Percebeu-se que a mulher, em sua caminhada empreendedora, necessitou vencer esforços, como manter seu papel de mulher, mãe, dona de casa, esposa e empreendedora, e assumir características próprias, como proatividade, resiliência e perseverança, para desempenhar seu papel multifuncional para garantir seu espaço no mercado de trabalho. Espera-se que a presente pesquisa possibilite a facilitação na compreensão, para pesquisadores interessados, desta área de produção de conhecimento sobre a mulher, o empreendedorismo feminino e múltiplas faces que esses dois núcleos podem se entrelaçar para gerar novas pesquisas a fim de se estudar mais profundamente a figura feminina, o mundo em que vive, suas necessidades e os desafios enfrentados por elas no desenvolvimento de seus papéis.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo feminino; Mulher; Mercado de Trabalho.

1 INTRODUÇÃO

O mundo tem passado por fortes e impactantes mudanças em seus mais diversos contextos, destacando as novas formas de trabalho e suas formatações, dinâmica das relações econômicas e as crises financeiras e sociais, mais recentemente fomentadas, pela pandemia do novo coronavírus. Neste contexto, as atitudes empreendedoras têm se destacado na busca por novas oportunidades mercadológicas, bem como pelos impulsos e necessidades de sobrevivência.

Segundo Verardi (2012), o empreendedorismo não é uma atividade recente, ele se estende desde a fundação do comércio na Idade Média, com a criação de feiras, até as suas novas formas, como as *startups*, os negócios digitais e o empreendedorismo individual. Atualmente, o ato de empreender pode ser traduzido como sendo a capacidade de executar tarefas, de modo que venham a possibilitar o desenvolvimento da capacidade de liderança ou de gerir um negócio próprio.

No Brasil, a difusão do conceito de empreendedorismo, remonta ao final da década de 90, ganhando mais força e visibilidade somente a partir dos anos 2000. O aumento no número de pequenas empresas, bem como nas iniciativas individuais por empreender, revelou o impacto econômico dessa atividade, despertando assim, o interesse da academia e do mercado pelo tema em nosso país (DORNELLAS, 2018).

O que se tem observado no atual contexto brasileiro é a busca pelo empreendedorismo. Essa afirmação se confirma quando se analisam os dados de uma pesquisa mundial realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), produzida mundialmente, que objetiva contabilizar como está ocorrendo à atividade empreendedora. Na pesquisa mais recente, já de 2020, o GEM contabilizou no Brasil, um total de 52 milhões de empreendedores, dentre os quais 57% são homens e 43%, mulheres (GEM, 2020).

Diante desse contexto, destaca-se um aumento significativo do número de mulheres empreendedoras - em 2000, 28,4%; em 2010, 34,9% e em 2020, 43% (GEM BRASIL, 2017; GEM, 2020) - que tem investido em desenvolver um negócio próprio, motivadas não somente pela necessidade, mas também pelo desejo de contribuir com a sociedade e modificar sua situação financeira e familiar. Com isso, as mulheres são responsáveis por gerar emprego e renda de modo que impactam a economia do país por meio da prestação de serviços e oferta de produtos (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016).

Assim, nota-se que a entrada do grupo feminino no mercado de trabalho – caracterizado pela oferta e procura de empregos e serviços - movimentou a economia, bem como as políticas governamentais para igualdade de inclusão, impulsionando também o seu movimento para o empreendedorismo. De maneira bastante significativa, as mulheres passaram de empregadas a empregadoras e impactarão diretamente a movimentação da economia local e nacional de forma relevante, em especial, a partir das pequenas e médias empresas (DORNELLAS, 2018; GOMES, 2018; SANTOS et al., 2015).

Logo, vislumbra-se uma crescente mudança cujo elemento central é a mulher, que está ascendendo no mercado de trabalho como resultado, não somente do crescimento do modelo econômico mundial, pois ocorre influência no mercado nacional, mas também pela mudança da sua atitude que não é tolhida pela cultura machista, mas que luta por seus objetivos e sonhos de modo que geram o aquecimento da economia não somente local como também nacional.

Dessa forma, este trabalho detém sua relevância ao se buscar compreender o papel da mulher no empreendedorismo diante do cenário econômico mundial no século XXI. Para tanto,

realizou-se uma revisão sistemática de literatura, a qual contou com a leitura de trabalhos na íntegra para compor o seu recorte bibliográfico de modo racional, a fim de compreender os desafios enfrentados pelas mulheres e buscar soluções dentro da realidade analisada (FLICK, 2013). O presente estudo fomenta uma análise literária sobre o papel da mulher no empreendedorismo. Dessa forma, a pergunta norteadora deste trabalho é: qual o papel das mulheres no empreendedorismo no século XXI?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Discutir o papel das mulheres no empreendedorismo no século XXI.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Apresentar o histórico do empreendedorismo;
- Realizar uma revisão da literatura sobre empreendedorismo feminino;
- Destacar os principais resultados encontrados nos trabalhos selecionados.

1.2 JUSTIFICATIVA

A compreensão acerca do cenário econômico mundial sempre se mostrou como um tema presente nas discussões de pesquisas de cunho administrativo de gestão no Brasil, principalmente, por esse se tratar de um país emergente (SILVEIRA; PASSOS; MARTINS, 2017). Isso se deve ao fato de termos uma carência de profissionais nas mais diversas áreas e por meio da disseminação da cultura empreendedora, a qual movimenta mais de 40 milhões de pessoas a buscarem sua independência a ponto de iniciarem um investimento no próprio negócio (HARTMANN, 2013).

Percebe-se, hoje, que o ensino superior no curso de Administração possui grande relevância ao promover o estudo acerca de estruturas empresariais inovadoras no mercado de trabalho como as *startups*, e isso, agrega valor substancial à formação dos profissionais da área, os quais adentrarão a esse mercado compreendendo, inicialmente, as possíveis demandas advindas da flutuações do capital e suas formas de uso (FIGUEIRA et al., 2017).

Dessa forma, a análise global do mercado de trabalho, gerou o estímulo primário para o desenvolvimento da presente pesquisa sobre o empreendedorismo, o qual centra-se na premissa de investir com inovação mesmo em meio às dificuldades encontradas ao longo da caminhada empreendedora. Dornellas (2018) reforça que o interesse pelo tema empreendedorismo é mundial, atraindo atenção de governos nacionais, organizações e multinacionais em todo o mundo. Além disso, o autor afirma que estamos vivendo a era do empreendedorismo, movidos pela queda das barreiras culturais, o encurtamento das distâncias, a globalização e a digitalização dos processos que suportam essa atividade.

Dentro do conceito global de empreendedorismo, optou-se por seguir o viés literário abordado dentro do empreendedorismo feminino, o qual possui grande pungência no cenário brasileiro, dado que as mulheres ocupam 43% do corpo empreendedor brasileiro (GEM, 2020), o que se mostra como algo impactante na economia e na geração de renda e emprego dentro da sociedade. Lopes e Lima (2019) desenvolveram um trabalho voltado a identificação de temas

promissores correlacionados ao empreendedorismo, destacando o empreendedorismo feminino como um dos mais relevantes da atualidade. Assim, esse trabalho reforça a importância atual do tema, bem como fomenta a busca por trabalhos e suas revisões, no intuito de construir uma teoria mais fortalecida e aprofundada para os interessados na área.

Além disso, foi possível perceber que a análise do tema mais a fundo, vislumbrando a realidade da mulher empreendedora proporcionou a identificação pessoal com este tema, o que trouxe à tona o desejo de buscar mais informações para ajudar, não só a contribuir com o cenário acadêmico paraibano, mas também, em um futuro próximo, desenvolver um negócio próprio que venha a impactar a minha realidade e daqueles que me cercam. Assim, tratando-se de empreendedorismo, optou-se por realizar uma revisão bibliográfica, a qual se justifica pelo fato de entendermos que a teoria oferece insumos suficientes para entendermos as decorrências e o funcionamento desse processo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico trará os principais autores e conceitos relacionados ao tema do trabalho, que irão apoiar seu desenvolvimento e subsidiarão o alcance dos objetivos propostos.

2.1 EMPREENDEDORISMO

2.1.1 Evolução Histórica Do Empreendedorismo

A palavra “empreendedor” tem sua origem na língua francesa, no termo “*entrepreneur*”, e remonta ao conceito daquele que assume riscos e quer começar algo novo. Diante disso, os atuais conceitos nortearão todo o ato de empreender e como se desenvolveu o empreendedorismo no mundo.

O empreendedorismo ocorreu, inicialmente, como uma ação consequente ao desenvolvimento humano, que se estendeu desde a fundação das civilizações no mundo e culminou num maior impacto atualmente. A cada nova era histórica, o ser humano desenvolve sua capacidade e potencial para a inovação, corroborando com melhorias para a sociedade.

Isso é destacado, ao se analisar os fatos históricos de como se iniciou o comércio europeu, por meio da formação de feiras e burgos ao redor das cidades mais importantes, por exemplo. Inicialmente, estruturaram-se as feiras de modo que os viajantes que traziam novidades para as cidades pudessem passar mais tempo disponibilizando as suas mercadorias para a população. Em seguida, instaurou-se o comércio forte e mais estruturado o qual contava com a modificação de produtos e processos para atender as demandas mais específicas da burguesia e de outras camadas populares mais abastadas no período da idade média europeia (DUTRA; PREVIDELLI, 2003).

De acordo com Bandeira (2013), esse ato de empreender, a curiosidade sobre seus impactos na vida dos envolvidos, bem como na comunidade local, deram início aos primeiros estudos sobre o empreendedorismo, trazendo grande evolução ao comércio, sendo possível documentar as transformações ocorridas na sociedade moderna por meio das novas vertentes de mercado. Atribui-se aos anos de 1920 e 1970 os principais momentos em que houve a percepção acurada do empreendedorismo dentro da sociedade. O primeiro remete ao surgimento de pequenas empresas; já no segundo, os pequenos negócios tornaram-se a porta de

entrada ao empreendedorismo propriamente dito. De acordo com Filion (2000) e Dornelas (2018), o movimento empreendedor visto nos dias atuais, como a força capital dos países em desenvolvimento, iniciou-se na década de 1990, em especial, no Brasil, com a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e da Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX).

Com a criação do SEBRAE, o pequeno empresário (empreendedor) teve acesso às informações e orientações específicas para iniciar e conduzir o seu negócio, o que antes não era possível dada à condição problemática da política e economia empresarial brasileira, a qual não amparava o empreendedor com subsídio financeiro, nem o auxiliava com informações para ter o *start* no mundo dos negócios. Já o SOFTEX possui um conjunto de programas fomentados nas universidades de computação e informática, os quais impulsionaram o que hoje é conhecido como ‘incubadora de negócio’, a qual pode ser definida como a formação da base de dados das empresas e como esses dados devem ser trabalhados para gerar renda, provendo a ‘saída do papel para a realidade’ (DORNELLAS, 2018).

O contexto atual do empreendedorismo no Brasil é visto como privilegiado no mundo todo, pois o país ocupa um lugar relevante entre os países que adotam o ensino da disciplina de empreendedorismo nas universidades. Isso é evidenciado ao analisar os dados fornecidos pelo estudo do GEM, cujo foco é unir dados de estudantes e estudiosos de administração e economia do mundo todo e formar uma base de dados que contenha informações sobre os avanços do empreendedorismo. Todos os dados analisados são disponibilizados numa página online do próprio GEM (GEM, 2020).

Nos dados compilados de 2007, Dornellas (2008) denotou que o Brasil assumiu a nona posição no *ranking* de países da América Latina que mais empreendiam. Hoje, segundo os dados do GEM (2020), o Brasil ocupa a quarta posição, ficando atrás apenas de Estados Unidos, Holanda e Reino Unido, o que demonstra a capacidade empreendedora do brasileiro, colocando-se como um país promissor para o desenvolvimento da atitude empreendedora juntos aos países supracitados.

2.1.2 Conceitos de Empreendedorismo

De acordo com a Endeavor Brasil (2015), o empreendedorismo pode ser definido como a disposição para identificar problemas e oportunidades e investir recursos e competências na criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças e gerar impacto positivo. Na visão de Boava e Macêdo (2006), o conceito de empreendedorismo está diretamente vinculado às áreas social e comercial, pois se vê a necessidade, por conhecer o que é preciso ser feito para atender a demanda do público-alvo na área social e o que é preciso ser lançado no setor comercial, por meio de produtos e/ou serviços como requisito da população, na área comercial. Pode-se resumir o conceito de empreendedorismo como a atividade executada pelo dono do negócio, ou seja, pelo empreendedor. Esse pode ser visto como a pessoa que impulsiona o próprio negócio a fim de romper barreiras, surpreender e encantar; sendo também ágil na maneira como vê o mundo, dotado de atitudes construtivas, sempre solucionando problemas e criando propósitos ao agir (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Já o ato de empreender firma-se na capacidade de ser audacioso ao assumir riscos e mudar uma realidade pré-existente e consolidada a fim de abrir espaço para o novo, sendo daí que surge o conceito palpável de inovação, cujo cerne conceitual está na capacidade de criar o

novo a partir de algo já existente. Logo, quem molda o empreendedorismo e o ato de empreender é a capacidade de inovação da realidade (BARBOSA et al., 2006).

Dessa forma, observa-se que o empreendedorismo está além de desenvolver um produto ou prestar um serviço, bem como o empreendedor está além de um ‘criador de caminhos’, estando ambos os conceitos interligados. Não é possível existir o empreendedorismo sem o empreendedor e vice-versa, pois, o empreendedor sem o empreendedorismo é apenas o proprietário ou trabalhador de um determinado local ou prestador de serviços sem sua ferramenta de trabalho. Enfim, conclui-se que o ato de empreender necessita da atitude oriunda do empreendedorismo e da pessoa para executá-la, o empreendedor (FILION, 2000).

Quando se pensa nas atitudes do empreendedor, percebem-se suas iniciativas e soluções para os conflitos, essas ações podem ser vistas como o ato de empreender, o qual é visto com a ação à frente de toda intenção do empreendedor. Sem o ato de empreender, o empreendedor se vê vazio, pois é a sua atitude que movimenta seu negócio e pode fazê-lo ser bem sucedido em sua caminhada no empreendedorismo (GOMES, 2018). Dessa forma, o que define o empreendedor e o empreendedorismo são as conectividades e capacidades de inovação frente aos desafios que surgem na caminhada de negócios. Assim, a evolução dos conceitos desses dois termos será apresentada no Quadro 1.

Quadro 1 – Evolução dos conceitos de empreendedor e empreendedorismo.

PERÍODO	AUTOR	CONCEITO
Idade Média	Desconhecido	Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
1755	Richard Cantillon	Pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
1803	Jean Baptiste Say	Lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.
1876	Francis Walker	Distinguir entre os que forneciam fundos e recebia, juros e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
1934	Joseph Schumpeter	O empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1961	David McClelland	O empreendedor maximiza oportunidades.
1964	Peter Drucker	O empreendedor maximiza oportunidades.
1975	Albert Shapero	O empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos e aceita riscos do fracasso.
1980	Karl Vesper	O empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Gifford Pinchot	O intraempreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985	Robert Hisrich	O empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e os esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos, sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.
2001	José Carlos Assis Dornelas	O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.

Fonte: Adaptado de Mota (2015, p. 19).

Analisando o quadro1, nota-se que o conceito de empreendedorismo evoluiu com o passar dos anos, podendo-se perceber sua grande influência pelas fases vividas na economia

global, por exemplo, quando se compara os conceitos do século XVII e do século XX, tornando-se mais abrangente e completo, especialmente, quando se incorpora o conceito de inovação e as percepções psicológicas e pessoais sobre o mercado de investimentos.

Observando-se as abordagens de Schumpeter de 1934 e Hisrich de 1985, vê-se a evolução do conceito de empreendedorismo ao envolver os fatores: inovação, risco e criação de riqueza, o que denota a transformação à medida que ocorre sua evolução. Dessa maneira, o presente trabalho utilizar-se-á o conceito de Dornelas em 2008, que além de ser o mais recente, engloba todos os conceitos anteriormente citados de modo que traz uma visão à frente do que é proposto no empreendedorismo mundial e brasileiro.

2.2 MULHERES E O MERCADO DE TRABALHO

As mudanças ocorridas no mercado de trabalho e na forma de se gerenciar negócios promoveram a diversificação da maneira como os serviços são ofertados. Isso é decorrente do processo transitório capitalista que se iniciou no período pós-guerra, o qual permitiu a mulher conquistar diversos espaços para sua inserção, antes impossíveis de ser vislumbrado por elas (SILVA; FURTADO; ZANINI, 2015).

Percebe-se que a atual demanda do mercado possibilitou que as características femininas que anteriormente eram rejeitadas, como a sensibilidade, a percepção de detalhes e a cooperação, que as taxavam como sexo frágil, hoje, são valorizadas, pois promovem diferencial na entrega de produtos, serviços e no gerenciamento de equipes, por serem mais receptivas às variadas opiniões de seus colaboradores, o que garante um estilo próprio ao gerir empresas e garantir seu sucesso no mercado de trabalho (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016).

Um dos fatores que mais contribuem para isso é o papel multitarefa das mulheres, as quais precisam administrar a casa, cuidar da família e assumir seus papéis fora do lar, onde se percebe a grande necessidade de lidar com diversas formas de pressão e cobrança, pois são forçadas a equilibrar com sucesso suas vidas pessoal, familiar e profissional (GOMES et al., 2014). Toda essa realidade previamente descrita começou a ser estudada em 1976 por Schwartz, essa autora percebeu que apesar das mulheres deterem grande vontade de desenvolver seus próprios negócios, as barreiras que elas precisavam enfrentar eram tantas que geravam problemas para garantir o sucesso de suas organizações, principalmente, na obtenção de crédito. Depois dessa, muitas foram às pesquisas que denotaram as dificuldades enfrentadas pelas mulheres para adentrarem ao mercado de trabalho, desde o ramo a serem inseridas até o surgimento de questionamentos do tipo: ‘elas dão conta do recado?’ (GOMES et al., 2014).

No Brasil, algumas diferenças ainda são evidenciadas quando se contabilizam os dados sobre as arrecadações financeiras das mulheres; infelizmente, elas ainda ganham menos que os homens, apresentando uma diferença de 71% nos salários para as funcionárias de mesmo cargo que os homens. Além disso, elas ocupam apenas 24% dos cargos de gerência, que apesar de terem sofrido um aumento significativo entre 1990 e 2000 (de 8% para 13%) ainda é um valor insignificante quando comparado aos dados masculinos, os quais ocupam mais de 80% dos cargos de gerência e liderança para tomada de decisões dentro de empresas e instituições, sejam privadas ou públicas (PROBST, 2014; GOMES, 2018).

Segundo dados da Agência IBGE Notícias (2020), os homens ganharam, em 2019, quase 30% a mais que as mulheres. Enquanto os homens receberam R\$ 2.555, elas ganharam R\$1.985, segundo dados do módulo Rendimento de Todas as Fontes, da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD). Isso significa que além das mulheres terem menor

poder de compra de produtos, por terem uma renda menor, ainda ficam a mercê de viverem na desigualdade financeira dos homens. Contudo, mesmo com todas as dificuldades enfrentadas pelas mulheres, no atual contexto brasileiro, é a ocorrência da formação de um perfil feminino dotado de confiança, destemido, capaz de gerir o próprio negócio, que apesar do receio pelos aspectos financeiros e sobre desenvolvimento de empresas parcialmente desconhecidos, não as impede de desenvolver sua marca e/ou produtos com a determinação e o foco devido a alguns fatores limitantes (DORNELAS, 2018; SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016).

O processo transitório vivido pela mulher ao sair da sua zona de domínio – o lar – e a passagem para buscar novas formas de se empregar e gerenciar negócios, só melhorou a autopercepção feminina no que concerne a sua perfeita adaptação aos mais variados ambientes visto que hoje, elas são donas do seu próprio negócio, estando empoderadas e capazes de gerir sua vida e a vida de suas famílias. Diante disso, é preciso compreender que ao ter mulheres trabalhando ativamente na abertura de empresas, com venda de produtos e ofertando serviços, o número de negócios abertos e liderados por elas é muito relevante – 22,3 milhões de empreendimentos femininos – o que gera renda, promove manutenção do mercado de trabalho, produz novos empregos e contribui para o desenvolvimento social e econômico do país (SANTOS et al., 2015).

Isso acontece pela sua ocupação no mercado de trabalho (taxa de 56,8%) mesmo que encontre dificuldades para fazê-lo, como encontrar uma creche para deixar os filhos, por exemplo. Hoje, elas não se sentem ameaçadas ou inibidas pela cultura machista, a qual preconiza a mulher dona de casa, mãe e esposa sempre disponível para os serviços do lar (LARUCCIA et al., 2015). Toda essa mudança ocorrida no contexto brasileiro, mesmo que a passos curtos, se deve às reformas trabalhistas que promoveram flexibilização nos contratos de trabalho ocorridas em 2017, as quais promoveram medidas para a facilitação do empreendedorismo, incluindo a Medida Provisória de Liberdade Econômica – um ato que inclui políticas como a cessação de negócios, licenças para atividade de pequenas empresas de baixo risco, além da simplificação do sistema nacional de contabilidade digital para cobrança de impostos e obrigações previdenciárias, o que tornou a vida da mulher no mercado de trabalho, com caráter empreendedor mais fácil, mesmo diante do difícil contexto familiar, social e psicológico por ela enfrentado (UNICAMP, 2017). O que se vê na realidade brasileira, é uma mulher forte, destemida e que participa do gerenciamento das contas da casa e que é capaz de trocar de lugar com o marido, indo à rua para trabalhar e sustentar o lar, quando esse fica em casa e cuida das crianças; que aproveita as oportunidades e se desdobra em mil para finalizar sua jornada de trabalho diária percebendo que fez a diferença no ambiente em que esteve.

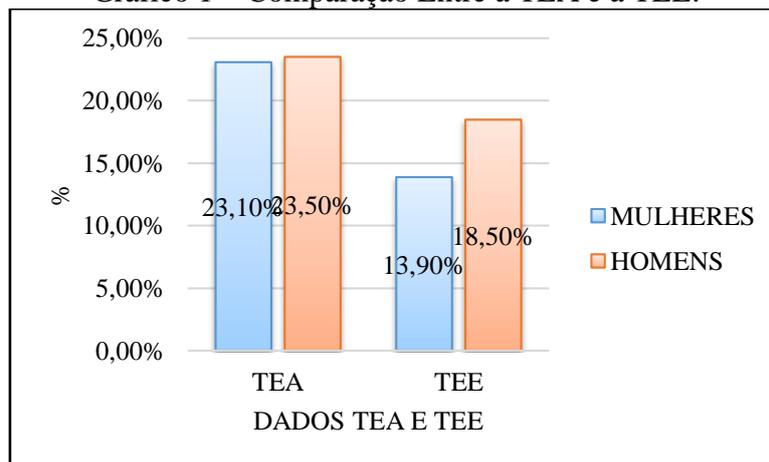
2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

A compreensão do papel da mulher dentro da família, sua trajetória no mercado de trabalho e o entendimento da diferença que essa mulher pode promover no meio em que está inserida é de fundamental importância para se evidenciar sua formação como dona do seu próprio negócio.

Dito isso, a mudança no padrão comportamental permite enfatizar a ocorrência da competição com os homens por nichos de trabalhos antes não desejados. Isso se dá pela formação do pensamento empreendedor na realidade feminina, o qual além de deterem as características dos empreendedores de modo geral (DORNELAS, 2018), nota-se que as mulheres possuem uma maior força de vontade no que concerne à sua luta frente a criação e

manutenção do seu negócio (SANTOS et al., 2015). Isso é notabilizado ao se analisar a pesquisa internacional do GEM 2020, a qual contabiliza a taxa de empreendedorismo brasileiro com uma das maiores no mundo (24,8%). Dentro dessa taxa, estão inclusos os percentuais referentes aos empreendedores iniciais (23,3%) e os empreendedores estabelecidos (16,2%). Na Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA), percebe-se que as mulheres estão alcançando os homens, com uma diferença mínima de 0,4% (23,5% contra 23,1%). Em relação à Taxa de Empreendedores Estabelecidos (TEE), os homens dominam com mais significância (18,5% contra 13,9%) (GEM, 2020), como pode ser observado no gráfico 1 explanado a seguir.

Gráfico 1 – Comparação Entre a TEA e a TEE.



Fonte: Adaptado de GEM, 2020.

A análise dos números citados no gráfico 3 levanta alguns questionamentos sobre o porquê das mulheres serem minoria quando se analisa os dados sobre empreendedores estabelecidos e isso se deve ao fato de que, apesar das mulheres estarem em número muito próximas aos homens (29,6 milhões contra 22,3 milhões) ainda não conseguiram um maior destaque devido a sua atividade multitarefa quando comparada aos homens (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016). De acordo com o quadro 2, os principais motivos para as mulheres empreenderem são:

Quadro 2 – Motivação Feminina Para Empreender Da TEA.

MOTIVAÇÃO	PERCENTUAL
Fazer a diferença no país	53,2%
Melhorar a condição financeira	31,8%
Continuar com a tradição familiar	23,4%
Por necessidade	90,8%

Fonte: Adaptado de GEM, 2020.

A análise dos dados do quadro 2 foi realizada na pesquisa do GEM de 2020 e contou com entrevista das mulheres que compõem a TEA. Pode-se perceber que o maior motivo para empreender é a necessidade, seja por falta de trabalho no mercado formal, seja porque o mercado formal já não atende a necessidade da família.

Além disso, outro grande fator analisado é a motivação de ‘Fazer a diferença no país’, sendo representado pelo segundo menor percentual. Isso se dá pela expansão do mercado empreendedor brasileiro, que motiva as mulheres a buscarem o empreendedorismo a fim de mudar não só sua realidade, mas também o contexto ao qual elas estão inseridas, como donas de casa, provedoras do lar e mães solteiras, na maioria dos casos (FONTES, 2019). Diante disso, percebe-se que o empreendedorismo feminino é visto como o empreendedorismo que ‘busca empreender apesar de’. Sabe-se que a realidade feminina para criar e consolidar negócios é difícil, principalmente, pelo preconceito de gênero; mesmo assim, percebe-se que a mulher vislumbra oportunidades além do desconhecido e, com isso, alcança seus objetivos, mesmo que isso gere sentimentos como insegurança, medo ou dúvidas se elas ‘darão conta do recado’. Desse modo, é possível perceber que as mulheres estão se destacando bastante na economia enquanto empreendedoras e, por isso, o presente trabalho constitui uma pesquisa relevante para compreender o cenário das empreendedoras no Brasil, suas características e os principais desafios enfrentados por elas para empreender.

3 METODOLOGIA

Para Gil (2008) e Flick (2013), a pesquisa científica é compreendida como a condensação de leituras variadas sobre um tema específico de modo que se forme um texto racional, cuja estrutura, mesmo construída de modo recortado, tenha sentido e que venha a trazer a solução para o problema abordado. Dessa forma, o trabalho em curso optou por utilizar o métodosistemático de revisão literária, o qual, para Flick (2013), consiste de uma associação de estudos primários que explicita os materiais e métodos utilizados a fim de conduzir a metodologia de forma clara e reprodutível.

A abordagem realizada na pesquisa será qualitativa, a qual, segundo Flick (2013), pode ser fragmentada em sequência linear de passos conceituais, metodológicos e empíricos. Diante desse conceito, a pesquisa apresenta informações que serão apresentadas sobre as características das mulheres empreendedoras em forma de dados independentes um do outro, mas que apresentam uma estrutura lógica que os interligam de modo que formem o mapa conceitual e metodológico ao longo de todo o trabalho.

No que concerne aos procedimentos, segundo Gil (2008), observa-se que ocorre uma investigação de ideologia ou a análise de diversas proposições sobre o problema, o que a caracteriza como uma pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica abordada contou com a leitura de textos em sua íntegra de modo que viessem a embasar o problema, justificar sua exploração e propor medidas para sua compreensão e a criação de um retrato descritivo da realidade enfrentada pelas mulheres empreendedoras do século XXI.

O presente estudo foi realizado a fim de promover um levantamento bibliográfico nas bases de dados SciELO e no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). O critério para escolha se deu em virtude da base da dos SciELO existir há mais de 15 anos, ser amplamente utilizada por pesquisadores do mundo todo e contar em seu acervo com mais de 500 mil artigos publicados (REDAÇÃO, 2017). Para escolher a base de dados CAPES, foi avaliado não somente seu acervo ou sua capacidade de uso, mas também foi levado em consideração os critérios: avaliação de pós-graduação stricto sensu, investimentos na formação de recursos de alto nível no país e no exterior e promoção da cooperação científica nacional e internacional (KEPLER, 2017).

Com base nos objetivos deste trabalho, foram estabelecidos os seguintes critérios para realização da busca:

A. Critério 1 - uso de palavras-chave: Foram determinados a combinação dos termos ‘Empreend*’; ‘Fem*’; ‘Mulher’;

B. Critério 2 - datas dos artigos: artigos publicados entre os anos de 2009 e 2019;

C. Critério 3 - idioma: foi utilizado o filtro de busca para artigos exclusivamente em língua portuguesa;

D. Critério 4 - tema abordado: foram selecionados artigos que abordassem o tema de empreendedorismo feminino no Brasil;

E. Critério 5 - acesso: artigos de acesso gratuito;

F. Critério 6 - exclusão: foram desconsiderados os artigos pagos, revisões bibliográficas de todos os tipos, artigos que faziam comparações entre negócios dirigidos por mulheres e por homens, artigos duplicados, artigos que tratavam apenas de questões femininas sem abordagem administrativa e trabalhos escritos em outros países.

Dessa forma, a pesquisa se deu em 3 estágios diferentes, considerando inicialmente a busca por palavras-chaves. Conforme exposto no Quadro 3.

Quadro 3 – Seleção dos artigos.

ESTÁGIO 01: Busca de artigos com base no critério 1.	ESTÁGIO 02: Filtragem com base nos critérios 2, 3, 4,5 e 6.	ESTÁGIO 03: Seleção.
A1. PALAVRAS-CHAVE: ‘Empreend*’ e ‘Fem*’ no título do artigo.	Foram encontrados 175 artigos. Após aplicar os critérios de inclusão e exclusão, a amostra diminuiu para 31 artigos.	Dos 31 artigos selecionados no estágio 02, apenas 4 contemplaram a amostra final.
A2. PALAVRAS-CHAVE: ‘Empreend*’ e ‘mulher’ no título do artigo.	Foram encontrados 1597 artigos. Após aplicar os critérios de inclusão e exclusão, a amostra diminuiu para 49 artigos.	Dos 49 artigos selecionados no estágio 02, apenas 3 artigos contemplaram a amostra final.

Fonte: Autoria Própria, 2020.

Diante disso, foram encontrados 7 artigos que atendem os critérios estabelecidos para o alcance dos objetivos desta pesquisa.

A busca dos artigos foi realizada nos meses de abril e maio de 2020. A análise foi estruturada por meio da aplicação das palavras-chave (‘Empreend’, ‘Fem*’ e ‘Mulher’) para busca nas bases de dados utilizadas (SciElo e CAPES); em seguida, foi realizada a aplicação dos filtros (Texto em língua portuguesa, publicados entre os anos de 2009 e 2019, que abordassem empreendedorismo no Brasil e que fossem gratuitos). Após a aplicação dos filtros, chegou-se a um número de artigos que permitiu a leitura dos títulos; àqueles títulos que utilizassem as palavras-chave ‘Empreend*’, ‘Fem’ e ‘Mulher’ de forma combinada, teriam seus resumos lidos, àqueles que não apresentassem, seriam descartados.

Passada essa etapa da seleção, foram analisados os resumos. Nesse ponto da pesquisa, observou-se se os critérios de exclusão (artigos que faziam comparações entre negócios

dirigidos por mulheres e por homens, artigos que tratavam apenas de questões femininas sem abordagem administrativa e trabalhos escritos em outros países) eram obedecidos. Caso não o fossem, seriam descartados. Os trabalhos que seguiam os critérios de inclusão e exclusão foram lidos na íntegra a fim de perceber se os contemplavam em sua totalidade. Dessa forma, foram selecionados sete artigos para compor a presente revisão, cujos textos foram lidos integralmente para melhor compreensão de seus objetivos, metodologia, contemplando seus resultados e discussão.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 APRESENTAÇÃO DOS ARTIGOS QUE COMPUSERAM A REVISÃO DA LITERATURA

Foram selecionados sete artigos que obedeciam aos critérios de inclusão e exclusão adotados neste estudo para compor os resultados. No quadro 4, apresentam-se os artigos utilizados seguindo a distribuição de autor, ano de publicação, título do artigo e periódico.

Quadro 4–Distribuição dos artigos segundo autor, ano de publicação, título e periódico. Maio, 2020

AUTOR	ANO DE PUBLICAÇÃO	TÍTULO	PERIÓDICO
JONATHAN	2011	Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício de poder.	Revista de Psicologia Clínica
FERREIRA; NOGUEIRA	2013	Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino.	Revista de Administração Comportamental
MACHADO; GAZOLA; ANEZ	2013	Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grand do Norte.	Revista de Administração da Mackenzie
MENEZES; OLIVEIRA; DINIZ	2013	Simbolismo de gênero e gestão: uma análise de feminilidades de executivas brasileiras.	Revista Gestão e Secretariado
STROBINO; TEIXEIRA	2013	Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicascos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba.	Revista de Administração
SALVAGNI; CANABARRO	2013	Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho.	Revista Gestão e Secretariado
FRANCO	2014	Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas.	Revista de Administração UFG

Fonte: Autoria Própria, 2020.

A análise dos artigos utilizados para compor a revisão sistemática de literatura enfatizou algumas características das mulheres empreendedoras do século XXI, que serão discutidas a seguir.

4.2 ESFORÇO DAS MULHERES PARA GANHAR ESPAÇO

A partir da análise dos artigos, foi possível identificar o constante esforço da mulher ao galgar seu espaço no mercado de trabalho em posições de líder e empreendedora dentro das empresas. Esse esforço foi percebido no discurso de algumas das entrevistadas do estudo de Menezes, Oliveira e Diniz (2013), as quais afirmaram enfrentar dificuldade ao sentir necessidade de compreender os conceitos de masculinidade e feminilidade na prática, principalmente, por elas sofrerem com as demandas nas relações de gênero que existem por trás das posições gerenciais, de diretoria e de presidência das empresas.

Nesse contexto, é interessante perceber que as mulheres precisaram mostrar sua capacidade para se destacar dos homens dentro das empresas e, um dos principais diferenciais para isso foi o fato delas apresentarem, em geral um perfil escolar mais alto, idade madura, serem casadas, mães e terem dedicação ao trabalho em mais de 8 horas diárias, como foi exposto na pesquisa realizada pelo site Rede Mulher Empreendedora (Fontes, 2019), e que pôde ser reafirmado no estudo conduzido por Jonathan (2011), o qual destacou a relevância das mulheres se qualificarem academicamente, apresentarem mais de 40 anos, serem mães, casadas e adotarem o hábito de trabalhar além da jornada de seus empreendimentos de 8 horas. Dessa forma, nota-se que a mulher, como mola-mestre dos negócios de uma empresa, prima pela excelência ao desenvolver seu negócio com características ativas e resilientes.

A capacidade de adaptação às demandas do mercado de trabalho e o gerenciamento de negócios é evidenciada no estudo de Franco (2014), o qual analisou três microempresas lideradas por mulheres, que afirmaram terem necessidade, em alguns momentos, de exercerem uma multiplicidade de papéis para manter seus negócios ativos, muitas vezes contando com a participação e colaboração das famílias ao manter um estilo de gestão liberal dotado de cooperação, intuição e sensibilidade. Dessa forma, percebe-se que o papel das mulheres empreendedoras é plural, não somente voltado para a manutenção do seu negócio, mas também para a manutenção dos alicerces da vida dessa mulher independente, empoderada e dona do seu empreendimento, como é visto no estudo de Strobino e Teixeira (2013), que analisa os conflitos enfrentados por duas gestoras de empresas da construção civil. As entrevistadas afirmaram que as escolhas realizadas na gestão entre as funções familiares e laborais são marcadas de pressões, muitas vezes, devido à demanda de tempo entre essas atividades, principalmente, pela jornada de trabalho mais longa, o que gera estresse.

Esse aspecto do trabalho múltiplo desempenhado pela mulher foi bem retratado por Ferreira e Nogueira (2013) quando analisaram os aspectos subjetivos do empreendedorismo feminino rodeado pela razão e sensibilidade. A análise epistemológica realizada nesse estudo possibilitou compreender que não são apenas as atividades desempenhadas pelas mulheres que assumem um caráter plural, mas também sua personalidade ao sentir necessidade de desempenhar tarefas como se exercitar, ser mulher, mãe e de estar em outros espaços realizando atividades que desenvolvam sua subjetividade. Um aspecto bastante relevante e que foi abordado nos estudos analisados nesta revisão literária é a pressão sofrida pelas mulheres em sua realidade empreendedora e que necessita continuar desempenhando o papel de dona de casa

ao assumir os trabalhos domésticos em sua maior parte, pois ainda são vistos como atividades ‘tipicamente femininas’; o que enquadra as mulheres em posição desconfortável no que tange ao reconhecimento social, contribuindo para a divisão injusta de tarefas e tornando a rotina feminina exaustiva pela necessidade de se desempenhar duplas e/ou triplas jornadas de trabalho.

4.3 CARACTERÍSTICAS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

O estudo de Menezes, Oliveira e Diniz (2013), no qual foram entrevistadas 64 executivas de sete capitais brasileiras e, por meio da análise de discurso crítico, denotou as competências associadas à feminilidade como capacidade de negociação, organização, flexibilidade e cautela pesam a favor das mulheres, o que garante seus cargos de gestoras majoritárias acima dos cargos destinados aos homens. Já na análise do estudo de Jonathan (2011), as mulheres entrevistadas tinham de lidar com o funcionamento de microempresas com menos de 10 funcionários, estando concentradas nos setores de serviços e comércio, exercendo atividades, em alguns casos, complexas e variadas. Percebeu-se que o sucesso por trás dessas empreendedoras ocorre devido a sua atitude proativa, sempre em busca de realizar seu objetivo pessoal utilizando seu potencial profissional ao desenvolver seus empreendimentos próprios, imprimindo valores e formas de agir, de modo que exercessem sua capacidade de decisão e gerenciamento de crises.

Dessa forma, percebe-se que as principais marcas das mulheres são a persistência e o comprometimento pessoal a fim de buscar a ascensão hierárquica dentro das empresas, principalmente se houver homens em cargos de submissão (SALVANI; CANABARRO, 2015). No estudo de Machado, Gazola e Anez (2013), foram abordadas as razões pelas quais as mulheres empreendedoras não somente levando em consideração os critérios adotados pelo *Global Interpreneurship Monitor* (2020) – necessidade e oportunidade, mas foi além, percebendo pontos ímpares ao compreender o impacto por trás do desejo de se construir seu próprio negócio, como incentivar outros indivíduos a assumirem riscos e abrir negócios próprios, além de flexibilizarem seus horários, a fim de conciliar trabalho e família e a possibilidade de construir um patrimônio próprio. Isso traz a tona, mais uma vez, o aspecto plural e subjetivo dessa mulher, que foi retratado no estudo de Ferreira e Nogueira (2013), em que se mostra como totalmente compreensível por permitir a convergência descrita neste trabalho ao se abordar a mulher no mercado de trabalho e o impacto dela ao desenvolver o empreendedorismo, ao reafirmar aqui o reconhecimento do espaço da mulher como crescente nas últimas décadas (aumento de 28,4% para 43% na taxa de empreendedorismo feminino nos últimos 20 anos), a formação de uma identidade empreendedora com afirmação de um perfil social bem desenvolvido no seu sistema de representação e delimitação clara de aspectos pessoais e gerenciais, os quais são bem representados na moderação de espaços simbólicos como o lar, o empreendimento, a empresa e as relações com os pares no ambiente empresarial.

No estudo conduzido por Machado, Gazola e Anez (2013), vislumbrou-se a relevância máxima ao destacar 96 empreendedoras na cidade de Natal-RN. Essas mulheres eram gestoras de negócios consolidados no mercado há 14 anos e não desistiram de seus empreendimentos mesmo enfrentando crises e momentos de insatisfação na sua caminhada empreendedora. Isso denota o grande potencial desenvolvido pelas mulheres desde seu momento de adentrada ao mercado de trabalho, pois mesmo contando com um capital inicial irrisório, não ocorreu desmotivação ou desistência, mas propiciou a elas resistência às adversidades, o que prova que

a mulher empreendedora do século XXI é dotada de espírito engajado e motivado para desempenhar seus múltiplos papéis e conseguir sucesso no seu empreendimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar o papel das mulheres nos empreendimentos do século XXI. Foi possível construir um arcabouço bibliográfico acerca do empreendedorismo no Brasil, a caminhada das mulheres em busca do seu espaço no mercado de trabalho e as faces do empreendedorismo no Brasil. Para tanto, optou-se por realizar uma revisão sistemática de literatura a qual contou com duas bases de dados – SciElo e CAPES – para compor o arcabouço bibliográfico por meio de uma pesquisa combinada com critérios previamente estabelecidos. Dessa forma, após a pesquisa inicial por meios dos critérios de inclusão e exclusão utilizados, filtragem e seleção dos artigos, chegou-se ao número de sete artigos originais para compor tal revisão.

Após a leitura e tratamento dos dados encontrados, pode-se perceber que a mulher empreendedora do século XXI precisou adotar atitudes sem medidas para conquistar seu espaço próprio no mercado de trabalho, desdobrando-se com bastante esforço, muitas vezes tendo que lidar com as questões de gênero enquanto ocupava posições gerenciais e de líder, além de precisar continuar desempenhando suas funções de mulher, mãe, esposa, dona de casa e empreendedora. Encarando essa realidade das mulheres empreendedoras, percebe-se que isso só foi possível graças a características inerentes à mulher como proatividade, capacidade de organização e gerenciamento de crises, flexibilidade, cautela, sensibilidade ao explorar seu potencial profissional, persistência, comprometimento pessoal, subjetividade na tomada de decisões e habilidade plural ao gerenciar sua vida pessoal e profissional.

No entanto, percebe-se que a presente pesquisa apresentou algumas limitações como necessidade de se adotar um maior número de bases de dados, o que não foi possível devido ao tempo disponível para a pesquisa e a escrita do trabalho, e uma maior combinação das palavras-chave que envolvessem o universo feminino dentro do empreendedorismo, que também foi limitado pelo tempo. Diante disso, deve-se levar em consideração que esta pesquisa possui grande relevância não somente no campo acadêmico, mas também no âmbito profissional para os empreendedores de todos os setores da economia, tornando pertinente a sugestão para produção de outras pesquisas nesse âmbito e que possam explorar áreas mais específicas como a área comercial, de serviços e industrial, por exemplo; pois, isso permitirá que os próximos pesquisadores tenham uma melhor visão do setor em foco.

REFERÊNCIAS

- AZULIS, Redação. **Empreendedorismo no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.azulis.com.br/artigo/empreendedorismo-no-brasil>. Acesso em: 17 maio 2020.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. n. 1, p. 25-38, 2014.
- BANDEIRA, Iara Guedes. **Empreendedorismo e Plano de Negócio**: estudo de caso do programa próprio do SEBRAE. 2013. 76 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.
- BARBOSA, Priscila Amorim et al. Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender. **Faculdade Novo Milênio**. Rio de Janeiro, p. 1-11, 2006.

- BOAVA, Diego Luiz Teixeira; MACEDO, Fernanda Maria Felício. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. *In: XXX ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – EnANPAD*. Salvador, 2006. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.
- CHING, Hong Yuh; KITAHARA, José Renato. PROPENSÃO A EMPREENDER: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. **Revista de Ciências da Administração**, [s.l.], v. 1, n. 1, p. 99-112, 16 dez. 2015. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2015v17n43p99>.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. Ed. São Paulo: Empreende, 2018.
- DUTRA, Ivan de Souza; PREVIDELLI, José J. Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. *In: ENANPAD*, Atibaia, 2003.
- ENDEAVOR BRASIL. **O que é Empreendedorismo: da inspiração à prática**, 2015. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/tudo-sobre/empreendedorismo/>>. Acesso em: 11 abr. 2020.
- FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Comportamental**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p. 398-417, jul. 2013.
- FIGUEIRA, Kristina Kieling et al. Startups: estudo do processo de abertura e gerenciamento. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 10, n. 1, p. 56-71, ago. 2017.
- FILION, Louis Jacques. **Empreender: um sistema ecológico de vida**. São Paulo: Cultura, 2000.
- FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2012, 256 p.
- FONTES, Ana. Empreendedorismo no Brasil: um recorte de gênero. **Revista Irme**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-17, jun. 2019.
- FRANCO, Michele Maria Silva. Empreendedorismo Feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. **Revista de Administração da UFG**, Goiânia, v. 5, n. 8, p. 1-10, mar. 2014.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Global Report**. Londres: Babson, 2020. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443>>. Acesso em: 23 mai. 2020.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR BRAZIL (GEM BRASIL). **Relatório Executivo**. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2020.
- GOMES, Almirava Ferraz et al. Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. **Review Of Business Management**, [s.l.], p. 319-342, 18 set. 2014. FECAP Fundação Escola de Comercio Alvares. <http://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v16i51.1508>.

- GOMES, Vanessa Silva. **Empreendedorismo Feminino**: uma revisão sistemática de literatura. 2018. 29 f. Monografia (Especialização) - Curso de Pós Graduação em Gestão de Pessoas e Coaching, UNICEUB/ICPD, Brasília, 2018.
- HARTMANN, Victor Hugo Pereira. **Startup**: uma nova forma de empreender. 2013. 33 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, UNICEUB - Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013.
- HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Homens ganham quase 30% a mais que as mulheres em 2019**. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27598-homens-ganharam-quase-30-a-mais-que-as-mulheres-em-2019>. Acesso em: 17 maio 2020.
- JONATHAN, Eva G.. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Revista de Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 65-85, maio 2011.
- KEPLER, Yuri. **O que é CAPES?**, 2017. Disponível em: <https://www.tuiuti.edu.br/blog-tuiuti/o-que-e-capes>. Acesso em: 08 jun. 2020.
- LARUCCIA, Mauro Maia et al. A trajetória das mulheres no mercado de trabalho no Brasil. In: CONGRESSO CIENCIAS, TECNOLOGÍAS Y CULTURA, 4., 2015, Santiago. **Anais do Congresso Ciências, Tecnologías y Culturas**. Santiago: Edusp, 2015. p. 1-24.
- LOPES, ROSE MARY ALMEIDA; LIMA, EDMILSON. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**. Vol.59, no.4, São Paulo. 29 Aug 2019.
- MACHADO, Hilka Pelizza Vier; GAZOLA, Sebastião; ANEZ, Miguel Eduardo Moreno. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em natal, rio grande do norte. **Revista de Administração da Mackenzie**, São Paulo, v. 14, n. 5, p. 177-200, set. 2013.
- MENEZES, Raquel Santos Soares; OLIVEIRA, Janete Lara; DINIZ, Ana Paula Rodrigues. Simbolismos de Gênero e Gestão: uma análise das feminilidades de executivas brasileiras. **Revista de Gestão e Secretariado**, [s.l.], v. 04, n. 01, p. 01-22, 1 jun. 2013. *Revista de Gestão e Secretariado (GESEC)*. <http://dx.doi.org/10.7769/gesec.v4i1.139>.
- MOTA, Bruno Gois Sobreira. **Análise do perfil empreendedor dos concludentes em administração da UFC e da UNIFOR**. 2015. 83 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.
- PROBST, Elisiana Renata. A evolução da mulher no mercado de trabalho. **Revista do ICPG**, Blumenau, v. 12, n. 1, p. 1-8, maio 2014.
- REDAÇÃO. **SciELO Brasil**: o site mais confiável de artigos científicos. o site mais confiável de artigos científicos. 2017. Disponível em: <https://regrasparatcc.com.br/bases-de-dados/scielo-brasil/>. Acesso em: 08 jun. 2020.
- SALVAGNI, Julice; CANABARRO, Janaína. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado**, [s.i.], v. 6, n. 2, p. 88-110, maio 2015.
- SANTOS, Jussara Palmeira dos et al. **Perfil do Empreendedorismo Feminino**: um estudo de caso no município de Campina Grande – PB In: XII Simpósio de Excelência em gestão e tecnologia – AEDB. Resende, 2015. **Anais...** Resende: AEDB, 2015.

SILVA, Ana Carolina CozzaJoseneda; FURTADO, Juliana Haetinger; ZANINI, Roselaine Ruviano. Evolução do empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Revista Produção Online**, [s.l.], v. 15, n. 2, p. 758-781, 15 jun. 2015. Associação Brasileira de Engenharia de Produção - ABEPRO. <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v15i2.1940>.

SILVA, Mariana Santos da; MAINARDES, Emerson Wagner; LASSO, Sarah Venturin. Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil. **Revista do ICSA Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 13, n. 2, p. 150-168, jul. 2016.

SILVEIRA, Thayne Santos; PASSOS, Dante Flávio Oliveira; MARTINS, Igor. Empreendedorismo X Startup: um comparativo bibliométrico de 1990 a 2016. **REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas da Fatec**, Osasco, v. 3, n. 2, p. 1-20, jul. 2017.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, [s.l.], v. 49, n. 1, p. 59-76, jan. 2014. Business Department, School of Economics, Business & Accounting USP. <http://dx.doi.org/10.5700/rausp1131>.

UNICAMP. **CADERNOS DE FORMAÇÃO: As mulheres e o mercado de trabalho**. São Paulo: Cesit, v. 10, n. 3, 2017.

VERARDI, Luciana Simor. **Empreendedorismo: revisando conceitos e contextos**. 2012. 23 f. Monografia (Especialização) - Curso de Especialização em Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

VIEIRA, Filipa Dionísio; RODRIGUES, Cristina Santos. **Os estudantes de engenharia e suas intenções empreendedoras**. *Revista Produção Online*, Florianópolis, SC, v.14, n. 1, p. 242-263, jan./mar. 2014. <http://dx.doi.org/10.14488/1676-1901.v14.i1.1588>.