

EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO FORMA DE EMPODERAMENTO

Isadora Aparecida Silva¹; Patrícia Carvalho Campos²; Myriam Angélica Dornelas³

RESUMO

O artigo teve como objetivo identificar se, na percepção das empreendedoras participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação”, o ato de empreender contribui para a construção do empoderamento feminino, sendo que empoderamento pode ser conceituado como uma forma de dar autonomia para alguém. Então, realizou-se uma pesquisa qualitativa, descritiva e caracterizada como um estudo de caso. Visando responder ao objetivo proposto, utilizou-se como método de coleta de dados o questionário misto que foi aplicado para um total de 39 empreendedoras. Concluiu-se que o empreendedorismo é uma forma de empoderamento, pois quando falam sobre os impactos que a atividade empreendedora proporcionou em suas vidas, as empreendedoras citaram principalmente o sentimento de autoconfiança/autoestima e a geração de valor para a sociedade, características as quais fazem parte das dimensões do empoderamento. **Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Empoderamento.

1 INTRODUÇÃO

Durante muitos anos as mulheres foram vistas somente como donas de casa, onde tinham a responsabilidade de cuidar dos filhos, serviços domésticos e serem submissas ao marido. Ao longo dos anos a condição de submissão e “préstimo” alterou e conquistou um novo padrão. A valorização da mulher, tanto no contexto econômico como no social, foi um dos fatores que levou a essa transformação.

As mulheres estão cada vez mais conseguindo garantir seu espaço no empreendedorismo, tornando-se protagonistas da sua própria história (GEM, 2018a). Agora contribuem para o crescimento econômico do país e, muitas vezes, são a única fonte de renda da família e, dessa forma, adquirem autonomia e poder de decisão.

Atualmente diversas pesquisas já expõem que quando as mulheres empreendem, elas não almejam somente por lucro, elas estão empreendendo principalmente para ter satisfação pessoal e, para que possam trazer algo de bom para o mundo (TAMEIRÃO, 2019). Segundo Palma (2016), o processo empreendedor promove empoderamento feminino por ser um processo único e distinto para cada mulher ou associação de mulheres, levando em conta, sua história de vida e subjugação, história familiar, vida comunitária entre outras questões.

De origem inglesa (*empowerment*) a palavra empoderamento significa “dar poder”, no sentido de dar autonomia para alguém, para realizar alguma tarefa sem ser necessário a autorização de outras pessoas (AZEVEDO, 2018). Termo relativamente novo que surgiu no século XX o empoderamento, é um poder que afirma, reconhece e enaltece as mulheres; é premissa para alcançar a igualdade entre homens e

¹ Graduada em Administração. Instituto Federal Minas Gerais – *Campus Bambuí* (IFMG *Campus Bambuí*) – Brasil. E-mail: isadoraaps1998@gmail.com.

² Professora Mestre do Departamento de Ciências Gerenciais e Humanas do Instituto Federal Minas Gerais – *Campus Bambuí* – Brasil. E-mail: patricia.campos@ifmg.edu.br.

³ Professora Doutora do Departamento de Ciências Gerenciais e Humanas do Instituto Federal Minas – *Campus Bambuí* (IFMG *Campus Bambuí*) – Brasil. E-mail: myriam.dornelas@ifmg.edu.br.

mulheres; representa uma provocação às relações patriarcais, especialmente dentro da família, ao poder dominante do homem e a manutenção dos seus privilégios de gênero (LISBOA, 2007).

Melo e Lopes (2012) sustentam que o empoderamento feminino surgiu quando ocorreu a conscientização das mulheres da necessidade de se empoderar para se igualar socialmente com os homens, tanto pela razão econômica e política como para ampliar o acesso a direitos humanos e fundamentais, como saúde e educação. E, uma das maneiras para se alcançar a igualdade de gênero é por meio do empreendedorismo, já que muitas mulheres conseguem uma maneira de se sustentar, de adquirir espaço na sociedade, de fazer a diferença em sua família ou comunidade e, por esse motivo, o movimento é tão significativo (TAMEIRÃO, 2019).

Diante da representatividade do empreendedorismo na evolução da história da mulher, no contexto brasileiro, e do seu processo de valorização, esta pesquisa adentrou um campo duplamente instigante, sendo que de um lado, buscou compreender o processo empreendedor feminino e de outro, procurou analisar se ele contribuiu para o empoderamento feminino e se positivo, compreender as maneiras como isso pode acontecer. Para isso, obteve-se o seguinte questionamento: Na percepção das mulheres participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação”, o empreendedorismo feminino é considerado uma forma de empoderamento? Como estas mulheres lidam com os rendimentos da família, crédito? Há liberdade de movimento? Decisões domésticas em conjunto? Conhecimento dos seus direitos? Bem-estar psicológico?

A partir disso, o objetivo foi identificar, na percepção das empreendedoras participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação”, se o ato de empreender contribui para a construção do empoderamento feminino.

2 EMPREENDEDORISMO E EMPONDERAMENTO

Percebeu-se pelos dados estatísticos fornecidos pelo GEM (2018a), que as mulheres estão cada vez mais conseguindo garantir seu espaço no empreendedorismo, tornando-se protagonistas da sua própria história. De acordo com Frota e outros (2014) um fato a ser considerado em relação às mulheres comandando o próprio negócio deve-se à maleabilidade para administração do tempo. Liderando a empresa, a mulher pode dividir o horário com as diversas tarefas de casa, não que elas trabalhem menos, porém dessa maneira, conseguem ter mais autonomia na escolha dos horários o que, enquanto subordinadas, não seria concebível (FROTA *et al.*, 2014).

Porém, para Martins e outros (2010), mesmo com a entrada em larga escala da mulher no mundo do empreendedorismo, a situação que as empreendedoras ainda se encontram está muito distante de ser considerada confortável: “as mulheres teriam maiores dificuldades que os homens para iniciar uma

atividade empreendedora, ocasionadas por preconceitos ainda arraigados na sociedade” (MARTINS *et al.*, 2010, p. 291).

2.1 Empoderamento

Segundo Iorio (2002) constatar a origem do conceito de empoderamento é uma atividade que não se conclui já que ela é disputada pelos movimentos feministas e pelo movimento *American Blacks*, que nos anos 1960, movimentou o contexto político norte-americano reivindicando o fim do preconceito e da discriminação que caracterizavam a vida dos negros nos EUA. Porém, é em relação ao gênero que o conceito de empoderamento se expande em nível teórico e como instrumento de intervenção na realidade (IORIO, 2002). Nos anos 1970 e 1980, feministas e grupos de mulheres dispersas pelo mundo desenvolveram um difícil trabalho de conscientização e de implementação de estratégias de empoderamento, com isso procuravam romper com as diversas dinâmicas que condicionavam a existência, impossibilitavam a participação e a cidadania plena das mulheres (IORIO, 2002). Atualmente as abordagens consideram a definição de empoderamento relacionado ao direito e a democracia, de forma que o foco é no indivíduo para que ele assuma a direção de sua vida e reivindique seus direitos (FERREIRA, 2016).

De origem inglesa (*empowerment*) a palavra empoderamento significa “dar poder”, no sentido de dar autonomia para alguém, para realizar alguma tarefa sem ser necessário a autorização de outras pessoas (AZEVEDO, 2018). Porém, após os estudos do educador Paulo Freire, o termo empoderamento passa a ter uma nova lógica, objetivando a conquista de liberdade por parte das pessoas que estavam numa dependência econômica ou física ou outro tipo de subordinação qualquer (AZEVEDO, 2018).

No Brasil há dois sentidos de empoderamento que são mais utilizados, o primeiro se refere ao processo de movimentos e condutas que procuram favorecer e estimular grupos e comunidades na melhoria de suas condições de vida, aumentando dessa forma sua autonomia; e o outro se refere a práticas que tem o objetivo de proporcionar a integração dos excluídos, carentes e demandatários de bens essenciais à sobrevivência, em sistemas comumente precários, que não contribuem para organizá-los, já que os atendem individualmente através de diversos projetos e ações de cunho assistencial (GOHN, 2004).

Para Oliveira e Rodriguez (2004) o termo empoderamento foi considerado como um processo que faz com que os indivíduos apliquem suas habilidades e conhecimentos para agir na tomada de decisões com autonomia, autoridade e responsabilidade. Na mesma vertente Horochovski e Meirelles (2007) afirmaram que a definição de empoderamento é parecida com a de autonomia, visto que se relaciona à capacidade de que os indivíduos e grupos podem determinar sobre as questões que lhes correspondem, escolher dessa forma como agir em múltiplas esferas – política, econômica, cultural, psicológica, entre outras.

Ainda de acordo com Horochovski e Meirelles (2007), o empoderamento representa a evolução plena de pessoas, empresas e meio sociais o qual estão inseridas, estimulando-os nas iniciativas para tomadas de decisões e na capacidade de influenciar outras pessoas. Baseando-se nas relações de poder, o empoderamento, torna-se uma ferramenta de grande relevância para a motivação dos indivíduos, alterando não somente sua realidade, como também todo o meio em que este se encontra incluído (KLEBA; WENDAUSEN, 2009).

A partir das definições acima apresentadas pode-se inferir que o empoderamento tem sua origem indefinida já que está associado a diferentes movimentos e os autores citados sempre associaram o significado do termo a autonomia e liberdade. Após ser exposto o conceito de empoderamento na visão de diversos autores no próximo tópico foi abordado o empoderamento feminino, o qual foi o tema do presente artigo.

3.1 Empoderamento feminino

O empoderamento feminino foi um conceito que surgiu no século XIX e que se estabeleceu como um movimento político, social e filosófico, que objetivou incentivar a força da mulher, tendo como principal característica a luta pela igualdade de gêneros e em razão disso maior participação das mulheres na sociedade (INSTITUTO ALGAR, 2019).

O termo empoderamento feminino é relativamente novo e a ONU Mulheres (2017), o definiu da seguinte forma:

Dar ou adquirir poder ou mais poder. O empoderamento significa uma ampliação da liberdade de escolher e agir, ou seja, o aumento da autoridade e do poder dos indivíduos sobre os recursos e decisões que afetam suas próprias vidas. A pessoa empoderada pode definir os seus objetivos, adquirir competências (ou ter as suas próprias competências e conhecimentos reconhecidos), resolver problemas e desenvolver seu próprio sustento. É, simultaneamente, um processo e um resultado. Fala-se, então, do empoderamento das pessoas em situação de pobreza, das mulheres, dos negros, dos indígenas e de todos aqueles que vivem em relações de subordinação ou são desprivilegiados socialmente (ONU MULHERES, 2017, p. 21).

Sabe-se que, na sociedade, a mulher sempre foi discriminada e sempre ocupou uma posição socialmente subordinada; entretanto, o movimento feminista tem dado ênfase ao empoderamento, no campo das relações de gênero, a fim de desconstruir essa imagem social em contextos específicos (SARDENBERG, 2006). Para isso, o empoderamento feminino passa a ter uma conotação de emancipação, de uma forma de resistência (SARDENBERG, 2006).

De acordo com Oliveira e outros (2015), a emancipação feminina retratou a persistente procura pelo poder que concede a mulher o acesso à todas as esferas da sociedade, e o empoderamento feminino é visto como uma forma para a busca da emancipação. Na ótica feminista o empoderamento tem como propósito, criticar e buscar mecanismos para acabar com os sistemas patriarcais, que limitam o gênero feminino nas sociedades modernas (SARDENBERG, 2006).

O empoderamento das mulheres é decorrente das conquistas alcançadas por meio da mobilização de uma diversidade de mulheres e organizações em favor da igualdade e da afirmação dos direitos humanos, que se estabelece no aumento da liberdade de escolher e agir, isto é, na ampliação da autoridade e do poder das mulheres sobre os recursos e decisões que atingem suas próprias vidas (RELATÓRIOS DINÂMICOS, 2019).

Na visão de Ferrari (2013) a mulher tem vivenciado um acúmulo de funções muito maior do que esperava que fosse viver, desde sua inserção no mercado de trabalho ela vem enfrentando diversos desafios, tanto no trabalho como dentro de sua própria casa. Ela ainda se sente responsável por cuidar da família, amparando uma imagem tradicional de si mesma, simultaneamente vivencia uma realidade diferenciada no trabalho.

A autoimagem da mulher continua parecida com a de antes, e ela própria se submete ao que a tradição de seu gênero pressupunha, dessa forma “a mulher interiorizou esta repressão e seu processo de inferiorização é histórico-cultural”, sendo que o “resultado é sua baixa autoestima, o que a coloca como servidora/escrava do outro e a faz autossabotar seu potencial” (FERRARI, 2013, p. 3).

Ainda de acordo com Ferrari (2013) a construção da autoestima foi a maneira para a mulher reformular sua questão de poder, de dentro para fora já que não adianta alcançar poder na sociedade, se ela continuar a sendo a única cuidadora no seio familiar e interiorizar esta função. O empoderamento significa que a mulher, deve tomar para si seus direitos, revestindo-se e investindo-se de poder, dado que “luta por seus direitos quem os reconhece, mas acima de tudo, quem se reconhece como digno deles” (FERRARI, 2013, p. 3).

Sabendo da importância do papel das mulheres para o desenvolvimento da economia e para o desenvolvimento humano, a ONU Mulheres e o Pacto Global criaram os Princípios de Empoderamento das Mulheres, que são um conjunto de considerações que auxiliam a comunidade empresarial a integrar em seus valores, práticas que intencionem a equidade de gênero e ao empoderamento de mulheres (ONU MULHERES, 2017). São sete princípios que são listados a seguir:

1. Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível;
2. Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação;
3. Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa;
4. Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres;
5. Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing;

6. Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social;

7. Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero (ONU MULHERES, 2017).

Esses princípios são de fundamental importância já que auxiliam as empresas a ajustar as políticas e práticas existentes, ou até mesmo consolidar outras novas para que o empoderamento das mulheres seja consolidado (ONU MULHERES, 2017).

Malhotra, Schuler e Boender (2002)⁴ citado por Moreira, Lima e Lopes (2011, p. 5) desenvolveram uma síntese dos desenhos dos principais autores que são potencialmente úteis em diversos níveis com o intuito de conceituar e medir empoderamento, os quais foram divididos em cinco dimensões conforme foram apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Dimensões do empoderamento

ECONÔMICA	A mulher controla o rendimento e os recursos da família. Acesso da mulher ao emprego e ao crédito.
SOCIOCULTURAL	Liberdade de movimento, visibilidade e acesso aos espaços sociais, participação em grupos extrafamiliares e redes sociais, mudança nas normas patriarcais.
FAMILIAR / INTERPESSOAL	Tomadas de decisões domésticas, decisões sobre gravidez, uso de métodos contraceptivos, controle sobre a seleção do parceiro.
LEGAL/POLÍTICA	Conhecimento dos direitos, exercício do direito de votar.
PSICOLÓGICA	Autoestima, autoeficiência, bem-estar psicológico, denúncia de injustiças, potencial de mobilização.

Fonte: Malhotra, Schuler e Boender (2002) citado por Moreira, Lima e Lopes (2011, p. 5).

De acordo com Ferreira (2016) a **dimensão econômica** retrata atividades características relacionadas ao controle do rendimento individual e dos recursos da família pela mulher, oportunidade de emprego e crédito, além de que essas questões envolvem tanto seu cotidiano familiar assim como outros tipos de poder ligados a instituições financeiras. Na mesma vertente Melo e Lopes (2012) afirmaram que a participação econômica beneficia principalmente as mulheres para o mercado de trabalho, nos cargos e nas rendas de maneira equitativa a dos homens, ou seja, diz respeito a qualidade do envolvimento econômico da mulher (MELO; LOPES, 2012).

Segundo Ferreira (2016) na **dimensão sociocultural** as ações relataram o acesso das mulheres em espaços sociais, bem como participação em grupos extrafamiliares e de redes sociais, além de modificação nas normas patriarcais, e liberdade de movimento (ir e vir). Costa (2008) complementou que o processo de empoderamento nesta dimensão, admite papéis distintos na sociedade e modifica a capacidade de se relacionar, criando mecanismos de responsabilidades coletivas.

⁴ MALHOTRA, A.; SCHULER, S. R.; BOENDER, C. **Measuring Women's Empowerment as a Variable in International Development**. World Bank Workshop on Poverty and Gender: New Perspectives, 2002.

De acordo com Souza, Moreira e Bourguignon (2014) nessa dimensão o processo do empoderamento tem potencial a partir do instante em que o conhecimento é transferido, para o desenvolvimento da participação ativa nos sujeitos, dessa forma favorece condições para que os envolvidos tomem conta do poder que conseguem em se transformar na sociedade.

Para Ferreira (2016) uma das dimensões mais importantes é a **familiar/interpessoal**, sendo que ela está relacionada a ações que acontecem como tomada de decisões domésticas, decisão sobre gravidez (se engravidar e quando engravidar), utilização de métodos contraceptivos, seleção de parceiros, entre outros. No que se aplica a **dimensão legal/política**, as ações estão relacionadas ao entendimento e execução de seus direitos, acesso aos serviços públicos e prática de direitos políticos, como votar, candidatar-se, participar de filiações partidárias, entre outros (FERREIRA, 2016).

E por fim a **dimensão psicológica** que foi associada a questões internas em relação a sentimentos e sua percepção, como por exemplo, autoestima, autoimagem, autoeficiência, bem-estar psicológico, capacidade de se instigar para atividades de interesse e necessidade, capacidade de denunciar questões que violam seus direitos e integridade física, moral e psicológica (FERREIRA, 2016). Lisboa (2007) afirmou que essa dimensão se originou da consciência individual de força e se manifesta na autoconfiança, que por sua vez está relacionada ao poder pessoal, onde o que importa é o progresso da mulher em busca da conquista da autonomia e está relacionada ao controle sobre seu próprio corpo e sua sexualidade.

Pode-se dizer que as dimensões do empoderamento tanto para Ferreira (2016), como para Lisboa (2007) e Melo e Lopes (2012), favoreceram as mulheres na forma de se relacionar com outras pessoas, na tomadas de decisão, na geração da consciência de valor na sociedade, no conhecimento de seus direitos e nos ganhos financeiros. Após ser discutido sobre o empoderamento feminino, no próximo tópico foi abordada a relação do termo com o empreendedorismo feminino.

3.2 Empreendedorismo feminino X empoderamento

Uma das formas de buscar a igualdade de gênero é através do empreendedorismo, para Tameirão (2019), por meio do empreendedorismo, muitas mulheres conseguiram uma maneira de se sustentar, de adquirir espaço na sociedade, de fazer a diferença em sua família ou comunidade e, por essa razão, o movimento é tão significativo.

Atualmente, algumas pesquisas já evidenciaram que as mulheres, quando empreendem, além de almejar por lucro, fazem isso para ter satisfação pessoal e, sobretudo, a fim de que possam trazer algo de bom para o mundo (TAMEIRÃO, 2019). Além do mais, elas também costumam investir, primeiramente, na educação de sua família, o que é fundamental para a sociedade como um todo (TAMEIRÃO, 2019).

Complementando esse raciocínio, Rodrigues, Melo e Lopes (2016), afirmaram que o empreendedorismo apresenta significado diferente para homens e mulheres. Enquanto para o homem ele

estabelece a sua independência financeira e liberdade para adquirir bens materiais, para a mulher, essa independência é muito mais que econômica, é a libertação da sua figura, daquele ser que antes era visto como domesticado, sensível, frágil, cerceado e previsível e se torna um ser que detém total autonomia (RODRIGUES; MELO; LOPES, 2016).

Malavota, Cinegaglia e Mello (2019) afirmaram que existem diversas formas de inserir a mulher na sociedade de maneira igualitária e justa, porém todas elas dependem de maneira direta ou indireta do empoderamento feminino. Afinal, a independência financeira é um grande avanço perante a inserção da mulher de maneira emancipada na sociedade e o vínculo empregatício é o primeiro passo, já que mesmo existindo diferenças salariais entre gêneros, assédio e outros empecilhos que impedem a autonomia feminina tais problemas não são difundidos em um local em que a mulher está no topo da hierarquia profissional (MALAVOTA; CINEGAGLIA; MELLO, 2019).

A escolha das mulheres em empreender como forma de inserção no mercado está ligada com a sua intenção de independência, estabilidade financeira e autorrealização, isto é, ser empreendedora para as mulheres é um desafio resultante em uma conquista (JONATHAN, 2011).

Uma pesquisa realizada por Fernandes e outros (2016) teve como objetivo compreender as manifestações das dimensões do empoderamento entre mulheres empreendedoras do município de Forquilha/SC e o seu resultado foi que de forma majoritária o empreendedorismo proporcionou principalmente empoderamento econômico às mulheres empreendedoras, visto que as mesmas afirmaram que após o início do empreendimento elas ampliaram sua renda, adquiriram independência financeira e conquistaram sua autovalorização.

Mas na visão de Osório (2018) o empoderamento da mulher precisa ir muito além das organizações, é evidente que com o avanço do empreendedorismo feminino, as oportunidades ficaram mais evidentes neste segmento, porém a abrangência do processo de empoderamento da mulher deve ser ainda maior.

Se a sociedade em geral reconhecer o papel da mulher como agente do desenvolvimento econômico, social e cultural, o empoderamento feminino não se limita apenas as organizações, mas sim a todas as áreas da sociedade, como por exemplo, a cultura e o meio político (OSÓRIO, 2018).

3 METODOLOGIA

O presente estudo tratou-se de uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo, viabilizada pela especificidade do método de estudo de caso, já que procurou saber se na percepção das mulheres participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação”, sobre as principais motivações e dificuldades no processo empreendedor. Segundo Godoy (1995) a pesquisa qualitativa é um fenômeno que pode ser melhor assimilado no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser observado em uma

perspectiva integrada. Para tal, o pesquisador vai a campo procurando entender o fenômeno em estudo por meio da opinião das pessoas nele envolvidas, aceitando todos os pontos de vista importantes e dessa forma diversos tipos de dados são coletados e analisados para que se entenda a ocorrência do fenômeno (GODOY, 1995). Já a pesquisa descritiva “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 61). Gil (2002, p. 42) complementou que “a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis”.

Visto que buscou-se estudar o caso de que se, na percepção das mulheres participantes do *workshop* sobre as motivações e dificuldades na percepção destas empreendedoras, a pesquisa também se caracterizou por ser um estudo de caso, que ocorre quando o pesquisador tem interesse em pesquisar uma situação singular, particular, sendo que o estudo é delimitado e tem seus contornos evidentemente determinados no desenvolver do estudo (LÜDKE; ANDRÉ, 1986).

3.1 Caracterização do objeto de estudo

O presente estudo procurou identificar as principais motivações e dificuldades no processo empreendedor na percepção das empreendedoras participantes de um *workshop*. O evento é direcionado para mulheres que já possuem um negócio ou tem uma ideia, porém não tiraram do papel ainda. O objetivo deste evento é apresentar os passos para se adquirir uma mentalidade voltada para os negócios, mostrar como se conquista uma marca de sucesso com as redes sociais, estratégias de vendas e marketing para uma comunicação eficaz, e no fim colocar toda a teoria na prática, criando um modelo de negócios.

O *workshop* é aberto a todas as mulheres que se interessarem em ir, porém ele é direcionado a mães que estão em busca de um novo caminho profissional depois da maternidade, dessa forma irão conseguir fazer algo que gostam e mais perto dos filhos.

A produtora do *workshop* é formada em Publicidade e Propaganda, com pós-graduação em Marketing e MBA em Ciências do Consumo. Durante 15 anos trabalhou como gestora em grandes empresas. Mas quando se tornou mãe sua rotina mudou e ela queria ficar mais próxima a sua filha, então resolveu investir na sua verdadeira paixão que era, desenvolvimento pessoal.

Os *workshops* que já aconteceram foram nas cidades de Belo Horizonte e Curitiba, com turmas de 10 a 20 mulheres empreendedoras, sendo que as vagas são limitadas, para que a organização proporcionasse exclusiva atenção às participantes.

3.2 Coleta, tratamento e análise dos dados

A estratégia utilizada para a coleta de dados que melhor atendia as diretrizes da pesquisa foi o questionário que é uma ferramenta de coleta formada por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador (MARCONI; LAKATOS, 2005).

Um questionário misto, constituído de questões fechadas e abertas, foi utilizado no presente estudo. Para realizar a coleta de dados primeiramente foi feito um contato com a organizadora do *workshop* via *Instagram*, explicando sobre a pesquisa realizada, que as informações seriam de exclusividade acadêmica e sigilosa. Foi enfatizado que o estudo também ia ser proveitoso para ela, já que iria conhecer profundamente as empreendedoras as quais lida frequentemente. A organizadora concordou rapidamente com a pesquisa, após isso as conversas foram mais regulares no *WhatsApp*.

No dia 16/09/2019 o *link* do questionário foi enviado a 95 empreendedoras. No dia 11/10/2019 a coleta de dados foi encerrada e foram obtidas 39 respostas, ou seja 41,05%. Ressaltando que o questionário foi enviado somente para as mulheres que fizeram *workshop* e que a organizadora manteve contato, as outras mulheres que fazem mentoria, *coach* ou outros programas que a organizadora realiza não participaram da pesquisa.

A partir das respostas obtidas de cada empreendedora, foi feita a tabulação dos dados no Excel, criando tabelas e, posteriormente, gerando gráficos para uma melhor visualização das respostas obtidas. Como o questionário foi online também se utilizou de gráficos que o *Google Forms* gerou. Logo após, realizou-se a análise dos dados, de acordo com as seções presentes no questionário procurando extrair de cada pergunta fatos que levassem a responder as questões propostas no objetivo do presente estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise e apresentação dos resultados foram agrupadas de forma a responder aos objetivos da pesquisa e foram estruturadas no perfil dos sujeitos da pesquisa seguido sobre suas percepções sobre o empoderamento feminino.

4.1 Perfil dos sujeitos de pesquisa

Buscando caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação”, foram avaliadas características como: escolaridade, idade, renda, estado civil e raça.

Em relação à escolaridade, dentre as 39 mulheres pesquisadas, 76,9% possuíam superior completo ou maior, 20,5% possuíam o ensino médio completo e 2,6% tinham o ensino médio incompleto, dentre as respondentes nenhuma possuía fundamental completo e incompleto.

Diante dos resultados apresentados notou-se um elevado grau de escolaridade das mulheres, onde 76,9% possuíam ensino superior ou maior, fato o qual converge com a pesquisa do GEM (2018a) em que

as mulheres apresentaram maior escolaridade (ensino médio e superior) que os homens em todos os estágios analisados, sendo um fator positivo pois estão estudando mais para se prepararem para a jornada empreendedora.

A faixa etária das mulheres entrevistadas ficou distribuída com 53,8% possuíam de 35 a 54 anos e 46,2% possuíam de 18 a 34 anos, nenhuma mulher pesquisada possuiu de 55 a 64 anos. Em relação as mulheres que possuem de 35 a 54 anos, 38,10% delas eram empreendedoras estabelecidas, 57,14% eram novas e apenas 4,76% eram nascentes. Das mulheres que possuíam de 18 a 34 anos (46,2%), 11,11% empreendedoras se encontravam no estágio estabelecido, 72,22% eram novas e 16,67% eram nascentes.

A maioria das mulheres que possuíam de 35 a 54 anos eram empreendedoras novas, ou seja, tem seu próprio negócio por mais de três meses e menos de três anos e meio. E as mulheres que tinham de 18 a 34 anos, os seus empreendimentos também eram predominantemente novos. Porém, quando se analisou por estágio do empreendimento, a maioria das empreendedoras estabelecidas (38,10%), possuíam de 35 a 54 anos.

Segundo o GEM (2018a) as empreendedoras iniciais se concentravam na faixa etária de 18 a 34 anos (49%), e 54% das empreendedoras estabelecidas se encontravam na faixa de 35 a 54 anos. Sendo assim, em relação às empreendedoras iniciais o presente estudo obteve o mesmo resultado que o GEM (2018a), entretanto no que se referiu às empreendedoras estabelecidas os resultados divergiram.

Desta forma, tanto os empreendimentos das empreendedoras de 18 a 34 anos como os das mulheres de 35 a 54 anos se encontravam no estágio inicial, pode-se inferir que para os sujeitos deste estudo não se tem uma idade média em que as mulheres adentram nesse ramo, tanto jovens como maduras encontraram no empreendedorismo razões para se dedicarem a ele.

A respeito da renda mensal das respondentes os percentuais de cada faixa salarial são bem semelhantes, todavia a maioria se concentrou na faixa de R\$ 2.995,00 até R\$ 5.988,00 (25,6%), seguido por mais de R\$ 5.998,00 com 20,5% e empataram as faixas até R\$ 998,00; de R\$ 999,00 até R\$ 1.996,00 e de R\$ 1.997,00 até R\$ 2.994,00 todos com 17,9%. Entretanto, quando se analisou por estágios, as empreendedoras iniciais tiveram uma renda mensal de R\$ 2.995,00 até R\$ 5.988,00 e as estabelecidas tiveram uma renda maior ainda, ou seja, maior que R\$ 5.989,00. Isso pode estar relacionado ao fato de o negócio estar mais estabelecido no mercado e elas terem um melhor faturamento em função de um maior conhecimento e experiência.

Na pesquisa do GEM (2018a) a maioria das respondentes em todos os estágios analisados tiveram uma renda equivalente a dois salários-mínimos, ou seja, em média R\$ 1.996,00. Portanto, no presente estudo a maioria das mulheres obtiveram uma renda superior à das mulheres pesquisadas no GEM (2018a).

Em relação ao estado civil dessas empreendedoras a grande maioria (66,7%) são casadas, 17,9% se encontravam como solteiras, 10,3% estavam em uma união estável e somente 5,1% eram divorciadas. Não houve mulheres que se encontrassem como viúva.

Essa predominância do estado civil ser casada também foi o encontrado na pesquisa do GEM (2018a), em que tanto no estágio inicial como no estabelecido a maioria das mulheres se encontram casadas.

Quanto à raça das entrevistadas a maior parte se considerava como branca, sendo representadas por 76,9%, 20,5% se consideravam como negra ou parda e apenas 2,6% eram amarelas ou indígenas.

Segundo o GEM (2018a) a raça predominante das entrevistadas no ano de 2018 em todos os estágios foi negra ou parda, sendo esse dado totalmente divergente do encontrado das empreendedoras participantes do *workshop* em que a maior parte foi branca.

O Quadro 2 apresentou um comparativo entre os resultados da pesquisa do GEM (2018a) e os resultados obtidos na presente pesquisa em relação ao perfil da mulher empreendedora.

Quadro 2 - Comparação entre o perfil das empreendedoras

Perfil	GEM		Empreendedoras em Ação	
	Iniciais	Estabelecidos	Iniciais	Estabelecidos
Nível de escolaridade	Médio completo	Médio completo	Superior completo ou maior	Superior completo ou maior
Faixa etária	18 a 34 anos	35 a 54 anos	18 a 34 anos	35 a 54 anos
Renda mensal	2 salários	2 salários	de R\$ 2.995,00 até R\$ 5.988,00	Mais de R\$ 5.989,00
Estado Civil	Casada	Casada	Casada	Casada
Raça	Preta ou parda	Preta ou parda	Branca	Branca

Fonte: Dados da pesquisa.

Percebeu-se que a escolaridade das mulheres participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação” foi superior ao das pesquisadas do GEM (2018a). A faixa etária tanto no estágio inicial como no estabelecido foram iguais em ambas as pesquisas, assim como, o estado civil. A renda mensal das empreendedoras do *workshop* foi maior nos dois estágios analisados e a raça das pesquisadas do GEM (2018a) foram, predominantemente, pretas ou pardas, já no *workshop* foi branca.

4.2 O empoderamento das mulheres empreendedoras

Foi perguntado as pesquisadas como se sentiam sendo empreendedoras e, conforme pôde-se observar na Tabela 1, a maioria tem sentimentos positivos frente ao empreendedorismo. Pôde-se inferir que mesmo com todas as dificuldades e a multiplicidade de papéis que realizam, as mulheres estudadas se sentem realizadas, felizes e com vontade de crescer perante o empreendedorismo.

Tabela 1 - Como as pesquisadas se sentem sendo empreendedoras

Sentimento	Entrevistada	Total
Realizada	E3, E7, E9, E11, E12, E13, E14, E17, E24, E25, E32, E33, E35	13
Feliz	E2, E16, E18, E20, E21, E28, E36	7
Desafiada	E29, E34	2
Satisfeita	E4, E8	2
Insegura	E1, E5, E37	3
Frustrada	E6, E15	2
Corajosa	E19	1
Confiante	E22, E38	2
Insatisfeita	E10	1
Heroína	E31	1
Solitária	E39	1
Vontade de crescimento	E23, E26, E27, E30	4
		39

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao serem questionadas sobre o principal impacto que a atividade empreendedora proporcionou na vida das empreendedoras pesquisadas, a maioria afirmou que o principal impacto foi o sentimento de autoconfiança e autoestima e a geração de valor para a sociedade, sendo que ambos os impactos obtiveram 33,3% das respostas. Independência financeira representou 28,2% das respostas; e conhecimento e exercício dos direitos 5,1%.

De acordo com Lisboa (2007) esses sentimentos de autoconfiança e autoestima estão associados a uma dimensão do empoderamento que é denominada dimensão psicológica, sendo que essa dimensão provém da consciência individual de força e se manifesta na autoconfiança, sendo que o que importa é o progresso da mulher em busca da conquista da autonomia, bem como está relacionada ao controle sobre seu próprio corpo e sua sexualidade.

A geração de valor para a sociedade está associada à dimensão sociocultural, já que o processo do empoderamento tem potencial a partir do momento em que o conhecimento é repassado para o desenvolvimento da participação ativa nos sujeitos na sociedade (SOUZA; MOREIRA; BOURGUIGNON, 2014).

Portanto, percebeu-se que na visão das mulheres participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação”, após abrir o empreendimento adquiriram características que estão intimamente ligadas ao empoderamento feminino e associaram essas características principalmente as dimensões psicológicas e socioculturais. Tal fato difere da pesquisa realizada por Fernandes e outros (2016), em que teve como objetivo compreender as manifestações das dimensões do empoderamento entre mulheres empreendedoras do município de Forquilha/SC e o seu resultado foi que de maneira predominantemente o empreendedorismo possibilitou principalmente empoderamento econômico as

mulheres entrevistadas, já que declararam que após o início do empreendimento ampliaram sua renda, adquiriram independência financeira e alcançaram sua autovalorização.

Entendeu-se que as mulheres participantes do *workshop* “Empreendedoras em Ação” não empreenderam somente por causa do lado financeiro, mas principalmente em busca de sentimentos como autoconfiança/autoestima e geração de valor para a sociedade.

A geração de valor para a sociedade é reafirmada quando se pergunta às empreendedoras se elas se consideraram como uma inspiração para as pessoas ao seu redor e 84,6% afirmaram que sim. Em seguida foi indagado o porquê elas se consideraram como inspirações e algumas respostas foram transcritas em seguida:

- “Porque muitos falam que se inspiram em mim” (RELATO DE ENTREVISTA E15, 2019);
- “Porque sou batalhadora e luto pelos meus objetivos e ajudo muita gente” (RELATO DE ENTREVISTA E18, 2019);
- “Porque com o meu resultado as pessoas veem que é possível empreender” (RELATO DE ENTREVISTA E22, 2019);
- “Pela perseverança, persistência e determinação” (RELATO DE ENTREVISTA E26, 2019);
- “Porque sou sincera com as minhas dificuldades, pela minha superação e por receber agradecimentos constantes por ter criado o meu programa” (RELATO DE ENTREVISTA E27, 2019);
- “Porque larguei um emprego tradicional seguro para fazer o que realmente me dá prazer e consegui manter minha independência financeira com ele” (RELATO DE ENTREVISTA E33, 2019).

Após a análise dos relatos das empreendedoras pesquisadas percebeu-se que as mulheres com suas histórias aliadas às características empreendedoras se tornaram inspiração para pessoas que estão ao seu redor. Além disso, foi possível perceber nos relatos o orgulho que as mesmas têm de si e de suas lutas e conquistas.

Buscando compreender de maneira mais profunda sobre o significado do empoderamento na percepção dessas mulheres, foi indagado às empreendedoras o que é empoderamento na concepção das mesmas e, de que maneira, ele se manifesta. Alguns relatos foram transcritos para melhor compreensão desta percepção:

- “O empoderamento é a mulher **poder se autorrealizar** da forma que quiser e **ser respeitada por suas escolhas**” (RELATO DE ENTREVISTA E13, 2019);
- “Quando mulher se empodera, ela descobre seu **verdadeiro valor**, e ninguém mais pode pará-la. Nunca mais ela irá se contentar com migalhas, ela irá em busca de seu sonho e não irá parar até conseguir. Ela sente **empatia por outras mulheres** que também sonham e isso não se torna uma competição, ela sente realização ao ajudar outra mulher” (RELATO DE ENTREVISTA E16, 2019);
- “Empoderamento feminino é **conseguir fazer o que você quer**, independente do que as pessoas vão achar. Pode acontecer quando você começar a olhar mais para si do que para os outros (família, cônjuge...) Quando você percebe que a única pessoa que sempre estará ao seu lado é você mesma, e com isso você cria o seu mundo **independente** do que todos pensam ou julgam” (RELATO DE ENTREVISTA E18, 2019);
- “Empoderamento feminino é entender que a mulher é capaz para fazer tudo o que ela quiser. De inúmeras formas, no trabalho, na vida pessoal. Quando a mulher tem o **direito da escolha**” (RELATO DE ENTREVISTA E23, 2019);
- “É a mulher trabalhar com o que gosta, **ser forte na tomada de decisões**, em quaisquer áreas” (RELATO DE ENTREVISTA E25, 2019);

“É ter consciência do seu real valor e de que ninguém pode te diminuir. É se aceitar e acreditar que você pode ser quem você quer ser. Acredito que o empoderamento feminino começa pela **autoestima**. E, para isso, é preciso se cuidar, se olhar, se aceitar” (RELATO DE ENTREVISTA E27, 2019).

Pelos relatos das mulheres pôde-se retirar alguns pontos importantes do empoderamento feminino, sendo eles: a tomada de decisões, a autoestima, a independência, a empatia, a consciência do verdadeiro valor. Percebeu-se que as mulheres pesquisadas associam o empoderamento principalmente a dimensão psicológica, dimensão sociocultural e algumas à dimensão familiar, as outras dimensões (dimensão econômica e legal/política) não são citadas por nenhuma das pesquisadas. Circunstância a qual se reafirmou mais uma vez em que as empreendedoras dessa pesquisa não associaram o empreendedorismo ao poder econômico, ele é uma variável importante, mas não a principal, as mulheres estão preferindo ser autônomas e independentes.

Também foi solicitado às empreendedoras que definissem a jornada empreendedora em uma palavra e, as mais citadas por elas foram: desafiadora, persistência, realização, determinação e superação. Percebeu-se que a visão que possuíram sobre o empreendimento foi positiva apesar das dificuldades enfrentadas.

E, como última pergunta, procurou-se saber qual o conselho que as empreendedoras pesquisadas dariam a alguém que pretende ou deseja empreender e as principais respostas perante a essa pergunta foram:

“Não é fácil, mas é recompensador!” (RELATO DE ENTREVISTA E14, 2019);
“Estude sempre, faça o que ama e seja persistente!” (RELATO DE ENTREVISTA E4, 2019);
“Se você faz seu trabalho com qualidade, oferece um bom atendimento e tem humildade siga em frente, já está no caminho” (RELATO DE ENTREVISTA E6, 2019);
“Arrisque” (RELATO DE ENTREVISTA E8, 2019);
“Se jogue de cabeça, e tenha sempre na mente de que terá que buscar conhecimento a cada segundo” (RELATO DE ENTREVISTA E12, 2019);
“Comece com o que você tem, não espere tudo estar perfeito para dar o primeiro passo, daqui a 1 ano, você irá desejar ter começado. E erre bastante, quanto mais errar, mais rápido irá aprender” (RELATO DE ENTREVISTA E16, 2019);
“Corra atrás dos seus sonhos, se cerque das pessoas corretas, aprenda o máximo que puder e invista no que você acredita e no que te faz feliz” (RELATO DE ENTREVISTA E27, 2019).

As respostas das empreendedoras foram agrupadas por palavras-chave para melhor compreensão e o resultado se encontra na Tabela 2.

Tabela 2 - Conselho para quem deseja ou pretende empreender		
Conselhos	Quantidade de respostas	%
Amar o que faz	3	7,69
Arriscar	1	2,56
Começar logo	2	5,13
Coragem	1	2,56
Estudar	10	25,64

Desafio	2	5,13
Perseverança	8	20,51
Planejamento	10	25,64
Ir em frente	2	5,13
Total	39	100,00

Fonte: Dados da pesquisa.

Percebe-se que as mulheres apontaram como conselho principal, o estudo, fato que pode ser correlacionado com o alto nível de escolaridade das pesquisadas e elas perceberam que um maior grau de instrução faz diferença no processo empreendedor e aconselham as pessoas a sua volta sobre isso.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível caracterizar o perfil típico das empreendedoras pesquisadas, sendo: mulheres; brancas; casadas; com filhos; com idade entre 35 e 54 anos; nível de escolaridade elevado (superior ou mais); com renda entre R\$ 2.995,00 até R\$ 5.988,00.

De acordo com as empreendedoras participantes do *workshop* o empreendedorismo é uma forma de empoderamento, já que quando indagadas sobre o impacto que o empreendedorismo proporcionou em suas vidas, elas citaram principalmente o sentimento de autoconfiança/autoestima e a geração de valores para sociedade, impactos os quais fazem parte das dimensões do empoderamento (dimensão psicológica e dimensão sociocultural). E se sentem como forma de inspiração para pessoas ao seu redor.

Percebeu-se que as mulheres pesquisadas reconheceram o empreendedorismo como forma de empoderamento, mas em contrapartida sofreram por romperem com os papéis preestabelecidos pela sociedade para o gênero feminino.

Fundamentado nas teorias e questões abordadas nesse estudo, foi possível concluir que as mulheres estão cada vez mais instruídas para comandar seus negócios, apesar das dificuldades a persistência prevalece e mesmo que seja cansativo, o empreendedorismo é recompensador.

Acredita-se que há muito a ser estudado sobre este assunto, isto porque o empreendedorismo feminino aliado ao empoderamento é um assunto muito interessante e que é necessário estudar profundamente, já que é um tema que está sendo muito discutido atualmente. Seria relevante fazer a pesquisa com um público maior e além dos questionários fazer também entrevistas, pois irão fornecer maior detalhamento da jornada empreendedora do alvo do estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, P. M. de. **Associação Mãos que se Ajudam**: desenvolvimento sustentável e empoderamento de mulheres artesãs do município de Lucena/PB. 2018. 242f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Associação em Rede Plena, João Pessoa, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/13013>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- COSTA, F. S. de M. **Instrumentalidade do serviço social: dimensões teórico-metodológica, ético-política e técnico-operativa e exercício profissional**. 2008. 147f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/17873/1/FrancileneSMC.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2019.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- FERNANDES, T. dos S. *et al.* Dimensões do empoderamento feminino: autonomia ou dependência? **Revista Alcance**, Biguaçu, v. 23, n. 3, p. 391-413, jul./set. 2016. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/8987/pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019.
- FERRARI, R. **O empoderamento da mulher**. 2013. Disponível em: <<http://www.fap.sc.gov.br/noticias/empoderamento.pdf>>. Acesso em: 05 mai. 2019.
- FERREIRA, S. M. “Mulheres Mil” como política pública de inclusão social: uma análise do empoderamento feminino. 2016. 121f. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/18711>>. Acesso em: 05 set. 2016.
- FERREIRA, T. L. dos S.; ANDRADE, F. B. de. Mulher empreendedora: fortalecimento de práticas de empreendedorismo e participação social. **Revista Eletrônica Extensão & Sociedade**, Rio Grande do Norte, v. 7, n. 1, p. 3-13, ago. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/extensaoesociedade/article/view/12547>>. Acesso em: 15 de jun. 2019.
- FROTA, E. dos R. *et al.* O empreendedorismo feminino e sua presença nas MPE's. **Revista Fórum de Administração**, Franca, v. 6, n. 1, p. 1-16, 2014. Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/forumadm/article/view/949>>. Acesso em: 15 de jun. 2019.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Análise dos resultados do GEM 2018 por gênero**: IBPQ, 2018a. 21f. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20\(002\).pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20(002).pdf)>. Acesso em: 15 de jun. 2019.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2018a**. Curitiba: IBPQ, 2018a. 26f. Disponível em: <<http://materiais.cer.sebrae.com.br/relatorio-executivo-gem-2018>>. Acesso em: 08 de jun. 2019.
- GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai./jun. 1995. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901995000300004>. Acesso em: 10 out. 2019.
- GOHN, M. da G. Empoderamento e participação da comunidade em políticas sociais. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 20-31, mai./ago. 2004. Disponível em: <<https://www.scielo.org/article/sausoc/2004.v13n2/20-31>>. Acesso em: 17 de set. 2019.
- HOROCHOVSKI, R.R.; MEIRELLES, G. Problematizando o conceito de empoderamento. In: SEMINÁRIO NACIONAL MOVIMENTOS SOCIAIS, PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA, 2. 2007, FLORIANÓPOLIS. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2007. Disponível em: <http://www.sociologia.ufsc.br/npms/rodrigo_horochovski_meirelles.pdf>. Acesso em 17 set. 2019.
- INSTITUTO ALGAR. **O empoderamento feminino**. 2019. Disponível em: <<http://www.institutoalgar.org.br/noticias/geral/o-empoderamento-feminino>>. Acesso em: 01 out. 2019.
- IORIO, C. Algumas considerações sobre estratégias de empoderamento e de direitos. In: ROMANO, J. O.; ANTUNES, M. **Empoderamento e direitos no combate à pobreza**. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2002. p. 21-44. Disponível em: <<http://unesav.com.br/ckfinder/userfiles/files/empoderamento.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2019.
- JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 65-85, jan/abr. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pc/v23n1/a05v23n1>>. Acesso em: 04 mai. 2019.
- KLEBA, M. E.; WENDAUSEN, A. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v.18, n. 4, p. 733-743, 2009. Disponível em: <<https://www.scielo.org/article/sausoc/2009.v18n4/733-743>>. Acesso em: 17 set. 2019.
- LISBOA, T. K. Empoderamento de mulheres e participação na gestão de políticas públicas. In: SEMINÁRIO NACIONAL MOVIMENTOS SOCIAIS, PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA, 2. 2007, FLORIANÓPOLIS. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2007. Disponível em: <http://www.sociologia.ufsc.br/npms/teresa_kleba_lisboa.pdf>. Acesso em: 01 out. 2019.
- LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986. Disponível em: <https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/2431625/mod_resource/content/1/Pesquisa%20em%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Abordagens%20Qualitativas%20vf.pdf>. Acesso em: 10 out. 2019.
- MALAVOTA, G. P.; CINEGAGLIA, M. N.; MELLO, S. C. R. P. Políticas públicas no âmbito do empreendedorismo feminino: perspectivas de empoderamento. **Revista da Seção Judiciária do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 45, p. 161-173, mar./jun. 2019. Disponível em: <<http://revistaauditorium.jfrj.jus.br/index.php/revistasjrj/article/view/170>>. Acesso em: 01 out. 2019.

- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARTINS, C. B. *et al.* Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 3, n. 2, p. 288-302, mai./ago. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/index.php/reaufsm/article/view/2378>>. Acesso em: 17 de mai. 2019.
- MELO, M. C. de O. L.; LOPES, A. L. M. Empoderamento de mulheres gerentes: a construção de um modelo teórico de análise. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 12, n.3, p. 648-667, set./dez. 2012. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/2346>>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- MOREIRA, N. C.; LIMA, A. A. T. de F. de C.; LOPES, M. F. Dimensões do empoderamento das mulheres beneficiárias do programa bolsa família. In: ENCONTRO DA ANPAD, 35. 2011, RIO DE JANEIRO. **Anais...** Rio de Janeiro: EnANPAD, 2011. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APB2233.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2019.
- OLIVEIRA, K. B. de *et al.* Estudo do empoderamento na perspectiva de mulheres líderes. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 16, n. 4, p. 82-99, out./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/2624>>. Acesso em: 01 out. 2019.
- OLIVEIRA, U. R. de.; RODRIGUEZ, M. V. y. Empowerment como ferramenta de gestão de pessoas para a redução dos custos e aumento da eficiência operacional: Um estudo de caso em uma instituição financeira. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 24. 2004, FLORIANÓPOLIS. **Anais...** Florianópolis: Abepro, 2004. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2004_enegep0707_0033.pdf>. Acesso em: 30 set. 2019.
- ONU MULHERES. **Princípios de empoderamento das mulheres**. 2017. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_ONU_Mulheres_Nov2017_digital.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2019.
- OSÓRIO, J. **Empoderamento das mulheres**. 2018. Disponível em: <<https://www.mulheresempreendedoras.net.br/empoderamento-das-mulheres/>>. Acesso em: 24 set. 2019.
- PALMA, L. G. A. da. **Empoderamento econômico da mulher no âmbito do Mercosul**: das reuniões especializadas ao programa *Ellas Hacen*. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/ricri/article/view/28419>>. Acesso em 04 de mai. de 2019.
- RAMA, F. L.; MARTINS, L. M. A inserção da mulher no mercado de trabalho: implicações no setor bancário. **Revista Gestão Premium**, v.3, n.1, p.14-46, de. 2013. Disponível em: <http://facos.edu.br/publicacoes/revistas/gestao_premium/dezembro_2013/pdf/a_insercao_da_mulher_no_mercado_de_trabalho_-_implicacoes_no_setor_bancario.pdf>. Acesso em: 07 out. 2019.
- RELATÓRIOS DINÂMICOS. **Empoderamento das mulheres**. Disponível em: <<http://relatoriosdamicos.com.br/mulheres/>>. Acesso em: 01 out. 2019.
- RODRIGUES, R. B.; MELO, M. C. de O. L.; LOPES, A. L. M. Gênero feminino no empreendedorismo de sucesso em Minas Gerais: estudo de casos. **Organizações em Contexto**, São Bernardo do Campo, v. 12, n. 23, p. 143-172, jan. jun. 2016. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/OC/article/view/6152/pdf>>. Acesso em: 08 de jun. 2019.
- SARDENBERG, C. M. B. **Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista**. 2012. Repositório Institucional da Universidade Federal da Bahia, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6848>>. Acesso em: 01 out. 2019.
- SOUZA, C. G.; MOREIRA, D.; BOURGUIGNON, J. A. Aproximações entre participação e empoderamento e uma perspectiva emancipatória. **Revista NUPEM**, Campo Mourão, v.6, n.11, p. 153-173, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.fecilcam.br/revista/index.php/nupem/article/viewFile/360/331>>. Acesso em: 21 out. 2019.
- TAMEIRÃO, N. **Empreendedorismo feminino**: negócios que transformam. 2019. Disponível em: <<https://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 17 de mai. 2019.