

**Estudo sobre o empreendedorismo feminino:
A luta por espaço profissional
em meio à histórica misoginia sociocultural**

Marcela Eduarda Moura Hurtado Rodrigues Martins¹

Resumo

A mulher empreendedora busca seu devido lugar no mundo corporativo, porém, durante a execução e criação do seu empreendimento, assim como no mercado de trabalho, sofre com muitas dificuldades e preconceitos misóginos. O objetivo deste trabalho foi identificar, usando artigos, pesquisas e outros trabalhos acadêmicos, o que é ser empreendedor, como é o perfil da mulher empreendedora, quais dificuldades enfrenta e o porquê disso ocorrer. A partir desta análise concluiu-se que a pessoa empreendedora é aquela que busca por inovação e desafios profissionais constantes, e que a mulher tem plena capacidade de ser tão boa nisso quanto os homens, tendo até mesmo superioridade na parte gerencial. No entanto, devido a preconceitos advindos de fatores históricos, a mulher sofre mais para empreender, tanto no quesito de confiança quanto financeiro da profissão. Sugeriu-se que existam mais políticas públicas que amparem mulheres e as defendam de avaliações misóginas, pois este tipo de preconceito acarreta em problemas psicológicos, financeiros e profissionais para elas, vítimas de uma longa cultura sexista.

Palavras-chave: Mulher empreendedora, empreendedorismo, misoginia, preconceito, empreendedor.

Abstract

The entrepreneurial woman seeks her rightful place in the corporate world, however, during the execution and creation of her enterprise, as well as in the labor market, she suffers from many difficulties and misogynistic prejudices. The objective of this work was to identify, using articles, research and other academic works, what it is to be an entrepreneur, what is the profile of the woman entrepreneur, what difficulties she faces and why this occurs. From this analysis it was concluded that the entrepreneur person is the one who searches for innovation and constant professional challenges, and that the woman has full capacity to be as good at this as the men, even having superiority in the managerial part. However, due to

¹ Graduanda em Administração de Empresas pela FECAF.

E-mail: marcela.martins@a.fecaf.com.br

prejudices arising from historical factors, women suffer more to become entrepreneurs, both in terms of confidence and financial aspects of the profession. It was suggested that there are more public policies that support women and defend them from misogynistic evaluations, as this type of prejudice leads to psychological, financial and professional problems for them, victims of a long-standing sexist culture.

Keywords: Woman entrepreneur, entrepreneurship, misogyny, prejudice, entrepreneur.

Introdução

De acordo com Cervo & Bervian (2002, p. 84) “problema é uma questão que envolve intrinsecamente uma dificuldade teórica ou prática, para a qual se deve encontrar uma solução”. No caso, aqui procura-se dissertar a respeito dos problemas que envolvem a aceitação da mulher no meio empreendedor, majoritariamente dominado por homens.

Conforme Lakatos & Marconi (1992), para ser pertinente, o problema deve ser analisado sobre os seguintes aspectos de valoração: viabilidade, relevância, novidade, exequibilidade e oportunidade. Examinando os aspectos apresentados pelos autores temos a seguinte questão problema para o artigo apresentado: por que a empreendedora encontra maior dificuldade para ter sucesso quando comparada ao empreendedor homem?

Esta análise se justifica pelo fato de ser muito comum ao falarmos de empreendedorismo termos referências claras e até mesmo óbvias de homens como Paulo Lemann, acionista e sócio de diferentes grupos e companhias, como Ambev, Burger King e Kraft Heinz. Abílio Diniz, atual presidente do Conselho de Administração da BRF e Robinson Shiba, fundador da rede China in Box. Mas e as mulheres? Embora representem 50% da população mundial, inclusive a do Brasil, não é fácil elencar um rol de empreendedoras de sucesso na mesma proporção.

Para Lakatos & Marconi (1992) o objetivo geral refere-se a uma visão global e abrangente do tema de pesquisa. Ele está relacionado com o conteúdo intrínseco dos fenômenos, dos eventos ou das ideias estudadas. Desse modo, o objetivo desse artigo será de analisar o quadro atual da mulher empreendedora em relação aos seus pares masculinos, e entender quais variáveis afetam o seu sucesso.

O papel social imposto à mulher

Segundo Botelho et al (2008), o número de empresas fundadas por mulheres é crescente. Sociedade e governos de muitos países cada vez mais reconhecem a importância da colaboração oferecida pelas mulheres na gestão de empresas e como colaboradoras no mercado de trabalho (CASSOL e HOELTGEBAUM, 2007).

Apesar da importância social e econômica que a mulher conquistou nos últimos tempos, ainda mais com o empreendedorismo, ainda existem limitantes para um número mais expressivo de mulheres empreendedoras. Por exemplo, a entrada da mulher no mundo empreendedor junto ao acúmulo de responsabilidades rotineiras impactou seu lado familiar. Hoje a estrutura da família tradicional mudou e, tanto a mulher quanto homem trabalham fora de casa. Apesar disso, é indiferente o nível profissional da mulher, pois ainda é a maior responsável pela residência e filhos.

Além da estrutura trabalho-família, outros entraves aparecem na jornada empreendedora. Boa parte é atrelada ao empreendedorismo em si, outros, no entanto, estão relacionados ao gênero e também à idade. Não raro, mulheres são vítimas de preconceitos da herança histórica e conservadorismo. Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), é desafiador para mulheres gerirem seus negócios em uma atividade majoritariamente masculina. A situação se torna pior quando elas começam a empreender cedo, ou seja, são novas demais e supostamente carecem de experiência no setor em que atuam.

Porém, mesmo com todas as questões problemáticas ao gênero, o cenário feminino no meio empreendedor já é mais do que uma realidade.

Tendo essas questões em mente, surgem os seguintes questionamentos neste artigo: quais as dificuldades que a mulher enfrenta no processo de empreender e por quê elas ocorrem?

A relevância da mulher para o meio profissional

É de suma importância entender as dificuldades e preconceitos relacionados à mulher empreendedora fruto de fatores histórico-sociais.

Segundo o censo do IBGE (2010) no Brasil, cerca de 51% da população é formada por mulheres e 49% homens, sendo a região sudeste a detentora do maior número de mulheres. Apesar da superioridade numérica, deve-se atentar ao fato delas virem a sofrer preconceito pelo gênero, mesmo sendo a maioria na população brasileira. O gráfico 1 revela a expectativa numérica da população de homens e mulheres até 2030 no estado do Rio de Janeiro e, conforme a leitura dos dados, essa estimativa continuará na mesma proporção.

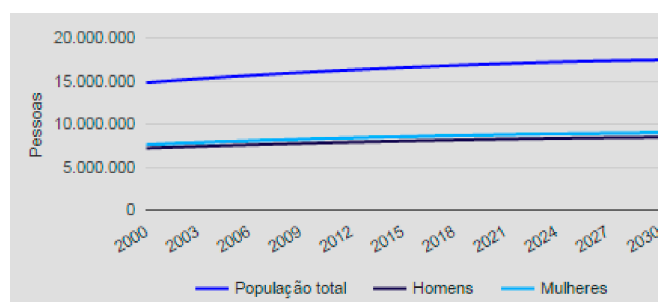


Gráfico 1: Rio de Janeiro: População total, homens e mulheres 2000-2030. Fonte: IBGE 2015

Segundo relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2010, o empreendedorismo é de grande importância para o crescimento econômico de uma nação, pois gera mercado de trabalho e renda para o país, criando oportunidades para toda uma sociedade. Machado et al (2003) destacam a importância das mulheres como pequenas e

médias empresárias ao contribuírem como uma nascente de empregos, inovação e desenvolvimento econômico.

O papel social da mulher ao longo da história

Silva et al (1995) dissertam que, para compreender a função social da mulher, deve-se fazer uma análise do passado, focando na formação do sujeito, seus grupos e classes sociais. No caso do Brasil, no período de sua colonização, a mulher era tratada como uma espécie de ser sem função, sendo nada além de um objeto de submissão e domínio. Além de ser um ente ausente de função, chegava-se ao ponto de ser tratada como a própria definição de pecado.

O fato de ser mulher é antes uma construção social do que apenas um fator biológico. Com sugere Beauvoir (1967, apud RODRIGUES, 2012, p. 2):

“Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade, é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam de feminino. Somente a mediação de outrem pode constituir um indivíduo como um outro.”

A partir desse trecho pode-se entender também que, historicamente, existe uma tentativa social de dividir homens e mulheres em papéis diferentes com atribuições inerentes ao sexo, onde as mulheres claramente saem em desvantagem.

Segundo Del Priore (2009), estudioso da mulher brasileira do período do século XVI e XVII, sua única função em território nacional era a procriação e a maternidade, a qual retirava o matiz (apenas) sexual de sua função. De acordo com Costa (2005), a partir dessa objetificação da mulher surge o movimento feminista no Brasil na metade do século XIX.

Álvarez (1990, apud TIMÓTEO, 2013, p. 93) destaca:

“O movimento feminista, apesar de inserir-se no movimento mais amplo de mulheres, distingue-se por defender os interesses de gênero das mulheres, por questionar os sistemas culturais e políticos construídos a partir dos papéis de gênero historicamente atribuídos às mulheres, pela definição da sua autonomia em relação a outros movimentos, organizações e ao Estado, e pelo princípio organizativo da horizontalidade, isto é, da não existência de esferas de decisões hierarquizadas.”

Então, a partir do movimento feminista vemos a mulher crescer enquanto ser social e tentar obter mais espaço em meio as funções que não sejam atreladas aos cuidados do lar ou da família, onde se inclui o trabalho fora de casa e, conseqüentemente, o empreendedorismo.

Empreendedorismo

A palavra empreendedorismo vem do latim *imprehendere*, tendo o seu correspondente, surgindo na língua portuguesa no século XV. O substantivo “empreendedor”, de acordo com o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, surgiu na língua portuguesa no século XVI. Segundo Dornelas (2008) empreendedor é aquele que encontra uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos mensurados. Portanto, o ato de empreender não deve depender do gênero do empreendedor.

Pode-se entender empreendedorismo também como

“Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas” (GEM, 2010, p. 215).

Segundo Dornelas (2012), o empreendedorismo surge pelas grandes mudanças que planeta passou ao longo do século XX, período em que foram criadas grande parte das maiores invenções da humanidade, graças a pessoas que possuíam uma visão de futuro e agiam para construírem novos negócios. E essas pessoas são chamadas respectivamente de empreendedores. Ainda segundo o autor, o empreendedor é aquele que faz, de fato, os acontecimentos ocorrerem, ou seja, é o agente da transformação da ideia em realidade, possuindo visão futura da organização.

O empreendedorismo não é inato, portanto, pode ser lecionado e aprendido, ou seja, se alguma pessoa quer abrir uma nova empresa e não tem experiência, é possível procurar aprender sobre o assunto e ter sucesso. Souza (2001, p. 32) destaca que “(...) no atual contexto de incertezas e desafios, o desenvolvimento e até mesmo a sobrevivência das organizações depende, em grande parte, da formação e da capacitação dos seus atores”.

Segundo relatório do GEM (2010), no Brasil, o empreendedorismo entrou em alta a partir da década de 90 com a abertura da economia, o que foi favorável a criação de vários órgãos relacionados ao tema, como é o caso do Sebrae, que dá suporte ao empreendedor durante o início de sua empresa, contando com consultorias para resoluções de problemas do negócio. Para Dornelas (2012), o crescimento do empreendedorismo continua durante os anos 2000.

Perfil do empreendedor

Segundo Bueno, Leite e Pilatti (2004) o empreendedor possui características como o desejo de estar sempre se aperfeiçoando e de estar atualizado em seus aprendizados. Para Fillion (1999) o empreendedor é a pessoa criativa, que detecta oportunidades de negócios, toma decisões arriscadas ao mesmo tempo que tem visão. Nesse mesmo raciocínio,

Schumpeter (1982, apud PEDROSO, MASSUKADO e MUSSI, 2009) sugere que o empreendedor é um inovador, pois combina recursos de maneira precursora e original. Drucker (1986) complementa ao dizer que a inovação é a principal ferramenta dos empreendedores, pois têm necessidade de inovar, conhecer seus princípios e colocá-los em prática.

Por outro lado, Kassai (1996) destaca a necessidade de auto realização, necessidade de dar vazão a sua criatividade, em um misto de autoconfiança, dedicação, busca de conhecimento, iniciativa, independência e disposição para assumir os perigos inerentes a profissão.

Tendo todas essas definições em voga, nota-se como o perfil empreendedor pode ser comum a ambos os sexos, o que corrobora a tese de como o preconceito com a mulher é um problema não somente ao gênero, mas ao desenvolvimento da indústria de produtos e serviços como um todo em qualquer lugar do mundo.

Perfil da empreendedora

Segundo Machado et al (2003), as mulheres representam metade da população do mundo e é crescente a quantidade de empresas que são criadas e administradas por elas.

Segundo relatório do Sebrae (2015) o aumento da participação feminina no empreendedorismo como dona do próprio negócio está relacionado com o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho. Junto a isso está o fato do menor número de filhos gerados por elas, a conseqüente redução do tamanho da família e ao aumento do número de casais sem filhos, famílias unipessoais, a urbanização e a maior escolaridade.

Morais (2015) diz que outro motivo para o empreendedorismo no Brasil estar em alta, com destaque para as mulheres, vem através da necessidade ou falta de oportunidade nas organizações, assim tendo que optar pela carreira empreendedora.

Segundo o GEM (2010), o empreendedorismo feminino está diretamente ligado ao investimento das mulheres na própria educação. Mussak (2004) completa ao dizer que a educação da mulher está visivelmente apresentando melhores indicadores, tanto na expansão dos níveis educacionais ou como na maior oferta de cursos superiores, deixando-as mais bem preparadas para o mercado de trabalho.

Hisrich (2004) revela que, infelizmente, mulheres possuem empreendimentos de menor porte e, conseqüentemente, menor lucro líquido quando comparadas aos homens. Ainda assim, o setor com maior crescimento é o de serviço, onde as mulheres conseguem melhores números. Moraes (2015) destaca que mulheres têm tendência para áreas ligadas a prestação de serviços enquanto homens são mais voltados para os produtos.

Ainda de acordo com Hisrich (2004) os empreendedores geralmente atuam com algo relacionado ao seu emprego anterior, ou até mesmo com alguma atividade complementar do próprio trabalho. Por outro lado, as empreendedoras abandonam sua antiga ocupação devido à alguma frustração, desse modo buscam a realização pessoal e não apenas profissional. Machado et al (2003) destaca as motivações femininas como: desejo de realização pessoal, independência social e financeira, oportunidade empregatícia, dificuldade na ascensão profissional tradicional e por necessidade.

Machado (1999) afirma que o perfil da mulher empreendedora foca na tomada de decisão, valorização do indivíduo e que elas são mais conservadoras em situações de risco.

“(...) Na gestão do conhecimento empresarial, a mulher ganha cada vez mais importância estratégica, pois trabalha naturalmente com a diversidade, processos multifuncionais, além de compartilhar suas experiências e habilidades com os demais componentes da empresa/equipe. Por ser o sexo considerado sensível, ela permite que as equipes de trabalho que atuam isoladamente e com heterogeneidades, se constituam numa equipe unida e atuando de forma sinérgica, com soluções criativas para resoluções de problemas, antes considerados insolúveis. (SILVA, 2007, p.17).”

Cassol (2006) ressalta que a mulher empreendedora tem como destaque sua habilidade gerencial, o que garante maior possibilidade de sucesso do empreendimento. Leite (1994) complementa do dizer que as mulheres levam mais em consideração do que os homens a opinião do grupo, portanto, suas decisões são mais ponderadas.

Segundo dados do IBGE (2013), 50% das empresas fecham no Brasil após quatro anos de funcionamento. Porém Dornelas (2013) diz que negócios administrados por mulheres sobrevivem a um tempo maior que quatro anos. Argumenta isso ao destacar um estudo da Escola de Negócios da Universidade Leeds no Reino Unido de 2013, que revelou que *startups* gerenciadas por mulheres têm 27% menos risco de falir quando comparadas com empresas gerenciadas apenas por homens.

Nesse interim, Andreoli e Borges (2007) afirmam que as empreendedoras possuem grande capacidade de inovando e aperfeiçoamento do mundo dos negócios. Peters (2004) enxerga no perfil da mulher a solução frente aos problemas de falta de talento no mercado de trabalho e da escassez de bons líderes nas organizações.

Ainda que com todas essas qualidades destacadas perante os homens, Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), o empreendedorismo feminino esbarra em desafios históricos atrelados ao preconceito com o gênero feminino.

Preconceitos que a empreendedora enfrenta: exemplo do setor tecnológico

O núcleo de Estudos da Mulher e Relações Sociais de Gênero, da Universidade de São Paulo (NEMGE) destaca preconceito e estereótipo como "(...) uma opinião predeterminada, que afeta as relações interpessoais. O estereótipo aparece como uma forma rígida, anônima, reproduz imagens e comportamentos, separa os indivíduos em categorias". (USP-NEMGE, 1996, p.3). Nesse mesmo raciocínio Queiroz (1995, p. 16) afirma que "(...) preconceito é um conceito prévio, formulado sem o cuidado de permitir que os fatos sejam investigados e possam contrariar nossos julgamentos ou opiniões". Dias, Neta e Medeiros (2008) dizem que o preconceito também é oriundo de construções sociais advindas de normas vigentes.

Formiga (2004, apud DIAS, NETA e MEDEIROS, 2008) diz que hoje é mais complicado de visualizar claramente um indivíduo ou processo preconceituoso, pois não houve diminuição dos preconceitos, mas sim uma reformulação das manifestações preconceituosas, que se tornaram mais disfarçadas e atualizadas. Lima e Vala (2004) também separam o preconceito em preconceito contra a mulher (ou sexismo), homofobia, racismo, ageísmo (preconceito em razão da idade das pessoas) entre outros.

Queiroz (1995) diz que as diferenças de gênero são consequência das características físicas não sexuais marcadamente diferentes entre os gêneros, atribuindo assim à mulher uma inferioridade de base biológica.

De acordo com Machado (2002) a ausência de apoio familiar, de amigos ou das instituições financeiras, que inviabilizam a concessão de empréstimos, são os maiores problemas no meio empreendedor segundo às próprias mulheres. Em segundo lugar vem a falta de confiança de clientes, fornecedores e acionistas. Todas essas problemáticas estão diretamente ligadas a uma sociedade marcadamente machista.

Machado et al (2003) atesta que a principal fonte de recurso para a mulher conseguir abrir sua própria empresa vem de economias pessoais, empréstimos familiares ou de amigos. Segundo o relatório da GEM (2010), mulheres têm maior dificuldade para obter recursos de ordem financeira, humana e capital social quando comparada aos homens. Nesse mesmo relatório é revelado que 25% das mulheres sentem que são tratadas de formas negativamente diferentes pelas instituições financeiras.

Segundo Brush et al (2000, apud JONATHAN, 2003), na área de investimentos tecnológicos existe ampla falta de investimento em empreendimentos femininos. É nítido como a quantidade de investimentos em empreendimentos femininos não é proporcional ao número de mulheres donas do próprio empreendimento. Ainda segundo o autor, se tratando de empréstimos para mulheres, eles são entendidos como mais arriscados, por serem

compreendidos como de menor porte e relativamente recentes no mercado, o que acarreta em maiores taxas de empréstimo, o que acaba por dificultar sua aceitação por parte das mulheres.

Segundo Botelho et al (2008), é um esforço tremendo para as empreendedoras gerirem seus negócios em um meio majoritariamente masculino. Dessa forma, Andreoli e Borges (2007), destacam que o meio empresarial é de caráter machista, ambiente propício a discriminação, o que é uma grande problemática às mulheres. Langowits (2004) diz que é falacioso ligar o sexo ao potencial de má rentabilidade da empresa, pois existem mulheres em carreiras de sucesso na indústria de tecnologia.

Ainda que com todas essas problemáticas, Leal (2001, apud JONATHAN, 2003) afirma que as mulheres têm ampliado sua presença no setor tecnológico, especialmente em tecnologia da informação, meio em que há um forte estereótipo e preconceito de gênero. Ainda segundo o autor, ainda assim elas criam seus próprios empreendimentos no setor de tecnologia, embora sofram com discriminação de gênero e de idade.

Não apenas no meio tecnológico, e não apenas no Brasil, a aceitação da mulher no mercado de trabalho, seja como colaboradora, dona ou autônoma varia conforme a sociedade a qual está inserida:

As sociedades diferem em suas percepções e costumes sobre o trabalho feminino e a sua participação em negócios. Os vários níveis de educação e desenvolvimento podem influenciar consideravelmente as crenças sociais, o que está geralmente associado ao grau de aceitação sobre a carreira da mulher. No entanto, em alguns casos, as mulheres investem no empreendedorismo, independentemente de percepção, ou simplesmente porque suas famílias necessitam de suas rendas. Além disso, a aceitação da sociedade sobre deixar os cuidados com os filhos com outras pessoas enquanto desenvolvem uma carreira, adicionada ao custo de disponibilidade de serviços com esse fim, podem pesar significativamente. A mulher empreendedora também necessita da cooperação e apoio de investidores e financiadores, empregados, fornecedores e consumidores. Quando estes fatores agem como impedimento, a sociedade perde uma oportunidade de ganhar a energia empreendedora de metade de sua população. (GEM GLOBAL, apud GEM, 2010, p. 46)

Para Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), além da questão da falta de experiência anterior no negócio que se está empreendendo, e da questão da idade para as mulheres, existe preconceito relacionado à origem, como no caso de mulheres interioranas, com pouco estudo e escassos recursos financeiros. Machado (2002) afirma também que as dificuldades relacionadas as mulheres são de origem familiar. Segundo Gomes (2004), a mulher que trabalha fora tem grande dificuldade de conciliar trabalho e família, enquanto que para os homens essa dificuldade não tem tanta relevância.

Buttner e Moore (1997) destacam a pressão exercida por marido e filhos como fatores que dificultam que mulheres empreendedoras administrem seus negócios. Nessa linha de raciocínio, Cramer et al (2012) afirma que a mulher tem maior necessidade de estar com a

família, no entanto, em função do sonho empreendedor elas abrem mão do tempo destinado a convivência familiar, assim como “suas tarefas” de mãe e esposa. Segundo Powell e Eddleston (2013), o apoio familiar é um grande pilar do sucesso empreendedor, pois o apoio psicológico é essencial para a continuidade profissional da mulher.

Silva (2007) afirma que é muito estressante para a mulher lidar com trabalho empresarial e o cuidado da casa, pois dedicam-se tanto aos negócios quanto às atividades domésticas, que exigem muito do corpo e da mente da mulher.

Considerações finais

O papel social da mulher ao longo da história está diretamente ligado à herança cultural de opressão, do movimento feminista e a conquista de direitos, dentre os quais a inserção da no mercado de trabalho.

Discorreu-se sobre o crescimento do empreendedorismo, o perfil do empreendedor e o crescimento do empreendedorismo feminino, assim como as motivações das mulheres para abrirem seu próprio negócio ao longo do tempo. Neste artigo também foi abordado a questão das dificuldades que as empreendedoras sofrem ao longo do processo empreendedor, como o preconceito de gênero, idade e as dificuldades relacionadas às supostas obrigações familiares.

Foi possível observar a complicada relação entre o trabalho e família, pois, além de empreendedoras, as mulheres exercem o papel de donas de casa. A gestão do tempo devido à necessidade de conciliação de múltiplos papéis como esposa, mãe, empreendedora e dona de casa é um grande fardo para a mulher.

Por fim, conclui-se que a mulher tem pleno potencial de ser uma empreendedora tão boa quanto ou até melhor que o homem, mas infelizmente seu potencial é solapado por problemas de ordem cultural. Revela-se, portanto, uma grande necessidade de conscientização social da importância da mulher para o mercado de trabalho, assim como um ser equânime na questão de direitos e deveres sociais e políticos. Sugere-se também que existam mais políticas públicas que amparem mulheres e as defendam de avaliações misóginas, por mais sutis que sejam, e que possam afetá-las psicológica, financeira e profissionalmente.

Referência bibliográfica

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Vivenciadas em Histórias de Vida. In: **ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE)**, 7., 2014, Goiânia. Anais eletrônicos... Goiânia: EGEPE, 2014. Disponível em: < <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/266.pdf> >. Acesso em: 22 set. 2022.

ANDREOLI, T. P; BORGES, W. A. **Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um Pequeno Negócio**. In: **ENCONTRO PARANAENSE DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO (EPEAD)**. 11., 2007, Paraná. Anais eletrônicos...: Paraná: EPEAD, 2007. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/producao-academica/empreendedorismo-feminino-uma-analise-do-perfil-empreendedor-e-das-dificuldades-enfrentadas-por-mulheres-detentoras-de-um-pequeno-negocio/410/> >. Acesso em: 15 nov. 2022.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20 (41), pp. 189-197, 1998

BOTELHO, Louise de Lira Roedel et al. **Desafios gerenciais das mulheres empreendedoras: como exercer a liderança em espaços de identidade masculina? O caso da Alpha Tecnologia**. Disponível em: < http://www.researchgate.net/publication/38320124_Desafios_gerenciais_das_mulheres_empreendedoras_como_exercer_a_liderana_em_espaos_de_identidade_masculi_na_O_caso_da_Alpha_Tecnologia >. Acesso em: 19 out. 2022.

BUENO, A. M.; LEITE, M.L.G.; PILATTI, L. A. **Empreendedorismo e comportamento empreendedor: como transformar gestores em profissionais empreendedores**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO ENEGEP, 14., 2004, Florianópolis. Anais eletrônicos... Florianópolis: ENEGEP, 2004. Disponível em: < <http://www.pg.utfpr.edu.br/ppgep/Ebook/ARTIGOS/14.pdf> >. Acesso em: 10 nov. 2022.

BUTTNER, H.; MOORE, D. **Women's organizational exodus to entrepreneurship: sel-reported motivations and correlates with sucess**. *Journal of Small Bussiness Management*, Jan. p.34-47, 1997.

CASSOL, Neidi Krewer. **A Produção Científica na área de empreendedorismo feminino**: análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI). 2006. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau. 2006.

CASSOL, Neidi Krewer; SILVEIRA, Amédia; HOELTGEBAUM, Marianne. **Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006**. In: **ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (ANPAD)**. 31., 2007, Rio de Janeiro. Anais eletrônicos... Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. Disponível em: < <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-C1347.pdf> >. Acesso em: 19 out. 2022.

CEPAL. **La pandemia del COVID-19 profundiza la crisis de los cuidados en América Latina y el Caribe**. 2020. Disponível em: < <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45335> >. Acesso em 14 de outubro de 2022.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

COSTA, Ana A. A.; **O movimento feminista no Brasil: Dinâmicas de uma intervenção política**. Disponível em: < <http://www.revistagenero.uff.br/index.php/revistagenero/article/viewFile/380/285> >. Acesso em: 03 nov. 2022.

DEL PRIORE, M. **Ao sul do corpo: condição feminina, maternidade e mentalidades no Brasil Colônia**. 2. ed. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

Dornelas, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração. Abr/Jun. 1999, p. 5-28.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2008**. Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2008.pdf> >. Acesso em: 22 ago. 2015.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2010**. Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf >. Acesso em: 23 ago. 2015.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2015**. Curitiba: IBQP, 2015. Disponível em: < [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf) >. Acesso em: 23 ago. 2015.

GOMES, A. F. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: Um estudo na cidade de Vitória da Conquista**. Disponível em: < <http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/1805/1433> >. Acesso em: 28 out. 2022.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael R. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, Eva G. **Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências**. In: EGEPE – ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. Anais eletrônicos...Brasília, UEM/UEL/UnB, 2003, p. 41-53. Disponível em: < [http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/brasilia/\[04\].pdf](http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/brasilia/[04].pdf) >. Acesso em: 10 nov. 2022.

JONATHAN, Eva G. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**. Psicologia em estudo, Maringá, V. 10, n. 3, 2005. Disponível em: < www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf >. Acesso em: 11 out. 2022.

KASSAI, Silvia. **As Empresas de Pequeno Porte e a Contabilidade**. São Paulo: 1996. Dissertação de Mestrado, FEA /USP. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/cest/n15/n15a04> >. Acesso em: 11 out. 2022.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LANGOWITS, Nan. **O espírito empreendedor feminino**. HSM Management, n. 43, p.64-68, março-abril 2004.

LEITE, C. L. P. **Mulheres**: Muito além do teto de vidro. São Paulo: Atlas, 1994.

LIMA, M. E. O. VALA, J. **As novas formas de expressão do preconceito e do racismo**. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-294X2004000300002 >. Acesso em: 15 out. 2022.

MACHADO, H. V.; ST CYR, L.; MIONE. A.; ALVES, M. C. M. **O processo de criação de empresas por mulheres**. RAE-eletrônica. V. 2, n. 2, 2003. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v2n2/v2n2a07> >. Acesso em: 12 set. 2022.

MACHADO, H.P.V. **Tendências do Comportamento Gerencial da Mulher Empreendedora**. XXIII EnANPAD. Anais... 1999. Foz do Iguaçu. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO.

MACHADO, Hilka Pereira Vier. **Empreendedoras e o preço do sucesso**. REO - Revista de Estudos Organizacionais, Maringá, vol.1, n.2, p.75-88, jul./dez.2000.

MORAIS, Simone de. **Mulheres empreendedoras no Brasil: fatores que as levam a empreender**. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/empreendedorismo/mulheres-empendedoras-no-brasil-fatores-que-as-levam-a-empreender/85498/> >. Acesso em: 13 out. 2022.

MUSSAK, Eugênio. **O entusiasmo do empreendedor**. Vencer, São Paulo, n. 56, p.98, abr., 2004.

NETA, A. B. Da Silva, MEDEIROS, A. B. Cavalcanti, DIAS, P. dos Santos. **Agressão e autoestima: um estudo preliminar em adolescentes brasileiros**, 2008. Disponível

em:

<

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj8za7I2bj7AhU_p5UCHfogB0kQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.psicologia.pt%2Fartigos%2Ftextos%2FA0403.pdf&usq=AOvVaw0xfqG0BxRpRwE2qvFvaY8K. Acesso em: 09 de nov. de 2022.

PEDROSO, J. P. P.; MASSUKADO, M. S.; Mussi, F. B. **A relação entre o jeitinho Brasileiro e o perfil empreendedor**: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. Disponível em: <
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712009000400006 >. Acesso em: 09 out. 2022.

PETERS, Tom. **As mulheres reinam! HSM Management**, n. 43, p.51-56, março-abril 2004.

POWELL, Gary N.; EDDLESTON, K. A. **Lonking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial sucess: do female and male entrepreneurs experience different outcomes?** Journal of Business Venturing, v.28, n.2, 2013.

QUEIROZ, Renato da Silva. **Não vi e não gostei: O fenômeno do preconceito**. 3.ed. São Paulo: Moderna, 1995.

RODRIGUES, Júlia A. **A construção histórica e cultural do gênero feminino e a valorização do trabalho da mulher**. Disponível em: <
<http://www.ufpb.br/evento/lti/ocs/index.php/17redor/17redor/paper/download/241/108>. >. Acesso em: 05 nov. 2022.

SAMPIERI, COLLADO E LÚCIO (2006), **Metodologia de Pesquisa**, Ed. McGraw Hill, São Paulo, 3. ed. Capítulo 3.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento**. 3. Ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2000.

SEBRAE. **Relatório Especial: Empreendedorismo Feminino no Brasil. Relatório de pesquisa Sebrae**. Março de 2019. Disponível em: < https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empeendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf >
Acesso em 14 de outubro de 2022

SEBRAE. **Os donos de negócio no Brasil: análise por sexo (2003-2013)**. 2015. Disponível em: <
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b813ba67e266bbdc48177dd04726c87/\\$File/5452.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b813ba67e266bbdc48177dd04726c87/$File/5452.pdf)>. Acesso em: 22 out. 2022.

SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. 2014. Disponível em: <
<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2022.

SEBRAE. **Perfil das mulheres empreendedoras da região metropolitana do Rio de Janeiro**. 2012. Disponível em: <
http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Menu%20Institucional/Sebrae_EMP_jun12_pf_mulh_emp.pdf>. Acesso em: 03 set. 2022.

SILVA, Glauce, Cerqueira Corrêa da et al. **A mulher e sua posição na sociedade: da antiguidade aos dias atuais**. Revista da sociedade brasileira de psicologia, dez.2005. Disponível em: <
http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-08582005000200006>. Acesso em: 19 ago. 2022.

SILVA, R. R. **Mulheres empreendedoras: das dificuldades as conquistas no mundo dos negócios**. Disponível em: <
http://www.administradores.com.br/resources/files/modules/academics/academics_663_201002281825025400.pdf>. Acesso em: 12 set. 2022.

SOUZA, E. C. L. de. **A Disseminação da Cultura Empreendedora e a Mudança na Relação Universidade-Empresa**. In: Souza, Eda C. L. de (Org.). **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas**. Brasília: ANPROTEC, 2001, p. 28 – 41.

TIMÓTEO, Carolina Q.; **As transformações do movimento feminista no Brasil e sua relação com a América Latina**. Disponível em: <
http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/v7_carolina_GVII.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2022.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - NEMGE/CECAE (1996). **Ensino e educação como igualdade de gênero na infância e na adolescência: guia prático para educadores e educadoras**. São Paulo: NEMGE/CECAE.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projeto e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.