



Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD

EMPREENDEDORISMO FEMININO: uma revisão sistemática da literatura

Vanessa Silva Gomes*

RESUMO

A mulher vem, ao longo dos anos, destacando-se cada vez mais como profissional. Ao contrário dos costumes antigos, onde a figura feminina era vista “apenas” como dona de casa, responsável pela manutenção do lar e criação dos filhos, a mulher hoje em dia concilia estes papéis já existentes, com sua atuação no mercado de trabalho. A fim de conhecer a mulher em seu desempenho como profissional, a presente revisão sistemática buscou conhecer o que a produção acadêmica diz sobre a mulher que escolheu o ramo empreendedor no Brasil, seus desafios e as futuras oportunidades de pesquisa nesse sentido. Utilizando duas plataformas para pesquisa de artigos científicos e empregando critérios de inclusão e exclusão, foram selecionados 23 artigos para serem analisados. Desta análise extraiu-se que os estudos abordam mais frequentemente o perfil da mulher empreendedora brasileira, comprometidas, prospectoras e sem medo de mudanças; e as dificuldades pelas quais elas passam durante o processo empreendedor, como conciliação de múltiplos papéis, falta de experiência e falta de apoio da família. As oportunidades de produção futura são inúmeras, incluindo pesquisas em outras regiões, a nível nacional e até mesmo internacional; além de trabalhos no sentido de entender influências determinantes para a escolha empreendedora, conflitos trabalho-família mais frequentes e o efeito das redes na atuação da mulher como empreendedora e gestora.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Mulher. Revisão sistemática.

* Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Gestão de Pessoas e Coaching sob orientação do Prof. Dr. / MSc. Tatiane Regina Petrillo Pires de Araújo.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil apresenta atualmente uma população de mais de 207 milhões de habitantes (IBGE, 2017), sendo que 69,14% desse número refere-se à população em idade ativa (15-64 anos de idade), correspondendo a mais de 143 milhões de pessoas. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNAD de setembro de 2016, a população brasileira economicamente ativa até aquele mês era estimada em 89.883 milhões (IBGE, 2016).

Segundo o Mapa do Mercado de Trabalho do Brasil publicado em 2001, a população brasileira economicamente ativa, no período de 1992 a 1997, teve um crescimento de 5 milhões de pessoas. Das pouco mais de 75 milhões de pessoas economicamente ativas nesse último ano, quase 45 milhões eram representantes do sexo masculino e 30 milhões do sexo feminino. Dentro desse universo, a quantidade de homens procurando trabalho (logo, desempregados) cresceu cerca de 21,65%, enquanto, no sexo feminino, o aumento foi de 36,96% (IBGE, 2001).

Buscando dados mais atuais, nos Censos Demográficos de 2000 e 2010 tem-se que o número de homens economicamente ativos entre esses anos cresceu 9,11%, e no ano de 2016, seguindo a proporção, representa pouco mais de 56 milhões; enquanto o número de mulheres cresceu 19,88%, e configura, no presente ano, em 47 milhões (IBGE, 2000; IBGE, 2010).

A desigualdade entre homens e mulheres, embora tenha diminuído, ainda é perceptível no cenário atual mundial. Ciente da situação, a Organização das Nações Unidas – ONU, criou em 2010, a ONU Mulheres: a Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres. De acordo com ela, “as desigualdades de gênero permanecem profundamente arraigadas nas sociedades”, e o empoderamento feminino é determinante para o crescimento econômico, visto que incentiva a produtividade (ONU MULHERES, 2017).

As mulheres têm ganhado mais espaço em diversas áreas, incluindo o setor empreendedor. De acordo com Steve Howe, sócio-gerente da empresa Ernst & Young das Américas e presidente e sócio-gerente da firma nos Estados Unidos,

Com um impacto econômico anual de aproximadamente 3 trilhões de dólares, mulheres donas de negócios empregam mais de 16 milhões de

peças nos Estados Unidos. De acordo com o Banco Mundial, as mulheres possuem ou administram de 25% a 33% das empresas privadas do mundo. Até 2028, elas controlarão cerca de 75% dos gastos discricionários em todo o mundo (2015, tradução minha).

De acordo com pesquisas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE em parceria com a Endeavor Brasil, as mulheres empreendedoras passam por diversos desafios, como investimentos externos desiguais, educação desigual e sexismo, além do medo do fracasso ser empecilho para a abertura da própria empresa (SEBRAE, 2016).

Portanto, relativo a essa vertente, o presente artigo busca analisar a literatura acadêmica sobre o empreendedorismo feminino brasileiro. Busca-se a resposta para a seguinte pergunta: quais aspectos relacionados ao empreendedorismo feminino brasileiro estão sendo tratados pelos autores que pesquisam essa área?

Tal pesquisa é válida no meio acadêmico por se propor a analisar a produção científica no que concerne às publicações sobre o empreendedorismo feminino no Brasil. O estudo poderá auxiliar na escolha de temas dentro do universo empreendedor feminino, visto que expõe os assuntos já trabalhados em artigos nessa linha de pesquisa, além de suas sugestões de pesquisas futuras.

O estudo também contribui socialmente, no sentido de que poderá auxiliar, nos dias atuais, na identificação da desigualdade e possível discriminação de gênero no mercado brasileiro, e assistir para um país justo, que busca a igualdade entre homens e mulheres.

Assim, o presente artigo busca investigar a produção acadêmica sobre o assunto “empreendedorismo feminino brasileiro”. Especificamente, procura-se revisar sistematicamente a bibliografia encontrada no que concerne a empreendedorismo feminino no Brasil e encontrar, na bibliografia, oportunidades para auxiliar a produção futura de artigos sobre o assunto.

2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Nesta presente seção apresentar-se-á a teoria concernindo os temas dessa pesquisa: mulher, empreendedorismo, mulher no mercado de trabalho e empreendedorismo feminino no Brasil.

O embasamento que será feito a seguir é importante visto que proporciona um aprofundamento sobre o assunto trabalhado na revisão sistemática; além de servir de base para o leitor, para fazer comparações com os resultados encontrados nos estudos que foram analisados.

Primeiramente abordar-se-á o sujeito alvo da análise. De acordo com o Dicionário Online de Português – Dicio, o termo “mulher” refere-se a um indivíduo do sexo feminino, àquela que apresenta particularidades biológicas do ser feminino (DICIO, 2017). No entanto, a pesquisa em questão não se atém apenas ao sexo feminino, englobando também o chamado gênero feminino. Em seu livro “O segundo sexo”, Simone de Beauvoir (1980, p. 9) apresenta superficialmente a noção do gênero feminino ao dizer “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher”. O gênero feminino, portanto, é um fenômeno sociológico e uma construção histórica, que engloba também o público transexual e travesti.

Dos 207 milhões de habitantes do Brasil, mais de 105 milhões são mulheres. Segundo o Censo Demográfico de 2010, dentro do número de indivíduos com 25 anos ou mais que possuem Ensino Superior completo, 12,5% representam mulheres, em comparação a 9,95% de homens. Dentre as famílias do estudo, 37,3% têm a mulher como responsável; e a média do percentual do rendimento das mulheres na família em relação ao rendimento familiar total é de 40,9% (IBGE, 2017; IBGE, 2010).

2.1 Mulher no Mercado de Trabalho

A participação da mulher no mercado iniciou-se no período da I Guerra Mundial, quando os homens foram aos campos de batalha e as mulheres tomaram a frente dos negócios. Com a estabilização do sistema capitalista e o desenvolvimento tecnológico, as mulheres passaram a trabalhar em fábricas, por longos períodos, ganhando salários menores aos dos homens (PROBST, 2003).

Nesse mesmo período, o movimento feminista, cujos primeiros indícios ocorreram durante a Revolução Francesa, já realizava conquistas significativas: em 1918, o direito ao voto feminino no Reino Unido (PINTO, 2009; OLIVEIRA; CASSAB, 2012). As mulheres, antes seres passivos e sem direitos, davam seus primeiros passos rumo à igualdade e liberdade. Ressalta-se que tal movimento, desde suas primeiras evidências até o presente momento, preza pela igualdade entre homens e mulheres.

A figura feminina vem, com o passar das décadas, conquistando mais espaço no mercado de trabalho. No entanto, as disparidades entre a situação financeira e empregatícia feminina e masculina ainda persistem. De acordo com o Relatório *Women at Work*, em 20 anos (1995-2015), a nível mundial, a desigualdade de gêneros no mercado de empregos diminuiu apenas 0,6%; apresentando, em 2015, correlação emprego-população de 46% para o gênero feminino e quase 72% para o gênero masculino.

Segundo o *World Economic Forum* (Fórum Econômico Mundial),

Mulheres e homens terão as mesmas perspectivas de carreira apenas daqui a 118 anos. Nenhum país no mundo acabou com a diferença de gênero. Ainda que hajam líderes femininas dirigindo multinacionais e grandes economias, a realidade de 2016 é ainda um mundo trabalhista que exclui, paga pouco, negligencia e explora metade do talento disponível (2016, tradução minha).

É perceptível que o crescimento feminino em alguns setores ocorre com maior velocidade e frequência do que em outros. Tal fato deriva-se do estereótipo de que homens e mulheres apresentam características, comuns ao seu gênero, que são adequadas para certos tipos de trabalho: mulheres – afetuosas, apreciativas, amigáveis, simpáticas, agradáveis, sensíveis, sentimentais – são melhores candidatas a cargos que envolvem cuidados; enquanto homens – dominantes, ativos, ambiciosos, fortes, agressivos, autoconfiantes, racionais, resistentes – são mais aconselhados a cargos de liderança e cargos que exigem força física. Portanto, implica-se que devido a tal estereotipagem, o gênero feminino destaca-se mais nos setores em que as “habilidades interpessoais femininas” são necessárias (SCHNEIDER, 2005 apud CATALYST, 2005; INTERNATIONAL LABOUR OFFICE, 2016).

Em contrapartida, alguns setores mercadológicos contam com menor crescimento da representatividade feminina, devido ao fato de serem necessários atributos que “não são inatos do sexo feminino” e até mesmo devido às dificuldades que a mulher enfrenta para participar destes setores. O ramo empreendedor é um deles. Por empreendedorismo entende-se a idealização e criação de um negócio próprio, com ou sem sócios.

2.2 Empreendedorismo

Referente ao tópico empreendedorismo, tem-se que este 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 um impacto positivo” (ENDEAVOR BRASIL, 2015). O termo é, diversas vezes, utilizado com relação à abertura de negócios (DICIO, 2017).

Baggio e Baggio (2014) descreveram o comportamento empreendedor e o indivíduo que decide empreender. Para os autores,

O comportamento empreendedor impulsiona o indivíduo e transforma contextos. Neste sentido, o empreendedorismo resulta na destruição de velhos conceitos, que [...] não têm mais a capacidade de surpreender e encantar. A essência do empreendedorismo está na mudança [...]. Por isto o empreendedor vê o mundo com novos olhos, com novos conceitos, com novas atitudes e propósitos. O empreendedor é um inovador de contextos. As atitudes do empreendedor são construtivas. Possuem entusiasmo e bom humor. Para ele não existem apenas problemas, mas problemas e soluções (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 27).

Há características que são ditas comuns aos empreendedores de sucesso, podendo inclusive ser a explicação para o êxito de seus negócios. Dornelas (2016) lista e explica tais atributos; que serão reproduzidos no Quadro 1 a seguir:

Quadro 1 – Características dos empreendedores de sucesso.

CARACTERÍSTICA	DESCRIÇÃO
São visionários	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida, e o mais importante: têm a habilidade de implementar seus sonhos.
Sabem tomar decisões	Eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, fator-chave para seu sucesso. E mais: além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente.

São indivíduos que fazem a diferença	Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma ideia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o possível em realidade. Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	Para a maioria das pessoas, as boas ideias são daqueles que as veem primeiro, por sorte ou acaso. Para os visionários (os empreendedores), as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação. O empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.
São determinados e dinâmicos	Implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de “fazer acontecer”. Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam certo inconformismo diante da rotina.
São dedicados	Eles se dedicam 24 horas por dia, sete dias por semana, ao negócio. Comprometem o relacionamento com amigos, com a família e até mesmo com a própria saúde. São trabalhadores exemplares e encontram energia para continuar, mesmo em situações adversas. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Adoram o trabalho que realizam. O amor pelo trabalho é o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e autodeterminados, tornando-os os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois sabem, como ninguém, como fazê-lo. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso.
São independentes e constroem o próprio destino	Querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
Ficam ricos	Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios.
São líderes e formadores de equipes	Os empreendedores têm um senso de liderança incomum e são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si. Sabem que, para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes. Sabem ainda recrutar as melhores cabeças para assessorá-los nos campos nos quais não detêm o melhor conhecimento.
São bem relacionados (<i>networking</i>)	Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxilia no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.
São organizados	Os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam, Planejam,	Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio,

Planejam	desde o primeiro rascunho do plano de negócios até a apresentação do plano a investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.
Possuem conhecimento	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois entendem que, quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior será a chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em cursos ou mesmo de conselhos de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.
Assuem riscos calculados	Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios. Para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.
Criam valor para a sociedade	Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamização da economia e inovação, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Fonte: Dornelas (2016, p. 24) (adaptado).

Portanto, de acordo com o quadro acima, os empreendedores que são bem-sucedidos com seus empreendimentos são pessoas visionárias, organizadas e comprometidas, sedentas pelo saber e que sabem construir uma rede de contatos que as favoreça nos negócios. Ademais, planejam minuciosamente as etapas de suas empresas, assumindo e gerenciando riscos calculados; e ficam ricos como consequência do sucesso dos negócios, não sendo o alvo principal de terem uma empresa.

2.3 Empreendedorismo Feminino no Brasil

Vem crescendo o empreendedorismo no Brasil, isso é fato. Segundo as pesquisas *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM feitas entre 2011 a 2016 por uma parceria entre o Sebrae e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), o número de empreendedores no país aumentou aproximadamente 78% nesse período, passando de 27 milhões em 2011, para 48 milhões em 2016 (IBQP, 2011; IBQP, 2017). Segundo a GEM 2016, “36% dos brasileiros possuem um negócio ou realizaram alguma ação, no último ano, para ser dono da sua própria empresa” (IBQP, 2017).

A pesquisa expõe ainda que o empreendedorismo no Brasil é mais expressivo que em outros 7 países (África do Sul, Alemanha, China, Estados Unidos, Índia, México e Rússia), tanto na fase inicial como na fase consolidada dos empreendimentos. A atividade empreendedora inicial é mais recorrente na faixa etária de 25 a 34 anos (22,9%), e o empreendedorismo estabelecido é mais frequente nas idades de 45 a 54 anos (24,2%) (IBQP, 2017).

Quanto à escolaridade dos empreendedores brasileiros, a maior taxa nos empreendimentos iniciais é a “experiência pós-graduação”, com 22,9%, que compreende indivíduos com mestrado completo e doutorado incompleto ou completo. Nos negócios consolidados, a taxa mais representativa é a “alguma educação”, com 21,7%, que engloba sujeitos que possuem ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; enquanto a faixa “experiência pós-graduação” ainda não apresenta manifestação. É um fato que chama atenção, levando em conta que para a realização da pesquisa foram entrevistados 2000 brasileiros sob a forma de levantamento domiciliar (IBQP, 2017).

A Serasa Experian, organização brasileira que presta serviço de informações para empresas e consumidores, realizou um estudo em 2015 sobre mulheres empreendedoras. Os resultados apontam que, neste ano, 8% da população feminina brasileira investia no empreendedorismo, o que corresponde a mais de 5,5 milhões de mulheres (SERASA EXPERIAN, 2015).

A proporção entre mulheres e homens como donos de negócios era de 43% para 57% em 2015. Em 2016, nos empreendimentos iniciais, a proporção acontecia de 51,5% de donas para 48,5% de donos; enquanto nos negócios consolidados, a proporção era de 42,7% para 57,3%. É importante mencionar que, ainda que a situação do empreendedorismo feminino possa melhorar, ela já apresentou desenvolvimento considerável quando comparado à realidade tratada na GEM de 2007. Nesse relatório, a proporção de mulheres e homens como donos de negócios consolidados era de 38,4% para 61,6% (SERASA EXPERIAN, 2015; IBQP, 2017).

Em 2015, a maior parte das empreendedoras brasileiras era sócia de microempresas (37,1%), pequenas empresas (35,8%) e microempreendedoras individuais (MEI) (25,2%). Mais da metade destas empreendedoras (52,06%) concentra-se na região Sudeste, e a segunda maior concentração é no Sul do país (19%). No último *Global Entrepreneurship Monitor* publicado, os empreendimentos

consolidados pelo público feminino, segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas do IBGE, eram, com maior frequência, cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; serviços domésticos; comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal; e serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada (SERASA EXPERIAN, 2015; IBQP, 2017).

Fica claro que as mulheres conseguem empreender no Brasil. No entanto, segundo a GEM 2016, elas enfrentam mais dificuldades para fazer seus negócios conseguirem sucesso; sendo estas decorrentes das seguintes circunstâncias: “preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento” (IBQP, 2017, p. 36).

Tendo em vista a situação do empreendedorismo feminino e os desafios encontrados pelas empreendedoras brasileiras para criarem e/ou consolidarem seus negócios, é visível que ainda é necessário despender atenção e investimentos para identificação de um possível preconceito de gênero. É responsabilidade social o fim de todo e qualquer tipo de preconceito; além de que tal “prática” constitui-se como crime previsto no Código Penal.

Ademais, é necessário que se perceba as grandes contribuições que a heterogeneidade pode proporcionar às empresas de todos os ramos. Cox e Blake (1991) já expuseram diversas razões pelas quais a diversidade cultural configura-se como vantagem competitiva, sendo elas: aquisição de melhores recursos (incluindo os humanos); o aumento da sensibilidade cultural no que se refere ao marketing; aumento da criatividade; melhores decisões, tomadas baseadas em uma maior gama de perspectivas e análises críticas; menor padronização do sistema, tornando-o fluido, e, conseqüentemente, mais flexível para reagir ao ambiente externo.

O presente estudo, portanto, atenta-se para a exposição do que a bibliografia diz sobre a mulher empreendedora no Brasil, e para a identificação de desafios encontrados por essa figura, além do reconhecimento de futuras oportunidades para a produção acadêmica sobre esse assunto. A análise visa uma contribuição para a construção de conteúdo científico por pesquisadores interessados na figura feminina no ambiente empreendedor.

3 MÉTODO

O estudo foi desenvolvido como uma revisão sistemática da literatura. Para Greenhalgh (1997, p. 672, tradução minha), a revisão sistematizada da literatura consiste em “uma associação de estudos primários, que contém uma declaração explícita de objetivos, materiais e métodos, e que foi conduzida de acordo com metodologia clara e reprodutível”.

A metodologia aqui utilizada foi baseada num roteiro previamente pesquisado, dos autores Conforto, Amaral e Silva (2011). Na figura 1 a seguir, o esquema que serviu de suporte para a presente revisão sistemática. Enfatiza-se que o roteiro a seguir foi adaptado para ser utilizado neste artigo, conforme será explicado no decorrer desta seção.

Figura 1 – Roteiro utilizado de base para a revisão.



Fonte: LEVY; ELLIS (2006 *apud* CONFORTO; AMARAL; SILVA, 2011, p. 4) (adaptado).

Portanto, de acordo com o roteiro acima, a etapa de entrada consistiria no estabelecimento dos critérios de inclusão e exclusão de estudos; o “processamento” equivaleria na aplicação de tais parâmetros para a escolha dos estudos; através do contato e compreensão da literatura a respeito do tema, análise, síntese e avaliação de resultados para a produção da “saída”, qual sendo o artigo de revisão sistemática da bibliografia.

Agora explicar-se-á o processo da revisão tal como foi feito na prática. Primeiramente foi decidido o tema da pesquisa, foram estabelecidos critérios de inclusão e de exclusão dos estudos na presente revisão e foram escolhidas as bases de pesquisa. Em seguida, levando em conta os já citados critérios, foram

filtrados os artigos que se encaixavam nesses parâmetros e estes foram categorizados e analisados, de forma que aspectos parecidos e frequentes nos estudos fossem evidenciados, assim como achados únicos de cada estudo.

Os critérios para inclusão dos estudos na pesquisa foram: estudos sobre empreendedorismo; a presença da figura da mulher em primeiro plano; estudos publicados entre 2006-2016; estudos que focassem na atuação da mulher como empreendedora; estudos cujos títulos tratassem do tema em questão; estudos em formato de artigo; estudos cujos resumos tratassem de um ou mais temas citados anteriormente; estudos com acesso gratuito; estudos em português; estudos no âmbito brasileiro.

Os critérios para exclusão de estudos da pesquisa foram: estudos publicados anteriormente a 2006 ou posteriormente a 2016; estudos que abordassem a atuação feminina de outra forma que não como empreendedora; estudos que tratassem da mulher no mercado de trabalho de maneira geral; estudos cujos títulos não tratassem do tema em questão; estudos que fossem teses ou dissertações, ou que não fossem artigos científicos; estudos repetidos; estudos com acesso pago; estudos em outros idiomas que não em português; estudos em outros cenários que não o brasileiro.

As bases de pesquisa utilizadas foram as plataformas Scielo e Capes/MEC no período de 4 a 10 de julho de 2017. As plataformas RAC e RAE foram acessadas, mas não foi encontrada quantidade significativa de resultados, optando-se, assim, por deixá-las de fora das bases de pesquisa. A seguir, o passo-a-passo da pesquisa nas plataformas mencionadas.

A primeira etapa, como mostra a Tabela 1 a seguir, constituiu-se apenas em acessar as plataformas e usar as palavras-chaves, sem aplicação de nenhum critério excludente. Foram encontrados, nesse primeiro momento, 182 resultados utilizando-se as palavras-chaves “empreendedorismo feminino” e 174 com as palavras “mulheres empreendedoras”, totalizando 356 achados. A grande quantidade de achados nessa etapa deve-se justamente a amplitude de alcance das palavras-chaves utilizadas.

Tabela 1 – Primeira Etapa da Pesquisa: Resultados sem a aplicação de filtros.

PALAVRAS-CHAVES	BASES DE PESQUISA	
	CAPES/MEC	SCIELO
“Empreendedorismo feminino”	178	4
“Mulheres empreendedoras”	172	2

Fonte: a autora, 2017.

A segunda fase da pesquisa se constituiu na aplicação do filtro relacionado ao ano de publicação dos estudos, que deveria ser entre 2006 e 2016. Os artigos publicados anteriormente a 2006 ou posteriormente a 2016 foram excluídos do rol de estudos dessa presente revisão sistemática. Com o emprego desse parâmetro foram descartados 129 achados, 57 de “empreendedorismo feminino” e 72 de “mulheres empreendedoras”. Como pode ser visto na Tabela 2 a seguir, restaram 227 estudos, 125 com as primeiras palavras-chaves, e 102 com as seguintes.

Tabela 2 – Segunda Etapa da Pesquisa: Estudos restantes da aplicação do filtro dos anos de publicação (entre 2006 e 2016).

PALAVRAS-CHAVES	BASES DE PESQUISA	
	CAPES/MEC	SCIELO
“Empreendedorismo feminino”	122	3
“Mulheres empreendedoras”	100	2

Fonte: a autora, 2017.

Seguiu-se na aplicação do parâmetro denominado tipo de estudo. A presente revisão sistemática abrange apenas estudos na forma de artigo, sendo as dissertações de mestrado e as teses de doutorado eliminadas do escopo da pesquisa. Com a aplicação desse filtro, foram excluídos 7 estudos, 6 encontrados com as palavras-chaves “empreendedorismo feminino” e 1 encontrado com “mulheres empreendedoras”. Assim, restaram 220 artigos, sendo 119 descobertos com os primeiros conceitos-chaves e 101 com os seguintes, como pode se ver na Tabela 3 abaixo.

Tabela 3 – Terceira Etapa da Pesquisa: Estudos resultantes da aplicação do parâmetro de tipo de estudo (apenas artigos).

PALAVRAS-CHAVES	BASES DE PESQUISA	
	CAPES/MEC	SCIELO
“Empreendedorismo feminino”	116	3
“Mulheres empreendedoras”	99	2

Fonte: a autora, 2017.

Tendo concluído os filtros iniciais, a seguinte etapa consistiu na leitura dos resumos com vistas a aplicação dos demais filtros de exclusão: estudos que abordassem a atuação feminina de outra forma que não como empreendedora; estudos que tratassem da mulher no mercado de trabalho de maneira geral; estudos cujos títulos não tratassem do tema em questão; estudos repetidos; estudos com acesso pago; estudos em outros idiomas; estudos em outros países.

Foi visto, assim, se os estudos restantes condiziam com o tema da pesquisa; se não eram estudos muito abrangentes, englobando a figura feminina no mercado de trabalho como um todo; se não eram artigos repetidos; com acesso pago; ou em outro idioma que não o português. Dessa forma, como consta na Tabela 4, remanesceram 24 artigos, tendo sido excluídos, assim, 196 estudos.

Tabela 4 – Quarta Etapa da Pesquisa: Estudos selecionados, usando os demais critérios de exclusão.

PALAVRAS-CHAVES	BASES DE PESQUISA	
	CAPES/MEC	SCIELO
“Empreendedorismo feminino”	19	1
“Mulheres empreendedoras”	4	0

Fonte: a autora, 2017.

Após a seleção dos estudos, passou-se à análise mais minuciosa dos resumos dos artigos, procurando extrair deles sua natureza de pesquisa, sua amostra e seus resultados mais relevantes. Feito isso, fez-se necessária a exclusão de mais um artigo, um estudo da produção sobre o empreendedorismo feminino, que

é semelhante ao objetivo do presente escrito. Sendo assim, como escopo final de análise, este artigo tem 23 estudos a serem explorados, como se pode ver na Tabela 5 abaixo.

Tabela 5 – Quinta Etapa da Pesquisa: Estudos selecionados, após análise mais minuciosa do conteúdo.

PALAVRAS-CHAVES	BASES DE PESQUISA	
	CAPES/MEC	SCIELO
“Empreendedorismo feminino”	18	1
“Mulheres empreendedoras”	4	0

Fonte: a autora, 2017.

Portanto, esta revisão sistemática investigou estes 23 artigos, de forma a evidenciar temas que estão sendo tratados, tipos de pesquisa mais frequentemente realizadas, aspectos em comum encontrados nos resultados, além de *gaps* e janelas de oportunidades para futuros pesquisadores interessados no tema.

4 RESULTADOS

Nesta etapa do artigo expor-se-á os resultados derivados da leitura e análise dos 23 artigos decorrentes da aplicação dos filtros mencionados na seção anterior. Serão explicitados temas abordados, tipos de pesquisa e métodos empregados, aspectos relevantes encontrados nas investigações, além de oportunidades de pesquisa para futuros pesquisadores.

Em primeiro lugar, concernente à forma de abordagem, constatou-se que, dentre as 23 pesquisas selecionadas, 18 eram qualitativas, 3 empregavam métodos quantitativos e 2, métodos qualitativos e quantitativos. Já quanto aos tipos de pesquisa, os mais recorrentes foram os estudos de casos e as pesquisas exploratórias.

As pesquisas qualitativas utilizaram, majoritariamente, as entrevistas semiestruturadas e a análise documental e/ou de conteúdo como instrumentos de coleta de dados. Já a coleta de dados das pesquisas quantitativas ocorreu por questionário e entrevistas. Salienta-se que dos 23 estudos analisados, 14 utilizaram apenas um instrumento de coleta, 9 utilizaram dois meios e 1 utilizou três instrumentos para coletar dados. Nenhum artigo utilizou escala consolidada para a coleta; a amostra mais recorrida era por conveniência e acessibilidade.

Os locais dos estudos foram variados, sendo o estado do Paraná o mais frequente. Um artigo teve como abrangência o Brasil como um todo, levando em conta todos os estados; e outro levou em conta todos os estados do Brasil e outros países participantes da GEM. A pesquisa que abrangeu diversos estados do Brasil, tomou lugar em Blumenau e Criciúma (Santa Catarina), São Paulo (São Paulo) e Maringá (Paraná). As demais localidades podem ser vistas na Tabela 6 abaixo.

Tabela 6 – Locais de Estudo dos Artigos e Frequência.

<i>LOCAL DO ESTUDO</i>	<i>QUANTIDADE DE ESTUDOS</i>
Todos os estados do Brasil	1
Todos os estados do Brasil e outros países	1
Diversos estados do Brasil	1
Estado da Bahia	1
Estado do Ceará	1
Estado de Minas Gerais	1

Estado do Paraná	9
Estado do Piauí	1
Estado do Rio de Janeiro	2
Estado do Rio Grande do Norte	1
Estado de Santa Catarina	2
Estado de São Paulo	1
Estado de Sergipe	1

Fonte: a autora, 2017.

Os temas mais abordados nas pesquisas são relacionados ao perfil da mulher empreendedora e às dificuldades por elas encontradas nesta vida profissional escolhida. Além disso, foram extraídos alguns detalhes relevantes dos demais estudos, que serão explícitos ao longo desta seção.

Foi percebido que o empreendedorismo masculino é mais comum do que o feminino, tanto no Brasil como em outros países. Esse fato já é visto desde a graduação: a escolha empreendedora no curso de Administração no Ceará é mais pensada por alunos do que por alunas, que preferem o caminho do funcionalismo público (FREIRE et al., 2012; PENALOZA; DIOGENES; SOUSA, 2008).

No tocante à origem do empreendedorismo, têm-se que é uma característica que começa a ser desenvolvida na infância, e que a influência de parentes próximos é um fator de peso para a criação dos negócios. Ao longo da vida destas mulheres, no entanto, é que elas se estabelecem empreendedoras, ao ter que lidar com as circunstâncias machistas do mundo dos negócios. O desejo de ganhar dinheiro e a insatisfação com o trabalho prévio também são mencionados como razões para a abertura das empresas (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013; MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013; TEIXEIRA et al., 2011).

Quanto ao perfil comportamental das empreendedoras, extraiu-se que são persistentes, comprometidas, persuasivas, autoconfiantes, têm iniciativa, determinação, buscam oportunidades de negócio (comportamento prospector), são atentas às tendências do mercado e não têm medo de mudanças (CARREIRA et al., 2015; GOMES et al., 2009; MARTINS et al., 2010).

Em Toledo, no Paraná, o índice de empreendedorismo feminino é maior do que o índice nacional. Elas estão majoritariamente no setor do comércio. Em Santa Catarina, as empreendedoras têm idades entre 33 e 54 anos, são casadas, têm

filhos e formação acadêmica de nível superior. Trabalham 9 horas por dia ou mais e participam, em média, com metade do valor no orçamento familiar (SANCHES et al., 2013; SILVEIRA; GOUVÊA, 2008).

Relacionado às barreiras encontradas no caminho empreendedor feminino, tem-se que as dificuldades sentidas pelas empreendedoras começam na inserção no mercado, e continuam até a consolidação dos negócios no mesmo. Quando decidem seguir este caminho, elas reconhecem que sua vida particular é afetada, de modo que precisam conciliar seus múltiplos papéis (filha, mãe, esposa, empreendedora, etc.) com o fator tempo, e que é desgastante emocional e/ou fisicamente a busca pelo ponto de equilíbrio entre estas demandas (MARTINS et al., 2010; STROBINO; TEIXEIRA, 2014; TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Para minimizar os desgastes provindos destas demandas conflitantes, as empreendedoras buscam organizar-se quanto ao tempo e estabelecer parcerias e cumplicidade, o que mostra uma postura inovadora diante dos problemas (JONATHAN; SILVA, 2007).

Outros aspectos que agravam o processo é a percepção da falta de confiança e da maior dificuldade em obter capital inicial para abrir os empreendimentos. A falta de experiência e de tempo para participar em redes de apoio a empreendedoras (onde há troca de experiências e aprendizados por parte das participantes) também são argumentos usados para justificar a complexidade da criação das empresas. Questões de mercado, questões financeiras e falta de apoio da família são igualmente mencionados como aspectos que comprometem o estabelecimento das mulheres como empreendedoras. A condição de imigrante, no entanto, não constituiu barreira para empreender; tendo o efeito oposto (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014; MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013; MARIZ; BÓGUS, 2013).

As mulheres brasileiras recorrem a laços próximos para obter informações e apoio para a criação dos negócios. Quanto ao poder, elas buscam exercê-los com os outros, e em prol das mulheres, auxiliando em seu empoderamento. Os significados conferidos ao sucesso profissional estão atrelados, normalmente, a momentos de dificuldades extremas e de grandes êxitos (JONATHAN, 2011; MENEZES; OLIVEIRA, 2013; VALE; SERAFIM; TEODOSIO, 2011).

As empreendedoras do Paraná buscam participar de redes de apoio (que incentivam integração e troca de experiências entre elas), e os efeitos benéficos

dessa decisão são o melhor preparo para atuar em outras redes, divulgação das empresas, aumento de vendas, troca de experiências, além da ampliação do respeito profissional, dos contatos, da visibilidade e do conhecimento. A rede BPW Cianorte, no entanto, não mostrou grandes colaborações com as associadas e suas empresas (GREATTI; MACHADO; OLIVEIRA, 2010; LEAL; MACHADO, 2012; MACHADO et al., 2011).

E, como último achado, um fato curioso do estudo sobre as rendeiras dos Morros da Mariana, no Piauí, é que, apesar da produção e comercialização da renda gerarem recursos para as mulheres, esta atividade não tem nenhum efeito sob a desigual distribuição de poder de gênero nesta população, ou seja, as rendeiras, ainda que trabalhem para seu sustento, não são independentes, emancipadas (FIGUEIREDO et al., 2015).

Por conseguinte, apontar-se-á as oportunidades futuras de pesquisa derivadas dos estudos abordados nesse presente artigo. Alguns estudos sugerem pesquisas em outras localidades, utilizando métodos diferentes e até mesmo, “aproveitando” as limitações já encontradas.

Referente ao estudo feito em Toledo, no Paraná, os autores sugerem que novas pesquisas sejam feitas nessa área, para que se avalie a participação feminina como empreendedora à frente do gerenciamento das empresas e para que se explore o efeito do empreendedorismo feminino no Produto Interno Bruto – PIB do local em questão (SANCHES et al., 2013).

É recomendada também a realização de pesquisas que investiguem o fenômeno do empreendedorismo feminino em aspectos e contextos diversos, para que se produza conhecimento a respeito do assunto. Os autores mencionam a necessidade de pesquisas diretas, qualitativas e/ou quantitativas, a nível internacional, nacional e regional; e da exploração de diferentes contextos nos quais as mulheres se inserem, com recortes por classes sociais, setor de atuação ou traços culturais da região (FREIRE et al., 2010; SILVEIRA; GOUVÊA, 2008; LEAL; MACHADO, 2012; MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013; VALE; SERAFIM; TEODOSIO, 2011).

Relacionado ao perfil da mulher empreendedora, um trabalho aponta que seus resultados gerem oportunidades de pesquisa tipo *Survey*, no sentido de identificar o perfil de uma amostra representativa. O estudo aqui analisado serviria,

então, de suporte para uma lista de hipóteses e pressupostos que seriam averiguados na pesquisa futura (MARTINS et al., 2010).

Ademais, é indicada uma produção com o propósito de entender se há possibilidade de melhora de patamar competitivo de uma região, quando empreendedorismo feminino e o comportamento estratégico são observados em micro e pequenas empresas (GOMES et al., 2009).

Outro artigo aqui analisado, que utilizou a teoria da subjetividade de González Rey, indica que sejam feitos trabalhos que tratem da subjetividade de mulheres no meio acadêmico, como alunas do curso de Administração e professoras. O estudo teria como fim a melhora do uso da teoria em questão e o alcance de maiores zonas (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013).

Quanto ao trabalho feito com as rendeiras dos Morros da Mariana, os autores recomendam que o assunto da emancipação seja tratado no setor do empreendedorismo, assim como o exame de relações de poder e gênero ao dentro do artesanato e o estudo de atividades artesanais que não são classificadas como femininas, como o artesanato de barro (FIGUEIREDO et al., 2015).

Dois artigos sugerem pesquisas no sentido de verificar se é determinante para a atividade empreendedora feminina a influência da figura materna. Um deles indica um trabalho no sentido de investigar se pais empreendedores desejam que os filhos deem continuidade aos negócios, ou trilhem carreira independente da família (MENEZES; OLIVEIRA, 2013; PENALOZA; DIOGENES; SOUSA, 2008).

A produção sobre o setor de comércio de material de construção feito em Curitiba indica que sejam descobertos, de forma quantitativa, quais conflitos trabalho-família são identificados com maior frequência pelas empreendedoras de diversos setores. Além disso, os autores sugerem que, para que as igualdades e desigualdades dos pontos de vista de homens e mulheres sejam reconhecidas, se faça uma comparação de percepções de conflitos entre os gêneros (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

E, finalmente, os autores dos artigos sobre redes sugerem produções no rumo de questionar se as Associações de Mulheres de Negócios contribuem para uma melhora de desempenho das empreendedoras e/ou de suas empresas; e de identificar uma relação entre a atuação de empreendedoras em redes e as estratégias de gestão empregadas em seus empreendimentos (GREATTI; MACHADO; OLIVEIRA, 2010; MACHADO et al., 2011).

Em suma, diz-se que as empreendedoras no Brasil são persistentes, autoconfiantes, e têm iniciativa e determinação. Elas lutam para conseguir conciliar suas demandas provenientes da família, do trabalho doméstico e do trabalho empreendedor; e percebem que o processo empreendedor, desde o início, é mais árduo para elas, por serem do sexo feminino. Recorrem a pessoas próximas em busca de informações e suporte para seus negócios e têm uma atitude inovadora frente às dificuldades, procurando firmar parcerias e relações de cumplicidade para encarar os problemas que aparecem em seus percursos empreendedores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente revisão sistemática teve como objetivo reunir informações sobre a produção científica relativa ao tema do empreendedorismo feminino no âmbito brasileiro. Uma vez que na seção anterior se expôs os achados a respeito de perfil das empreendedoras, desafios encontrados por elas e as oportunidades para pesquisas futuras, considera-se que os objetivos específicos foram alcançados, assim como o objetivo principal deste artigo.

Como limitações, teve-se que o uso de apenas duas plataformas de pesquisa trouxe menos resultados do que o esperado. Ademais, a exclusão de artigos em outros idiomas também limitou um pouco o alcance da pesquisa.

Para o futuro, a autora sugere que sejam feitas, além das pesquisas indicadas pelos artigos analisados, uma revisão sistemática semelhante a essa em outros setores do mercado de trabalho, para que sejam identificados mais *gaps* e oportunidades de pesquisa em outras direções da atuação feminina no mercado de trabalho.

Por fim, espera-se que este artigo seja um facilitador para pesquisadores interessados nessa área de produção de conhecimento, de forma que pesquisas científicas sejam realizadas para estudar-se mais profundamente a figura feminina no mundo em que se vive, e em seus mais diversos papéis e atuações.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: a systematic literature review

ABSTRACT

Throughout time, women have stood out increasingly as professionals. Opposed to a time when women were seen “only” as housewives, responsible for the maintenance of the house and the raising of children, today’s women reconcile these responsibilities with the work in the labor market. In order to get to know women in their performance as professionals, this systematic review sought out to know what the academic production says about women who chose to be entrepreneurs in Brazil, their challenges and the future research opportunities in this field. Using two platforms of scientific article research and employing inclusion and exclusion criteria, 23 articles were selected to be analyzed. From this analysis, it was extracted that the studies approach more frequently the profile of the Brazilian entrepreneurial woman, committed, prospective and without fear of the change; and the difficulties they face during this entrepreneurial process, such as reconciliation of multiple roles, lack of experience and lack of family support. Future production opportunities are numerous, including research in other regions, nationally and even internationally; in addition to studies in order to understand influences that are decisive for the entrepreneurial choice, more frequent work-family conflicts and the effect of the networks in the woman's acting as entrepreneur and manager.

Key words: Female entrepreneurship. Brazilian women. Systematic Review

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. n. 1, p. 25-38, 2014.

BEAUVOIR, S. *O segundo sexo: fatos e mitos*. 4. Ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.

CARREIRA, S. S. et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, Santa Catarina, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015.

CATALYST. Women “Take Care,” Men “Take Charge.” Stereotyping of U.S. Business Leaders Exposed. Disponível em: <http://www.catalyst.org/system/files/Women_Take_Care_Men_Take_Charge_Stereotyping_of_U.S._Business_Leaders_Exposed.pdf>. Acesso em: 06 fev. 2017.

CONFORTO, E. C.; AMARAL, D. C.; SILVA, S. L. D. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. 8o Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto - CBGDP. **Anais**, p.1–12, 2011. Porto Alegre.

COX, T. H.; BLAKE, S. Managing Cultural Diversity: Implications for Organizational Competitiveness. **The Executive**, v. 5, n. 3, p. 45-56, aug. 1991.

DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS. Significado da palavra sexo. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/sexo/>>. Acesso em: 11 jan. 2017.

_____. Significado da palavra empreendedorismo. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/empreendedorismo/>>. Acesso em: 11 ago. 2017.

_____. Significado da palavra mulher. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/mulher/>>. Acesso em 11 jan. 2017.

ENDEAVOR BRASIL. O que é Empreendedorismo: da inspiração à prática. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/tudo-sobre/empreendedorismo/>>. Acesso em: 11 ago. 2017.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. Ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Rev. Adm. Contemp.**, Curitiba, v. 17, n. 4, p. 398-417, ago. 2013.

FIGUEIREDO, M. D. et al. Empreendedorismo Feminino No Artesanato: Uma Análise Crítica Do Caso Das Rendeiras Dos Morros Da Mariana. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Curitiba, v. 14, n. 2, p. 110-123, mai./ago. 2015.

FREIRE, D. A. L. et al. Empreendedorismo feminino no Brasil: perspectivas. **Revista Tecer**, Belo Horizonte, v. 5, n. 9, p. 67-79, nov. 2012.

GREATTI, L.; MACHADO, H. V.; OLIVEIRA, M. F. Empreendedoras e a atuação em redes. **Revista de Administração Faces Journal**, Belo Horizonte, v. 10, n. 4, p. 107-127, 2010.

GREENHALGH, T. Papers that summarize other papers (systematic review and meta-analyses). **British Medical Journal**, London, v. 315, n. 7109, p. 672-675, sep. 1997.

GOMES, A. F. et al. Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. **REGE Revista de Gestão**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 67-87, mar. 2009.

HOWE, S. Why we need more women entrepreneurs. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/bigidea2016-why-we-need-more-women-entrepreneurs-steve-howe>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2000. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/>>. Acesso em: 05 dez. 2016.

_____. Censo Demográfico 2010. Disponível em:
<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

_____. Mapa do Mercado de Trabalho no Brasil 1992-1997. Disponível em: <
http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/mapa_mercado_trabalho/>.
Acesso em: 07 abr. 2017.

_____. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - 3º trimestre de 2016. Disponível em:
<http://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Trimestral/Fasciculos_Indicadores_IBGE/pnadc_201603_trimestre_caderno.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2016.

_____. Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2011. Diversos autores. Curitiba: IBQP, 2011. Disponível em: <
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

_____. Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2016. Diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)>. Acesso em: 18 jul. 2017.

INTERNATIONAL LABOUR OFFICE. Women at Work: Trends 2016. Disponível em: <
http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457317.pdf>. Acesso em: 06 fev. 2017.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicol. Clín.**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicol. Soc.**, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 77-84, abr. 2007.

LEAL, L. E. B. B.; MACHADO, H. V. Efeitos da participação de empreendedoras em Associações de Mulheres de Negócios no Estado do Paraná. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 17, n. 1, p. 217-231, mai. 2012.

MACHADO, H. V.; GAZOLA, S.; ANEZ, M. E. M. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 14, n. 5, p. 177-200, out. 2013.

MACHADO, H. V. et al. Efeitos da imersão de empreendedoras em redes: casos de Associações de Mulheres de Negócios do Estado do Paraná. **GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, Pernambuco, v. 9, n. 3, p. 486-504, 2011.

MARIZ, M. E. A.; BÓGUS, L. M. M. Empreendedorismo Feminino: Imigrantes portuguesas em São Paulo. **Brasiliana - Journal for Brazilian Studies**, [S.l.], v. 2, n. 2, p. 477-505, nov. 2013.

MARTINS, C. B. et al. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração da UFSM**, v. 3, n. 2, art. 9, p. 288-302, 2010.

MENEZES, R. S. S.; OLIVEIRA, J. L. Análise do Discurso de “Mulheres de Negócio” Associadas à Business Professional Women. **REGE Revista de Gestão**, São Paulo, v. 20, n. 4, p. 425-440, dec. 2013.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231-256, fev. 2009.

OLIVEIRA, L. P. R.; CASSAB, L. A. O movimento feminista: algumas considerações bibliográficas. In: Simpósio Gênero e Políticas Públicas, 3, 2014, Londrina. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2014.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/onu-mulheres/sobre-a-onu-mulheres/>>. Acesso em: 07 abr. 2017.

PENALOZA, V.; DIOGENES, C. G.; SOUSA, S. J. A. Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 8, p. 151-167, dez. 2008.

PINTO, C. R. J. Feminismo, História E Poder. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010.

PROBST, E. R. A Evolução Da Mulher No Mercado De Trabalho. Disponível em: <<http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em: 13 jan. 2017.

SANCHES, F. C. et al. Empreendedorismo Feminino: Um Estudo sobre sua Representatividade no Município de Toledo – Paraná. **Revista de Gestão e Secretariado**, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 134-150, nov. 2013.

SERASA EXPERIAN. Brasil tem mais de 5 milhões de mulheres empreendedoras, revela estudo inédito da Serasa Experian. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/blog/2015/02/23/brasil-tem-mais-de-5-milhoes-de-mulheres-empendedoras-revela-estudo-inedito-da-serasa-experian/>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Os desafios da mulher empreendedora. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empendedorora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 7, n. 3, p. 124-138, 2008.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

TEIXEIRA, R. M. et al. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **REGE Revista de Gestão**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 3-18, mar. 2011.

VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F.; TEODOSIO, A. dos S. de S. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? **Rev. Adm. Contemp.**, Curitiba, v. 15, n. 4, p. 631-649, ago. 2011.

WORLD ECONOMIC FORUM. Women and Work. Disponível em: <
<https://www.weforum.org/focus/women-and-work>>. Acesso em: 06 fev. 2017.