



# UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO PERÍODO DE 2013 A 2023

*A BIBLIOGRAPHIC STUDY ON FEMALE ENTREPRENEURSHIP FROM 2013 TO 2023*

**Cristiane Gomes Tatsh Rumpel**

Universidade Franciscana, Santa Maria, RS, Brasil

**Patrinês Aparecida França Zonatto**

Universidade Franciscana, Santa Maria, RS, Brasil

**Scheila Daiana Severo Hollveg**

Universidade Franciscana, Santa Maria, RS, Brasil

**Paulo Fernando Marschner**

Universidade Franciscana, Santa Maria, RS, Brasil

---

DOI: <http://dx.doi.org/10.31512/gesto.v12i2.1847>    Recebido em: 26.02.2024    Aceito em: 14.10.2024

---

**Resumo:** O presente estudo tem o objetivo geral de verificar o avanço das pesquisas sobre o tema empreendedorismo feminino no período de 2013 a 2023. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliográfica fundamentada em pressupostos teóricos, descritiva e qualitativa dos dados. Quanto a coleta de dados, foram utilizadas fontes secundárias, como o Google Acadêmico, com o intuito de selecionar 11 artigos sobre o tema Empreendedorismo Feminino, publicados entre estes 10 anos. Os principais resultados mostraram que as pesquisas sobre o tema empreendedorismo tem crescido de forma significativa, que a presença ativa das mulheres no empreendedorismo não apenas contribui para a diversidade e competitividade das empresas, mas também desempenha um papel crucial na criação de empregos, no crescimento econômico e no desenvolvimento pessoal e coletivo das empreendedoras no Brasil. Esses resultados ressaltam a necessidade de políticas e práticas que promovam a igualdade de gênero e incentivem o empreendedorismo feminino com um impulsionador essencial para o avanço econômico e social do país.

**Palavras-chave:** empreendedor; empreendedorismo feminino; pesquisas.

**Abstract:** This study aims to verify the advancement of research on the topic of female entrepreneurship in the period from 2013 to 2023. A bibliographical research based on theoretical assumptions, descriptive and qualitative data, was used. For data collection, secondary sources were used, such as Google Scholar, with the aim of selecting 11 articles on the topic of Female Entrepreneurship, published between these 10 years. The main results showed that research on the topic of entrepreneurship has grown significantly, that the active presence of women in entrepreneurship not only contributes to the diversity and competitiveness of companies, but also plays a crucial role in job creation and economic growth. and in the personal and collective development of female entrepreneurs in Brazil. These results highlight the need for policies and practices that promote gender equality and encourage female entrepreneurship as

an essential driver for the country's economic and social advancement.

**Keywords:** entrepreneur; female entrepreneurship; researches.

## 1 Introdução

O Monitoramento Global do Empreendedorismo (GEM) foi iniciado em 1999 por meio de uma parceria entre a London Business School e o Babson College, abrangendo o primeiro ano 10 países. Desde então, quase 100 países se associaram ao projeto, que constitui o maior estudo em andamento sobre o empreendedorismo no mundo. O Brasil participa deste esforço desde 2000, onde a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

O empreendedorismo vem crescendo de forma significativa nos últimos tempos no Brasil, segundo dados disponibilizados pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020) realizada em conjunto com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a taxa de empreendedorismo no país bateu recorde, com maior número de novos autônomos nos últimos 20 anos.

Segundo Mazzei (2018), o empreendedorismo compreende a criação de valor com a exploração de novas oportunidades, desenvolvimento de novos produtos, modelos de negócios, mercados ou formas de organização. Já Dolabela (2016), conceitua como um processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza. O termo empreendedorismo é cada vez mais utilizado para definir pessoas capazes de identificar problemas, oportunidades e encontrar soluções inovadoras. Neste sentido, Schumpeter (1971), define o empreendedor como aquele que transforma o modelo de economia vigente e introduz, de modo criativo, produtos, serviços, estratégias de organização ou alguma outra ferramenta que beneficie o modelo econômico no qual ele está inserido.

Observa-se também que a definição de empreendedor muda conforme o tempo em que está situada e o momento em que o autor vivencia, pois, conforme Dolabela (2016, p. 29) “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. Entretanto, alguns fatores são fundamentais para ser um bom empreendedor, sendo eles: criatividade, capacidade de assumir riscos, desafios e oportunidades.

O Brasil apresenta grande potencial para o empreendedorismo. De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a taxa de Empreendedorismo é de 38,7 (2019), segundo melhor patamar total de empreendedores, desde 2002. São mais de 53,4 milhões de brasileiros se dedicando ao negócio próprio. A pesquisa também mostra que em 2019, o país atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial, quando uma empresa possui menos de 3,5 anos de existência, a maior já alcançada. O relatório aponta que 26,2% resolveram abrir um negócio para “ganhar a vida porque os empregos são escassos”, enquanto 1,6% tomou a decisão para “fazer a diferença no mundo”. Para especialistas, o efeito da crise, os dados do GEM apontam que, dos 55 países analisados, o Brasil está entre os dez primeiros onde a falta de emprego é mais levada em conta para abrir um negócio.

O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade, envolve mais do que apenas o aumento de

produção e renda per capita;” (HISRICH; PETER, 2004, p. 33). O empreendedorismo é visto mais como um fenômeno individual, ligado à criação de empresas, quer através de aproveitamento de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade de sobrevivência, do que também um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, isto é, de gerar Capital Social e Capital Humano (ZARPELLON, 2010, p. 48).

Nesta perspectiva, destaca -se que o empreendedorismo feminino tem apresentado crescimento. Com isso, houve o aumento da participação feminina na economia do país, demonstrando a habilidade da mulher de gerir seu próprio negócio, movimentando a economia local, gerando emprego e renda para seus colaboradores (FRANCO, 2014).

Segundo Villas Boas (2010, p.51) “existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com fornecedores e clientes, o que auxilia no progresso da empresa”, tornando um diferencial em relação aos homens. A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão (GRZYBOVSKI et. al. 2002).

Para Marques e Moreira (2011), o empreendedorismo feminino é considerado fundamental para o desenvolvimento de oportunidades de negócio mais dinâmicas, competitividade empresarial e em domínios de inovação. Eles descrevem também que a promoção do empreendedorismo e competências de gestão traz inúmeros benefícios, como a competitividade, a inovação de Pequenas e Médias Empresas (PME), a alteração do perfil de especialização produtiva nacional e melhoria do investimento empresarial.

Tendo em vista o tema relacionado ao Empreendedorismo Feminino, a presente pesquisa tem como problemática responder a seguinte questão: Qual o avanço das pesquisas sobre o tema empreendedorismo feminino entre os anos de 2013 a 2023?

Visando responder a problemática levantada, a presente pesquisa contará com o objetivo geral de verificar o avanço das pesquisas sobre tema empreendedorismo feminino nos últimos 10 anos e a sua complementação de acordo com as etapas consecutivas. Os objetivos específicos deste estudo são identificar artigos científicos que abordam o tema empreendedorismo feminino que foram publicados entre os anos de 2013 a 2023, descrever a forma como os artigos analisados abordam a importância do empreendedorismo feminino para a sociedade nas pesquisas publicadas sobre o tema neste período, e demonstrar a relevância do empreender para as mulheres baseando-se em pressupostos teóricos. Devido a atuação feminina no papel de empreendedora ser relativamente recente, encontra-se maior quantidade de estudos sobre empreendedores do gênero masculino, e na maioria das vezes as informações não estão divididas conforme o gênero, o que demonstra uma lacuna importante a ser pesquisada, torna-se importante justificativa para a execução deste trabalho e de outros trabalhos sobre o tema. Compreendendo, portanto, a ascensão feminina ao universo empreendedor, porém verificando que a mencionada evolução encontra ainda dificuldades como as barreiras impostas pelas tarefas delegadas à mulher, que se vê sobrecarregada ao precisar conciliar com maestria as atividades desenvolvidas fora e dentro de casa, e também a desigualdade salarial entre homens e mulheres, mesmo que o nível de estudo e formação delas esteja, estatisticamente acima do nível masculino, faz-se necessário debruçar os olhos para uma pesquisa que evidencie exemplos das dificuldades que assolam a mulher

empreendedora, suas características enquanto empresárias em meio aos conflitos já mencionados e trace o perfil de algumas figuras empreendedoras (SEBRAE, 2021).

Também apoiado pelo movimento do feminismo, nos últimos anos as mulheres têm garantido cada vez mais seu espaço, provocando quebras de paradigmas em busca da equidade de gênero nas empresas, na política, na cultura, na sociedade e em qualquer outro lugar que também lhes é de direito. Com o objetivo de incentivar o empreendedorismo feminino, em 2014 a Organização das Nações Unidas (ONU) criou o Dia do Empreendedorismo Feminino, celebrado em 19 de novembro. Apesar dos obstáculos que ainda existem para que uma mulher possa gerenciar uma empresa, desde então os números de negócios liderados por mulheres são cada vez mais animadores.

De acordo com a Pesquisa da Rede Mulher Empreendedora (RME), entre 2019 e 2021, 55% de mulheres empresárias inauguraram seus negócios, sendo 26% delas em um cenário de pandemia mundial. A data nos convida a abrir cada vez mais espaços e garantir oportunidades para que esses números sejam multiplicados nos próximos anos. Investir no empreendedorismo feminino é importante principalmente para o desenvolvimento da sociedade, das empresas e da economia, porque ele carrega uma importante responsabilidade de contribuir com a minimização das diferenças de oportunidades profissionais entre os gêneros e contribui com ambientes mais diversos, inclusivos e inovadores.

Segundo dados do Sebrae e da Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor- GEM (2020), há aproximadamente 30 milhões de empresárias no Brasil, 44% são chefes de família e 85% são responsáveis pelas decisões de compra em suas casas. O país é o sétimo colocado do mundo em relação ao número de empreendedoras.

Entre os microempreendedores individuais (MEI), as mulheres ocupam 48% da presença, com destaque para os negócios relacionados à moda, alimentação e beleza. Por necessidade ou oportunidade, o empreendedorismo feminino cresceu em 40% durante a pandemia, segundo a Rede Mulher Empreendedora. Esses dados confirmam que as mulheres já atuam como protagonistas em relação ao empreendedorismo no Brasil e investir nesse movimento traz apenas boas expectativas para que os números cresçam, assim como a diversidade e inclusão nesse cenário.

De acordo com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021), além de contribuir para o crescimento da economia e para a criação de empregos, o empreendedorismo feminino também possui o poder de transformar as relações sociais, como por exemplo, as mulheres que alcançam a autonomia financeira, não precisam mais se submeter a relacionamentos abusivos e violentos, pois não dependem mais de seus parceiros para se sustentar.

Conforme um estudo divulgado no final de 2019 pelo Boston Consulting Group, diminuir a diferença de gênero em altos cargos executivos poderiam elevar o PIB entre US\$ 2,5 trilhões e US\$ 5 trilhões que além de oxigenar as ideias de negócio, a inclusão de novas empreendedoras provoca um impacto significativo no Produto Interno Bruto (PIB) mundial. A presença das mulheres em cargos de liderança resulta em melhorias na sociedade, economia e nas empresas. O movimento ainda favorece a diversidade de negócios no mundo, destacando perspectivas inovadoras identificadas pelas empreendedoras, por este motivo se faz necessário estimular o empreendedorismo feminino. Estes são alguns dos motivos pelos quais se faz necessário e importante estudar sobre o tema empreendedorismo feminino e seus desafios.

## 2 Empreendedorismo

O campo do empreendedorismo, segundo Filion (2000), cresceu nos anos 80 e se espalhou por todas as ciências humanas e gerenciais. A origem do empreendedorismo está ligada aos cursos de administração de empresas, quase como uma necessidade prática. Não teve origem nas escolas regulares, como uma habilidade a mais a ser desenvolvida nos alunos, nem nas discussões filosóficas dos educadores. O ensino do empreendedorismo se desenvolveu nas faculdades de administração, estando nelas o maior contingente de pesquisas sobre os empreendedores (LAVIERI, 2010).

O termo empreendedorismo derivado da palavra *entrependre*, tem origem francesa e identificava os indivíduos que se encarregavam das expedições militares no início do século dezesseis. Em 1700 o termo serviu para descrever pessoas, que a fim de realizar inovações, corriam riscos e suportavam incertezas (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991).

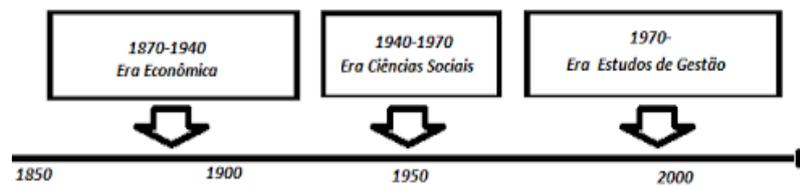
Nas décadas de 1970 e 1980 as pesquisas relacionadas ao tema emergiram de forma significativa reforçadas por fatores externos como políticas públicas que contribuíram para que tal abordagem fosse difundida. Tem se dessa maneira, que o campo de pesquisa relacionado ao empreendedorismo é novo e está em processo de formatação (LANDSTRÖM; LORKE, 2010), verificando -se principalmente nos anos 1980, sua expansão para diversas áreas de estudo das ciências humanas e gerenciais (FILION, 2000).

Na visão de Hisrich e Peter (2004, p. 33), “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o crescimento de produção e renda per capita; inclui iniciar e formar mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”. Segundo esses mesmos autores no século XVII que a noção de risco é associada ao empreendedorismo, pois ao financiar contratos ou realizar serviços com o governo, o empreendedor assumia certo grau de risco.

De acordo com Barreto (1998, p. 190), “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la. É necessário múltiplas abordagens para a compreensão e sustentação do termo empreendedorismo, devido a essas raízes em diversas áreas do conhecimento mais antigas. E é por essa multidisciplinaridade e a falta de limites do campo de estudo que não há uma definição concisa e amplamente aceita. (HISRICH; PETERS, 2009).

As três esferas denominadas de eras, demarcam os estudos do empreendedorismo onde algumas áreas do conhecimento específicas dominaram, como mostra a Figura 1. Os primeiros estudos atribuíram ao empreendedorismo conceitos desenvolvidos em diferentes direções e áreas, o que tornou o campo de pesquisa altamente multidisciplinar. Delimitação a qual colabora para uma maior compreensão do campo (LANDSTRÖM; LOHRKE, 2010).

Figura 1: Três Eras do empreendedorismo.



Fonte: Landström e Lohrke (2010, p. 20)

Como pode-se observar na figura 1, que a primeira era está relacionada a era econômica (1870 – 1940), vindo desde as abordagens “risco”, “incertezas”, “mudança e inovação”, e ligação entre o empresário e a empresa (CASSIS; MINOGLU, 2005) e que significa o interesse pelo empreendedorismo por parte dos economistas. O empreendedorismo foi identificado pelos economistas como um elemento útil à compreensão do desenvolvimento (FILION, 2000).

Nessa era além de ser considerado um fenômeno do desenvolvimento econômico, o empreendedorismo passou a ser também associado à inovação. Para Kirzner (1983), a descoberta de oportunidades geradas pelos desequilíbrios econômicos, ou seja, o empresário conhece ou reconhece coisas que outros não veem é considerada questão central do empreendedorismo.

O empreendedorismo passou a ser campo de interesse de cientistas sociais (1940 – 1970) com contribuições advindas de várias áreas de conhecimentos e começou a se afastar das pesquisas em modelos econômicos a partir do século XX. Segundo Landström e Lohrke (2010), a principal justificativa para este fato se deu, pois, a economia como disciplina era formalizada e com forte orientação matemática, dificultando incluir o empreendedor nestes modelos. Uma explicação mais abrangente do fenômeno deveria “ser buscada também fora do grupo de fatores que são descritos pela teoria econômica” como afirma Schumpeter (1971, p. 45).

Já para Seltisikas e Lybereas (1996), deliberam que o empreendedorismo no gerenciamento de negócios (1970 – 2000), tem seu foco principal em como pequenas empresas começam. Da mesma forma Gartner (1994), sugere que os pesquisadores devem observar os empreendedores no processo de criação de organizações.

O empreendedorismo não pode ser restrito a um fenômeno individual, em virtude do seu dinamismo. A atividade empreendedora reside não apenas em uma, mas em muitas pessoas deste modo é mais provável ser plural do que singular Gartner et al., (1994). A falta de padronização de um conceito sobre empreendedorismo se deve ao fato desta diversidade de disciplinas dentro de uma mesma área do conhecimento o que dificulta a constituição de uma estrutura para um melhor entendimento do tema (FRANCO; GOUVÊA, 2016).

## 2.1 Empreendedorismo feminino

Para ambos os gêneros são válidas as definições de empreendedorismo, o que difere é o modo como o feminino é visto pelo mundo, na sociedade e como funcionam os agentes sociais atuantes na construção desse gênero, pois a muito tempo a liderança das empresas foi vista como um papel designado ao gênero masculino e somente a ele, visto que as mulheres estavam designadas ao âmbito doméstico (SILVA et al, 2019).

A relação entre empreender e geração de poder ainda é pouco explorada cientificamente. De forma mais específica, uma pesquisa realizada por Duminelli, Topanotti e Yamaguchi (2017),

nas plataformas *Scielo* e *Scopus*, por meio de busca sistemática, identificou apenas 12 (doze) trabalhos sobre o “empreendedorismo e o empoderamento feminino”. Assim, estudos que contemplem a última relação citada contribuirão para a disseminação do conhecimento acerca do empreendedorismo feminino como aporte para o empoderamento econômico da mulher, podendo tornar-se uma ferramenta legitimada de promoção da igualdade de gênero e dignidade social.

Segundo Amorim e Batista (2011), as mulheres conseguiram adentrar aos meios empresariais, antes ocupados apenas por homens, somente no século XX entre o período de guerras mundiais. O motivo se dá principalmente a convocação dos homens para lutarem na guerra, diferente das mulheres, o que tornava o retorno deles incerto. Somente em 1988, especificamente no Brasil, com a promulgação da Constituição Federal (CF) as mulheres foram amparadas por lei a terem as mesmas condições de trabalho e de salário dos homens (AMORIM; BATISTA, 2011).

Alguns valores mudaram na família e no mercado de trabalho, com o passar do tempo como a necessidade de a mulher trabalhar para ajudar o homem no sustento da casa, havendo com isso o crescimento no empreendedorismo do gênero feminino (AVENI et al, 2012). A presença feminina em atividades de geração de renda foi assistida em múltiplos setores durante o último meio século, conseqüentemente os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento estão tentando tomar medidas concretas para maximizar as atividades empresariais das mulheres (ISMAIL et al., 2012).

De acordo com Bochniarz (2000), a literatura aponta a vocação ou percepção de oportunidades, como as razões que fazem com que a mulher crie o seu próprio negócio. Desejo de obter estabilidade financeira, independência, realização pessoal, paixão pelo que faz (SARFARAZ et al., 2014); outras já envolvem circunstâncias negativas como dificuldade de acesso a escalões superiores dentro das empresas (MACHADO et al., 2003) e desemprego, ganhos familiares insuficientes, crise econômica, insatisfação com o trabalho existente, a preocupação de manter o equilíbrio entre família-trabalho (NASER et al, 2012; SARFARAZ et al., 2014).

A busca por trabalho informal, a auto realização, a necessidades de completar a renda familiar entre outros motivos, tem levado a mulher brasileira a empreender. Em pleno século XXI existem vários relatos sobre dificuldades e diferenças entre gênero referentes ao modo de pensar, agir e ser de cada um (ALMEIDA et al, 2011). Pelo simples fato de serem mulheres, estereótipos socialmente construídos, as empreendedoras vêm tentando derrubar barreiras que as atrapalham (CRAMER et al, 2012).

Conforme observado por Oliveira (1997), o cérebro humano não evidencia em nenhum instante que as habilidades das mulheres são inferiores às dos homens, assim como para Vale et al (2011), tanto para homens quanto para mulheres, as informações, as habilidades e os recursos são fundamentais para realizar suas atividades empresariais. Desde o tempo colonial, a mulher é submetida ao moralismo, que tenta sujeitá-la a várias restrições. Uma delas é o trabalho, em que a mulher tem dificuldade de assumir cargos mais elevados dentro de uma empresa e com salário menor se comparado ao do homem no mesmo cargo (LAGES, 2005).

Para se tornar um valor para todos, transmitindo a visão de não discriminação baseada em gênero, é indispensável a criação de culturas para igualdade de gênero por parte de lideranças globais (ONU, 2016). Segundo Gomes et al (2009), as mulheres não entram no mercado apenas

como empregadas, mas também como empregadoras já fazem algum tempo, e devido a esse aumento da atuação de mulheres no mercado, muitos países têm se favorecido economicamente.

Com o crescimento do empreendedorismo feminino nos últimos anos, aumentou a participação feminina na economia do país, demonstrando a habilidade da mulher em gerir seu próprio negócio, movimentando a economia local e com isso gerando renda e emprego para seus colaboradores (FRANCO, 2014). Características femininas como a sensibilidade, a percepção e a cooperação ligadas com os aspectos masculinos como a iniciativa e a determinação, juntamente com uma intensa devoção ao trabalho, fazem com que as mulheres mostrem um estilo próprio no ramo do empreendedorismo (MAIA; MAIA, 2011).

Para Amorim e Batista (2012), pouco se compreende de como as mulheres fazem para manejar diversas tarefas simultaneamente, embora a multiplicidade seja uma característica delas, o que é um ponto positivo para o sucesso do empreendimento, pois elas apresentam um único jeito de administrar, usando diversas maneiras para alcançar a sintonia entre vida profissional e a pessoal. Administrar a casa, cuidar da família e ter atividades fora do lar são características típicas da mulher contemporânea (JONATHAN, 2011).

Ainda para Jonathan (2011), as mulheres brasileiras são confiantes, destemidas dotadas de características distintas, capazes de gerir um negócio, às vezes temerosas em aspectos financeiros e desenvolvimento das empresas, mas são mulheres, acima de tudo, focadas, determinadas e aptas a fazer o que se propõem. Mulheres orgulhosas de suas realizações pelo fato de serem empreendedoras, mães e esposas, tornando-se realizadas, o que reflete na sua autoestima, e são vitoriosas por terem alcançado seus anseios. As experiências delas como empreendedoras geram satisfação, liberdade para desenvolver novas ideias e autonomia (JONATHAN, 2011). Diante disso, na administração desses conflitos a mulher encontra – se em desvantagem em relação ao homem por conta dos papéis impostos pela sociedade. A necessidade de conciliar dificuldade de ascensão na carreira as diversas tarefas vêm servindo como motivação para que se desenvolvam enquanto empreendedoras (GOMES; GUERRA; VIEIRA, 2011).

Segundo Frankel (2007), a liderança significa arrastar consigo pessoas, mas para isso as pessoas buscam alguém que motive, influencie, recompense, se aproxime afetivamente. Características que fazem das mulheres boas líderes na dianteira do empreendedorismo mundial, visto que esses sentimentos são lhes ensinados desde a tenra infância, que as mulheres possuem naturalmente o espírito de líder, de gerência. A sociedade impõe um padrão impossível às mulheres, dificultando ainda mais o processo de empreendimento. E ainda, as mesmas autoras denunciam que, diferentemente dos homens, as mulheres não têm em quem se apoiar (financeiramente ou socialmente), pois elas que servem de apoio para a família e amigos (TEIXEIRA; BONFIM, 2016).

De acordo com Welsh et al (2013), para que a mulher empreendedora se sinta mais segura, tenha mais experiência, tanto com educação quanto em trabalhos anteriores, para um melhor gerenciamento do negócio é necessário ter um apoio familiar. Já Machado et al. (2003), afirma que os principais fatores para que as empreendedoras criem suas empresas são a realização pessoal, a oportunidade de mercado, os problemas com trabalho anterior, a perda de emprego e as razões ligadas a família. Conforme citado, o empreendedorismo vem crescendo nos últimos anos e investir no empreendedorismo feminino além de contribuir com o desenvolvimento da sociedade, das empresas e da economia, enaltece, empodera e ajuda mulheres a terem sua independência financeira, fugindo de relacionamentos abusivos, ajudando na redução de índices de feminicídios.

### 3 Metodologia

O trabalho possui como principal definição uma análise de conteúdo científico e suas possíveis contribuições para o avanço da pesquisa referente ao tema empreendedorismo feminino nos anos de 2013 a 2023. Quanto aos objetivos da pesquisa, se classifica como descritiva, pois segundo Gil (2008), tais pesquisas possuem a finalidade de descrição das características de determinado fator, estabelecendo a relação entre os objetos de pesquisa e o todo. Conforme argumenta Appolinário (2011, p. 147), na pesquisa descritiva o pesquisador se limita a “descrever o fenômeno observado, sem inferir relações de causalidade entre as variáveis estudadas”. O autor complementa que esta modalidade se opõe à pesquisa experimental onde o pesquisador elabora juízo de valor acerca do conteúdo investigado.

O estudo caracteriza-se quanto a natureza como qualitativa, pois se refere a capacidade de englobar vários métodos, técnicas e instrumentos como meio de trazer a compreensão de algo com o menor afastamento possível do ambiente ou material original, associada a uma ideia de “guarda-chuva” (GODOI et al, 2010). Busca-se compreender, com base em dados qualificáveis, a realidade de determinados fenômenos, a partir da percepção dos diversos atores sociais. Não havendo uma preocupação com medidas, quantificações ou técnicas estatísticas de qualquer natureza (CERVO; BERVIAN, 2002).

Quanto aos procedimentos técnicos, este trabalho baseou-se em estudos de artigos, livros, sites, revistas, blogs nos anos de 2013 a 2023, ou seja, a partir de fontes secundárias fundamentada em pressupostos teóricos. Tem como percurso metodológico a revisão bibliográfica, tendo em vista seu caráter documental de análise de determinados assuntos discutidos por autores influentes sobre a temática em questão.

Sobre esse tipo de metodologia, Santos (2006), nos diz que ela tem papel fundamental no trabalho acadêmico, pois é através dela que você situa seu trabalho dentro da grande área de pesquisa da qual faz parte, contextualizando-o, reforçado por Andrade (2010), o qual cita que a pesquisa bibliográfica está inserida no meio acadêmico com o propósito de aprimorar e atualizar o conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas.

As ideias e os conceitos de outros autores foram utilizados para reforçarem os objetivos e construção de uma análise científica sobre o objeto de estudo. Para a coleta de dados, esses núcleos referenciais são necessários para que os conceitos apresentados sejam embasados de forma com que a análise deles seja argumentada. A coleta de dados, ocorreu através da plataforma Google Acadêmico. Como forma de pesquisa foram utilizadas como palavras chaves: “Empreendedorismo” “Empreendedor” “Empreendedorismo feminino”. A coleta, identificou um total ideal de material para a criação do trabalho em questão e centrando em pesquisas publicadas sobre o tema no período de 2013 até 2023.

Após a leitura e compreensão de diversos artigos e citações de autores na área administrativa, foram feitas análise destes artigos, focalizando no empreendedorismo feminino, seus conceitos como na aplicação de tais estudos em diversos contextos. Para a elaboração de uma revisão da literatura foi necessário seguir alguns passos na sua condução. De acordo com Andrade (2010), existem basicamente quatro etapas para construção de uma pesquisa desse tipo, como podem ser observadas no quadro 01.

Quadro 01 – Etapas da revisão de literatura

ETAPAS	DESCRIÇÃO
1ª etapa	Acervo inicial: a pesquisa bibliográfica deve começar pelas obras de caráter geral, como enciclopédia, anuários, catálogos, resenhas, abstracts, os quais indicarão fontes de consulta mais específicas.
2ª etapa	Leitura prévia ou pré-leitura: é feita para possibilitar uma primeira seleção das obras que passarão pela fase seguinte, de leitura seletiva.
3ª etapa	Leitura seletiva: tem por objetivo a localização das obras ou dos capítulos ou partes que contenham informações úteis para o trabalho em questão.
4ª etapa	Leitura crítica ou reflexiva: objetiva a apreensão das ideias fundamentais de cada texto e constitui a fase mais demorada da pesquisa bibliográfica, pois contempla toda a etapa de anotações.

Fonte: Adaptado de Andrade (2010)

Na primeira etapa foi construído o acervo inicial, onde foi utilizado a base Google Acadêmico, devido à sua abrangência. Para este trabalho, estabeleceu-se uma busca com o termo empreendedorismo feminino no intervalo de tempo 2013-2023, totalizando os últimos dez anos. Na segunda etapa, de leitura prévia ou pré-leitura, foram escolhidos artigos para compor o grupo de textos para as etapas posteriores. Para elegibilidade foram escolhidos artigos com alinhamento aos objetivos do trabalho e com foco. Para realização da terceira etapa foram selecionados 11 artigos, todos os trabalhos escolhidos na etapa anterior para confirmar que esses foram adequados e potencialmente suficientes para atender aos objetivos do trabalho.

#### 4 Análise dos resultados

A primeira etapa da pesquisa bibliográfica consistiu na busca pelos textos de caráter geral que podem subsidiar os objetivos da pesquisa. Como previsto na seção metodológica, foi pesquisado no Google Acadêmico o termo “empreendedorismo feminino”, no intervalo de tempo entre 2013-2023. A pesquisa resultou em 659 artigos, dos quais 11 foram selecionados na segunda etapa.

No quadro 02, apresenta-se os 11 artigos selecionados para esta pesquisa, observa-se que a maioria se consistiu de pesquisas bibliográficas com análise qualitativas dos dados, e que focam diretamente no tema empreendedorismo feminino, o que se observou o quanto o tema cresceu e vem crescendo nas pesquisas, demonstrando a força da mulher na questão de empreender e de buscar sua independência financeira realizando-se profissionalmente.

Observou-se também na análise realizada nos artigos selecionados, que a configuração subjetiva do empreendedorismo para as mulheres está atualizada em sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida.

Os resultados mostraram que estão presentes no perfil das mulheres, características como persistência, busca de oportunidades, iniciativa, comprometimento, persuasão, autoconfiança, vontade de atingir objetivos desafiadores, buscar fazer algo sempre melhor e de maneira mais eficiente e a busca pela excelência e sucesso, a fim de obter o reconhecimento por seus feitos as quais as definem como mulheres empreendedoras. Segundo Marques e Moreira (2011), o empreendedorismo feminino é considerado fundamental para o desenvolvimento de

oportunidades de negócio mais dinâmicas, competitividade empresarial e em domínios de inovação.

Foi evidenciado também a importância do aporte emocional do marido e dos filhos e percebido que a busca pelo ponto de equilíbrio entre as demandas conflitantes gera desgaste emocional e/ou físico considerando as ênfases do empreendedorismo feminino enfatizadas em diversos estudos. De acordo com Welsh et al (2013), para que a mulher empreendedora se sinta mais segura, tenha mais experiência, tanto com educação quanto em trabalhos anteriores, para um melhor gerenciamento do negócio é necessário ter um apoio familiar.

Os artigos demonstram também, que a mulher tem buscado dia a dia desenvolver as habilidades possíveis para executar suas funções de trabalho com louvor, mas ainda há discriminação pela raça, pelo gênero. Nesta perspectiva Amorim e Batista (2011), explicam que as mulheres conseguiram adentrar aos meios empresariais, antes ocupados apenas por homens, somente no século XX entre o período de guerras mundiais.

A independência financeira facilita a iniciativa das mulheres nos negócios, a opção pelo empreendedorismo vinga pela busca da valorização, da flexibilidade de horários e pela possibilidade de se trabalhar com o que se gosta. O reflexo disso é a ascensão de empreendedores livres para atuar da forma como acham certo, tomando decisões sem medo. Machado et al. (2003), afirma que os principais fatores para que as empreendedoras criem suas empresas são a realização pessoal, a oportunidade de mercado, os problemas com trabalho anterior, a perda de emprego e as razões ligadas a família.

É possível destacar que nos artigos analisados para esta pesquisa, os resultados permitiram concluir que o perfil gerencial adotado tem contribuído para o sucesso e a sobrevivência significativa dos empreendimentos. Para Marques e Moreira (2011), o empreendedorismo feminino é considerado fundamental para o desenvolvimento de oportunidades de negócio mais dinâmicas, competitividade empresarial e em domínios de inovação.

A seguir, nota-se o quadro 2, com os 11 artigos selecionados para análise, demonstrando a importância da pesquisa sobre o tema empreendedorismo feminino e o principal, o quanto é representativo para o mundo empresarial.

Quadro 02 – Artigos selecionados para a pesquisa bibliográfica.

<b>Autores</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Delineamento</b>	<b>Resultados</b>
Ferreira e Nogueira (2013)	Identificar os elementos que permitem conhecer a subjetividade de mulheres empreendedoras segundo a teoria proposta por González Rey (2009).	Pesquisa qualitativa	A configuração subjetiva do empreendedorismo para as mulheres está apoiada em sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida. O empreendedorismo, nesta pesquisa, aparece como uma característica individual que começa a ser constituída na infância.

Gomes, Santana, Araújo e Martins (2014)	Estudar a produção sobre o “empreendedorismo feminino”, escrutinando e depurando o discurso científico sobre a mulher empreendedora, ao mesmo tempo que investiga o grau de consolidação teórica alcançado na área.	Pesquisa quantitativa	A maior parte dos trabalhos se limitou a descrever, sem contatar, pequenos segmentos da população de mulheres empreendedoras e não avançaram na aplicação e desenvolvimento de teorias. Ao que parece, a preocupação recorrente de muitos trabalhos esteve centrada na estrutura sexuada das organizações e em suas consequências para as atividades empresariais
Da Silva Carreira, Benciveni ranzoni, Folle Esper, hagasPacheco, Bohm Gramkow e Carreira (2015)	Apresentar o perfil das empreendedoras entrevistadas, suas características pessoais, como ocorreu o desenvolvimento de seu empreendimento, bem como a sua visão atual e futura sobre os seus respectivos negócios.	Pesquisa qualitativa	Estão presentes no perfil delas, características como persistência, busca de oportunidades, iniciativa, comprometimento, persuasão e autoconfiança, as quais as definem como mulheres empreendedoras.
Meira Teixeira, Silva Bomfim (2016)	Analisar os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras de agências de viagens para conciliar os conflitos entre o trabalho e a família.	Estudo de caso	É evidenciado a importância do aporte emocional do marido e filhos e percebido que a busca pelo ponto de equilíbrio entre as demandas conflitantes gera desgaste emocional e/ou físico
Prado Gimenez, Mendes Ferreira e Ramos (2017)	Apresentar a dinâmica de surgimento e formação desse campo de estudo no Brasil evidenciando sua gênese, abordagens de pesquisa, temas de estudo e resultados.	Pesquisa bibliográfica	Considerando as peculiaridades do empreendedorismo feminino salientadas em diversos estudos, pode-se sugerir que este seja um tema a ser mais profundamente explorado pela comunidade de pesquisadores no campo do empreendedorismo feminino.
Assunção e Delfino dos Anjos (2018)	Identificar o perfil das mulheres empreendedoras mineiras, analisando os desafios enfrentados por elas e o sucesso ao longo da trajetória do negócio.	Pesquisa bibliográfica	Apresentaram em seu perfil características importantes como: habilidade para se comunicar, flexibilidade com relação aos horários, ousadia e determinação.
Matte, Oliveira Voltz, Sant’anna Schineider, Hank Miri, Chais, Ganzer, Pereira Radaelli e Munhoz Olea (2019)	Analisar as características do comportamento empreendedor feminino com o estudo nos municípios do estado do Rio Grande do Sul.	Pesquisa quantitativa	Constatou-se que as principais características das empreendedoras estão contidas no conjunto da realização: vontade de atingir objetivos desafiadores, busca por fazer algo sempre melhor e de maneira mais eficiente e busca pela excelência e pelo sucesso, a fim de obter o reconhecimento por seus feitos.
Silva Reis e Souza Leite (2020)	Mostrar mais um papel que a mulher vem desempenhando: o papel de empreendedora. Deixando de serem vistas apenas como submissas e do lar.	Pesquisa quantitativa	A mulher tem buscado dia a dia desenvolver as habilidades necessárias para executar suas funções de trabalho com louvor, mas ainda há a discriminação pela raça, pelo gênero. Tendo como reflexo o valor do trabalho reduzido.

Abreu Barbosa, Rocha Neto, Câmara Júnior e Medeiros da Silva (2021)	Compreender como o conflito trabalho-família impacta o Empreendedorismo feminino e as estratégias adotadas para o seu equilíbrio.	Pesquisa qualitativa	Apoio familiar e do cônjuge para a continuidade dos negócios, perduram sentimentos de indiferença, incompreensibilidade e não aceitação ao empreendimento, maior parte dos deveres domésticos é da mulher causando sobrecarga e Fatores como tempo e o exercício das atividades profissionais dentro da própria casa foram evidenciados como sendo elementos potenciais para acentuar os conflitos.
Azevedo Pereira e Souza Filho (2022)	Indicar quais os aspectos facilitadores e inibidores para o empreendedorismo feminino.	Pesquisa qualitativa	A independência financeira facilita a iniciativa das mulheres nos negócios, a opção pelo empreendedorismo vinga pela busca da valorização, da flexibilidade de horários e pela possibilidade de se trabalhar com o que se gosta. O reflexo disso, é a ascensão de empreendedoras livres para atuar da forma como acham certo, tomando decisões sem medo.
Cunha Costa, Sousa Freitas, Gomes Frota, Lima Neto e Figueredo e Silva (2023)	Analisar o perfil gerencial das mulheres empreendedoras na cidade Bacabal-MA, bem como verificar o comportamento estratégico, identificar sua capacidade criativa e verificar a formalização de seus empreendimentos.	Pesquisa quali - quantitativa	Características mais marcantes foram capacidade de organização, relação interpessoal, praticidade, e a valorização da criatividade, posto pelas empreendedoras como diferencial competitivo, fazendo uso de uma gestão mais flexível e uma visão mais estratégica. Os resultados permitiram concluir, que o perfil gerencial adotado por elas, tem contribuído para o sucesso e a sobrevivência significativa dos seus empreendimentos.

Fonte: Elaborado pelos autores

No quadro 3 a seguir, foi observado uma interligação entre a condição social, subjetividade e trajetórias das mulheres empreendedoras no Brasil, elas não são apenas empresárias, mas também são moldadas por fatores subjetivos, contextuais e culturais, resultando em uma identidade empreendedora única.

Foi possível identificar uma tendência entre as empreendedoras de limitar suas atuações a áreas tradicionalmente associadas ao feminino, uma restrição atribuída a fatores tanto involuntários quanto a decisões conscientes. Contudo, apontaram que uma aceitação mais ampla da presença feminina no mercado de trabalho, acompanhada de condições igualitárias, poderia resultar em uma atuação mais diversificada, abrangendo diferentes setores empresariais. Pois empreender é para todos, independente da classe social ou gênero (AMORIM; BATISTA, 2011).

As características observadas nas empreendedoras, como persistência, determinação, visão de mercado baseada em pesquisas, intuição aguçada, perseverança e a habilidade de estabelecer e cumprir metas, destacam-se como pontos fortes. Além disso, a habilidade de equilibrar responsabilidades familiares e profissionais, apoiadas pela fé e pela família, revela a complexidade e resiliência dessas mulheres. Houve um aumento da participação feminina na economia do país,

demonstrando a habilidade da mulher de gerir seu próprio negócio, movimentando a economia local, gerando emprego e renda para seus colaboradores (FRANCO, 2014).

Conflitos surgem quando as responsabilidades profissionais impactam as relações familiares e vice-versa. Os autores enfatizam a importância de compreender essas dinâmicas para criar ambientes corporativos que favoreçam o equilíbrio entre esses dois universos, destacando a necessidade de habilidades de gestão pessoal e profissional para ambos os gêneros. Administrar a casa, cuidar da família e ter atividades fora do lar são características típicas da mulher contemporânea (JONATHAN, 2011).

A autoconfiança, comprometimento e preocupação com o crescimento da empresa, a situação do país e a satisfação dos clientes evidenciam a relevância das mulheres no empreendedorismo brasileiro. O estudo destaca não apenas a dedicação das empreendedoras aos seus negócios, mas também a crescente dependência do país em sua capacidade empreendedora para o crescimento econômico.

As empreendedoras demonstram comportamentos essenciais de liderança, adaptabilidade e habilidade multitarefa, sugerindo a possibilidade de desenvolver novos indicadores para políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo feminino. Essas políticas poderiam fortalecer as características necessárias para o sucesso em novos empreendimentos.

O desempenho de múltiplos papéis destaca o desafio constante enfrentado pelas empreendedoras, influenciando diretamente o equilíbrio entre vida pessoal e profissional. A pesquisa enfatiza a autonomia das empreendedoras como facilitadora na resolução de conflitos, permitindo a negociação e implementação de mudanças para maior flexibilidade entre diferentes papéis.

A opção pelo empreendedorismo, muitas vezes motivada pela busca por valorização, flexibilidade e realização pessoal, evidencia a ascensão de empreendedoras independentes, capazes de tomar decisões sem receios. Este fenômeno contribui não apenas para a competitividade empresarial, mas também para o crescimento econômico e desenvolvimento pessoal, financeiro e profissional das empreendedoras.

Um ponto significativo da pesquisa foi a contribuição da participação da mulher no ambiente empresarial. Não é apenas uma questão de competitividade; as empreendedoras geram empregos, promovem a expansão econômica e experimentam crescimento pessoal, financeiro e profissional.

Quadro 03 – Autores e seus principais apontamentos

Principais apontamentos	Autores
A empreendedora não expressa somente sua condição de mulher de negócios, mas sua condição social. A configuração subjetiva do empreendedorismo para as mulheres está apoiada em sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida.	Mendes Ferreira e Silva Nogueira (2013)
Os autores concluíram que as mulheres empreendedoras, em função de fatores involuntários e de decisão consciente, restringiam-se a atuar em áreas estereótipamente femininas. Na visão dos autores, à medida que a sociedade aceitasse de fato a presença feminina, exercendo a função de empresária, e proporcionasse condições igualitárias a elas, as mulheres atuariam em qualquer segmento empresarial.	Ferraz Gomes, <i>et al.</i> (2014)

As empreendedoras possuem características como persistência e determinação alicerçadas pela coragem e confiança no trabalho que realizam; visão de mercado e de oportunidades com base em pesquisas; intuição e percepção de oportunidades; perseverança nos seus objetivos; mantendo a família e a fé como aliados, apoiadores e até como alicerces. Além disso, estabelecer e cumprir metas estão entre seus maiores pontos fortes, somando-se a eles o planejamento e cumprimento de prazos.	Silva Carreira, <i>et al.</i> (2015)
Quando as responsabilidades profissionais interferem nas relações familiares ou vice-versa, isso prejudica o desenvolvimento do trabalho. Os autores entendem que compreender essas relações pode ajudar empresas a propiciarem condições favoráveis ao equilíbrio desses dois universos. É fundamental para o bom desempenho organizacional que o indivíduo, homem ou mulher, saibam administrar a vida pessoal e profissional, sem conflito.	Meira Teixeira, Silva Bomfim (2016)
As empreendedoras se mostram autoconfiantes e têm alto grau de comprometimento com suas empresas. mostraram-se preocupadas com o possível crescimento da empresa, a situação geral do país em termos sociais e políticos, além da satisfação dos clientes.	Prado <i>et al.</i> (2017)
Grande importância das mulheres no empreendedorismo brasileiro, tanto pela satisfação com que elas se dedicam aos seus negócios, como pela necessidade cada vez maior que o país tem de crescer, dependendo assim da capacidade empreendedora de suas mulheres.	Assunção e Delfino dos Anjos (2018)
As mulheres demonstram habilidades de liderança, adaptabilidade e eficiência multitarefa, apontando a necessidade de novos indicadores de políticas públicas para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino e desenvolver as características-chave das empreendedoras, fortalecendo assim as bases para o sucesso de novos empreendimentos.	Matte <i>et al.</i> (2019)
O papel de empreendedora exige a resolução de conflitos constantemente, a adaptação as novas tecnologias, o equilíbrio entre pessoal e profissional e este papel a mulher vem desempenhado com louvor.	Silva Reis e Souza Leite (2020)
Em virtude do desempenho de múltiplos papéis, o tempo gasto no desempenho de um específico acaba por influenciar o exercício das atividades dentro de outro papel. Por vivenciarem uma realidade que lhes permite maior autonomia para tomar decisões, as empreendedoras, na qualidade de atravessadoras de fronteiras, têm a oportunidade de repensarem seus domínios, a fim de negociar e realizar as mudanças necessárias para que haja maior flexibilidade e permeabilidade entre os diferentes papéis.	Abreu Barbosa <i>et al.</i> (2021)
Embora algumas mulheres ocupem boas oportunidades de trabalho, com possibilidades concretas de crescimento, a opção pelo empreendedorismo vinga pela busca da valorização, da flexibilidade de horários e pela possibilidade de se trabalhar com o que se gosta. O reflexo disso, é a ascensão de empreendedoras livres.	Azevedo Pereira e Sousa Filho (2022)
Um ponto significativo da pesquisa é a contribuição da participação da mulher no ambiente empresarial, pois essa prática traz benefícios não só para a administração quando se fala em competitividade, mas também para a economia quando as empreendedoras geram empregos, expansão econômica além disso, o seu crescimento pessoal, financeiro e profissional.	Cunha Costa <i>et al.</i> (2023)

Fonte: Elaborado pelos autores

Em resumo, a participação ativa das mulheres no empreendedorismo não apenas enriquece a administração e a competitividade empresarial, mas também desempenha um papel fundamental na geração de empregos, expansão econômica e no desenvolvimento individual e coletivo das empreendedoras brasileiras. Esses resultados destacam a importância de políticas e práticas que promovam a igualdade de gênero e incentivem o empreendedorismo feminino como um catalisador essencial para o progresso econômico e social do Brasil.

## 5 Conclusão

O panorama do empreendedorismo feminino no Brasil, conforme delineado pelos resultados das pesquisas apresentadas, revela uma teia complexa de fatores que influenciam e moldam a atuação das mulheres no mundo dos negócios. Ao conectar os principais apontamentos de diversos autores, podemos extrair conclusões valiosas sobre a dinâmica, desafios e contribuições das empreendedoras brasileiras.

Em primeiro lugar, fica evidente que o empreendedorismo feminino não é apenas uma expressão de habilidades de gestão de negócios, mas também uma manifestação de condições sociais, trajetórias individuais e contextos culturais específicos. A formação da subjetividade das empreendedoras é única e profundamente ligada a esses fatores, destacando a importância de compreender a relação entre suas experiências.

Os desafios enfrentados pelas empreendedoras são diversos e diferentes. Desde restrições autoimpostas até limitações impostas por fatores externos, como a tradicional associação de mulheres a setores específicos, a necessidade de equilibrar responsabilidades familiares e profissionais e a persistência de desigualdades de gênero, a jornada empreendedora é marcada por obstáculos. Contudo, as características particulares das empreendedoras, como persistência, determinação, visão de mercado embasada em pesquisa e a habilidade de estabelecer e cumprir metas, surgem como forças impulsionadoras. A resiliência demonstrada ao equilibrar responsabilidades familiares e profissionais, aliada à fé e ao apoio da família, destaca a capacidade única dessas mulheres em enfrentar desafios.

A autonomia das empreendedoras, evidenciada como uma ferramenta para a resolução de conflitos e para a implementação de mudanças necessárias, destaca a importância de políticas e práticas que incentivem a igualdade de gênero e forneçam suporte às empreendedoras na gestão de múltiplos papéis.

O empreendedorismo feminino não é apenas uma questão econômica, mas uma força transformadora na sociedade. A participação ativa das mulheres no ambiente empresarial não apenas fortalece a competitividade e a administração empresarial, mas também desempenha um papel vital na geração de empregos, expansão econômica e no desenvolvimento pessoal, financeiro e profissional das empreendedoras brasileiras.

Diante desse cenário, torna-se claro que o avanço do empreendedorismo feminino nos últimos anos no Brasil é um fenômeno de grande relevância. A superação de desafios, a busca por autonomia financeira e a contribuição significativa para a economia nacional são testemunhos do impacto positivo das empreendedoras. Para avançar ainda mais nesse caminho, políticas públicas e práticas empresariais que promovam a igualdade de oportunidades e incentivem o empreendedorismo feminino são fundamentais.

Em última análise, o empreendedorismo feminino não é apenas uma narrativa de sucesso empresarial, mas uma narrativa de empoderamento, resiliência e contribuição significativa para o progresso social e econômico do Brasil. A valorização e o apoio contínuo a essas empreendedoras são essenciais para criar um ambiente que promova a diversidade, a inclusão e o crescimento sustentável em todas as esferas da sociedade.

Para novas pesquisas sugere-se um estudo sobre a evolução das políticas públicas que foram implementadas nos últimos anos, uma pesquisa com mulheres empreendedoras sobre

o conhecimento delas sobre as estas políticas, suas opiniões e sugestões de melhorias ajudando ainda mais no crescimento do empreendedorismo feminino.

## REFERÊNCIAS

AITKEN, H. G.J. **Explorations in enterprise**. Cambridge: Harvard University Press, 1965.

ALMEIDA, I. C.; ANTONIA, L. M.; GOMES, A. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da Finan, v. 3, n. 3, 2012.

AMORIM, R. O; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. São Paulo, 2011. Disponível em: [http://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf). Acessado em: 30 mar. 2023.

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de Metodologia Científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 295p.

AVENI, A.; NUNES, M. C. N. F.; CRUZ, M. L. A.M. **Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no distrito federal**. 2012. BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BOCHNIARZ, H. Theses to the discussion at the conference “women entrepreneurs in SMES”. In: CONFERENCE WOMEN ENTREPRENEURS IN SMES, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000.

BRUYAT, C.; JULIAN, P. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, p. 165-180, 2000.

CASSIS, Y.; MINOGLU, I. P. **Entrepreneurship in Theory and History**. New York: Palgrave, 2005.

CASSON, M.; YEUNG, B.; BASU, A.; WADESON, N. **The oxford handbook of entrepreneurship**. Oxford University Press, 2006.

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

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

CRAMER, L. et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 1, 2012.

CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining Entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, v. 29, n. 1, p. 45 – 61, 1991.

DEMO, P. **Educar pela pesquisa**. 6. ed. Edição: Campinas, SP: Autores Associados, 2003

DEMELO, R. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2. ed. São Paulo, 89-113. 2010.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

DUMINELLI, M. V.; TOPANOTTI, M. de B.; YAMAGUCHI, C. K. Análise dos estudos sobre o empreendedorismo e o empoderamento feminino. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**. 2017.

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

FILION, L. J. **Empreendedorismo: Ciência, Técnica e Arte**. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2000.

FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.3, 2016.

FRANKEL, L. P. **Mulheres lideram melhor que homens**. São Paulo. Gente. 2007

GARTNER, W. B.; SHAVER, K. G.; GATEWOOD, E.; KATZ, J. A. Finding the entrepreneur in entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 18, p. 5-9, 1994.

GEM –Global Entrepreneurship Monitor (2013). **“O Empreendedorismo no Brasil 2013.”** Curitiba: IBPQ, 2013.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2019/2020**. Curitiba: IBQP, 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GODOI, C. K.; BALDINI, C. P.V. A pesquisa qualitativa nos estudos organizacionais brasileiros: uma análise bibliométrica. **In: SILVA, A. B.; GODOI, C. K.; BANDEIRA**.

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

GRZYBOVSKI, D. **Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas**. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415\\_65552002000200011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415_65552002000200011&script=sci_arttext)> Acesso 17 Out 2011.

HISRICH, R. D; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre, RS: AMGH, 2014.

ISMAIL, H. C.; SHAMSUDIN, F. M.; CHOWDHURY, M. S. An exploratory study of motivational factors on women entrepreneurship venturing in Malaysia. **Business and Economic Research**, v. 2, n.1, p.1-13, 2012.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

KIRZNER, I. M. **Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1983.

LAGES, S. R. Desafios do empreendedorismo feminino uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, v. 1, n. 7, 2005.

LANDSTRÖN, H.; LOHRKE, F. **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing, 2010.

LAVIERI, C. **Educação...empreendedor?** In: LOPES, R.M. A. (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier - São Paulo: Sebrae, 2010.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo, SP: Saraiva. 2012.

MACHADO, H. V., et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE Eletrônica**, v.2, n.2, p.1-22, 2003.

MAIA, T. S. T; MAIA, F. S. O Poder do Batom: estratégias de empreendedoras de salão de beleza. **REUNA**, v. 16, n. 3, 2011

MARQUES, A. P; MOREIRA, R. **Transição para o mercado de trabalho: empreendedorismo numa perspectiva de gênero**. 2011.

MASCARENHAS, S. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MEDEIROS, T. K. F. de; CHAVES, M. C. Representatividade Feminina na Política Brasileira: A evolução dos direitos Femininos. **Caderno de Graduação Humanas e Sociais UNIT-PERNAMBUCO**, v. 3, n. 2, p. 99, 2017. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/facipehumanas/article/view/5143>. Acesso em: 25 abril 2023.

NASER, K.; NUSEIBEH, R.; AL-HUSSAINI, A. Personal and external factors effect on women entrepreneurs: evidence from Kuwait. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v.17, n.2, p.1-23, 2012.

OLIVEIRA, M. **Homem e mulher a caminho do século XXI**. Ática, 1997.

ONU. **Princípios do Empoderamento das mulheres**, 2016. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios--de-empoderamento-das-mulheres/>>.

SANTOS, L. F. A. **Apostila Metodologia da Pesquisa Científica II**. Faculdade Metodista de Itapeva, 2006

SARFARAZ, L.; FAGHIH, N.; MAJD, A. A. The relationship between women entrepreneurship and gender equality. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v.4, n.1, p.1-6, 2014.

SCHUMPETER, J. A. **The fundamental phenomenon of economic development**. New York: The free Press, 1971.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?** 2021a. Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-as-ociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 18 abril 2023.

SEBRAE (2013). **“Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas”**. Brasília. Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-asociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 26 maio de 2023.

SELTISIKAS, P.; LYBEREAS, T. The culture of entrepreneurship: towards a relational perspective. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 13, n 2, p. 25-36, 1996

SHAPIRO, C. The Theory of Business Strategy. The RAND. **Journal of Economics**, v. 20, p. 125-137, 1989

SILVA, J. V et al. Empreendedorismo feminino e o mercado de trabalho: O perfil da mulher empreendedora em Araguaína-To. **J Business Techn**, v. 10, n. 2, p. 64-89, 2019.

TEIXEIRA, R. M; BOMFIM, L. C. 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**, v. 10, n. 1, 2016.

VALE, G. M. V; SERAFIM, A. C. F; TEODÓSIO, A. S. Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 631, 2011.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você** – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

WELSH, D. HB et al. Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 758-762, 2014.

ZARPELLON, S. C. O empreendedorismo e a teoria econômica institucional. **Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía**, 1(1), pp. 47-55. 2010.