

## **DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NO PERCURSO EMPREENDEDOR**

### **Autoria**

Zélia Sousa Pinto

Centro Universitário Unichristus

Ise Alcantara Castelo

Centro Universitário Unichristus

Larisse Oliveira Costa

Centro Universitário Unichristus

### **Resumo**

#### **RESUMO**

Atualmente, tem-se percebido um número maior de mulheres em busca da realização profissional ao tornarem-se empreendedoras. Um dos principais motivos foi a crise econômica estabelecida no Brasil após 2014 que fortaleceu o empreendedorismo no país, tornando-se um importante fator de geração de renda para muitas pessoas, em especial as mulheres, que têm investido seu tempo buscando informações, se aperfeiçoando, adquirindo conhecimento, preparando-se para novos desafios e oportunidades. O aumento se deve ao fato de que deixou de ser uma atividade informal e tímida para ser formal, ou seja, uma profissão, um sonho realizado. A pesquisa norteou-se pela seguinte problemática: quais os desafios enfrentados pelas mulheres no percurso empreendedor? O objetivo geral foi investigar se as dificuldades sofridas no percurso empreendedor interferem no comportamento das empreendedoras. A pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa, com tipologia bibliográfica, um estudo de campo, descritiva e exploratória. O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário cujos dados foram coletados através do Google Forms e apresentados por meio de tabelas e análise dos dados. Percebeu-se que as empreendedoras possuem dificuldades, sejam no âmbito familiar, social, cultural e psicológico, ou na área de conhecimento sobre empreendedorismo, e sua importância para economia. Entretanto, pôde-se perceber que a determinação por tornarem-se independentes, motivadas pela sobrevivência, flexibilidade no horário, independência financeira, autonomia familiar, versatilidade e criatividade são vontades percebidas e que as motivam, sendo, portanto, características muito mais consistentes e fortes o suficiente para não fazê-las desistir do negócio.

Palavras-chave: Mulheres Empreendedoras. Características Comportamentais. Desafios.

**ÁREA TEMÁTICA: EMPREENDEDORISMO, STARTUPS E INOVAÇÃO**

**IDENTIFICAÇÃO DA ÁREA: 02**

**TÍTULO: DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NO PERCURSO  
EMPREENDEDOR**

## RESUMO

Atualmente, tem-se percebido um número maior de mulheres em busca da realização profissional ao tornarem-se empreendedoras. Um dos principais motivos foi a crise econômica estabelecida no Brasil após 2014 que fortaleceu o empreendedorismo no país, tornando-se um importante fator de geração de renda para muitas pessoas, em especial as mulheres, que têm investido seu tempo buscando informações, se aperfeiçoando, adquirindo conhecimento, preparando-se para novos desafios e oportunidades. O aumento se deve ao fato de que deixou de ser uma atividade informal e tímida para ser formal, ou seja, uma profissão, um sonho realizado. A pesquisa norteou-se pela seguinte problemática: quais os desafios enfrentados pelas mulheres no percurso empreendedor? O objetivo geral foi investigar se as dificuldades sofridas no percurso empreendedor interferem no comportamento das empreendedoras. A pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa, com tipologia bibliográfica, um estudo de campo, descritiva e exploratória. O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário cujos dados foram coletados através do *Google Forms* e apresentados por meio de tabelas e análise dos dados. Percebeu-se que as empreendedoras possuem dificuldades, sejam no âmbito familiar, social, cultural e psicológico, ou na área de conhecimento sobre empreendedorismo, e sua importância para economia. Entretanto, pôde-se perceber que a determinação por tornarem-se independentes, motivadas pela sobrevivência, flexibilidade no horário, independência financeira, autonomia familiar, versatilidade e criatividade são vontades percebidas e que as motivam, sendo, portanto, características muito mais consistentes e fortes o suficiente para não fazê-las desistir do negócio.

**Palavras-chave:** Mulheres Empreendedoras. Características Comportamentais. Desafios.

## ABSTRACT

Nowadays, a greater number of women have been perceived in the pursuit of professional achievement by becoming entrepreneurs. One of the main reasons was the economic crisis established in Brazil after 2014 that strengthened entrepreneurship in the country, becoming an important factor in generating income for many people, especially women, who have invested their time searching for information, acquiring knowledge, preparing for new challenges and opportunities. The increase is due to the fact that it is no longer an informal and timid activity to be a profession. The research was guided by the following problematic: what are the challenges faced by women in the entrepreneurial process? The general objective was to investigate if the difficulties experienced in the entrepreneurial course interfere in the behavior of entrepreneurs. The research of qualitative and quantitative nature, with bibliographic typology, a field study, descriptive and exploratory the research instrument used was the questionnaire whose data were collected through google forms and presented through tables and analysis of the data. It was noticed that the entrepreneurs have difficulties, be they in the family, social, cultural and psychological, or in the area of knowledge about entrepreneurship, and its importance for economy. However, it can be seen that the determination to become independent, motivated by survival, flexibility in the schedule, financial independence, family autonomy, versatility and creativity are perceived and motivated wills, and are therefore much more consistent and strong characteristics enough not to make them quit the business.

**keywords:** Entrepreneurial women. Behavioral characteristics. Challenges.

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema bastante explorado no meio acadêmico não somente por apresentar uma bibliografia atual composta por diversos livros, dissertações, teses, artigos e *cases* tratando dos mais diversos setores e negócios, mas destacado também pela repercussão econômica no País.

A crise econômica estabelecida no Brasil após 2014 fortaleceu mais ainda o empreendedorismo, tornando-se um importante fator de geração de renda para muitas pessoas, em especial as mulheres, que têm investido seu tempo buscando informações, estudando, se aperfeiçoando, adquirindo conhecimento, preparando-se para novos desafios e oportunidades.

Outro fator percebido é que a mulher tem se inserido no mundo dos negócios com mais determinação e persistência no alcance de seus objetivos, diferenciando o empreendedorismo no país, através de seu perfil criativo, inovador e desafiador, além de marcar maior presença nos setores de serviços e comércio, talvez por se identificarem com as áreas e por apresentar mais habilidade e conhecimento dos setores (FERREIRA *et. al.*, 2016).

A curiosidade pelo tema somada a necessidade de obtenção de dados sobre algumas características da mulher empreendedora, serviram para exaltar a relevância pelo estudo, ao procurar verificar seu comportamento não somente como uma produtora de diversos bens ou serviços, como também fora de seu lar, gerindo um negócio que a leve a aumentar a renda familiar, os *dribles* tentando conciliar seus afazeres do lar com os filhos/maridos/família e o negócio, além de sua atuação criativa em seus empreendimentos. Além de levar em consideração a importância do tema no contexto mundial, e ainda apresentando, cunho econômico, social, e cultural.

Visando, portanto, concordar com as informações descritas anteriormente o estudo procurou nortear-se pela seguinte problemática: como as mulheres se comportam diante dos desafios enfrentados no percurso empreendedor? E como objetivo geral: Investigar se as dificuldades sofridas no percurso empreendedor interferem no comportamento das mulheres empreendedoras. Expôs os seguintes objetivos específicos: Apresentar o percurso do empreendedorismo feminino de acordo com o estudo; Destacar as razões que levam as mulheres a iniciar seus negócios; Enumerar algumas características comportamentais femininas que as diferem no âmbito empreendedor.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo Feminino: Evolução histórica

Os diversos conceitos de empreendedorismo existentes não fazem distinção de gênero, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres, ainda que suas primeiras definições contemplassem quase exclusivamente o público masculino. No entanto, nos dias atuais, é inegável o peso feminino crescente na População Economicamente Ativa - PEA e na atividade econômica, não só no Brasil, mas também em diversos países do mundo (STROBINO, TEIXEIRA, 2014).

A inserção da mulher no mercado do trabalho, ao longo desses anos, foi acompanhada por elevado grau de discriminação e há décadas lutam pelos seus direitos de igualdade, opinião compartilhada por Santos (2016) quando expõe que a trajetória feminina sempre foi marcada por desafios na luta por igualdade de direitos.

Muito já foi feito, porém ainda há muito a ser conquistado. O Quadro 1 destaca tal evolução.

**QUADRO1:** Evolução Histórica da mulher do ambiente de trabalho

<b>DATAS / AUTORES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Século XVII ARAÚJO (2010)	Os movimentos feministas são manifestações políticas, cuja meta é conquistar a igualdade de direitos entre homens e mulheres, ou seja, garantir sua participação na sociedade de forma equivalente a do homem.
Século XVIII e XIX SALATINI (2013)	A partir da revolução industrial e com a chegada do maquinário a vapor para produção, as portas das fabricas foram abertas para muitas mulheres e crianças, expondo-lhes a longas jornadas e condições subumanas de trabalho, com baixíssimos salários. Um terço do salário masculino.
Primeira Guerra Mundial (1914 –1918) STEARN (2010)	Com a saída dos homens para as frentes de batalha, as mulheres assumiram os negócios da família e a posição das mulheres no mercado de trabalho teve seu marco inicial, não tendo outras opções a não ser levar adiante os projetos e o trabalho que eram realizados pelos seus maridos, na obrigação de deixar a casa e os filhos para tocar o trabalho.
Segunda Guerra Mundial (1939 –1945) STEARN (2010) DIDDENS (2005)	Os valores domésticos são atribuídos as mulheres, responsáveis por cuidar dos filhos, manter a casa em ordem e cozinhar para a família. A divisão de trabalho entre gêneros sofreu uma radical mudança com um aumento de 16% no contingente feminino, nos anos subsequentes a 1945. A presença feminina ocasionou mudança em diversas disposições sociais, gerando críticas e atribuições de culpa pela ausência no ambiente doméstico, devido ao menor contato com os filhos e seu companheiro.
ANOS 2000 ARANY (2016)	Há um desequilíbrio na participação das mulheres no mercado de trabalho, pois elas ainda enfrentam obstáculos culturais, de religiosidade e leis vigorantes em todos os países. A maior conquista das mulheres é a presença crescente na liderança de forma global.

Fonte: Adaptado de Oliveira *et. al.* (2016)

Desta forma percebe-se que desde a história da humanidade, sua colocação na sociedade foi sempre bem delimitada: dona de casa, responsável pelo zelo e bem-estar dos filhos e da casa, completamente submissa aos pais ou ao marido, não podendo expressar suas opiniões ou de realizar seus sonhos. Atribuiu-se historicamente às mulheres características de cuidar, do lar, do companheiro e dos filhos. Ao longo dos anos esta historia começou a mudar e as mulheres foram conquistando seu espaço na sociedade, principalmente no mundo do empreendedorismo (ACIOLY, 2014).

Nas últimas décadas a presença feminina no mercado de trabalho aumentou consideravelmente e os dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e classes empresariais, muito embora, ainda existam desigualdades de oportunidades no mercado do trabalho, diferenciais de rendimentos se, comparado entre os dois sexos, barreiras aos planos de promoção a cargos de chefia, dentre outros.

Segundo dados da Organização das Nações Unidas - ONU, as mulheres geradoras de renda investem na educação, na saúde, e com a própria família, influenciando na evolução econômica do país (ACIOLY, 2014).

Para Hisrich e Peters (2014, p. 84). “O universo feminino tem atestado que as mulheres buscam realizar os seus objetivos gerenciando empresas dos mais variados portes. Atualmente elas iniciam novos empreendimentos três vezes mais do que os homens”.

Conforme dados da GEM (2016), 51,2% dos empreendedores que iniciaram negócios no ano de 2014 eram mulheres, o que contribuiu para o aumento da autonomia financeira das mesmas. E de acordo com informações do SEBRAE

(2016) cada vez mais mulheres têm se lançado como empreendedoras no País. O caminho do negócio próprio é uma das alternativas para aumentar o rendimento ou até mesmo tornar a atividade como principal fonte de renda.

Santos (2016) adiciona que a mulher sempre esteve presente em todo processo evolutivo social e econômico, embora por muito tempo apenas como coadjuvante, passava-se despercebida dos registros oficiais, estando engajada nas lutas contra escravidão, independência, educação, direito ao voto, melhorias das condições de trabalho e tantas outras reivindicações de melhorias para a sociedade.

Corroborando com o assunto Fernandes *et. al.* (2013) destacam em suas obras que as mulheres iniciam seus negócios por vários motivos dentre eles destacam-se: por necessidade de sobrevivência, por influência familiar, pelo desejo de conciliar trabalho e família, como estratégia para conseguir independência, autonomia, etc. Ressalte-se ainda que, de acordo com o GEM (2016), as mulheres também empreendem por oportunidade chegando a uma proporção ligeiramente menor que os homens, ainda assim, é muito expressiva.

### 2.1.1 Características das Empreendedoras

Segundo dados do SEBRAE (2015), o crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho como empreendedora está associado ao aumento de instrução, queda na taxa de fecundidade, ao crescimento do número de casais sem filhos e a maior urbanização. Sem visar competição com os homens, as mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os mesmos, ou seja, mirando o seu próprio sustento e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira.

Percebe-se que muitos estudos, na procura de compreender como se dá a prática do empreendedorismo por mulheres, inevitavelmente fazem comparações de gênero e indicam que há diferenças entre homens e mulheres. O estudo de Bonfim e Teixeira (2015) ressaltou diferenças na compreensão do fenômeno por ambos os sexos que se refletem na gestão, como por exemplo: os homens são mais objetivos e as mulheres são mais subjetivas e flexíveis; são mais centralizadores enquanto que as mulheres compartilham mais as informações e objetivos. Além disso, uma característica marcante das mulheres é a administração dos diversos papéis, que, embora limitem os compromissos que podem assumir, por outro lado, as tornam mais versáteis e criativas.

Porto (2002) cita quatorze qualidades femininas encontradas nas executivas entrevistadas, quais sejam: relacionamento interpessoal, paciência, ética, intuição, emotividade, transcendência, amor ao próximo, capacidade para ouvir, inapetência pelo poder, serenidade, foco no processo, versatilidade, perfeccionismo e criatividade. Dentre essas características, a intuição corresponde aquela de maior destaque no ambiente de trabalho de acordo com a pesquisa.

No mesmo sentido, Ferreira *et. al.* (2016) após pesquisa realizada junto às pequenas empresas dirigidas por mulheres verificaram a existência de um perfil predominante na mulher empreendedora: inovadora, inquieta, sempre busca construir o futuro, e jamais espera que isto aconteça por si.

Segundo levantamento do SEBRAE (2016), o perfil das empresárias jovens caracteriza-se como: 40% possuem menos de 34 anos, estão concentradas principalmente em quatro áreas de atuação: restaurantes (16%), serviços domésticos (16%), cabeleireiros (13%) e comércio de cosméticos (9%). A maior parte empreende dentro de casa (35%). Seus principais alvos de investimento são a

qualificação profissional, a busca por acesso a informação e tornarem-se profissionais.

Seja como executivas ou fundadoras do próprio negócio ou até como herdeiras, um grupo seleto de brasileiras estão desbravando um universo que até pouco tempo era dominado apenas pelos homens. A comprovação está no aumento das microempreendedoras individuais – MEI, pois de acordo com o SEBRAE (2015) em comparação ao masculino, ou seja, no ano de 2011 o sexo masculino correspondia 55% e o sexo feminino 45%; em 2012 tem-se 54% e 46%, e no ano de 2013, 53% e 47% respectivamente.

### 2.1.2 Desafios enfrentados pelas empreendedoras

Filion (1999) em seus estudos iniciais sobre empreendedoras destacava que 25% acreditam que eram tratadas de forma diferente pelas instituições financeiras. Diante disso, a busca de recursos para empreender, no caso das mulheres, ainda configura-se como um obstáculo no processo. Uma barreira está atrelada às garantias exigidas pelas instituições financeiras, visto que, geralmente são dependentes de outros, como maridos ou outras figuras masculinas, precisando do aval destes para viabilizar o financiamento.

Ainda hoje, a prática de empreender não é fácil, percorrer todas as etapas do desenvolvimento e se manter no negócio é mais difícil do que no passado. Para a empreendedora não é diferente, pois enfrenta os mesmos desafios de um empreendedor qualquer, porém com maiores dificuldades somente pelo fato de ser mulher (BITTENCOUR, 2016).

Alperstedt *et. al.* (2014) buscaram investigar a atuação de empreendedoras brasileiras a partir das variáveis: perfil da empresária, porte das empresas e dificuldades de atuação, e como resultado, obteve-se que quanto às dificuldades encontradas no exercício de suas atividades, as principais estavam relacionadas a conciliar trabalho e família, a falta de tempo, a falta de acesso a informações e a dificuldade para obter financiamento. Para superar essas dificuldades, elas buscam ajuda da família e dos amigos, especialmente do marido, que na maioria dos casos se revelou mais importante que os próprios sócios.

Para Bonfim e Teixeira (2015) as mulheres relatam que a admiração e o respeito atribuído a condição de empreendedora acontece depois que o negócio fica mais sólido, antes existe apenas uma descrença no sucesso do empreendimento. Na fase inicial, a ‘falta de respeito’ com relação ao tratamento dispensado por instituições financeiras, mais especificamente por gerentes de bancos e por empresas de serviços que não têm a preocupação de cumprir os prazos ou de dar nenhum tipo de satisfação são as principais.

Porto (2002) ao pesquisar sobre o assunto verificou resistência e discriminação em alguns setores profissionais, como medicina, farmácia e advocacia. Como resultado dessa atitude, muitas acabam por tentar imitar os homens na forma de se vestir ou agir. Também sofreram o peso da reação dos maridos e homens próximos, pelo ciúme, inveja e rivalidade.

Além disso, ainda sofrem julgamentos desiguais em relação aos homens, que são considerados mais competentes em assuntos relacionados a negócios. Essa discriminação torna mais difícil para elas encontrar um ambiente propício para o desenvolvimento dessas habilidades (SEBRAE, 2016).

Para Alperstedt *et. al.*(2014) devido a desvantagem sentida no tocante às fontes dos recursos próprios para montar seu próprio negócio, se veem dependentes

do aporte de capital do marido, o que pode vir acompanhado de cobranças ou do medo do fracasso. Nesse sentido, a captação de recursos no mercado é vista como um processo com diversas barreiras: acesso a recursos financeiros, humanos e de capital social.

Segundo SEBRAE (2016) esse cenário é ainda pior em setores como tecnologia e informática, nos quais a presença feminina é extremamente baixa, através da pesquisa realizada em 2015 observou-se que a participação de mulheres nesse setor caiu 19%, mesmo com os avanços tecnológicos dos últimos anos; a educação desigual é outro fator que, direta ou indiretamente, as afeta na hora de empreender, bem como a falta do ambiente escolar se reflete no quesito de *networking*, uma vez que as mulheres têm uma probabilidade menor de conhecer pessoas que tenham aberto algum negócio. Essa realidade é comprovada por dados: 42% dos homens são mais propícios a conhecer alguém que tenha começado a empreender nos últimos dois anos, enquanto essa taxa baixa para 27% quando o assunto passa para as mulheres.

Além das dificuldades externas ainda têm as barreiras internas. Teixeira e Bonfim (2016) estudaram o equilíbrio entre vida profissional e vida pessoal para brasileiras que praticam atividades empreendedoras, e especificamente buscaram investigar a questão abordando aspectos de relacionamento com o companheiro, filhos, pais ou parentes idosos, amigos, cuidados pessoais e lazer. A maioria optou pela atividade empreendedora em razão da flexibilidade e autonomia que esta proporciona e por fatores motivacionais relacionados não à necessidade, mas sim a uma estratégia deliberada buscando conciliar as demandas familiares com o trabalho. Verificou-se, ainda, que elas tendem a envolver-se psicologicamente com o trabalho, mantendo uma relação de “amor profundo”, além de despenderem de muitas horas por se sentirem responsáveis pelo sucesso ou fracasso do negócio.

Outra conclusão do estudo apontou um aumento significativo de conflitos entre trabalho e família, justamente devido à liberdade e à flexibilidade por elas encontradas. Por terem um horário flexível de trabalho, misturam horários de atividades domésticas com profissionais, por serem donas dos próprios negócios, envolvem-se intensamente com o trabalho, dedicando-lhe muitas horas, pois se sentem responsáveis pelo sucesso ou fracasso do empreendimento.

Observa-se, de acordo com as citações acostadas, que as empreendedoras buscam administrar vários papéis. Segundo Alperstedt *et. al.* (2014) o conflito vivido específico por elas é de ordem pessoal. O conflito trabalho-família envolve o embate entre as atividades tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, tais como o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos e o empreendimento. A figura do marido também exerce um papel crucial em suas vidas.

Strobino (2014) coloca que os desafios vão além do negócio, e que os conflitos trabalho-família possuem três dimensões: tempo dispensado ao trabalho, muitas vezes maior do que o vivido quando atuavam como funcionárias de empresas; tensão ocasionada pelos problemas gerados pela dedicação ao negócio; e comportamento, que é resultante da carga elevada de trabalho e responsabilidades com a família.

Um fator a ser destacado é a ausência de apoio da família e de colaboração por parte dos filhos e do cônjuge no negócio. Para Alperstedt *et. al.* (2014) o conflito é mais comumente encontrado em proprietárias de pequenas empresas, cuja fronteira entre o trabalho, vida pessoal e a família não está bem definida.

No intuito de alcançar um equilíbrio entre o aspecto profissional e o pessoal, buscam o controle das emoções na tentativa de evitar discussões, o equilíbrio de



horários, o compartilhamento com a família das atividades domésticas, a busca do diálogo e o apoio na família (ALPERSTEDT *et. al.* 2014).

Segundo Bonfim e Teixeira (2016), a atenuação ou eliminação do conflito trabalho-família é uma condição importante na promoção do crescimento do negócio e para tal, formula três estratégias básicas de gestão trabalho-família: a primeira é a eliminação do conflito que implica em não constituir família ou empresa; a segunda é a redução do conflito, ou seja, constituir família pequena e utilizar terceiros para ajudar na realização das tarefas; por fim, o compartilhamento do conflito o que implica em delegar atividades às pessoas da família ou aos seus profissionais. Entretanto, concluem os autores, a necessidade de conjugar seus diversos papéis somados à dificuldade de ascensão na carreira vem motivando mulheres a desenvolverem efetivamente o seu potencial empreendedor.

### **3 METODOLOGIA DA PESQUISA**

Os diversos empreendimentos femininos localizados em Fortaleza como: lojas de roupas, calçados, acessórios e bijuterias, artesanatos, perfumaria, farmácias, restaurantes, salão de beleza, alimentação, saúde, serviços prestados as empresas, serviços diversos, consultorias, ensino, dentre outros, foram eleitos para o estudo.

Quanto a natureza, a pesquisa caracterizou-se como qualitativa e quantitativa, e sua tipologia quanto aos meios bibliográfica e de campo e, quanto aos fins, descritiva e exploratória. Para Vergara (2016) a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para explicações. E a exploratória segundo Michel (2015 p. 48), visa “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Para Cooper e Schilindler (2016) a pesquisa bibliográfica é um estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral e a pesquisa de campo é uma investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não.

A amostra foi composta por 111 mulheres escolhidas por conveniência. Para que os dados fossem compreendidos durante o processo de coleta, foi aplicado anteriormente um pré-teste que permitiu adaptações visando melhor entendimento do instrumento de pesquisa.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário, composto por 38 perguntas fechadas e dividido em duas partes. A primeira tratava dos dados gerais dos sujeitos e a segunda os dados específicos abordando as dificuldades enfrentadas no percurso empreendedor. Sua coleta se deu a partir de visitas aos empreendimentos e ainda disponibilizada na internet por meio do site <http://www.google.forms.com>. Por fim os dados coletados foram tabulados com a ajuda do programa *Google Forms* e apresentados através de tabelas.

### **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

As perguntas iniciais visavam identificar o perfil das empreendedoras como: a idade, estado civil, número de filhos, renda mensal, grau de instrução, tempo de

negócio, motivos que as levaram a empreender e o segmento, conforme dados evidenciados na Tabela 1.

**TABELA 1:** Dados gerais das empreendedoras

Faixa etária	<b>18 – 29 anos</b> 28%	30 – 35 anos 24,3%	36 – 45 anos 24,3%	Acima de 46 23,4
Estado civil	Solteira 23,4%	<b>Casada</b> 68,5%	Divorciada 8,1%	Outros -
Nº de filhos	Nenhum 32,4%	<b>Um</b> 39,7%	Dois 18%	Acima de Três 9,9%
Renda mensal (SM)	<b>1 – 3</b> 52,3%	4 – 6 30,6%	7 – 10 5,4%	Acima de 10 11,7%
Grau de instrução	Nível médio incompleto 9,9%	Nível médio completo 28,9%	Superior incompleto 20,7%	<b>Superior completo</b> 40,5%
Tempo do negócio	Até 1 ano 28,8%	2 a 3 anos 24,3%	4 a 5 anos 16,2%	<b>Acima de 6 anos</b> 30,7%
Motivos para empreender	Oportunidade 38,7%	<b>Necessidade</b> 61,3%	-	-
Segmento	Comércio 49,3%	<b>Serviço</b> 50,7%	-	-
Segmento de comércio	<b>Necessidade</b> 25,3%	Oportunidade 24%	-	-
Segmento de serviço	<b>Necessidade</b> 36%	Oportunidade 14,7%	-	-

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

O perfil geral das mulheres empreendedoras entrevistadas pôde ser caracterizado como: a maioria compreendidas entre 18 a 25 anos, casadas, possuindo apenas um filho, com uma renda média mensal de 1 a 3 salários mínimos, nível superior completo, atuando no setor de serviços, empreenderam por necessidade e possuidoras de negócio com tempo superior há 6 anos.

A segunda seção do instrumento possuía seis blocos de perguntas com o intuito de descobrir como as mulheres se comportam diante dos desafios enfrentados no percurso empreendedor: I - Conhecimento do empreendedorismo; II - O percurso do empreendedorismo; III - As características empreendedoras; IV - As qualidades empreendedoras; V - Os motivos que as fizeram abrir seus negócios e, VI - Os desafios enfrentados como empreendedoras. Optou-se por utilizar a escala Likert contendo cinco opções: Discordo Totalmente (DT); Discordo (D); concordo pouco (CP); Concordo (C) e Concordo Totalmente (CT).

## I – Conhecimento quanto ao empreendedorismo

O bloco inicial de perguntas se relacionava ao conhecimento sobre empreendedorismo, como importância para economia, incentivos, entidades de fomento e exploração através de pesquisa. Suas respostas estão acostadas na Tabela 2.

**Tabela 2:** Conhecimento quanto ao empreendedorismo

<b>Considera importante o empreendedorismo para economia brasileira?</b>				
-	1%	2,7%	24,3%	<b>72,1%</b>
<b>No Brasil tem incentivos para os empreendedores?</b>				
4,5%	14,4%	<b>38,7%</b>	27%	8,1%
<b>Conhecimento das entidades ligadas ao incentivo para o empreendedorismo?</b>				
<b>44,5%</b>	14,4%	37,8%	33,3%	9,9%

<b>Teve algum incentivo para empreender?</b>				
<b>30,6%</b>	19,8%	19,8%	23,4%	6,3%
<b>Pesquisou o negocio antes de empreender?</b>				
15,3%	12,6%	15,3%	27,9%	<b>28,8%</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Os dados obtidos indicam que 72,1% das questionadas concordam quanto a importância do empreendedorismo para economia do País. Opinião compartilhada por Brancalione e Werlang (2015), quando descrevem que o empreendedorismo hoje é considerado como uma das fontes de crescimento e desenvolvimento econômico da sociedade, gerando riquezas, mediante as inovações de todos os tipos implementados nas organizações contemporâneas.

Entretanto, 38,7%, das entrevistadas responderam que são indiferentes, ou seja, consideram pouco, o incentivo no Brasil para os empreendedores, bem como se observou a indiferença ou falta de conhecimento quanto às entidades ligadas ao assunto, haja vista que 44,5% afirmaram não conhecer. Desta feita, os órgãos voltados ao assunto deveriam fazer mais propagandas ou incentivar mais o público empreendedor.

Quanto ao incentivo para empreender, obteve-se que 30,6%, das empreendedoras não tiveram incentivos para começar o negócio, dados que confirmam o levantamento do SEBRAE (2017), quando destaca que menos de 10% das empresas lideradas por mulheres recebe investimento externo. Estimativas demonstram que, se essas mesmas organizações recebessem uma ajuda financeira igual as dos negócios dirigidos por homens, seis milhões de empregos seriam gerados em apenas cinco anos.

Quanto a pesquisa antes de abrir o negócio, 28,8% concordam totalmente e somente 15,3%, não pesquisaram antes de empreender. Silva (2014) destaca que é percebido aumento no Brasil do número de pessoas com seus negócios próprios, no entanto, deve-se atentar para o negócio por necessidade, que em sua maioria são criados informalmente, sem planejamento e de forma inadequada, resultando em fracasso rápido, e como consequência não geram desenvolvimento econômico e ainda aumentam as estatísticas de mortalidade dos negócios.

## II – Quanto ao percurso do empreendedorismo

As perguntas relacionadas ao percurso do empreendedorismo feminino fundamentaram-se nos estudos realizados sobre o assunto, e suas respostas encontram-se na Tabela 3, a seguir.

**Tabela 3:** Percurso do empreendedorismo feminino

<b>Exemplos de conquistas de outras mulheres no mundo dos negócios ajudaram?</b>				
3,6%	3,6%	17,1%	<b>47,7%</b>	27,9%
<b>A desigualdade salarial comparado aos homens?</b>				
10,8%	13,5%	21,6%	<b>29,7%</b>	24,3%
<b>O aumento do número de mulheres com maior grau de instrução?</b>				
6,3%	8,1%	9,9%	35,1%	<b>40,5%</b>
<b>A redução no número de filhos?</b>				
5,4%	9%	25,2%	<b>43,2%</b>	17,1%
<b>Maior urbanização</b>				
3,6%	6,3%	17,1%	<b>48,6%</b>	24,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Destaca-se que 47,7% observam os exemplos de conquistas e sucessos de mulheres no percurso do empreendedorismo feminino. Segundo Acioly (2014), atribuiu-se historicamente às mulheres características de cuidar, do lar, do companheiro e dos filhos. Ao longo dos anos esta história começou a mudar e as mulheres foram conquistando seu espaço na sociedade, principalmente no mundo do empreendedorismo.

Quanto ao salário, 29,7%, das entrevistadas concordam com a diferença salarial comparado aos homens, ao que Fernandes (2013), destaca que a presença feminina no mercado de trabalho aumentou consideravelmente nas últimas décadas e os dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e classes empresariais, muito embora, ainda existam desigualdades de oportunidades no mercado do trabalho, diferenciais de rendimentos, barreiras aos planos de promoção a cargos de chefia, dentre outros.

A mulher cada vez mais procura investir nos estudos. Uma prova é que 40,5% concordam totalmente. Um levantamento do SEBRAE (2014) destaca que os principais alvos de investimento das mulheres são a qualificação profissional, a busca por acesso a informação e tornarem-se profissionais.

Sobre a redução no número de filhos no percurso do empreendedorismo feminino, 43,2% das empreendedoras concordam com a afirmação, opinião confirmada com os dados gerais apresentados na Tabela 1, quando destacou que 39,7% possuem apenas um filho. E finalizando, 48,6% das mulheres entrevistadas concordam que maior urbanização contribui no percurso do empreendedorismo.

Concluindo este bloco de respostas, segundo dados do SEBRAE (2014), o crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho como empreendedora está associado ao crescimento de maior instrução, queda na taxa de fecundidade, ao crescimento do número de casais sem filhos e a maior urbanização.

### III – Características das empreendedoras

A Tabela 4 destaca as respostas referentes ao terceiro bloco de perguntas que procurou mesclar as diversas características descritas pelos autores citados anteriormente.

**Tabela 4:** Características das mulheres empreendedoras

<b>Subjetiva e flexível</b>				
0,9%	6,3%	20,7%	<b>51,4%</b>	20,7%
<b>Autoconfiança</b>				
0,9%	1,8%	9,0%	<b>45,0%</b>	43,2%
<b>Responsável pelo sucesso e fracasso do negócio</b>				
1,8%	2,7%	15,3%	38,7%	<b>41,4%</b>
<b>Administram diversos papéis</b>				
1,8%	0%	4,5%	21,6%	<b>72,1%</b>
<b>Compartilham mais informações e objetivos</b>				
0,9%	1,8%	20,7%	<b>38,7%</b>	37,8%

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A primeira resposta relacionada às características das mulheres empreendedoras obteve 51,4% de concordância quanto à subjetividade e flexibilidade, percebendo-se que elas buscam soluções através do diálogo e respeitando a individualidade de cada pessoa, complementa-se com Ferreira *et. al.* (2016) quando destaca que nos empreendimentos dirigidos por mulheres há uma

tendência para que os objetivos sejam claros e semeados entre todos os envolvidos da organização. Bonfim e Teixeira (2015) ainda ressaltam as diferenças na compreensão do fenômeno por ambos os sexos que se refletem na gestão, como por exemplo, os homens são mais objetivos e as mulheres são mais subjetivas e flexíveis.

De acordo com a pesquisa do GEM (2016), existem características nas mulheres que são específicas do empreendedor, como: fazerem as coisas acontecer; alto nível de autoconfiança; através do fracasso procura buscar oportunidades e aprendizagem, e que não desistam nunca. Assim, destacam-se as respostas relacionadas no bloco como: 45% das mulheres concordam que tem autoconfiança; 41,4% concordam totalmente ser responsável pelo o sucesso e fracasso do negocio; 72,1% concordam totalmente administrar diversos papeis, e finalizando com 38,7% que compartilham mais informações

Cita-se Bonfim e Teixeira (2015) ao descreverem que uma característica marcante das mulheres é a administração dos diversos papeis, que, embora limitem os compromissos que podem assumir, por outro lado, as tornam mais versáteis e criativas, os homens são mais centralizadores enquanto que as mulheres compartilham mais as informações e objetivos.

#### IV – Qualidades das empreendedoras

O estudo realizado por Ferreira *et. al.* (2016) citando as quatorze qualidades femininas encontradas como: relacionamento interpessoal, paciência, ética, intuição, emotividade, transcendência, amor ao próximo, capacidade para ouvir, inapetência pelo poder, serenidade, foco no processo, versatilidade, perfeccionismo e criatividade, foram comprovados através dos dados obtidos na pesquisa, e os resultados estão expostos na Tabela 5.

**Tabela 5:** qualidades das mulheres empreendedoras

<b>Intuitiva</b>				
1,8%	0%	8,1%	44,1%	<b>45,9%</b>
<b>Ética</b>				
0,9%	1,8%	14,4%	<b>41,4%</b>	<b>41,4%</b>
<b>Versátil e criativa</b>				
1,8%	0%	5,4%	40,5%	<b>52,3%</b>
<b>Inquieta</b>				
3,6%	8,1%	13,5%	36%	<b>38,7%</b>
<b>Capacidade para ouvir</b>				
0%	0,9%	12,6%	<b>52,3%</b>	34,2%

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

O percentual de 45,9% comprova a afirmação de Ferreira *et. al.* (2016) ao afirmarem que dentre as diversas características femininas, a intuição corresponde aquela de maior destaque no ambiente de trabalho, quanto à ética, 82,8% foram de acordo, destacando-se Oliveira (2014) quando coloca que o ideal é a análise da ética ser realizada junto com os valores no contexto geral do empreendimento.

A crise econômica que o País vem enfrentando aumenta a insegurança da população e de acordo com Silva (2014) torna a mulher mais agitada, buscando soluções mais criativas e inovadoras para vencer as dificuldades e, procurando abrir sua mente para assumir comportamentos novos e soluções com outras possibilidades.

## V – Quanto aos motivos que as levaram a empreender

Apesar do alto índice de percentual de concordância para as respostas, o destaque maior foi para flexibilidade dos horários, que seria uma falsa ideia das mulheres, pois as empreendedoras trabalham mais que sendo funcionárias de empresas, o lado positivo é autonomia e administração desses horários.

**Tabela 6:** Motivos que levaram as mulheres a empreender

<b>Sustento seu e de sua família</b>				
0,9%	0,9%	14,4%	27%	<b>56,8%</b>
<b>Independência financeira</b>				
0%	1,8%	4,5%	20,7%	<b>73%</b>
<b>Enriquecimento de suas vidas com uma carreira</b>				
0,9%	5,4%	14,4%	27,9%	<b>51,4%</b>
<b>Flexibilidade de horários</b>				
7,2%	4,5%	12,6%	34,2%	<b>41,4%</b>
<b>Autonomia</b>				
0%	0%	3,6%	38,7%	<b>57,7%</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Observa-se que 56,8% concordam totalmente que foi para o sustento seu e de sua família, bem como 51,4% para enriquecimento de suas vidas com sua carreira, opinião acordada com os dados do SEBRAE (2017), ao provar que cada vez mais mulheres têm se lançado como empreendedoras no País. O caminho do negócio próprio é uma das alternativas para aumentar o rendimento ou até mesmo tornar a atividade como principal fonte de renda.

Os dados quanto a flexibilidade de horários mostram 41,4% e 34,2% concordam totalmente e concordam, assim, convêm citar Maximiano (2012) quando acrescenta que o tempo é um recurso que deve ser usado de maneira eficiente em qualquer processo.

Opinião acordada por Sandra Boccia, Diretora de Redação da Revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios (2016), ao destacar que o perfil das empreendedoras brasileiras inclui a sedução pela possibilidade de empreender e administrar seu próprio negócio continua ainda destacando que a flexibilidade de horários é um grande atrativo e uma vantagem perante o ambiente corporativo.

Com relação a busca por autonomia ser um dos motivos que as levaram a empreender obteve-se o percentual de 57,7%, ao que Bonfim e Teixeira (2015) relatam que elas iniciam seus negócios por vários motivos dentre eles por necessidade de sobrevivência, por influência familiar, pelo desejo de conciliar trabalho e família, como estratégia para conseguir independência, autonomia, etc.

## VI – Desafios enfrentados pelas empreendedoras

As respostas obtidas em relação aos conflitos enfrentados no trabalho / família somaram-se a 74,7% de concordância, bem como 63,9% relacionados a falta de tempo com a família, indo, portanto, de encontro a opinião dos autores Alperstedt *et. al.* (2014) ao assegurarem que o conflito vivido específico da empreendedora é de ordem pessoal. O conflito trabalho-família envolve o embate entre as atividades tradicionalmente exercidas por elas na sociedade, tais como o trabalho doméstico, o cuidado dos filhos e o empreendimento. A figura do marido também exerce um papel crucial na vida das mulheres empreendedoras (Tabela 7).

**Tabela 7:** Desafios enfrentados pelas as mulheres empreendedoras

<b>Conflitos trabalho e família</b>				
7,2%	8,1%	9,9%	<b>37,8%</b>	<b>36,9%</b>
<b>Discriminação pelo fato de ser mulher</b>				
14,4%	10,8%	22,5%	<b>28,8%</b>	<b>23,4%</b>
<b>Falta de recurso para empreender</b>				
2,7%	8,1%	15,3%	<b>44,1%</b>	<b>29,7%</b>
<b>Falta de tempo para família</b>				
4,5%	10,8%	20,7%	<b>34,2%</b>	<b>29,7%</b>
<b>Falta de admiração e respeito</b>				
12,6%	18%	22,5%	<b>30,6%</b>	16,2%

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

O apoio da família no negócio é de acordo com Alperstedt *et. al.* (2014) o conflito mais comumente encontrado em proprietárias de pequenas empresas, cuja fronteira entre o trabalho, vida pessoal e a família não está bem definida. Outro fator de destaque que contribui para o aumento das pressões sentidas por elas é a ausência de colaboração por parte dos filhos e do cônjuge.

A discriminação infelizmente ainda é um assunto real cujos índices apresentados na tabela só confirmam. Opinião ressaltada pelo SEBRAE (2016) quando enfatiza que as mulheres ainda sofrem julgamentos desiguais em relação aos homens, que são considerados mais competentes em assuntos relacionados a negócios.

Quanto à falta de recurso para empreender, 73,8% foram afirmativas, ao que Nogueira, Alvarez e Urbano (2013) destacam o medo do fracasso e a percepção de capacidades como os fatores socioculturais que mais influenciam no empreendedorismo feminino. Entretanto, não se pode discordar que no ambiente corporativo é fundamental para o bom desempenho organizacional que o indivíduo, homem ou mulher, saiba administrar a vida pessoal e profissional de modo que elas não se conflitem. Porém, percebe-se que, na administração desse conflito, as mulheres estão em desvantagens com relação aos homens.

Por fim, quanto a falta de admiração e respeito, pode-se observar que o percentual ficou um tanto quanto equilibrado, não apresentando falta de pontuação em nenhum das opções destacadas. Nos estudos de Bonfim e Teixeira (2015) elas relatam que a admiração e o respeito atribuído a condição de empreendedora acontece depois que o negócio ficou mais sólido, antes disso existe apenas descrença no sucesso do empreendimento.

## 5 CONCLUSÃO

Tomando-se a inquietação das mulheres como uma qualidade que as tornam potenciais empreendedoras, este trabalho apresentou como objetivo principal investigar se as dificuldades sofridas no percurso empreendedor interferem em seu comportamento. E, para que os objetivos fossem atingidos, procurou-se primeiramente fundamentar o assunto maior da pesquisa: o empreendedorismo. E foi através de pesquisa bibliográfica realizada em livros, periódicos e sites que a base do estudo foi alcançada tendo a contribuição de diversos autores.

Em seguida, a pesquisa *in loco*, permitindo que um pouco da teoria fosse finalmente vista e sentida no dia a dia. Desta forma, o objetivo foi atingido quando, através de um instrumento de pesquisa disponibilizado na web e aplicado presencialmente, a uma quantidade total 111 (cento e onze) empreendedoras fizessem parte da amostra.

Os dados obtidos indicaram que o perfil geral das entrevistadas fosse caracterizado como: compreendidas entre 18 a 25 anos, a maioria casada, possuindo um filho, com uma renda média mensal de 1 a 3 salários mínimos, nível superior completo, atuando no setor de serviços, que empreenderam por necessidade e possuidoras de negócio com tempo superior há 6 anos.

Observou-se que as mulheres têm conhecimento da importância do empreendedorismo para a economia do País, mas consideram pouco incentivo para empreender, e ainda possuem pouco conhecimento das entidades ligadas ao empreendedorismo. Neste caso, caberá aos órgãos que trabalham na área intensificar a publicidade nas redes sociais e outros veículos.

Constatou-se ainda que a maioria considera importante para o percurso empreendedor fatores positivos e negativos como: exemplos de conquistas de femininas nos negócios, o aumento do número de mulheres com maior grau de instrução, a redução no número de filhos, a desigualdade salarial e a maior urbanização.

Quanto as suas características de comportamento, percebeu-se que administram diversos papéis, como cuidar da casa, do marido e filhos, supermercados, tarefas escolares, além da gestão do próprio negócio, sendo mais subjetivas e flexíveis, autoconfiantes, sentem-se responsáveis pelo o sucesso e fracasso do negocio, e compartilham mais informações e objetivos. Assim, não é injustamente que os negócios femininos vêm crescendo ao longo dos anos, pois mesmo diante dos vários desafios enfrentados, elas se mantêm firmes e otimistas, encorajando futuras empreendedoras.

Compreende-se que as dificuldades comportamentais sejam no âmbito familiar, profissional ou psicológico ocorridas no percurso empreendedor não são poucas, mas não são motivos suficientemente fortes para que abandonem o sonho de tornarem-se empreendedoras. Existe sim um desequilíbrio entre homens e mulheres, seja no trato, no respeito, na condição familiar, no ganho financeiro e outros itens observados na pesquisa, entretanto, e tomando-se como base os dados coletados, não conseguirão barrar a força de vontade dessas guerreiras.

Muito embora tenham ocorrido situações que dificultaram as suas trajetórias e não saíram de acordo com o planejado, ressaltam-se de forma maiúscula, palavras de agradecimento, admiração, respeito e paciência às diversas empreendedoras que de uma forma ou outra, se dispuseram a responder o instrumento de pesquisa, entre uma venda, um troco ou conversa com os clientes.

Acredita-se que o resultado do estudo, apresenta informações significativas não somente para os alunos do curso de administração, como também para outros cursos, disciplinas afins e para futuras empreendedoras, por possuírem informações que orientam, despertam interesse e instruem na abertura de novos negócios.

Sugere-se, portanto, que futuras pesquisas sejam realizadas com uma abordagem mais detalhada das empreendedoras, que possam atingir uma amostra maior, facultando ainda maiores detalhes sobre a situação conflitante da vida pessoal, familiar e profissional.

## REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D., FERREIRA, J. B., SERAFIM, M. C. **Dificuldades relatadas em história de vida.** Revista de ciências da administração V16, n.40. Dezembro 2014. Disponível em: [https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/viewFile/2175-8077.2014v16n40p221/pdf\\_45](https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/viewFile/2175-8077.2014v16n40p221/pdf_45). Acesso em 09 maio 2017.



ACIOLY, Bruna. **Empreendedorismo feminino na atualidade**. 2014. Disponível: <http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/academico/empreendedorismo-feminino-na-atualidade/76811/>. Acesso em 23 mar 2017.

BRANCALIONE, D. WERLANG, N. B. Revista de Divulgação Científica ÁGORA. **Empreendedorismo Feminino uma análise das competências intraempreendedoras de gestoras de cooperativas catarinenses**. Jul / Dez 2015 Disponível: <file:///C:/Users/Mario/Downloads/937-4146-1-PB.pdf>. Acesso: 01 Jun 2017.

BITTENCOUR, L. **PME: os principais desafios para mulheres empreendedoras**. 2016. Disponível: <http://exame.abril.com.br/pme/principais-desafios-mulheres-empreendedoras/>. Acesso em 11 maio 2017

BONFIM, L.C. Silva, TEIXEIRA, R. M.. **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, 10(1), pp. 44-64, jan./abr. 2016. Disponível: <https://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/855/696>. Acesso em 3 jun 2017

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo Feminino: Desafios Enfrentados por empreendedoras na Gestão de Pequenos Negócios no Setor de Turismo**. RPCA, Rio de Janeiro, v.9, n. 2, abr./jun. 2015. P. 48-69 Disponível: [file:///C:/Users/Mario/Downloads/530-1906-6-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Mario/Downloads/530-1906-6-PB%20(1).pdf). Acesso em 09 maio 2017

COOPER, D., R. SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 12<sup>a</sup> ed. Porto Alegre AMGH, 2016

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 6<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Empreende\Atlas, 2016.

FERNANDES, J. A. T., CAMPOS, F., SILVA M. O. **Mulheres empreendedoras: o desafio de empreender**. 2013. Disponível: <http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>. Acesso em 15 maio 2017.

FERREIRA, J.G., TANNHAUSER, C. L.; BIEGELMEYER, U. H.; FERNANDES, A. M.; CRACO T.; REMUSSI, R.; POZZO, D. N.; GILIOLI, R. M. **Empreendedorismo Feminino: o caso do grupo jogo de damas**. Espacios. Vol. 37 (Nº 15) 2016, pag. 19. Disponível: <http://www.revistaespacios.com/a16v37n15/16371522.html>. Acesso em 18 maio 2017.

FILION, L. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração. São Paulo. V. 34, n. 2, p. 05-28, abril/jun, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2016: relatório executivo**. Curitiba: IBQP, 2016. Disponível: [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 21 set 2017.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 9<sup>a</sup> ed. Porto Alegre: Bookman, 2014

MENDES, J. **Empreendedorismo para jovens: ferramentas, exemplos reais e exercícios para alinhar a sua vocação com o seu projeto de vida**. São Paulo: Atlas, 2012.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2015

OLIVEIRA, E. M., NAKAZONE N., COELHO T. J. N.G. **A participação feminina no microempreendedorismo individual no estado de são Paulo**. Artigo Revista Lumem. 2016. Disponível:  
<http://www.periodicos.unifai.edu.br/index.php/lumen/article/view/16/45>. Acesso em 19 abr. 2017

PORTO, Maria de Fátima Silva. **Com licença, eu vou à luta: mulheres empresárias de patos de minas. 1980-90**. Dissertação. Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-graduação em História. Minas Gerais: Uberlândia, 2002.

REVISTAPEGN. globo.com. **Flexibilidade atrai mulheres para o empreendedorismo**. Disponível: <http://revistapegn.globo.com/agosto/2016>. Acesso em 08 nov 2017.

SANTOS, B. M., SANTOS, J. A. **A evolução da mulher no mercado de trabalho: comparação entre o ontem e hoje**. FABE em Revista **Bertioga Vol. 8, 2016**. Disponível: <http://www.fabeemrevista.com.br/8/integra/03.pdf>. Acesso em 28 Abr 2017

SEBRAE. Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas. **Atitude empreendedora: os desafios das mulheres empreendedoras**. Outubro de 2016. Disponível <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 15 maio 2017

\_\_\_\_\_. **Os donos de negócios do Brasil: Análise por sexo (2003 – 2013)**. Séries estudos e pesquisas. 2015. Disponível:  
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b813ba67e266bbdc48177dd04726c87/\\$File/5452.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b813ba67e266bbdc48177dd04726c87/$File/5452.pdf). Acesso em 03 jun 2017.

STROBINO, M. R de C., TEIXEIRA R. M. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba**. R.Adm. São Paulo, v.49, n.1, p.59-76, jan./fev./mar. 2014. Disponível: <http://www.scielo.br/pdf/rausp/v49n1/a06v49n1.pdf>. Acesso em 09 maio 2017

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 16ª ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2016.