



VII Congresso de Pesquisa e Extensão da FSG
V Salão de Extensão

<http://ojs.fsg.br/index.php/pesquisaextensao>

ISSN 2318-8014



**EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL, RAZÕES E DESAFIOS
ENFRENTADOS POR MULHERES EMPREENDEDORAS**

Franciele Cadoná^a, Karine Beterli Pereira^b, Edson do Nascimento Basotti^c, Uiara Gonçalves de Menezes^d, Rafael de Lucena Perini^e

- a) Bacharela em Administração (FSG)
- b) Bacharela em Administração (FSG)
- c) Mestre em Administração - Centro Universitário da Serra Gaúcha (FSG)
- d) Doutora em Administração - Centro Universitário da Serra Gaúcha (FSG)
- e) Mestre em Administração – Centro Universitário da Serra Gaúcha (FSG)*

Informações de Submissão

* (Orientador)
Cicrano de Tal, endereço: Rua Os Dezoito do
Forte, 2366 - Caxias do Sul - RS - CEP:
95020-472

Palavras-chave:

Mulheres. Empreendedorismo Feminino. Perfil.
Razões. Desafios

Resumo

Tendo em vista o crescente aumento de mulheres no empreendedorismo, o presente artigo tem como objetivo analisar o perfil, as razões e dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras para iniciarem o próprio negócio. A metodologia utilizada para a realização do estudo foi a pesquisa descritiva, por trabalhar com dados ou fatos coletados da própria realidade. Quanto a ferramenta de coleta, utilizou-se a pesquisa documental baseada em dados do Global Entrepreneurship Monitor- GEM, 2017. Além disso, realizou-se uma pesquisa com as mulheres empreendedoras das cidades de Caxias do Sul e Nova Roma do Sul, onde utilizou-se uma abordagem qualitativa-quantitativa por permitir obter uma compreensão mais ampla acerca do tema estudado. Como resultados, pode-se concluir que as mulheres empreendedoras possuem muita garra, muita força de vontade e muito amor pelo seu negócio e pelo trabalho que realizam. Além disso, por maiores que tenham sido as dificuldades encontradas, jamais desistiram dos seus sonhos de serem empreendedoras e foram a luta para conquistarem os seus objetivos. Também pode-se destacar que o empreendedorismo feminino movimenta a economia como um todo, pois muito mais do que apenas empreender, a mulher contrata, investe na economia local, gera empregos, proporciona crescimento individual e coletivo, colabora para a inovação dos modelos de negócios e para o crescimento do país.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo irá abordar o tema empreendedorismo feminino, assunto que vem sendo cada vez mais pesquisado, tendo em vista o crescente número de mulheres que partem para o empreendedorismo. Seja por necessidade ou por oportunidade, as mulheres

estão gradativamente mais em busca de formas que as auxiliem na conciliação entre sua vida profissional e pessoal. Dessa forma, o empreendedorismo surge como uma opção para as mulheres que queiram sair do mercado de trabalho tradicional e ir em busca de outras opções que atendam às suas necessidades.

Para Machado et al. (2003), estudos mostram que diferentes motivos levam as mulheres a empreender. Entre os motivos, estão o desejo de realização e independência, visualização de oportunidade de mercado e dificuldades de crescimento na empresa onde trabalham. Além disso, independente do gênero, a visualização de referências de empreendedores na família também é um fator motivador à abertura do próprio negócio.

Segundo dados divulgados pelo Global Entrepreneurship Monitor- GEM (2017), na média da população brasileira adulta, os empreendedores representam 36,4%. Desse valor, 35% são mulheres e 37,9% são homens. Isso se deve, por causa das taxas dos “empreendedores estabelecidos” serem mais altas entre os homens. Já em relação a “empreendedores iniciais”, a taxa feminina indica uma superação à masculina, (19,9% para mulheres versus 19,2% para homens), o que indica que o empreendedorismo tem despertado um desejo maior entre as mulheres. Ao ser analisado esses dados, se confirma que as mulheres estão cada vez mais conquistando espaço no mercado e que tem um papel muito importante na economia, gerando através da abertura de empresas, mais empregos e renda.

Sendo assim, torna-se de extrema importância pesquisas sobre empreendedorismo feminino a fim de melhor conhecer o trabalho desempenhado por elas que, com muita criatividade e competência, abrem suas empresas enfrentando diversos desafios e modificando a sociedade na qual estão inseridas.

Desta forma, o presente artigo tem o objetivo de identificar o perfil das mulheres empreendedoras, analisar os motivos que as levaram a empreender e as dificuldades encontradas por elas para iniciar o próprio negócio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Frente o crescente número de mulheres ingressantes no empreendedorismo, o presente capítulo, com o intuito de proporcionar maior suporte ao tema deste trabalho, é dividido em 4 subseções. Num primeiro momento, trata-se sobre a história e luta das mulheres para conquistarem espaço no mercado de trabalho e no empreendedorismo. Em

seguida, aborda-se o perfil das mulheres empreendedoras, bem como os motivos e dificuldades enfrentados por elas na hora de empreender.

2.1 História do empreendedorismo feminino

Ao longo da história da humanidade, as desigualdades dos papéis desempenhados entre mulheres e homens eram nitidamente distintos. Enquanto os homens eram considerados líderes familiares, responsáveis pelo provento da família, as mulheres, segundo Nascimento (2015), eram subordinadas aos homens e à elas cabia, além da função de ser fonte de reprodução biológica, a responsabilidade pelos afazeres domésticos e aos cuidados com os filhos. No entanto, com o passar do tempo esta realidade foi mudando.

Segundo Nascimento (2015), a partir da primeira Revolução Industrial iniciada no século XVIII na Inglaterra, onde houve a substituição do trabalho artesanal pelo assalariado e com o uso das máquinas, o qual passou a demandar mais mão-de-obra, abriu espaço para a inserção da mulher no mercado de trabalho. Tonani (2011 apud NASCIMENTO, 2015) também afirma que na primeira e segunda Guerra Mundial o fato dos homens estarem lutando nos campos de batalha - e onde muitos não sobreviveram e outros foram mutilados - resultou em falta de mão de obra masculina nas indústrias e favoreceu a contratação de mão de obra feminina para manter a economia estabilizada. Porém, na ausência dos maridos, a falta de emprego e de condições para sustentarem a si e seus filhos fez com que as mulheres aceitassem condições de trabalho inadequadas, com salários baixos e sobrecarga da jornada de trabalho.

Diante de tais condições e das desigualdades que enfrentavam em relação aos homens, as mulheres passaram a se unir para reivindicar seus direitos. Atualmente, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 prevê que homens e mulheres têm direitos e obrigações iguais perante a lei. Além disso, a lei também presume a proteção do mercado de trabalho da mulher, mediante incentivos específicos.

Conforme a Plataforma Agenda 2030, em setembro de 2015, líderes mundiais se reuniram na sede da ONU no intuito de realizar um plano de ação para acabar com a pobreza, proteger o planeta e assegurar que as pessoas atinjam a paz e a prosperidade: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. A Agenda 2030 é composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas. Dentre os objetivos, o 5º

Objetivo trata sobre igualdade de gênero e algumas de suas metas, que dizem respeito também sobre o empreendedorismo feminino, são:

a) Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública;

b) Empreender reformas para dar às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso à propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, serviços financeiros, herança e os recursos naturais, de acordo com as leis nacionais;

c) Adotar e fortalecer políticas sólidas e legislação aplicável para a promoção da igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas, em todos os níveis. (AGENDA 2030)

Segundo Schlickmann e Pizarro (2013 apud NASCIMENTO, 2015), com o passar do tempo as barreiras relacionadas ao papel das mulheres no passado como, por exemplo, de serem meras reprodutoras, subordinadas dos homens e cuidadoras do lar e dos filhos foram superadas. A partir da década de 70 a mulher passa a ter uma participação maior no mercado de trabalho, a conquistar novos patamares, profissões de maior destaque e valor. Bertolini (2002), também destaca que aos poucos a mulher começou a ingressar nas universidades e atuar em profissões até então exclusivamente masculinas mostrando, assim, sua capacidade de contribuir e de ser provocadora de mudanças na sociedade e na vida familiar.

Entre os novos patamares alcançados pelas mulheres está o empreendedorismo, que permite não apenas o retorno econômico e independência financeira, mas acima de tudo possibilita a satisfação pessoal, elevação da autoestima e sem dúvidas, a diminuição do preconceito que prevaleceu reduzindo a imagem feminina ao longo de toda a história. (CESTARI, 2018)

Nos últimos anos, a quantidade de mulheres que abrem o próprio negócio vem crescendo consideravelmente e está se aproximando cada vez mais do número de homens empreendedores (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR- GEM, 2017). Segundo o Sebrae (2007, p. 3), “as mulheres são mais de 50% da população brasileira e chefiam 1/3 das famílias. Representam quase a metade dos empreendedores do País”. Conforme dados da pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor-GEM (2017) em parceria com o Sebrae, no ano de 2017 as mulheres representaram 24 milhões

de empreendedoras no Brasil, número pouco abaixo ao universo masculino, que é de 25,4 milhões.

Ainda segundo a pesquisa, quando o assunto é relacionado ao estágio do empreendimento, os homens superam as mulheres em 4,2 pontos percentuais nos empreendimentos estabelecidos (maiores que 3,5 anos), entretanto o público feminino tem maior representatividade ao se tratar de empreendimentos em estágio inicial (até 3,5 anos), ou seja, na abertura de novas empresas superam os homens em quase um ponto percentual.

Assim, conforme o site da economia UOL (2019), a ONU instituiu em 2014, o dia 19 de novembro como sendo o Dia Global do Empreendedorismo Feminino, com o propósito de apoiar e incentivar a inserção das mulheres na área corporativa além de valorizar as mulheres empreendedoras e destacar a importância do impacto econômico que elas produzem na sociedade pois, muito mais do que apenas empreender, ela contrata, investe na economia local, gera empregos, proporciona crescimento individual e coletivo, colabora para a inovação nos modelos de negócios e para o crescimento do país.

2.2 Perfil das mulheres empreendedoras

O tema empreendedorismo, segundo Dornelas (2008), começou a ser observado no Brasil em 1990, quando o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (Sebrae) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) foram criadas. Antes disso, o tema era pouco explorado. O cenário na época, não favorecia muito o empreendedor, que não tinha onde buscar informações que o auxiliassem nessa jornada.

Machado et al. (2003), destaca que o tema empreendedorismo feminino, embora pouco falado e estudado, acabou sendo cada vez mais crescente na sociedade atual, visto que as mulheres estão adquirindo mais espaço no mercado de trabalho e na administração de seus próprios negócios. Nesse contexto, o autor afirma que se encontram nelas, características e perfil diferenciado.

Para alguns autores, como Machado (2009 apud ARAUJO, 2013), as mulheres empreendedoras se diferenciam dos homens no estilo estratégico e no poder compartilhado. Ainda, segundo Machado (1999 apud NETO; SIQUEIRA; BINOTTO, 2011) que desenvolveu um trabalho acerca do tema, mulheres empreendedoras possuem características, tais como: ótimo nível educacional; são, em grande maioria, primogênicas

ou filhas únicas, o qual o autor atribui maior dedicação dos pais; se encontram na faixa etária entre 31 e 50 anos; são casadas e possuem filhos.

Conforme Grzybovski, Boscarin e Migott (2002) e Lodi (1999) (apud BINOTTO et al., 2014), as mulheres empreendedoras apresentam características como: humildade, maior estabilidade emocional, objetividade, auto renúncia, disposição para operar em ambientes de contrariedade e inteligência enriquecida pela intuição. Outras características também lhes são atribuídas. Conforme França (2019), as mulheres empreendedoras possuem uma abordagem mais humanista, têm visão sistêmica, são pacientes e persistentes nas negociações, possuem habilidade de multitarefa, preocupação com o ambiente social, espírito de cooperação, além de contribuírem para a formação e desenvolvimento de outras empreendedoras.

Betiol (1998 apud GOTARDO; CORCETTI, 2014), destaca que as mulheres, de uma maneira geral, são mais sensíveis, preocupadas com o lado emocional das pessoas, compreensivas, conciliadoras e possuem maior facilidade para trabalhar em equipes.

2.3 Motivos que levaram as mulheres a empreender

Muitos são os motivos que levam as mulheres a se tornarem empreendedoras. Conforme Gomes e Santana (2004 apud STROBINO; TEIXEIRA, 2014), as mulheres optam pelo empreendedorismo, em sua grande maioria, para ter uma maior flexibilidade de horário e para poder conciliar trabalho-família. Gimenez et al. (1998), Hisrich (1989), Still e Timms (1998), Vokins in Allen e Truman (1993) (apud MACHADO et al., 2003) acrescentam ainda, como motivo para as mulheres empreenderem, o descontentamento com o trabalho anterior.

Para Machado et al. (2003), as mulheres tendem a empreender mais por necessidade do que por oportunidade. Algumas razões que justificam esta afirmação se dá devido a realização pessoal, mudança na situação atual (como o falecimento do cônjuge), ou ainda sendo uma alternativa para o sustento da família.

Conforme Bochniarz (2000 apud MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013), algumas empreendedoras criam seus negócios pela percepção de oportunidade no mercado e pelo desejo de realização. Para os autores Moore e Buttner (1997 apud MACHADO et al, 2003), a presença de exemplos de mulheres empreendedoras também pode ser um fator de influência na hora da abertura de um negócio, pois surge uma

identificação que contribuí com o aprendizado empreendedor. Além disso, os autores ainda acrescentam a não identificação na forma pelo qual os homens administram suas empresas, acreditando que podem fazer melhor e de forma mais consolidada dentro de seus valores.

Machado, Gazola e Anez (2013), afirmam que as mulheres partem para o empreendedorismo, muitas vezes, pelo desejo de ganhar mais dinheiro e, assim, aumentar seu nível do consumo. Além do mais, o fato de encontrar dificuldades em se adequar no mercado de trabalho também pode resultar em estímulos para a abertura do próprio negócio.

2.4 Desafios encontrados pelas mulheres empreendedoras

Conforme Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), o processo de empreender por si só já é complexo, tanto para homens quanto para mulheres. No entanto, devido a construção histórica vinculada ao gênero feminino, as mulheres enfrentam desafios extras quando empreendem, como por exemplo, dificuldades de inserção em alguns setores de atuação tidos como setores masculinos e o conflito trabalho-família.

Além disso, a variedade de papéis, a dupla jornada de trabalho e a necessidade de conciliar a vida pessoal e profissional tornam o sucesso do empreendimento mais desafiador. “As mulheres elaboram um sentimento de culpa alimentado pela família e por elas próprias, em função da necessidade de abrirem mão do tempo destinado à convivência com a família e de suas tarefas de “mãe” e “esposa” para se dedicarem aos negócios” (CRAMER; CAPPELE; SILVA, 2001 p. 02 apud DANDOLINI, 2018, p. 55).

Shrugg, Yacuk e Glass (1992 apud MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013) afirmam que no processo de abertura do negócios as mulheres enfrentam barreiras como a ausência de apoio da família, a inexperiência, a falta de tempo, de capacitação e de acesso às informações. Noguera, Alvarez e Urbano (2013 apud ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014) destacam o receio do fracasso e a percepção de competência como sendo os motivos socioculturais que mais pesam para as empreendedoras.

A escassez de recursos e as dificuldades quanto ao acesso de crédito junto a instituições financeiras também são fatores que exercem grande influência em relação ao empreendedorismo feminino. Carter et al. (2007) e Lewis (2006) (apud LEAL et al.,

2012) salientam que o processo para a concessão de crédito às mulheres é mais lento e os níveis de exigências são maiores. O motivo disto acontecer está relacionado ao preconceito existente em relação às mulheres que, apesar de representarem uma nova fatia de mercado sobre o qual as instituições financeiras têm interesse, são consideradas empreendedoras de baixa performance e representam maior probabilidade de riscos.

Além disso, pesquisas realizadas por Shelton (2006 apud LEAL et al., 2012, p. 5) apontam que “a mulher possui pouco conhecimento do negócio, ou seja, baixo conhecimento gerencial” e também “constitui negócios em segmentos que estariam fragmentados, gerando poucas oportunidades de crescimento ou sobrevivência de seus negócios”. Todos estes fatores favorecem a inibição de crédito às mulheres obrigando-as, assim, a iniciarem o negócio apenas com bens e economias pessoais.

3 METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como sendo descritivo, pois trabalha com dados ou fatos coletados da própria realidade e tem como objetivo conhecer as variadas situações que acontecem na vida da população analisada a fim de conhecer, com maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno acontece. (CERVO, BERVIAN; SILVA, 2007)

Quanto ao método a ser utilizado, trata-se de uma abordagem qualitativa-quantitativa. A abordagem qualitativa é caracterizada por possuir coleta de dados aberta, onde a amostra de população a ser entrevistada é menor. Além disso, possui uma análise de dados interpretativa com base nas respostas elaboradas pelos próprios entrevistados e cujo a generalização é de forma teórica. A abordagem quantitativa, no entanto, é caracterizada por possuir uma coleta de dados padronizada, com análise de dados estatística e onde a seleção de caso é orientada para a representatividade (estatística), amostragem idealmente aleatória. Sua generalização se dá no sentido estatístico para a população. Sendo assim, haverá uma articulação entre as dimensões qualitativa e quantitativa por proporcionar uma compreensão e explicação mais ampla sobre o tema estudado. (FLICK, 2013)

Além disso, também utilizou-se como ferramenta de coleta a pesquisa documental baseada em dados do Global Entrepreneurship Monitor- GEM, 2017. Desta forma, aplicou-se um questionário qualitativo-quantitativo a 38 mulheres empreendedoras das

idades de Caxias do Sul e Nova Roma do Sul por meio da ferramenta google docs.

O questionário utilizado para a coleta de dados foi composto por três partes sendo a primeira parte composta pelos dados pessoais das empreendedoras, a segunda parte composta pelos dados da empresa das empreendedoras e a terceira parte composta por perguntas específicas sobre o empreendedorismo feminino. O questionário aplicado às empreendedoras foi adaptado dos questionários desenvolvidos por Machado, Gazola e Anez (2013), Dandolini (2018), Machado (2002), Tanure (2014) e Miranda (2007).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil das mulheres empreendedoras

Conforme a pesquisa realizada por Machado, Gazola e Anez (2013), nenhuma empreendedora abriu sua empresa com idade inferior a 20 anos. Os resultados de sua pesquisa apontam que a maioria das empreendedoras entrevistadas iniciaram o negócio com idades entre 21 e 32 anos. No que se refere ao estado civil, Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) apontam que grande parte das mulheres empreendedoras é casada. Além disso, os autores afirmam que 52% das mulheres empreendedoras possuem filhos, enquanto que na presente pesquisa o número de mulheres que possuem filhos é maior e chega a 78,9% sendo, na média, um filho, como aponta a tabela abaixo.

Tabela 1: Dados gerais das entrevistadas

IDADE MÉDIA DAS EMPREENDEDORAS	41 anos
ESCOLARIDADE	Ensino médio completo e superior incompleto -> 50% Ensino superior completo (ou mais) -> 39%
CURSO	Administração
ESTADO CIVIL	Casadas (55,3%)
QUANTIDADE DE MULHERES QUE POSSUEM FILHOS	30 (78,9%)
QUANTIDADE MÉDIA DE FILHOS	1 Filho

Fonte: Elaborado pelas autoras

Segundo dados do GEM (2017), no que diz respeito à escolaridade, a maioria das mulheres empreendedoras possuíam segundo grau completo e ensino superior incompleto

(41%), percentual este, menor do que o apresentado na atual pesquisa (50%). Porém, um dado bastante interessante neste quesito é o aumento da formação acadêmica por parte das empreendedoras. A pesquisa apontou que 39% das empreendedoras possuem nível de escolaridade em ensino superior completo (ou mais) enquanto que, conforme dados do GEM (2017), este número era de apenas 7%, representando, assim, um aumento de 32 pontos percentuais.

A formação acadêmica que mais teve destaque entre as empreendedoras foi administração de empresas, seguido por fisioterapia, agronomia, alfabetização e multiletramentos, artes plásticas, ciências contábeis, ciências, gastronomia, jornalismo, licenciatura plena em educação física, matemática e gestão escolar, nutrição, pedagogia, ciências econômicas e tecnólogo em fruticultura de clima temperado. Segundo Cosso (2014), quanto mais elevado for o nível de escolaridade, maior será as chances do negócio sobreviver.

Em relação ao tempo de dedicação diária à empresa, a grande maioria das entrevistadas afirmaram que dedicam à organização entre 11 e 14 horas e esta informação corresponde com a declaração dos autores Daily, Certo e Dalton (1999 *apud* ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014), o qual revelam que o sucesso profissional normalmente requer longas horas de trabalho dedicadas à empresa.

As empreendedoras afirmaram também que, apesar de dedicarem mais horas de trabalho à organização, o empreendedorismo lhes proporciona maior flexibilidade de horário. Lindo et al. (2004), complementa que a flexibilidade de horário proporciona às mulheres liberdade em administrar o próprio tempo de modo que consigam conciliar de forma benéfica a vida pessoal e profissional. Sendo assim, as entrevistadas informaram que a flexibilidade de horário permite conciliar melhor a questão trabalho-família, podendo dedicar mais tempo aos filhos, casa e marido, além de permitir gerenciar os horários conforme as necessidades do dia a dia, entre as quais estão treinamentos, cursos, lazer e viagens.

4.2 Características da empresa

Para abertura da empresa, 28,49% das empreendedoras responderam que o capital inicial utilizado foi entre R\$ 11.000 e R\$ 30.000. Em seguida aparece, com 23,7%, o valor de até R\$ 10.000 e os valores entre R\$ 31.000 e R\$ 50.0000, corresponde a 15,8%. Os resultados encontrados chegam muito próximo ao da pesquisa feita por Machado, Gazola e Anez (2013),

que destaca que a maioria das empreendedoras utilizam para a abertura da empresa valores de até R\$ 50.000.

Em relação ao tempo de existência das empresas, as mesmas têm em média 11 anos, sendo que variam entre 5 meses a mais recente e 49 anos a mais antiga. Além disso, a maioria das empreendedoras informaram não possuir funcionários e apenas uma delas, atuante no setor da indústria, possui um número elevado de funcionários (70).

Das 38 mulheres pesquisadas, 30 delas informaram que sua participação no orçamento familiar é superior a 50%. No que se refere à forma societária, Machado et al. (2003), informa que é provável que tenha uma tendência por parte das mulheres em abrir empresas no formato de sociedade, o que difere dos resultados encontrados na pesquisa, onde 60,5% das entrevistadas informaram não possuir sócios.

Entretanto, das empreendedoras que possuem sociedade, a maioria à tem com marido e filhos, o que corresponde com a pesquisa realizada por Machado et al. (2003), a qual apontou que 72% das mulheres empreendedoras possuem sociedade com os maridos. Segundo o autor um dos motivos apontado pelas mulheres para constituírem sociedade é o fato de facilitar o financiamento dos negócios.

Em relação ao faturamento bruto anual, Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), destacam que a maioria das empresas administradas por mulheres possuem um faturamento abaixo de R\$ 240.000 ao ano e vai ao encontro dos resultados apontados pela presente pesquisa na qual 73,7% das empreendedoras informaram ter um faturamento bruto anual de até R\$ 120.000.

Além disso, os autores ainda afirmam que as mulheres empreendem mais no setor de comércio e serviço o que corresponde com os resultados encontrados na atual pesquisa a qual apontou que as mulheres atuam 55,3% no setor de comércio, 36,8% no setor de serviço, 10,5% no setor de indústria e 2,6% no setor de agronegócio. Vale ressaltar que algumas empreendedoras atuam em mais de um setor, como por exemplo, indústria e comércio.

Quando questionadas se já haviam atuado no mesmo segmento de atuação da empresa antes de iniciarem o próprio negócio, a maioria das empreendedoras, ou seja, 52,6% delas, responderam que sim. Desta forma, Gotardo e Corcetti (2014 *apud* MACHADO et al., 2003), asseguram que a experiência profissional anterior tem influência na escolha do ramo do negócio.

Segundo dados divulgados pelo GEM (2017), as empreendedoras estão distribuídas em quatro atividades, sendo elas serviços domésticos, cabeleireiros e/ou tratamento de beleza, comércio varejista de cosméticos e comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios. Na presente pesquisa entretanto, das 38 empreendedoras pesquisadas 21,1% encontram-se em atividade de beleza, saúde e produtos naturais, 18,4% na atividade de alimentação e 15,8% na atividade de vestuário.

4.3 Empreendedorismo feminino

Estudos como Das (1999), apontam três tipos de mulheres empreendedoras: empreendedoras por acaso, as quais iniciam um negócio próprio sem ter definido planos ou metas; empreendedoras forçadas, na qual são obrigadas a empreender devido às circunstâncias indesejáveis às quais são expostas, e; empreendedoras criadoras, que abrem as empresas a partir da determinação e coragem que possuem. Sendo assim, a presente pesquisa revelou que 24 mulheres (68,4%) são empreendedoras criadoras, ou seja, iniciaram o negócio porque viram uma oportunidade de mercado, tinham o desejo de empreender e porque gostavam do que iriam fazer.

Todas elas consideram-se empreendedoras de sucesso. Segundo Machado (2002), o sucesso, para as mulheres empreendedoras, está mais relacionado com o bem estar social do que com o próprio resultado financeiro. Segundo as pesquisadas, as mesmas consideram-se empreendedoras de sucesso pelo fato de serem batalhadoras, trabalhadoras, pacientes e persistentes, pelo negócio ter dado certo e estar crescendo, pelo tempo de empresa, por terem conquistado a confiança do mercado, terem adquirido diversos clientes e pelos mesmos estarem satisfeitos com os serviços e produtos ofertados.

Além disso, informaram que o fato de terem atingido os seus objetivos, fazerem o que gostam, trabalharem com amor, não desistirem nas dificuldades, possuírem a agenda sempre cheia, inovarem os seus produtos e conseguirem bons resultados também são características que as descrevem como empreendedoras de sucesso.

Os motivos que levam as mulheres a criarem as empresas, são as mais diversas. Conforme a pesquisa, a grande maioria desejava ter independência financeira, em seguida vem a percepção de oportunidade de mercado e a busca por desafios. Segundo Gotardo e Corcetti (2014), a independência é uma das razões para a abertura da empresa, como também o desejo

de realização. Conforme Braghirolli (1999 *apud* GOTARDO; CORCETTI, 2014), a realização pessoal é um motivo e pode ser entendido como uma necessidade quando a pessoa busca fazer o melhor possível sempre com foco no desejo de sucesso.

Sexton e Bowman-Upton (1990), por sua vez, destacam que entre as mulheres empreendedoras existe uma busca intensa por independência e um desejo por experiências novas e diferentes, que proporcionem realização.

Quanto às dificuldades encontradas na hora de empreender, as entrevistadas informaram que os maiores problemas encontrados foram a falta de experiência gerencial e a inexperience no ramo de atuação. Segundo Zanakis, Renko e Bullough (2012 *apud* ROSA; MORAES; MENEZES, 2017), a falta de conhecimento sobre planos de negócio e leis específicas para a abertura de empresas são grandes obstáculos no que diz respeito ao gerenciamento da empresa. Em seguida, as entrevistadas apontaram ainda como dificuldades, a falta de conseguir dinheiro, não possuir formação específica, dificuldade para escolher um ponto e dificuldade para conciliar família e trabalho.

Em relação às dificuldades encontradas na gestão da empresa, as empreendedoras responderam que conseguir financiamento, conciliar trabalho e família e a falta de acesso as informações, são algumas das barreiras enfrentadas por elas na hora de gerenciar a empresa. Conforme Machado, Gazola e Anez (2013), essas são algumas dificuldades encontradas na criação da empresa, o que pode ser observado que ainda continuam sendo também, para o gerenciamento.

Antes de tornarem-se empreendedoras, as entrevistadas informaram que possuíam uma rotina mais restrita. Trabalhavam como funcionárias, com baixa valorização profissional, mantinham a rotina definida pela empresa, jornada diária de oito horas, não possuíam flexibilidade de horário e possuíam um retorno financeiro baixo. Com a abertura do próprio negócio apesar do trabalho, da dedicação diária à empresa, das responsabilidades, desafios e preocupações serem maiores, o empreendedorismo proporcionou mais liberdade às mulheres garantindo assim, maior flexibilidade de horários, mais tempo de dedicação à família e lazer, oportunidade de definir suas agendas e um retorno financeiro mais elevado.

Para as entrevistadas, atualmente a empresa representa a sua fonte de renda, realização pessoal, um sonho realizado, independência financeira, um constante aprendizado e onde se dedicam diariamente. Representa também, todo um esforço feito para alcançar os

objetivos e o sustento familiar, na qual vão em busca de novos aprendizados para aperfeiçoar ainda mais seus conhecimentos e garantir que a empresa continue crescendo.

Avaliando o tempo de atuação como empreendedoras, a maioria das entrevistadas afirmaram que encontraram o que buscavam quando optaram pelo empreendedorismo. 60,5% das mulheres informaram que jamais se arrependeram pela decisão tomada quanto a iniciarem seus próprios negócios. Declararam que o empreendedorismo lhes proporcionou a realização pessoal, profissional e financeira que procuravam. Também demonstraram sua satisfação e realização com o empreendedorismo pelo fato de terem atingido um grande número de clientes e por prestar-lhes um bom serviço, bem como por estarem fazendo o que gostam e por ver que conseguiram e foram capazes superar os desafios e chegar onde chegaram acreditando nos seus potenciais.

No entanto, entre as que declararam não ter encontrado o que procuravam no empreendedorismo, o principal motivo citado por elas foi o fato de ainda não terem tido o retorno financeiro esperado. Além disso, também foram citados fatores como: pressão, acreditar que empreender fosse mais fácil e prático, dificuldades em conquistar clientes, custos elevados para manter a empresa, burocracia e o fato de empreender ser uma tarefa solitária, onde há poucas pessoas que conseguem compreendê-las ou ajudá-las. A entrevistada 36, por sua vez, afirma não ter encontrado no empreendedorismo o que buscava pois acredita que “empreender é um ciclo sem fim, onde sempre deve-se buscar melhorar”. Sendo assim, sempre que suas metas são atingidas busca conhecimento e aperfeiçoamento para inovar o negócio.

Entre as entrevistadas que, em algum momento já se arrependeram pela decisão de serem empreendedoras (39,5%), foram apontados como motivos para tal arrependimento o excesso de carga tributária, dificuldades financeiras nos primeiros meses de criação da empresa, crise econômica, pouco tempo para a família, baixa qualificação e formação dos colaboradores, medo do negócio não dar certo, dificuldade em repassar reajuste de valores para os clientes, conflito com sócios e diante de diversas outras dificuldades que surgem ao longo de todo o processo e que, por algum momento, passam na mente a ideia de desistir.

Quando questionadas sobre como é ser empreendedora onde a maioria dos empreendedores são homens, informaram que é um tanto desafiador e necessita ter muita coragem pois ainda há um pouco de preconceito e desconfiança em relação à capacidade e ao trabalho desempenhado pelas mulheres. Segundo Leal et al. (2012), as mulheres têm mais dificuldade em conseguir crédito do que os homens. Desta forma, as pesquisadas afirmaram que

uma desvantagem em relação aos homens empreendedores está no fato de conseguir empréstimos bancários onde, se não forem às instituições financeiras acompanhadas, possuem dificuldades em conseguir o financiamento.

No entanto, a grande maioria das entrevistadas informaram que não encontram dificuldades e nem sentem desvantagens em relação aos homens, visto que na maioria dos setores em que atuam o fato de ser mulher facilita. Também afirmaram que cada pessoa, independente de gênero, encontra dificuldades para empreender, porém todos têm oportunidades e capacidades iguais para desempenhar as funções que quiserem. Sendo assim, acreditam que o que faz a diferença é fazer um bom trabalho e mostrar suas competências e diferenciais. Complementam ainda que as mulheres possuem um perfil que as diferenciam em relação aos homens e que são fundamentais para a gestão da empresa. Segundo elas, as mulheres são mais dedicadas, focadas, persistentes e tomam decisões mais fundamentadas do que os homens.

Além da importância de ter o apoio dos órgãos público, municipal, estadual e federal, por meio de incentivos em todos os aspectos, tais como incentivos fiscais e financeiros que possibilitem a aquisição de créditos com baixos juros, as atitudes fundamentais para estimular o empreendedorismo de acordo com as empreendedoras são, conforme nuvem de palavras:



Imagem 2: Atitudes fundamentais para estimular o empreendedorismo segundo as empreendedoras pesquisadas.

Fonte: Nuvem de palavras.

Como recomendações às mulheres que tem o desejo de empreender, as empreendedoras pesquisadas destacam que é necessário ter coragem e nunca desistir, ir em busca da realização dos sonhos, estudar, buscar informações, sair da zona de conforto e procurar orientação adequada. Também afirmaram que dificuldades e problemas surgirão, mas com muita dedicação, vontade e amor no que se faz o sucesso sempre vem.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo dessa pesquisa se concentrou em analisar o perfil e desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, bem como as razões que as levaram a empreender. Sendo assim, constatou-se que as empreendedoras pesquisadas são, em sua maioria, casadas, possuem filhos e tem em média 41 anos de idade. No que se refere ao nível de escolaridade, grande parte delas declararam ter ensino médio completo, porém, pôde-se analisar que o número de mulheres que possuem ensino superior completo (ou mais) tem aumentado entre as empreendedoras e administração é o curso com maior ênfase entre elas.

O setor de atuação escolhido por elas para empreender foram os setores de comércio e serviço, cujo os ramos de atividade praticados se deram em torno de beleza, saúde e produtos naturais, alimentação, vestuário, educação e treinamento. O capital inicial utilizado para a abertura da empresa foi baixo e em grande parte não ultrapassou os R\$ 50.000 sendo que, atualmente, as empresas possuem em média 11 anos de existência e faturamento bruto anual de até R\$ 120.000.

Constatou-se também, que a maioria das empreendedoras não possuem funcionários e nem sócios. No entanto, entre as que têm algum tipo de sociedade o número total de sócios se restringe a, na média, uma pessoa e este geralmente é o marido ou filho. A participação das empreendedoras no orçamento familiar também corresponde a mais de 50% para a maioria das entrevistadas.

No que diz respeito ao tempo de dedicação à empresa, grande parte das entrevistadas informaram que dedicam entre 11 e 14 horas diárias. Porém, mesmo dedicando longas horas de trabalho à organização, o empreendedorismo lhes permite maior flexibilidade de horários na qual conseguem conciliar melhor a questão trabalho e família, podendo assim, dedicar mais tempo aos filhos, casa e marido, além de permitir administrar os horários de acordo com as necessidades do cotidiano.

Algumas das razões que levaram as mulheres pesquisadas a abrirem o próprio negócio foram o desejo de ter independência financeira e também por terem encontrado uma oportunidade de mercado. Além disso a busca por um desafio, o apoio da família, a necessidade de complementar a renda familiar, o gosto pelo que pretendiam fazer e o desejo de realização também foram destacados como motivos para a criação da empresa. No entanto, também houveram dificuldades neste processo e alguns desafios enfrentados pelas empreendedoras na abertura da empresa foram, de acordo com elas, a falta de experiência gerencial, falta de experiência no segmento de atuação, dificuldade em conseguir dinheiro, falta de formação específica e dificuldade para escolher um ponto.

As entrevistadas afirmaram que antes de se tornarem empreendedoras, tinham uma vida de profissionais da CLT, sem flexibilidade de horário, com muitas responsabilidades, salários baixos e sem valorização profissional. Além disso, destacaram a insatisfação com a condição financeira que viviam e o desejo que possuíam em iniciar o próprio negócio, visto que este já era um sonho que muitas possuíam mesmo quando estavam trabalhando em outros lugares.

De acordo com Jones (2000), a presença da mulher no mercado de trabalho brasileiro está num período de transformação. Se antigamente as mulheres eram economicamente subordinadas aos maridos, atualmente elas desejam muito mais do que apenas casamento e família. As mulheres aspiram uma identidade pessoal que compreende estilo de vida, ensejo para manifestar sua criatividade e autonomia financeira. Desta forma, pode-se perceber que a mulher está desempenhando cada vez mais um papel de protagonista no universo do empreendedorismo brasileiro e merece ser melhor valorizada, uma vez que muito mais do que apenas empreender, a mulher investe na economia local, contrata e gera empregos, ou seja, movimenta a economia como um todo.

Algumas dificuldades encontradas para a realização do trabalho foram o baixo retorno das empreendedoras para responder a pesquisa. Além disso, por ser um tema ainda pouco estudado, a baixa disponibilidade do assunto em livros para consulta também resultou em uma dificuldade para a realização do presente trabalho, uma vez que grande parte do conteúdo pesquisado deu-se em torno de artigos acadêmicos.

Como sugestão para os próximos estudos, propõe-se realizar um estudo com as alunas formandas dos cursos do Centro de Negócios da FSG com o objetivo de analisar quais são as percepções das mesmas sobre empreendedorismo, quantas possuem o desejo

de abrir o próprio negócio e quanto a faculdade contribui e estimula essa vontade em suas alunas.

6 REFERÊNCIAS

AGENDA 2030. Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <<http://www.agenda2030.com.br/ods/5/>> Acesso em 07 abr. 2019.

ALLEN, S & TRUMAN, C (Editors) Women in business - perspectives on women entrepreneurs. London: Routledge, 1993.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. Revista de ciências da administração (CAD/UFSC), v.16, n.40, p.221, 2014.

ARAÚJO, N. P. C. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multi caso de empreendedoras da zona norte da Cidade de Natal. 2013.

BERTOLINI, L. B. A. Relações entre o trabalho da mulher e a dinâmica familiar. 2 ed. São Paulo: Vetor, 2002.

BETIOL, M^a I. S. O feminino: alteridade e identidade frente ao sistema e mundo da vida. Tese (Doutorado em Psicologia Social) - PUC-SP, São Paulo, 1998.

BINOTTO, E. et al. Mulheres gestoras: Caracterizando seu perfil em cooperativas agrícolas. Revista de Gestão e Organizações Cooperativas, v. 1, n. 1, p. 23-33, 2014.

BOCHNIARZ, H. Theses to the discussion at the conference “women entrepreneurs in SMES”. In: Conference Women Entrepreneurs in SMES. Paris: OECD, 2000.

BRAGHIROLI, E. M. Psicologia Geral. São Paulo: Vozes, 1999.

CARTER, S.; SHAW, E.; LAM, W.; WILSON, F. Gender, Entrepreneurship, and Bank Lending: The Criteria and Processes Used by Bank Loan Officers in Assessing Applications. Entrepreneurship Theory and Practice, v.31, n.3, p.427-444, 2007.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. Metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CESTARI, C. Empreendedorismo feminino: do surgimento à ascensão. Disponível em: <<https://aempreendedora.com.br/empreendedorismo-feminino-do-surgimento-a-ascensao/>> Acesso em: 13 abr. 2019.

COSSO, E. Perfil de empreendedoras femininas: Estudo de caso do núcleo das mulheres empreendedoras da Associação Comercial e Industrial de Santo André- SP. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração na Universidade Metodista de São Paulo, 2014.

CRAMER, L.; CAPPELE, M. C. A.; SILVA, A. L. A inserção da mulher no mundo dos negócios: construindo uma identidade. Anais do Congresso de Ciências Humanas,

Letras e Artes. Ouro Preto: 2001.

DAILY, C. M., CERTO, S. T.; DALTON, D. R. Entrepreneurial ventures as an avenue to the top? Assessing the advancement of female CEOs and directors in the Inc.100. Journal of Developmental Entrepreneurship, USA, v. 4, n. 1, p. 19-32, 1999.

DANDOLINI, A. O. V. Empreendedorismo feminino, gênero e liberdade: histórias de mulheres empreendedoras na cidade de Foz do Iguaçu/PR. Paraná: UNIOESTE, 2018. Dissertação (Curso de Pós-Graduação stricto sensu em Sociedade, Cultura e Fronteiras- Nível Mestrado) Universidade Estadual do Oeste do Paraná, 2018.

DAS, M. Women entrepreneurs from southern india: an exploratory study. The Journal of Entrepreneurship, 8(2): 147-163, 1999.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ECONOMIA UOL. ONU lança dia do empreendedorismo feminino e nomeia embaixadora gaúcha. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2014/11/18/onu->

lanca-dia-do-empreendedorismo-feminino-e-nomeia-embaixadora-gaucha.htm> Acesso em: 14 abr. 2019.

FRANÇA, M. O. Empreendedorismo feminino em pauta. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Artigo%20-%20Empreendedorismo%20Feminino.pdf>> Acesso em: 02 abr. 2019.

FLICK, U. Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso, 2013.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Análise dos resultados do GEM 2017 por gênero. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), 2018.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2017. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), 2017.

GIMENEZ, F; MACHADO, H.; BIAZIN, C. A mulher empreendedora: um estudo de caso no setor de confecções, In: 1998 Balas Proceedings. Texas, Vol.1, p.311-322, 1998.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P. As habilidades de relacionamento interpessoal de mulheres que trabalham por conta própria: o caso de Vitória da Conquista-BA. In: Anais do Seminário de Administração (Semead), São Paulo, SP, Brasil, 7, 2004.

GOTARDO, R. B.; CORCETTI, E. Empreendedorismo feminino: estudo das mulheres empreendedoras da cidade de Guarapari-Es. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 8, p. 16, 2014.

GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIN, R.; MIGOTT, A. M. B. Estilo Feminino de Gestão em Empresas Familiares Gaúchas. RAC – Revista de Administração Contemporânea. v. 6, n. 2, p. 185-207 Maio/Ago. 2002.

HISRICH, R. Entrepreneurship: starting, developing and managing a new enterprise. Boston, 1989.

LEAL, L. E. B. B. et al. Percepções de mulheres empreendedoras quanto ao acesso ao crédito em instituições financeiras na cidade de Acuparana. Encontro de

Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas- EGEPE, VII, 2012, Florianópolis. Anais do VII EGEPE- Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas empresas. Florianópolis: 2012.

LEWIS, P. The quest for Invisibility: Female Entrepreneurs and the Masculine Norm of Entrepreneurship. *Gender, Work and Organization*, v.13, n.5, p.453-469, 2006.

LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. Conflito Vida Pessoal vs. Vida Profissional: Os Desafios de Equilíbrio para Mulheres Empreendedoras do Rio de Janeiro. Anais do XXVIII Encontro da ANPAD. Curitiba, 2004.

LODI, J. B. Fusões e Aquisições: o cenário brasileiro. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

MACHADO, H.V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. Anais.... XXIII Encontro da ANPAD. Foz do Iguaçu / PR, 1999.

MACHADO, H. V. Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. Florianópolis: UFSC, 2002. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

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

MACHADO, H. V. Identidade das mulheres empreendedoras. Maringá. Eduen, 2009.

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

MIRANDA, C. M. S. Empreendedorismo feminino na universidade regional de Blumenau. Blumenau: FURB, 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGAd, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Regional de Blumenau – FURB, 2007.

MOORE, D. P. e BUTTNER, E. H. Women Entrepreneurs. London: Sage Publications, 1997.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. 17 objetivos para transformar nosso mundo. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>> Acesso em: 07 abr. 2019.

NASCIMENTO, C. N. A Mulher no Mercado de Trabalho e na Liderança das Organizações: Uma Análise Bibliométrica no Campo da Administração.

São Paulo: PUC-SP, 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Estudos de Pós-Graduados em Administração, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2015.

NETO, F. S. A.; SIQUEIRA, E. S.; BINOTTO, E. Empreendedorismo feminino: o caso do setor salineiro-mossoró/rn. Revista de Administração da UNIMEP, v. 9, n. 2, p. 153-174, 2011.

NOGUERA, M.; ALVAREZ, C.; URBANO, D. Sociocultural factors and female entrepreneurship. Spriger Science+Business Media New York, USA, 2013.

PLANALTO. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm> Acesso em: 13 abr. 2019.

ROSA, S. S.; MORAES, I.S.; MENEZES, G. R. A Contribuição Feminina no Empreendedorismo no Brasil: uma perspectiva regional. VIII Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional- Territórios, Redes e Desenvolvimento Regional: Perspectivas e Desafios. Santa Cruz do Sul, RS, Brasil, 13 a 15 de setembro de 2017.

SEBRAE. Histórias de sucesso: mulheres empreendedoras: pequenas empresas: Região Sudeste. Brasília: Sebrae, 2007.

SEXTON, D. L.; BOWMAN-UPTON, N. Female and male entrepreneurs: psychological characteristics and their role in gender related discrimination. Journal of business venturing, v. 5, 1990.

SCHLICKMANN, E.; PIZARRO, D. A evolução da mulher no trabalho: uma abordagem sob a ótica da liderança. *Revista Borges*, v.3, n.1, 2013.

SHELTON, L. M. Female entrepreneurs, work-family conflict, and venture performance: new insights into the work-family interface. *Journal of Small Business Management*, v.44, n.2, p.285-297, 2006.

SHRAGG, P.; YACUK, L.; GLASS, A. Study of barriers facing Albertan women in business. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, n.9, v.4, p.40-49, 1992.

STILL, L & TIMMS, W. Women in Small Business: Towards a new paradigm. ICSB Singapore Conference Proceedings. HYPERLINK <http://www.icsb.org/pubs/98> <http://www.icsb.org/pubs/98/papers/index.html>, 1998.

STROBINO, M. R. 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. *Revista de Administração*, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

TANURE, P. T. Empreendedorismo e família: quando flexibilizar horários se torna uma sobrecarga para as mulheres. São Paulo: FGV, 2014. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, 2014.

TONANI, A. V. Gestão feminina um diferencial de liderança: mito ou realidade. LATEC/UFF- VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. 2011.

ZANAKIS, S. H.; RENKO, M.; BULLOUGH, A. Nascent Entrepreneurs and the transition to entrepreneurship: Why do people start new businesses? *Journal of Developmental Entrepreneurship*, v. 17, n. 1, p. 1-25, 2012.