

# **EMPREENDEDORISMO FEMININO: representatividade da mulher no mundo dos negócios, seus desafios e potencialidades em tempos de pandemia da Covid-19**

Cristiane Ribeiro Coelho

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET/MG)

E-mail: [cristianeribeiro222@hotmail.com](mailto:cristianeribeiro222@hotmail.com)

Raquel Quirino

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET/MG)

E-mail: [quirinoraquel@hotmail.com](mailto:quirinoraquel@hotmail.com)

## **Resumo**

O empreendedorismo feminino trata-se de um movimento em ascensão no mundo inteiro, como resultado do avanço na garantia dos direitos femininos e da busca constante pela igualdade entre homens e mulheres. Tal fato, traz, além da diversidade, uma quebra de padrões e uma renovação no mundo dos negócios. Dessa forma, buscou-se por meio deste artigo verificar como ocorre a representatividade da mulher no mundo dos negócios, seus desafios e potencialidades em tempos de pandemia. Para tanto, foi realizada uma pesquisa teórica bibliográfica nas bases de dados do Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e Google Acadêmico, contemplando artigos publicados no período de 2011 a 2021, utilizando os descritores: empreendedorismo feminino, gênero, mundo dos negócios, desafios e Covid-19 para a realização da busca. Os resultados da pesquisa indicam que grande parte das mulheres migrava para o empreendedorismo devido à preocupação com a renda familiar e as despesas de casa, visando um melhor poder aquisitivo. Além disso, cabe apontar que a pandemia da Covid-19 contribuiu para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino, em virtude das mulheres serem as principais vítimas de demissões, que fez com que o empreendedorismo se tornasse uma opção para superar desafios e inovar no mundo dos negócios.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino. Gênero. Mundo dos negócios. Desafios. Covid-19.

## **Abstract**

Women's entrepreneurship is a growing movement around the world, as a result of progress in guaranteeing women's rights and the constant search for equality between men and women. This fact brings, in addition to diversity, a break in standards and a renewal in the business world. Thus, this article sought to verify how the representation of women in the business world occurs, their challenges and potential in times of pandemic. To this end, a theoretical bibliographical research was carried out in the databases of the Journal Portal of the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel (CAPES), the Brazilian Digital Library of Dissertation Thesis (BDTD) and Academic Google, including articles published in the period from 2011 to 2021, using the descriptors: female entrepreneurship, gender, business world, challenges and Covid-19 to carry out the search. The survey results

indicate that most women migrated to entrepreneurship due to concern with family income and household expenses, aiming at better purchasing power. In addition, it should be noted that the Covid-19 pandemic contributes to the development of female entrepreneurship, as women are the main victims of layoffs, which made entrepreneurship an option to overcome challenges and innovate in the business world.

**Keywords:** Female entrepreneurship. Gender. Business world. Challenges. Covid-19.

## **Introdução**

Desde a década de 1980, “o aumento expressivo do exercício da atividade empreendedora por mulheres tem sido verificado ao redor do mundo, motivando o interesse de pesquisadores sobre o tema e indicando que se trata de um fenômeno sustentável, e não uma tendência passageira” (BANDEIRA, AMORIM, OLIVEIRA, p. 1106).

O empreendedorismo feminino encontra-se em evidência, devido ao processo de feminização do mercado de trabalho, e dessa forma contribuiu para o aumento de forma gradativa de empreendimentos liderados por mulheres, o que justifica conhecer sua importância no cenário econômico, além das razões que as mulheres têm para empreender e dessa forma relevar uma parcela das particularidades do empreendedorismo feminino (AMORIM; BATISTA, 2012).

A projeção da mulher no mercado de trabalho nas últimas décadas é notável, visto que desde o início dos anos 2000, observa-se um aumento dos empreendimentos comandados por mulheres, mesmo que tais dados em sua maioria sejam relacionados a homens (JONATHAN, 2011).

Segundo dados divulgados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) o empreendedorismo feminino mostra números cada vez maiores a cada ano (EMPREENDEDOR, 2020).

A pandemia também contribuiu para o empreendedorismo feminino, em função das mulheres sempre serem as principais vítimas das demissões. Dessa forma, mesmo com o fechamento de inúmeras empresas devido ao isolamento social da pandemia, as mulheres empreendedoras fecharam o ano de 2020 com um crescimento de 40% do empreendedorismo feminino (EMPREENDEDOR, 2020). A faixa etária da maioria dessas mulheres é de 22 a 35 anos, onde 54% das mulheres decidiram em 2020 a abrir uma nova empresa ou investir em negócios voltados a serviços de alimentação, beleza, estética e moda (EMPREENDEDOR, 2020).

Outro dado de suma relevância divulgado pelo SEBRAE em 2019, é o de que 9,3 milhões de mulheres já eram empreendedoras antes da pandemia, o que representava 34% dos donos de empresa em todo Brasil. O nível de escolaridade das empreendedoras são 16% superiores aos

homens e as mulheres são mais jovens quando comparadas aos homens empreendedores. Além disso, cabe considerar que 24 milhões de mulheres eram donas dos seus negócios, o que representa uma diferença para os homens de aproximadamente 1 milhão de empreendedores a favor do sexo masculino (SEBRAE, 2019).

Considerando este cenário, o presente estudo justifica-se pelo processo de feminização do mercado de trabalho e pela forte participação da mulher no setor de empreendedorismo, pois, cada vez mais as mulheres estão tomando frente nos negócios e se tornando empreendedoras de sucesso.

Dessa forma, a partir das percepções inicialmente apresentadas, propõe-se a seguinte questão de pesquisa: Como se dá a representatividade da mulher no mundo dos negócios? Para responder o problema de pesquisa, utilizou-se como objetivo geral: verificar como ocorre a representatividade da mulher no mundo dos negócios, tendo como objetivos específicos: apresentar estudos relacionados ao empreendedorismo; descrever o comportamento e as características das mulheres empreendedoras; e apontar dados sobre o empreendedorismo feminino e como ocorre a representatividade da mulher no mundo dos negócios e seus desafios.

Este estudo trata-se de uma pesquisa teórica realizada nos bancos de dados do Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no Google Acadêmico, que buscou no conjunto dos resultados, trabalhos já publicados sobre a temática abordada, partindo de leituras sobre o empreendedorismo, empreendedorismo feminino, administração de empresas, desigualdade do gênero, dando ênfase à mulher empreendedora.

### **Referencial teórico**

O presente referencial teórico foi constituído a partir do exame minucioso da literatura existente, que busca dar uma ampla visão da produção científica nos campos abordados nesta pesquisa, tendo sido realizado o levantamento bibliográfico com a finalidade de dar uma base teórica sólida e empírica robusta, construídas e centradas em uma revisão bibliográfica cuidadosa, por meio de pesquisas com relevância científica ao presente estudo.

### **Estudos sobre empreendedorismo**

Os estudos sobre empreendedorismo não seguem um modelo estável, por ser um tema que abrange vários focos e perspectivas. A ideia de empreendedorismo significa a disposição de identificar problemas e oportunidades, ou seja, considera aquelas pessoas que geram ou aproveitam oportunidades na sociedade, e a partir disso, desenvolvem uma atividade econômica

organizada. E ainda investe recursos e habilidades na criação de um comércio, projeto, ou qualquer movimento que busque melhorias e gere um resultado positivo (HASHIMOTO, 2013). Tal conceito mostra que não existe distinção de gêneros, ou seja, não existe nenhuma palavra que afirme que o homem empreendedor é melhor que a mulher empreendedora.

Carreira *et al.* (2015) vê no empreendedor uma das pessoas mais importantes de todo o sistema econômico, por ser quem traz uma ideia de inovação e que permite revoluções nas organizações sociais e econômicas, através do processo chamado pelo autor de “destruição criadora” – que nada mais é do que a substituição de antigos produtos (bens e serviços) por novos.

De acordo com Gomes, Guerra e Vieira (2011) o termo empreendedorismo pode ser definido como a habilidade de perceber novas oportunidades. Gomes, Guerra e Vieira (2011) ainda revisita o conceito *schumpeteriano* e define o empreendedorismo como um ato de inovação que envolve desenvolver com recursos já existentes uma capacidade de produzir riqueza nova.

Neste sentido, nota-se que o empreendedorismo e a pessoa do empreendedor têm relação direta com o resultado que este traz para a sociedade, por intermédio de seu empreendimento. Portanto, não adianta querer empreender pensando somente em criar valor para si mesmo, é necessário todo um planejamento, no qual estejam inseridas as melhorias para a sociedade, criando assim valores para a mesma. Segundo estes autores, a habilidade de lidar com as oportunidades, e trazer inovações são características indispensáveis de um empreendedor, é preciso assumir riscos e agregar valor para determinado produto ou serviço, para assim produzir uma riqueza nova (CAVALHEIRO NETO, 2019).

Dessa forma, o empreendedor não pode ser considerado somente como uma pessoa que abre seu próprio negócio, ou que até mesmo empreende dentro de outras empresas, ele é também o responsável pelo processo de inovação, o qual é de suma importância para o crescimento e até mesmo para a sobrevivência das empresas ou organizações, não só na economia, como também na sociedade como um todo, pois afeta diretamente todos que fazem parte da mesma (CAVALHEIRO NETO, 2019).

Assim, observa-se a necessidade de desenvolver habilidades para identificar o empreendedor ou a empreendedora na organização, muitas das vezes os líderes não observam isso, mas geralmente uma pessoa, seja ela empresária ou somente uma responsável pelo processo de inovação, vem aprimorando seus conhecimentos e se fortalecendo cada vez mais, principalmente por causa do aumento frequente da desordem nos ambientes globais.

## **Comportamento e características de mulheres empreendedoras**

Segundo Carr (1996), ter seu próprio negócio, assim como trabalhar meio expediente ou em casa, são estratégias de trabalho flexível adotadas por mulheres para melhor conciliar as demandas da família e do emprego remunerado. Assim, uma teoria de empreendedorismo que se aplique a mulheres precisa incorporar características familiares, incluindo estado civil e idade das crianças. Tais características familiares representam tanto motivações como restrições nas decisões profissionais das mulheres.

As mulheres conseguem ter e lidar com várias responsabilidades, como trabalhar, cuidar da casa, dos filhos e do marido, e na maioria das vezes ainda conseguem arrumar tempo para si mesma, são capazes de realizar várias tarefas ao mesmo tempo. É explícito que existem muitas diferenças entre o modo de empreender do homem e da mulher, elas têm uma preocupação muito grande com clientes e fornecedores, além do ótimo poder de persuasão, contribuindo assim para o progresso da empresa (VILAS BOAS; PAULA NETO; CRAMER, 2013).

O que não deixa de ser um diferencial considerável em relação aos homens, conforme aponta Grzybovski, Boscarin e Migott (2002):

A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão. Geralmente, esse modelo de gestão é encontrado em organizações eficazes e essencialmente administradas por mulheres, entre os quais se encontram os abrigos para mulheres vítimas de violência, clínicas de atendimento médico à mulher e firmas que vendem produtos diretamente ao público feminino. (GRZYBOVSKI; BOSCARIN; MIGOTT, 2002, p.192).

Neste contexto, cabe ainda considerar que existem algumas características naturais que de maneira geral ajudam a mulher a se tornar uma grande empreendedora e obter sucesso principalmente na área de serviços. Dentre elas estão o comprometimento, a vontade de ajudar, a maior sensibilidade e a empatia. Cita-se este setor, pois tais características simplificam o trabalho, o qual requer maior dinâmica no relacionamento, não só com clientes, como também com fornecedores, colaboradores e a com a sociedade em si, proporcionando um avanço inovador e diferenciado (AMORIM; BATISTA, 2012).

De acordo com Wilkens, (1989, p. 20):

A empresária empreendedora é uma alma independente, uma pessoa criativa que gosta de arriscar, e que, por sua própria vontade, faz de uma ideia um empreendimento lucrativo. A verdadeira empresária empreendedora acha irresistíveis os novos empreendimentos e prospera dando vida às suas ideias. No entanto, a criatividade, a imaginação e uma queda pela ação compõem

apenas um lado de sua personalidade; ela pode ser autocrítica, severa e controladora também. A típica empresária empreendedora sempre acha que seu caminho é a única maneira de realizar algo. (WILKENS, 1989, p. 20).

Com isso, acredita-se que a mulher empreendedora seja aquela que tem capacidade de identificar novas oportunidades, tem segurança para tomar decisões, tem competência para assumir riscos, além de habilidade e inspiração para ser líder, além de acreditar no seu potencial e talento para empreender e conhecer o ramo empresarial.

### **Empreendedorismo e a representatividade da mulher no mundo dos negócios e seus desafios em tempos de pandemia de Covid-19**

Há anos as mulheres vêm lutando por igualdade social e por uma representatividade maior no mercado de trabalho. Contudo, apesar dos grandes avanços e conquistas ainda existem muitos desafios a serem enfrentados. E toda essa luta, possui um aliado, denominado empreendedorismo feminino (COSTA *et al.*, 2018).

De acordo com os dados da última Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua (PNADC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 9,3 milhões de mulheres se encontram à frente de negócios no Brasil e que, em 2018, elas já representavam 34% dos “donos de negócio” (SEBRAE, 2021a).

Segundo a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que é a principal pesquisa sobre o empreendedorismo no mundo, com dados coletados em 49 países, apresentou, em sua última edição de 2018, que o Brasil ficou na sétima posição do *ranking* de proporção de mulheres à frente de empreendimentos iniciais que tinham menos de 42 meses de existência (SEBRAE, 2021a).

Pode-se dizer que em comparação há algumas décadas atrás, atualmente a sociedade encontra-se bem mais preparada a aceitar a figura da mulher empreendedora, embora que em certas situações ainda exista um padrão a ser quebrado. Em 2010 o Brasil representou bem a aceitabilidade da mulher nos negócios, uma vez que elegeu uma mulher como Presidente da República. Tal fato, não representa somente a aceitação da mulher no mercado de trabalho, como também no lugar de empreendedora e administradora de grandes negócios (MEDEIROS; CHAVES, 2017).

Durante o século XX, tem se observado cada vez mais o crescimento do número de mulheres empreendedoras no Brasil. Porém, como colocam Beauvoir (2009) e Braverman (1987), tal crescimento se dá pela preocupação com a melhora da renda familiar, e não somente por uma ideia de independência.

De fato, quando as mulheres começaram a ingressar no mercado de trabalho, em sua grande maioria devido à preocupação com a renda familiar e as despesas de casa, visando um melhor poder aquisitivo, mas com o tempo e com as transformações culturais a partir da década de 1970, como por exemplo, as conquistas do movimento feminista, elas foram percebendo que, se era possível ajudar a família, também era possível melhorar a própria vida, o que as levou a começar a pensar na independência financeira, e sucessivamente a um aumento do nível de escolaridade (FRAGOSO, 2015).

Verifica-se, então um melhor desempenho da mulher no mercado de trabalho. Entre todos esses acontecimentos, a mulher, que antes era apenas uma dona de casa, ou uma assalariada, tentou aproveitar as oportunidades e abrir o seu próprio negócio, com o intuito de ajudar na renda familiar e/ou de se realizar profissionalmente e talvez conquistar a independência financeira (FRAGOSO, 2015).

No que se refere o aspecto familiar, as mulheres direcionam uma parte maior de sua renda ao bem-estar e educação de seus filhos, e neste contexto, o empreendedorismo é apontado como um dos melhores caminhos para o desenvolvimento de uma nação, em que é evidente a contribuição social das mulheres empreendedoras. O empreendedorismo feminino provoca impacto econômico, ao gerar empregos e renda; social por meio de um maior equilíbrio entre trabalho e família; e político, com o aumento da autonomia e independência econômica feminina (BANDEIRA, AMORIM, OLIVEIRA, p. 1106).

Outro aspecto importante é que essa expressão e escolha de carreira também é uma das formas pelas quais as mulheres podem romper com o teto de vidro encontrado nas organizações. O teto de vidro é uma metáfora para a barreira simbólica que dificulta a ascensão feminina aos cargos mais altos das empresas, e permite às mulheres apenas visualizarem posições de comando, as quais são impedidas de alcançar. [...] Além da discriminação sexual e do assédio no ambiente organizacional, a expectativa social pelo cuidado com os filhos, o apoio a pais idosos, as demandas pessoais e as questões amorosas, fazem com que, com frequência, mulheres busquem novas modalidades de contratos de trabalho, ou optem pelo desligamento da empresa. Neste sentido, a escolha pelo empreendedorismo surge como uma alternativa para as mulheres, no sentido de melhor adequar seus objetivos, demandas e papéis, em contraste aos modelos tradicionais de carreira. (BANDEIRA, AMORIM, OLIVEIRA, p. 1106).

Cabe apontar, que além de contribuir para o crescimento da economia e para a criação de empregos, o empreendedorismo feminino também possui o poder de transformar as relações sociais. Como por exemplo, as mulheres que alcançam a autonomia financeira, não precisam mais se submeter a relacionamentos abusivos e violentos, pois não dependem mais de seus parceiros para se sustentar (SEBRAE, 2021a).

Além disso, as lideranças femininas possuem grande potencial transformador dentro das empresas, pois conseguem diversificar os pontos de vista na tomada de decisões e dar maior visibilidade para as questões relacionadas ao gênero, tanto na rotina laboral com os colegas, quanto na relação cliente/prestador de serviço. Da mesma forma, que as empresárias empoderadas podem influenciar/inspirar outras mulheres, ao compartilhar suas histórias e vivências de vida que contribuem para ajudar outras mulheres a superar os obstáculos e desafios (SEBRAE, 2021a).

Os autores Buttner e Moore (1997) sugerem que as carreiras das mulheres não podem ser bem compreendidas se forem considerados os padrões dos homens, visto que se espera dos homens que direcionem sua energia para a carreira durante os anos de trabalho, quanto das mulheres é esperado que assumam maior responsabilidade pelos cuidados com a família, assim como com o trabalho.

Dessa forma, a administração destas responsabilidades se apresenta como uma questão que preocupa a maioria das mulheres que trabalham. Mesmo que exista um crescente reconhecimento das responsabilidades dos pais e maridos na manutenção da vida doméstica, as mulheres ainda assumem uma parte desproporcionalmente maior referente a essas responsabilidades, o que se apresentam como desafios em sua trajetória profissional (GOMES; GUERRA; VIEIRA, 2011).

Para Carr (1996), ter seu próprio negócio, assim, como trabalhar meio expediente ou em casa, são estratégias de trabalho flexível adotadas pelas mulheres para conciliar as demandas da família e do emprego remunerado. Dessa forma, uma teoria de empreendedorismo que se aplique as mulheres precisa abranger características familiares, que representam tanto motivações como restrições nas decisões profissionais das mulheres.

Ainda existem outros desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, além da dupla jornada, como o sexismo, a falta de incentivo, limitação de crédito, dentre outros. No sexismo, o simples fato de ser uma mulher faz com que acionistas e investidores desacreditem ou diminuam a credibilidade do negócio, além de duvidarem da capacidade empreendedora da gestão. No que se refere a falta de incentivo, este se apresenta como um dos piores desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, que na sua maioria não contam com o suporte dos próprios familiares. Já no quesito limitação de crédito, muitos credores trabalham com linhas de crédito financeiro menores com taxas de juros mais elevadas para as mulheres empreendedoras do que para homens (SILVA, 2020).

Contudo, tais mudanças ainda não foram consideráveis para transformar o cenário de domínio dos homens. Assim, Lopez-Claros e Zahidi (2005) afirmam que é preciso mais, que o caminho ainda é longo para se chegar à igualdade de gêneros.

No contexto da pandemia de Covid-19, a Organização das Nações Unidas (ONU) Mulheres avaliou o desafio das mães empreendedoras nesse período, onde foi possível observar um retrocesso de mais de uma década em avanços na participação feminina no mercado de trabalho na América Latina e no Caribe. Com o fechamento das escolas e creches, as mulheres ficaram sem redes de apoio de cuidado com os filhos, o que impactou diretamente em sua disponibilidade de se dedicar às atividades econômicas. O ocorrido, impactou na renda, independência financeira, aumentando a demanda de trabalho e cuidado, além de ocasionar uma sobrecarga mental, física e emocional (ONU MULHERES, 2021).

O SEBRAE em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) realizou uma pesquisa que levantou dados sobre o empreendedorismo durante a pandemia, revelando que os negócios liderados por mulheres foram os mais atingidos. Conforme dados divulgados, 52% das micro e pequenas empresas lideradas por mulheres fecharam as portas ou paralisaram temporariamente as atividades, em comparação aos homens que apresentaram o resultado de 47% no mesmo segmento (SEBRAE, 2021b).

As diferenças entre o empreendedorismo feminino e o masculino, não param por aí, visto que a proporção de empresas com dívidas em atraso também é maior para as mulheres: 34% contra 31% dos homens. Também cabe destacar, que as mulheres demonstraram usar mais a suspensão do contrato de trabalho, 31% do que eles 27% (SEBRAE, 2021b).

As mulheres ainda sofrem com a dificuldade de acesso ao crédito. Desde o início da pandemia, 34% das mulheres recorrem a empréstimos, enquanto 41% dos homens empreendedores fizeram o mesmo. “Outras questões como o índice de demissão comparado aos negócios liderados por homens também foram apontadas, bem como dados que mostram que as mulheres (34%) têm buscado mais soluções digitais para lidar com a crise que os homens (31%)” (SEBRAE, 2021b, p. 2).

Assim, baseado nas informações apresentadas é possível perceber que as mulheres empreendedoras além de lidar com os desafios impostos pela sociedade e o mundo dos negócios, em tempos de pandemia tiveram que lidar ainda com as dificuldades impostas pela pandemia de Covid-19, como por exemplo, o fechamento das escolas e creches – rede de apoio- e aumento da desigualdade entre mulheres e homens.

## **Metodologia**

O presente trabalho contempla, uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza básica, exploratória quanto aos objetivos, desenvolvida por meio de uma revisão bibliográfica realizada em materiais já publicados, buscando identificar possíveis benefícios a partir da aplicação da borracha na pavimentação que pode ser ecologicamente e financeiramente adequados.

A abordagem metodológica deste estudo classifica-se como qualitativa, que de acordo com Chizzotti (2018), permite compreender a essência do fenômeno estudado, através do tratamento e da interpretação dos dados num contexto de relações dinâmicas.

A pesquisa básica tem como objetivo gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da ciência, sem a previsão de aplicação prática, além de envolver verdades e interesses universais (QUIRINO, 2017).

A pesquisa exploratória proporciona maior familiaridade com o problema. Com vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses. A maioria dessas pesquisas envolve: levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e análise de exemplos que estimulem a compreensão. A pesquisa exploratória pode ser classificada como pesquisa bibliográfica e estudo de caso (GIL, 2007).

Assim, este estudo foi desenvolvido por meio de uma metodologia de revisão bibliográfica, feita a partir de levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites (FONSECA, 2002).

Os dados foram coletados durante os meses de julho e agosto de 2021 nas bases de dados do Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no Google Acadêmico), considerando artigos no idioma português, publicados no período de 2011 a 2021, utilizando os seguintes descritores combinados entre si: Empreendedorismo feminino. Gênero. Mundo dos negócios. Desafios. Covid-19. Para complementação da pesquisa foram realizadas consultas em livros, monografias, teses e dissertações.

Os critérios de inclusão definidos para a seleção dos trabalhos foram: publicados no idioma português; artigos na íntegra que retratassem a temática deste estudo e artigos publicados e indexados nos referidos bancos de dados. A escolha dos artigos justifica-se por tratar de uma fonte de dados secundária e a facilidade de acesso dos artigos em meio eletrônico. Os critérios de exclusão foram: artigos duplicados e artigos que divergiram do objetivo da pesquisa.

## **Considerações finais**

O presente estudo por meio de uma revisão teórica teve como objetivo verificar como ocorre a representatividade da mulher no mundo dos negócios, além de apresentar estudos relacionados ao empreendedorismo; descrever o comportamento e as características das mulheres empreendedoras; e apontar dados sobre o empreendedorismo feminino e como ocorre a representatividade da mulher no mundo dos negócios e seus desafios.

Dessa forma, foi possível perceber que a maioria das mulheres migrava para o empreendedorismo devido à preocupação com a renda familiar e as despesas de casa, visando um melhor poder aquisitivo, logo, elas foram vendo que, se era possível ajudar a família, também era possível melhorar a própria vida, o que as levou a começar a pensar na independência financeira, e sucessivamente a um aumento do nível de escolaridade.

Pode-se dizer que foi grande a luta das mulheres para chegar até aqui, para garantir alguns direitos iguais os dos homens e para ter seu lugar no mercado de trabalho, mas elas não desistiram e hoje através deste estudo foi possível perceber que a mulher empreendedora assume um importante papel no empreendedorismo, e nos negócios em si.

Muitas foram às mudanças no feminismo, pois elas vieram de um século onde precisavam lutar pelo direito do voto e chegaram no século XXI, onde a mulher tem comprovado cada vez a sua colocação de protagonista na economia do Brasil e do mundo, foi uma modificação muito grande na vida das mulheres.

É possível observar que as mulheres possuem muitas características importantes a serem ressaltadas, mas dentre elas a multitarefa, a coragem e a persistência destacaram ao decorrer do trabalho. Portanto o objetivo geral do trabalho foi alcançado, por meio da revisão bibliográfica sobre vários aspectos do empreendedorismo feminino, representatividade da mulher no mundo dos negócios e seus desafios em tempos de Covid-19.

A autora espera que este estudo seja utilizado para futuras pesquisas na área da temática abordada para um melhor aprofundamento e aplicabilidade prática do tema.

## **Referências**

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da FINAN*, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012. Disponível em: [http://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf). Acesso em: 15 maio 2021.

BANDEIRA, Patrícia Bock; AMORIM, Marcos Vinicius; OLIVEIRA, Manoela Ziebell de. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, v. 20, n. 3, p. 1105-1113, 2020. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1984-66572020000300008](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572020000300008). Acesso em: 10 dez. 2021.

BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo Sexo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009

BRAVERMAN, Harry. *Trabalho e Capital Monopolista: a degradação do trabalho no século XX*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1987.

BUTTNER, E. Holly; MOORE, Dorothy P. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of small business management*, v. 35, N. 1, p. 34-46, 1997. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/E\\_Holly\\_Buttner/publication/279548467\\_Women's\\_organizational\\_exodus\\_to\\_entrepreneurship\\_Self-reported\\_motivations\\_and\\_correlates\\_with\\_success/links/560ee0f108ae0fc513eeaed.pdf](https://www.researchgate.net/profile/E_Holly_Buttner/publication/279548467_Women's_organizational_exodus_to_entrepreneurship_Self-reported_motivations_and_correlates_with_success/links/560ee0f108ae0fc513eeaed.pdf). Acesso em: 13 maio 2021.

CARR, Deborah. Two paths to self-employment? Women's and men's self-employment in the United States, 1980. *Work and occupations*, v. 23, n. 1, p. 26-53, 1996. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0730888496023001003>. Acesso em: 13 maio 2021.

CARREIRA, Suely da Silva; FRANZONI, Ana Benciveni; ESPER, Aulina Judith Folle; PACHECO, Daniela Chagas; GRAMKOW, Fabiana Bohm. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia*, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3504/350450617002.pdf>. Acesso em: 20 maio 2021.

CAVALHEIRO NETO, Heitor de Vargas. *A capacidade empreendedora de valor em empresas investidas por fundos de investimentos em participações*. 2019. 88 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/4220/5/HEITOR%20DE%20VARGAS%20C%20NETO.pdf>. Acesso em: 18 maio 2021.

CHIZZOTTI, Antônio. *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. São Paulo: Cortez editora, 2018.

COSTA, Maria Alice Nunes; COELHO, Naiara; LOPES, Monique Rodrigues; NOLI, Maria Alzira de Oliveira. Mulheres entre-vistas: um conversare intergeracional. *Lex Cult Revista do CCJF*, v. 2, n. 2, p. 160-199, 2018. Disponível em: <http://lexcultccjf.trf2.jus.br/index.php/LexCult/article/view/33>. Acesso em: 13 maio 2021.

EMPREENDEDOR. *Empreendedorismo feminino cresce 40% durante a pandemia*. 2020. Disponível em: <https://empreendedor.com.br/noticia/empreendedorismo-feminino-cresce-40-durante-a-pandemia/#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20Servi%C3%A7o,34%25%20dos%20donos%20de%20empresas.&text=De%20acordo%20com%20estudo%20tamb%C3%A9m,eram%20donas%20dos%20seus%20neg%C3%B3cios>. Acesso em: 10 maio 2021.

FONSECA, João José Saraiva da. *Metodologia da Pesquisa Científica*. Fortaleza: UEC, 2002.

FRAGOSO, Carolina. *A evolução da mulher no mercado de trabalho*. RH Portal, 2015. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-evolucao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 27 maio 2021.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOMES, Daniel Teodoro; GUERRA, Paulo Vítor; VIEIRA, Bruna Nobre. O desafio do empreendedorismo feminino. In: XXXV ENANPAD – Encontro Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, p. 1-17, 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>. Acesso em: 21 maio 2021.

GRZYBOVSKI, Denize; BOSCARIN, Roberta; MIGOTT, Ana Maria Bellani. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. *Revista de administração Contemporânea*, v. 6, n. 2, p. 185-207, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/k8YywBkKLjd5Mhwmds69Gnk/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 13 maio 2021.

HASHIMOTO, Marcos. *Espírito empreendedor nas organizações*. 3ª edição. São Paulo: Saraiva Educação SA, 2013.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicologia Clínica*, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-56652011000100005&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-56652011000100005&script=sci_arttext). Acesso em: 10 maio 2021.

LOPEZ-CLAROS, Augusto; ZAHIDI, Saadia. Empoderamento das mulheres: avaliação das disparidades globais de gênero. In: *Fagundes JH, tradutor. Geneva: World Economic Forum*. 2005.

MEDEIROS, Thais Karolina Ferreira de; CHAVES, Maria Carmem. Representatividade Feminina na Política Brasileira: A evolução dos direitos Femininos. *Caderno de Graduação-Humanas e Sociais-UNIT-PERNAMBUCO*, v. 3, n. 2, p. 99, 2017. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/facipehumanas/article/view/5143>. Acesso em: 25 maio 2021.

ONU MULHERES. *ONU Mulheres avalia desafio das mães empreendedoras na pandemia Covid-19 e economia no país*. 2021. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/noticias/onu-mulheres-avalia-desafio-das-maes-empendedoras-na-pandemia-covid-19-e-economia-no-pais/>. Acesso em: 30 out. 2021.

QUIRINO, Raquel. O processo de elaboração da pesquisa acadêmico científica. In: *13ª Semana C & T Semana de Ciência e Tecnologia*, p. 1- 34, 2017.

SEBRAE. *Como a pandemia impactou os negócios liderados por mulheres?* 2021b. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreedorismofeminino/como-a-pandemia-impactou-os-negocios-liderados-por-mulheres,bd514f9e53bd7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 dez. 2021.

SEBRAE. *Empreendedorismo feminino como tendência de negócios*. 2019. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo\\_feminino\\_como\\_tend%C3%Aancia\\_de\\_neg%C3%B3cios.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf). Acesso em: 25 maio 2021.

SEBRAE. *Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?* 2021a. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 18 maio 2021.

SILVA, Graciele Dezidério da. *Mulheres empreendedoras em Uberlândia/MG: o movimento UBERHUB Mulher*. 2020. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/30662/4/MulheresEmpreendedorasEm.pdf>. Acesso em: 13 maio 2021.

VILAS BOAS, Luiz Henrique de Barros Vilas; PAULA NETO, Alcieles de; CRAMER, Luciana. Relações de gênero nas organizações: um estudo no setor de vendas de veículos. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, v. 38, n. 3, p. 219-229, 2003. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Luiz-Henrique-Vilas-Boas/publication/325300750\\_Relacoes\\_de\\_genero\\_nas\\_organizacoes\\_um\\_estudo\\_no\\_setor\\_de\\_venda\\_de\\_veiculos/links/5b046316aca2720ba099d9ba/Relacoes-de-genero-nas-organizacoes-um-estudo-no-setor-de-venda-de-veiculos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luiz-Henrique-Vilas-Boas/publication/325300750_Relacoes_de_genero_nas_organizacoes_um_estudo_no_setor_de_venda_de_veiculos/links/5b046316aca2720ba099d9ba/Relacoes-de-genero-nas-organizacoes-um-estudo-no-setor-de-venda-de-veiculos.pdf). Acesso em: 15 maio 2021.

WILKENS, Joanne. *A Mulher Empreendedora: como iniciar seu próprio negócio*. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.