

Empreendedorismo como Aporte para o Empoderamento Econômico Feminino

Jussara Maria Lima¹, Rúbia Oliveira Corrêa¹, Deise Araújo das Chagas¹, Gustavo Dambiski Gomes de Carvalho² e Thiago de Souza Oliveira³

1 – Universidade Federal de Sergipe; 2 – Universidade Tecnológica Federal do Paraná;

3 – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

RESUMO

O empoderamento consiste em estratégias e ações que visam proporcionar a grupos menos favorecidos a redução de desigualdades e o alcance do desenvolvimento econômico e social. Empoderar economicamente, temática focal do presente estudo, significa ter autonomia de decisão sobre os próprios recursos financeiros. O empoderamento econômico da mulher representa um dos fatores que impulsionam igualdade de gênero, trabalho decente e desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, o presente artigo buscou investigar como o processo empreendedor contribui para o empoderamento econômico feminino. O trabalho foi caracterizado como uma pesquisa de campo, qualitativa, de natureza descritiva e exploratória. Os dados foram coletados por meio de um roteiro de entrevista semiestruturado e analisados comparativamente com o auxílio da técnica de análise de conteúdo. A pesquisa de campo revelou que, por meio do empreendedorismo, as mulheres entrevistadas obtiveram acesso a lazer, saúde, aumento da renda, respeito no âmbito pessoal e profissional e a autorrealização como mulher e empresária, resultando no seu empoderamento econômico.

Palavras Chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Empoderamento Econômico.

1 INTRODUÇÃO

O conceito de empoderamento é utilizado em diversas áreas, sendo encontrado como estratégias e ações que visam proporcionar a grupos menos favorecidos tanto a redução de desigualdades quanto o alcance ao desenvolvimento econômico e social (ROSA, 2018). Além disso, pode ser entendido a partir de uma perspectiva em que os indivíduos, organizações e comunidades coletam recursos de forma a terem voz, visibilidade, influência e capacidade, tanto de ação quanto de decisão, podendo então controlar os temas que afetam suas vidas.

O empoderamento econômico, especialmente tratado neste estudo, é a capacidade que o indivíduo tem para tomar decisões que envolvam o controle e a alocação de recursos financeiros e de agir sobre elas (GOLLA *et al.*, 2011; KABEER, 2005). Alcançar o empoderamento econômico feminino é um aspecto central para modificar as relações de desigualdade e opressão social que atingem as mulheres. Essa autonomia não é pensada apenas com o acesso à renda, mas também a salário e trabalho dignos, à previdência social e aos serviços públicos, o direito ao emprego, e a condições de produzir e comercializar com dignidade, possibilidades de crescimento pessoal, e o direito ao lazer (FARIA, 2011; HUNT; SAMMAN, 2016).

Para se empoderar economicamente, uma parcela significativa de mulheres tem adotado a atividade empreendedora como forma de obter independência financeira, acesso ao mercado de trabalho, igualdade de gênero, realização pessoal e profissional e autorrealização (ALVES; DANDOLINI, 2017; PALMA, 2016). Samuel (2014) afirma que para uma mulher, empoderar-se é uma forma de resgate da sua autoestima e satisfação pessoal. A realização de atividades fora do seio familiar lhe confere a autonomia que as tarefas domésticas não trazem diante da visão de que é apenas seu dever. A forma como a mulher é vista na sociedade também muda diante do empreendedorismo, o que lhe permite uma nova relação social, dando-lhe mais valorização.

O processo empreendedor feminino passou a ser destaque nacionalmente em 2009, quando o número de negócios aberto por mulheres superou aqueles criados por homens. Esse número se manteve até 2014, apresentou uma leve queda em 2015 e um pequeno crescimento em 2016. Em 2017, o número de mulheres empreendedoras superava o de homens em cerca de 4%. Em 2018, os empreendedores homens passaram a superar levemente às mulheres, tanto diante de empreendimentos iniciais, em 6,1%; quanto naqueles já estabelecidos, em 1,2%. Em que pesem os novos números, é expressiva a massa de mulheres à frente de empreendimentos no Brasil, são exatamente 23,8 milhões de brasileiras neste ofício (GEM, 2018). Dados do SEBRAE salientam essa expressividade numérica quando informam que em 2018 o Brasil teve a 7ª maior proporção de mulheres nos Empreendedores Iniciais (pesquisa realizada em 49 países), sendo que em 2017 já havia sido a 3ª maior nação dentre as pesquisadas.

A relação causal entre empreender e geração de poder ainda é pouco explorada cientificamente. De forma mais específica, uma pesquisa realizada por Duminelli, Topanotti e Yamaguchi (2017) nas plataformas *Scielo* e *Scopus*, por meio de busca sistemática, identificou apenas 12 (doze) trabalhos sobre o “empreendedorismo e o empoderamento feminino”. Assim, estudos que contemplem a última relação citada contribuirão para a disseminação do conhecimento acerca do empreendedorismo feminino como aporte para o empoderamento econômico da mulher, podendo tornar-se uma ferramenta legitimada de promoção da igualdade de gênero e dignidade social.

Diante das afirmações acima, justifica-se a importância de analisar de que forma o processo empreendedor contribui para o empoderamento econômico feminino. A operacionalização do objeto em questão se deu por meio das seguintes fases: traçou-se o perfil das empreendedoras alcançadas na pesquisa; descreveu-se o processo de criação dos empreendimentos supracitados; por fim, verificou-se de que forma o processo feminino de empreender colaborou para o empoderamento econômico das gestoras entrevistadas.

2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Os mais diversos conceitos de empreendedorismo existentes não distinguem o gênero, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas em homens e mulheres (STROBINO; TEIXEIRA, 2014). Em diferentes nações verificaram-se taxas equilibradas de empreendedores do sexo masculino e feminino, criando negócios.

Diferente da maior parte dos países pesquisados pelo GEM 2016, no Brasil, a Taxa de Empreendedores em Atividade Inicial (TEA) revelou que os empreendimentos abertos por mulheres superaram em 0,7 pontos aqueles criados por homens. Junto ao Brasil, apenas no

México a Taxa de Empreendedores em Atividade Inicial do gênero feminino supera a masculina, conforme demonstra o quadro 1.

Quadro 1 – Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados – 2016

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	19,2	19,9	19,6
África do Sul	8,0	5,9	6,9
Alemanha	6,0	3,1	4,6
China	11,8	8,6	10,3
Estados Unidos	14,8	10,5	12,6
Índia	13,5	7,6	10,6
México	9,3	10,0	9,6
Rússia	6,9	5,7	6,3

Fonte: GEM Brasil, 2016.

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

Já os empreendimentos estabelecidos, isto é, negócios existentes há mais de 42 meses, estão em sua maioria sob a responsabilidade de homens, conforme a Taxa de Empreendedores Estabelecidos (TEE), descrita no quadro 2.

Quadro 2 – Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero – Países selecionados – 2016

Países	Masculino	Feminino	TEE
Brasil	19,6	14,3	16,9
África do Sul	3,8	1,2	2,5
Alemanha	9,6	4,4	7,0
China	8,5	6,4	7,5
Estados Unidos	10,9	7,6	9,2
Índia	5,7	3,4	4,6
México	8,7	6,5	7,5
Rússia	6,0	4,6	5,3

Fonte: GEM Brasil 2016.

¹ Percentual de empreendedores estabelecidos em cada classe.

No Brasil, desde 2009 o número de mulheres empreendedoras superava o de homens, em 2018 esse cenário foi revertido. No entanto, é expressiva a massa de mulheres a frente de empreendimentos no Brasil: são exatamente 23,8 milhões de brasileiras neste ofício (GEM, 2018).

Frente a esses números, Bulgacov *et al.* (2010) afirmam que a elevada taxa de crescimento do empreendedorismo feminino não significa um dado positivo no que se refere à posição social, econômica ou cultural das mulheres nessa região. Os níveis de pobreza, trabalho precário e desigualdade social nesses países podem ser a alavanca para o empreendedorismo como forma alternativa de sobrevivência e inserção no mercado de trabalho.

Junto ao crescimento de negócios criados por mulheres, cresceu também o número de estudos dedicados ao tema no âmbito acadêmico e das políticas públicas, pois o tema é visto

como estratégico para a redução da pobreza no âmbito global (MEDEIROS, 2016). No Brasil, com o crescimento das pesquisas que tratam da temática, urge a necessidade de uma sistematização teórica acerca do empreendedorismo feminino através da ampliação do número de programas de pós-graduação, eventos e periódicos (GIMENEZ *et al.*, 2017).

Já é sabido que, por anos, alguns estudos que abordam o tema empreendedorismo feminino limitaram-se a caracterizar a mulher empreendedora. Amorim e Batista (2015), por exemplo, afirmaram que as mulheres apresentam uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam mais com clientes e fornecedores quando comparadas ao sexo oposto. Tais características contribuem fortemente para o progresso da empresa, bem como para a criação de laços mais fortes entre a empreendedora e sua rede (AMORIM; BATISTA, 2015).

Já Fernandes *et al.* (2016) classificam as mulheres como multiprocessadoras. Elas assimilam e processam facilmente informações e situações. Isso auxilia na promoção de uma visão mais sistêmica e não sequencial da realidade, maior flexibilidade e habilidade para enxergar as pessoas de forma holística. As mulheres ainda se destacam frente aos homens com relação ao grau de instrução. Isso porque as mulheres buscam mais capacitação educacional em relação ao gênero oposto.

O estudo elaborado por Carreira *et al.* (2015) observou que cada vez mais mulheres jovens empreendem já desde a faculdade e não esperam concluir uma graduação para iniciar seu próprio negócio. Esse cenário é favorecido principalmente em universidades cujos programas são voltados ao estímulo do empreendedorismo. Constatou-se que no perfil das empreendedoras femininas estão presentes características como: persistência, busca de oportunidades, iniciativa, comprometimento, persuasão e autoconfiança.

Destarte, Duarte e Fernandes (2019), por sua vez, constataram que as mulheres empreendem principalmente por necessidade de adentrar no mercado de trabalho, isto é, seria uma questão de sobrevivência. Elas costumam empreender de forma mais precoce quando comparadas ao sexo oposto, ou seja, muito jovens ainda. Elas são mais persistentes e desistem menos dos seus negócios quando comparadas a empreendedores. Muitas mulheres conseguem conciliar vida pessoal e profissional, para tanto tornam seus domicílios sedes de seus empreendimentos. Os autores afirmam que o conflito de gêneros ainda existente, onde a mulher fica em desvantagem ou necessita provar seu valor para crescer profissionalmente. Em contrapartida, a determinação, o foco, o comprometimento com o trabalho e o amor ao trabalho são fundamentais para obter o sucesso no empreendedorismo.

Mesmo frente à gama de estudos com o propósito de caracterizar a mulher que empreende (eg. Bulgacov *et al.*, 2010; Bomfim; Teixeira, 2014; Carreira *et al.*, 2015; Filho, 2016; Duarte; Fernandes, 2019), ainda não é possível verificar consenso acerca do(s) fator(es) que justifica(m) as diferenças na forma que homens e mulheres conduzem empreendimentos; questões biológicas e fatores socioculturais acabaram por ser o centro desta discussão ao longo dos anos (GOMES *et al.*, 2014).

Mas o que levaria uma mulher empreender para além da necessidade de sobrevivência, como exposto acima? Segundo Strobino e Teixeira (2014), as mulheres abrem empresas por motivos diferentes daqueles do sexo oposto. Para as mulheres, questões como independência, *status*, percepção de uma oportunidade de mercado, dificuldades em crescer profissionalmente em empresas de terceiros, dificuldade de conciliar trabalho e família, despertam muitas delas para o processo empreendedor. Os motivos listados não são muito diferentes daqueles relatados por homens empreendedores. O que ocorre de diferente é a forma como as mulheres entram nos negócios, isso porque costumam ocupar espaços que

ainda não estão sendo dominados por homens. No mais, elas preferem usar o capital próprio, o que traça um perfil conservador quanto ao risco; não pela dificuldade em adquirir crédito, mas como uma escolha pessoal (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Dentre os problemas encontrados ao longo do processo empreendedor feminino ainda é possível destacar a falta de confiança nelas mesmas e as questões conflituosas relacionadas à gestão do tempo dedicado ao trabalho e à família (ALPERSTEDT *et al.*, 2014). Estudo desenvolvido por Strobino e Teixeira (2014) apresentou os conflitos trabalho-família diante da percepção de duas empresárias do setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. Os achados do estudo citado revelaram que há menos tensão no trabalho cujas atividades são bem remuneradas e/ou gratificadas adequada e justamente. Dentre as ações para lidar com os conflitos trabalho-família, as autoras destacam entre outras: mudar a maneira de agir evitando levar trabalho para casa, compartilhar as atividades domésticas, buscar o diálogo e o apoio do parceiro, controlar as emoções, melhorar o gerenciamento do tempo dedicado ao trabalho e não deixar a empresa como “herança” para a família.

3 O EMPODERAMENTO FEMININO

De acordo com Duminelli, Topanotti e Yamaguchi (2017), no século XX, a polêmica da igualdade entre os gêneros ganhou força nas ciências sociais. Os movimentos feministas e a enorme inserção das mulheres no desenvolvimento da sociedade criaram circunstâncias para que fossem vistas com olhares mais propensos às novas perspectivas.

Ainda segundo as autoras, o empoderamento é um processo contínuo e conflituoso por envolver a busca de mudanças nas relações de poder que já existem. Para melhor compreendê-lo é preciso entender que não é um processo com começo e término definidos e não ocorre de modo igualitário para diferentes mulheres. Varia conforme a evolução de cada indivíduo nos aspectos culturais, emocionais e locais.

O empoderamento das mulheres tem sido estimulado pela Entidade das Nações Unidas - ONU MULHERES (2017), objetivando a inserção feminina em todos os níveis e atividades econômicas. O empoderamento feminino surge como uma forma que visa promover mudanças sociais no comprometimento com a luta pela igualdade de gênero (ALVES; ALVES; TEIXEIRA, 2018). No mais, ainda visa construir economias fortes, estabelecer sociedades sustentáveis, melhorar a qualidade de vida das mulheres e otimizar operações por elas geridas, com as mais variadas metas e negócios.

A palavra empoderamento tem origem do vocábulo inglês *empowerment*, com significado similar a autonomia e capacidade de decisão sobre as questões que dizem respeito aos indivíduos ou aos grupos (FERNANDES *et al.*, 2016). Segundo Baquero (2012), este conceito possui raízes na reforma protestante, desde as lutas pelos direitos sociais do movimento feminista, ocorrendo principalmente nos países desenvolvidos por volta do século XX. Hoje é cada vez mais comum na mídia e na academia o tema empoderamento feminino.

Para Oliveira e Freitas (2018), o empoderamento feminino consiste num processo desencadeado por meio da conscientização da mulher acerca do seu papel, do seu lugar e das suas possibilidades. Consciência esta que tem o intuito de fazer com que as mulheres se posicionem, se fortaleçam e se destaquem em todos os campos da sociedade, da política e da economia. Sendo esse um processo dinâmico, que envolve aspectos cognitivos, afetivos e de conduta.

As autoras supracitadas destacam que, no nível pessoal, o empoderamento desencadeia a convicção a respeito da própria capacidade e permite a emancipação dos indivíduos através do aumento da autonomia e liberdade. No nível grupal se dá ao desencadear o respeito recíproco e o apoio mútuo entre os membros de um grupo com a busca por objetivos comuns, o sentimento de pertencimento, a prática de decisões participativas, solidárias e de reciprocidade. O nível estrutural desencadeia, por sua vez, a sensibilidade de recursos já existentes, uso de oportunidades de apoio externo, motivação através de ideias ou iniciativas e projetos que promovam ações conjuntas. Tal visão promove a inserção de projetos políticos e sociais, criando assim conquistas e espaços de participação que apoiam e enxergam o cidadão.

De acordo com Fernandes *et al.* (2016), as dimensões do empoderamento são manifestações e ações que buscam o fortalecimento do gênero feminino. Estas podem ser verificadas no quadro 3, com detalhes:

Quadro 3 – As dimensões do *Empowerment* feminino

Categorias	Características
Psicológica	Mulheres apresentam a necessidade de crescer e se desenvolver por meio da autoconfiança e motivação, autoestima, bem-estar, senso de aceitação dos direitos
Sociocultural/Educacional	Grupos de indivíduos capazes de desafiar concepções culturais agregando valor familiar
Políticas e grupal	Engajamento com posição de autoridade por parte dos grupos
Familiar	Envolvimento na capacidade de proteção e apoio à família
Econômica	Mulheres ganham participação por meios de rendas próprias para produção familiar e controle sobre os ativos produtivos e bens

Fonte: Fernandes *et al.*, (2016).

A dimensão psicológica do empoderamento feminino tem origem na capacidade da mulher de ser forte diante da necessidade de crescimento e desenvolvimento, através da autoconfiança e motivação. Essa dimensão acaba por melhorar o bem-estar e a autoestima feminina.

No contexto da dimensão política e de grupo, o empoderamento expressa-se pela busca do poder social, tornando-se evidente quando as pessoas conseguem conquistar o controle da sua vida, seus projetos e suas escolhas, sua capacidade de agir e se socializar. A tendência é o envolvimento nas relações e ideologias sobre gênero e direitos na sociedade, quando as mulheres possuem poder de decisão e sabem como atuar nos níveis micro e macro da sociedade.

Na dimensão familiar, o empoderamento feminino desafia as relações existentes entre homens e mulheres e seus papéis dentro da família, no acesso a recursos e vantagens trazidos pela vida profissional e econômica (Fernandes *et al.*, 2016). O papel da mulher, sempre relegada ao segundo plano, muda radicalmente, uma vez que agora a empreendedora toma suas próprias decisões tanto no negócio quanto na família.

Quando se trata da dimensão sociocultural ou educacional, as autoras destacam a liberdade de movimento, o acesso aos espaços sociais e a participação em grupos, comunidades, redes sociais e ainda as mudanças nas normas religiosas. Através da educação as mulheres alcançam novos valores e aprendem a se relacionar melhor, diante do saber adquirido que gera autoconfiança em suas habilidades pessoais.

Já a dimensão econômica do empoderamento feminino promove a igualdade de gênero no mercado de trabalho em relação aos cargos e rendas. Refere-se à qualidade do envolvimento econômico da mulher, propiciando-lhe, além do acesso ao mercado de trabalho, a independência financeira.

Segundo Fox e Romero (2017), o empoderamento econômico:

“consiste na capacidade de mulheres e homens de participar, contribuir e se beneficiar de processos de crescimento de forma a reconhecer o valor de suas contribuições, respeito à sua dignidade e possibilitar a negociação e distribuição mais justa dos benefícios do crescimento.”

O empoderamento econômico inclui e faz crescer socialmente o indivíduo empoderado. Ele ainda reduz a situação de pobreza e eleva os direitos do ser empoderado. Sendo o empoderamento econômico visto como um subconjunto de capacidades dominadas, reconhecidas e vinculadas a outros fatores que promovem o processo de desenvolvimento de indivíduos, grupos, comunidades e estados (FOX; ROMERO, 2017).

O artigo elaborado por Alves e Dandolini (2017) objetivou a busca pela compreensão do empreendedorismo como ferramenta de empoderamento feminino. O estudo revelou que a maior satisfação das mulheres empreendedoras se deve à capacidade de ter sua própria empresa e isso lhes possibilita reconhecimento e poder de decisão. Com isso, elas ganham autonomia, o que lhes proporciona autorrealização e permite surgir novas ideias. Nesse estudo, verificou-se que a atividade empreendedora promove a possibilidade da mulher exercer o papel de protagonista de sua vida, alcançar independência e autonomia financeira, oportunizando mudanças significativas na forma de gerir um empreendimento.

Uma vez descritas as características e dimensões do empoderamento feminino, aborda-se a seguir como o empoderamento econômico, temática central deste estudo, se dá diante do processo empreendedor.

4 O EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO E O PROCESSO EMPREENDEDOR

Já é sabido que o empreendedorismo feminino é uma ferramenta legítima de empoderamento, principalmente no que diz respeito aos aspectos sociais e econômicos da vida. O empoderamento econômico das mulheres é crucial para que haja igualdade de gênero, desenvolvimento econômico inclusivo e erradicação da pobreza. Superar tais desigualdades exige coragem para tomar medidas e atitudes abrangentes e transformadoras que afetam e beneficiam as mulheres, as famílias e toda a sociedade (HUNT; SAMMAN, 2016).

Samuel (2014) destacou que, com o poder econômico ampliado, as mulheres investem na própria educação e na dos seus familiares, buscando ainda novos conhecimentos para gerir melhor o negócio, permitindo que o mesmo cresça e perdure. Entre outros benefícios do poder econômico estão o acesso à saúde através de plano particular, o acesso a medicamentos, academias e viagens de lazer/férias, mesmo que ocasionais. A maior conquista do empreendedorismo feminino é a independência financeira aliada à autonomia, autorrealização e respeito conquistados, juntamente com a elevação da qualidade de vida da família.

A pesquisa realizada por Fernandes *et al.* (2016) teve como objetivo compreender as manifestações das dimensões do empoderamento entre mulheres empreendedoras do município de Forquilha/SC. Os resultados demonstraram de forma evidenciada que o empreendedorismo proporcionou às mulheres empreendedoras somente o empoderamento

econômico, uma vez que as mesmas afirmam haver ampliação da renda, o alcance da independência financeira e a conquista da autovalorização.

Constatou-se também que abrir o próprio negócio foi uma decisão atrelada à realização de um sonho pessoal com objetivo de melhorar a renda familiar. Verificou-se também que a melhora no grau de instrução das mulheres e as mudanças na estrutura familiar, com a redução do número de filhos, ampliaram a participação feminina na economia, sendo o grau de instrução fator decisivo para que tomassem a iniciativa de abrir seu próprio negócio.

Devamma (2015) destaca que o empoderamento econômico das mulheres tornou-se questão global importante. Por meio da independência econômica, as mulheres conquistam liberdade para tomar qualquer decisão. São características das mulheres empoderadas:

- a) Definem comportamento no que diz respeito aos seus interesses reais;
- b) Não desejam ser superiores aos homens, respondendo como iguais cooperando em prol do bem comum;
- c) Usam seu talento para viver com satisfação;
- d) Transcendem à dificuldade da subjugação;
- e) Podem continuar cumprindo suas responsabilidades junto à família;
- f) Definem seus valores e suas crenças.

O empoderamento econômico feminino refere-se à qualidade do envolvimento econômico da mulher, propiciando-lhe além do acesso ao mercado de trabalho a independência financeira (FERNANDES *et al.*, 2016).

Já a pesquisa realizada por Hunt e Samman (2016) define o empoderamento econômico das mulheres como um processo de mudança social. O mesmo está interligado com reforços psicológicos, políticos e socioeconômicos através dos quais cada mulher ganha poder, controle sobre suas vidas de forma única e coletiva. O empoderamento econômico é complexo, sofrendo influência de amplas implicações de acordo com cada contexto individual e coletivo separado e conjuntamente. Exige mudanças interiores e sociais.

O estudo destaca alguns dos fatores diretos e subjacentes que permitem ou impedem o empoderamento econômico feminino. Fatores diretos são aqueles ligados ao indivíduo e/ou a coletividade. São eles: a) Educação: através do treinamento e desenvolvimento de habilidades; b) Dirigir-se aos cuidados não remunerados e aos respectivos encargos do trabalho; c) Acesso ao trabalho remunerado decente e de qualidade; d) Acesso à propriedade, ativos e serviços financeiros e e) Ações coletivas e de liderança.

Fatores subjacentes são as condições estruturais que ampliam a determinação das experiências de cada indivíduo ou da coletividade inseridos na vida das mulheres. São eles: a) Proteção social; b) Características do mercado de trabalho; c) Políticas fiscais; d) Quadros jurídico, regulamentar e político e e) Normas de gênero e normas sociais obrigatórias.

Por fim, sete pontos podem instigar o poder em cada mulher, tornando-as mais fortes e empoderadas em seu ambiente social, econômico e político. São eles: formação profissional, não discriminação, igualdade de gênero, empreendedorismo, saúde, segurança e bem estar no trabalho (ANTONELLO; ANDREOLA, 2019).

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo caracteriza-se como de cunho qualitativo, uma vez que foi desenvolvido a partir de dados não quantificáveis, subjetivos, oriundo dos relatos dos entrevistados no campo de pesquisa.

No tocante a sua finalidade, a pesquisa foi desenvolvida de forma descritiva, visto que buscou delinear os fatores do empreendedorismo que contribuem para empoderamento econômico da mulher. Este estudo ainda pode ser classificado como exploratório, pois possibilitou o aumento da familiaridade do pesquisador com o fenômeno, o que poderá promover a realização de pesquisas futuras ou aperfeiçoamento de conceitos (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Neste estudo, adotou-se como estratégia o método de pesquisa de campo. O método em questão objetiva conseguir informações e conhecimentos acerca de um problema. Consiste em observar fatos espontâneos na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes para analisá-los (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Alguns critérios foram levados em consideração para selecionar os casos estudados por esta pesquisa: a) empreendimentos de micro e pequeno porte formalizados; b) criados e gerenciados por mulheres e c) com suas sedes na cidade de São Cristóvão/SE. Estes critérios foram estabelecidos por conta da acessibilidade aos dados e atendimento ao escopo da pesquisa. Tais critérios resultaram na seleção de seis casos.

Para melhor compreensão do estudo, foram definidos as categorias analíticas e os elementos de análise no quadro 4:

Quadro 4 – Categorias analíticas e elementos de análise

Objetivos Específicos	Categorias Analíticas	Elementos de Análise
a) Traçar as características das empreendedoras pesquisadas	Características das entrevistadas	Idade
		Estado Civil
		Escolaridade
		Experiência profissional
b) Descrever o processo de criação dos empreendimentos supracitados	Processo empreendedor	Motivação inicial
		Dificuldades encontradas
		Agentes apoiadores
		Subjugações
c) Verificar de que forma o processo feminino de empreender colaborou para o empoderamento econômico das gestoras entrevistadas.	Empoderamento econômico feminino	Promoção da saúde
		Promoção do lazer
		Promoção da renda
		Conquistas familiares
		Conquistas no âmbito profissional
		Conquistas na esfera da educação
Conquista da autovalorização		

Fonte: Desenvolvido com base na fundamentação teórica, 2019.

Os dados foram analisados comparativamente com o auxílio da técnica de análise de conteúdo, isso possibilitou reduzir a complexidade dos textos coletados (BAUER; GASKELL, 2008). Bardin, citado por Lakatos (2012), afirma que a análise de conteúdo leva em consideração os significados, forma e a distribuição dos conteúdos capturados em uma pesquisa. A análise lida com as mensagens e tem como objetivo obter informações e manipular conteúdo em busca por respostas para as questões de pesquisa.

6 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS

Nesta seção apresenta-se a análise comparativa dos casos pesquisados. Serão verificadas similaridades ou divergências entre os casos descritos anteriormente com relação a aspectos como: perfil das entrevistadas, processo empreendedor e empoderamento econômico feminino.

6.1 Perfil das Entrevistadas

O presente estudo alcançou seis empreendedoras do Estado de Sergipe, cujo perfil encontra-se descrito no quadro 5. A identidade das entrevistadas foi preservada neste estudo e encontram-se identificadas como: Caso 1; Caso 2; Caso 3; Caso 4; Caso 5 e Caso 6.

Quadro 5 – Perfil das entrevistadas

	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
Idade	30	64	38	35	37	54
Estado Civil	Casada	Casada	Casada	Solteira	Solteira	Solteira
Número de filhos	1	3	2	0	0	1
Escolaridade	Superior completo (Gestão de Pessoas)	Ensino fundamental incompleto	Ensino médio completo	Superior incompleto (Licenciatura em Matemática)	Superior Completo em Recursos Humanos (cursando Estética)	Ensino médio completo
Classe econômica de origem familiar	C	D	D	D	D	D
Classe econômica atual	C	D	C	C	D	D
Experiência profissional	Comércio varejista	Costureira, copeira, feirante	Comércio (Recepcionista de farmácia)	Supermercado e Tesouraria de uma distribuidora de alimentos	Manicure e pedicure	Garçonete

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados, 2019.

Analisados os seis casos descritos no quadro 5, observou-se que todas as entrevistadas declararam ter aberto seu empreendimento com alguma experiência prévia profissional, mesmo não sendo formal. Em relação à faixa etária das entrevistadas, a maior parte delas declarou possuir entre 30 a 40 anos. Metade declarou-se casada e a outra metade declarou-se solteira. Com relação ao número de filhos, duas delas possuem um, uma possui três e outra possui dois, e duas afirmaram que não possuem filhos. Quanto ao desenvolvimento

educacional, três possuem nível superior, sendo que uma está concluindo, duas possuem o ensino médio completo e uma concluiu o ensino fundamental.

O processo empreendedor facilitou a ascensão social (classe econômica) de duas das seis empreendedoras entrevistadas. Ambas saíram da classe D para a C e já planejam ampliação do negócio. Isso poderá alavancar ainda mais sua independência financeira, valorização pessoal, familiar e social. Vale (2014) relata que o empreendedorismo não se caracteriza como um fenômeno de elite, estando mais amplamente associado às classes sociais mais baixas. De acordo com a autora, quanto menor o estrato social de origem de um empreendedor maior será a chance de mobilidade social do mesmo. É válido destacar que o Brasil apresentou nos últimos anos evidências de mobilidade social especialmente nas classes mais baixas da população, sendo o empreendedorismo a grande justificativa para este fenômeno.

6.2 Processo empreendedor

Quanto ao processo empreendedor, observou-se que metade das entrevistadas declararam ter empreendido porque sonhavam com isso. Algumas afirmaram que desejavam deixar de trabalhar para os outros. Ganhar em flexibilidade de horário, para poder dividir melhor o tempo entre família e trabalho, também é considerada uma motivação importante. Outras motivações para empreender foram destacadas: necessidade de ter uma ocupação após aposentadoria, estímulo de pessoa próxima (namorado) e vocação familiar.

Quadro 6 – Processo empreendedor

Motivação Inicial/Empresas	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
Sonho de ter o próprio negócio	X	X		X		
Não querer ser subordinada	X					X
Flexibilidade de horário	X					
Ter uma ocupação pós-aposentadoria		X				
Não ter quem cuidasse dos filhos recém-nascidos para que ela trabalhasse			X			
Melhorar de vida				X		
Estímulo de um namorado					X	
Vocação familiar						X

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados, 2019.

Para Strobino e Teixeira (2014), há alguns fatores importantes que podem ser decisivos para a abertura de um empreendimento, a saber: a) possuir experiência profissional anterior e b) existência de outros empreendedores na família ou pessoas do convívio que servem como modelos, referências. No caso das entrevistadas não se constatou esse fenômeno dos modelos, das referências.

Todas as empreendedoras participantes do presente estudo destacaram a dificuldade financeira como a mais desafiadora no processo empreendedor. Em geral, tais recursos financeiros são próprios ou obtidos com alguém da família. A participação de recursos de terceiros na capitalização de empreendimentos geridos por mulheres é de baixa proporção. No Brasil, é comum desfazer-se de bens imóveis e penhorar joias para obter o capital inicial de

abertura do negócio ou parte significativa dele. Outro agravante é que quanto maior for a necessidade de inovação no segmento onde a mulher deseja empreender, maior é a dificuldade de recursos para financiar tais atividades (ALPERSTEDT *et al.*, 2014).

Fernandes *et al.* (2016) destacam que o apoio familiar influencia bastante a abertura de empreendimentos por mulheres. A falta de apoio é mais uma barreira a ser superada no desafio de empreender, podendo vir a ser um fator desmotivador para mulheres de negócio. Segundo Corrêa e Teixeira (2015), os empresários buscam na família e nos amigos próximos (laços fortes) soluções para atender a diferentes necessidades, assim eles se fazem presentes em várias fases do processo empreendedor.

As entrevistadas citaram ter recebido apoio de familiares em sua maioria. O quadro 7 detalha quem são os agentes apoiadores citados pelas participantes:

Quadro 7 – Agentes apoiadores

Agentes apoiadores	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
Amigos	X					
Crédito dos fornecedores		X				
Família	X	X		X		
Nenhum					X	X

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados, 2019.

Todas as empreendedoras relataram ter enfrentado alguma situação de subjugação, deixando-se afetar ou enfrentando-as. O quadro 8 traz em detalhes as subjugações citadas pelas entrevistadas:

Quadro 8 – Subjugações

Subjugações	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
Houve algumas, ignorou e focou em seus objetivos.	X					
Sofreu no início, mas recebe muito apoio de uma filha.		X				
Abateu-se inicialmente, mas desconsiderou.			X			
Houve no início. Usou como combustível.				X		
Inicialmente sofreu, abateu-se, mas aprendeu a lidar.					X	
Houve no começo, mas não deu importância.						X

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados, 2019.

As subjugações enfrentadas pela mulher originam-se de um contexto histórico de desigualdades de gênero. Todavia, a mulher, ao se empoderar e compreender o seu papel na sociedade, transcende às dificuldades impostas pelas subjugações, conforme pode ser identificado nos casos analisados.

6.3 Empoderamento econômico feminino

Conforme os relatos das entrevistadas, foi possível mapear os elementos que proporcionaram o empoderamento econômico da mulher por meio do empreendedorismo.

Quadro 9 – Empoderamento econômico feminino

	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
Promoção da saúde	Plano de saúde e escola particular para o filho	Ocasionalmente diante de alguma urgência	Plano de saúde	Plano de saúde para os filhos	Plano de saúde	Plano de saúde individual
Promoção do lazer	Ocasionalmente por estar focada no planejamento futuro	Ocasionalmente por conta da crise	Ocasionalmente por não gostar de viajar	Viagens em família	Viagens de trabalho	Alega dedicação exclusiva ao negócio
Promoção da renda	Ainda não consegue colaborar com a renda familiar	Ocasionalmente colabora de acordo com a necessidade	Renda familiar 100% proveniente do negócio	Renda familiar 100% proveniente do negócio	Renda familiar 100% proveniente do negócio	Renda familiar 100% proveniente do negócio
Conquistas familiares	Mais respeito e determinação	Mais respeito	Mais valorizada e realizada	Valorização, parceria	Nenhuma	Mais respeito
Conquistas no âmbito profissional	Cursos voltados para o negócio e experiência diante dos desafios	Conhecimento obtido com o negócio	Crescimento obtido com a gestão do negócio	Aprendizado profissional diante dos desafios enfrentados	Ser dona do seu próprio negócio	Ser dona do seu próprio negócio
Conquistas na esfera da educação	Cursos voltados para o negócio	Nenhuma	Faculdade particular	Nenhuma	Graduação em Estética/faculdade particular	Faculdade particular para o filho
Conquista da autovalorização	Independência	Mais respeito	Independência	Mais respeito	Realizada, respeitada e valorizada	Realizada, respeitada e valorizada

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados, 2019.

Na esfera familiar, as empreendedoras entrevistadas passaram a ser respeitadas como mulher e profissional, fruto da independência financeira, realização pessoal e liberdade conquistada. Esse resultado é um indicador do empoderamento econômico feminino, o qual envolve ganho de poder, controle sobre suas vidas e respeito no seio familiar (HUNT; SAMMAN, 2016).

A pesquisa revelou ainda que durante o período em que as mulheres, hoje empresárias, foram empregadas, não se sentiam plenamente realizadas. No entanto, após empreender tiveram acesso a bens patrimoniais, poder econômico e a liderança de gerenciar e, na maioria dos casos, decidir o rumo de seus empreendimentos e suas vidas. Esses fatores direcionaram as mulheres a um processo de autovalorização (ALVES; DANDOLINI, 2017).

Esses benefícios possibilitaram às mulheres gerenciar de forma autônoma os seus próprios recursos financeiros e promover o acesso à saúde, bem-estar, lazer, viagens em família ou a trabalho. Outro fator de suma relevância foi o acesso à educação, pois através da educação as mulheres alcançam novos valores e aprendem a se relacionar melhor, diante do saber adquirido que gera autoconfiança em suas habilidades pessoais (ALPERSTEDT *et al.*, 2014).

Em síntese, esse estudo demonstrou claramente que a atividade empreendedora promoveu às empresárias entrevistadas a possibilidade de exercer o papel de protagonista das suas vidas, alcançando aumento de suas rendas, acesso à educação, valorização social, profissional e familiar, aprendizagem e autovalorização, o que permite inferir que se tornaram mulheres empoderadas economicamente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve o propósito de analisar como o processo empreendedor contribui para o empoderamento econômico feminino. Para tanto, relatou-se a experiência de seis empreendedoras, donas de micro e pequenos negócios formalizados e sediados no Estado de Sergipe.

A pesquisa realizada revelou que, no grupo de empreendedoras entrevistadas, têm-se mulheres solteiras e casadas, a maioria delas possui filhos, são originárias da classe econômica D, possui entre 30 e 40 anos e a metade concluiu ou estava concluindo o ensino superior. Segundo o GEM (2016), o perfil educacional é um fator limitante ao empreendedorismo. Sendo a qualificação educacional e profissional um dos caminhos para o sucesso do empreendimento. Observou-se ainda que todas as entrevistadas declararam ter aberto seu empreendimento com alguma experiência prévia profissional. Para Strobino e Teixeira (2014), esse é um dos fatores importantes e que pode ser decisivo para a abertura de um empreendimento.

No mais, o processo empreendedor facilitou a ascensão social (classe econômica) de duas das seis empreendedoras entrevistadas, ambas saíram da classe D para a C. Assim, a maioria das entrevistadas não percebeu mudanças na classe social ou grandes alterações na renda. Isso não anula a existência do empoderamento econômico feminino, já que, segundo Fernandes *et al.* (2016), este refere-se à qualidade do envolvimento econômico da mulher, propiciando-lhe além do acesso ao mercado de trabalho a independência financeira. Características estas que foram notadas e comprovadas através dos resultados extraídos das entrevistas.

O processo de criação dos empreendimentos pesquisados ocorreu por motivos diversos, a saber: a) sonho de ter seu próprio negócio; b) incentivo de pessoas próximas (amigos, familiares e namorado); c) dificuldade em crescer e melhorar de vida enquanto empregado; d) desejo de deixar de trabalhar para outras pessoas, deixar de receber ordens do patrão; e) anseio de alcançar a tão desejada independência financeira e melhoria de vida; f) existência de habilidades e experiência de mercado, muitas vezes no ramo do empreendimento a ser aberto ou ramos similares; g) dificuldade para cuidar dos filhos pequenos enquanto trabalhava fora e h) desejo de ter uma ocupação posterior à aposentadoria.

Todas as empreendedoras participantes do presente estudo destacaram a dificuldade financeira como a mais desafiadora no processo empreendedor. Durante o processo de criação, percebeu-se que nenhuma das entrevistadas possuía uma fonte de renda prévia que pudesse

investir no empreendimento. As mesmas adquiriram empréstimos com familiares e amigos, uma vez que não obtiveram êxito junto aos bancos inicialmente. Segundo Corrêa e Teixeira (2015), os empresários buscam na família e nos amigos próximos (laços fortes), soluções para atender a diferentes necessidades, assim eles se fazem presentes em várias fases do processo empreendedor. Todas relataram que foram subjugadas quando optaram por empreender.

Em contrapartida, o processo empreendedor promoveu uma série de benefícios ao conjunto de mulheres entrevistadas, o que comprova a existência do empoderamento econômico feminino. Houve conquistas na esfera da saúde, lazer, renda, familiar, profissional, da educação e autovalorização. Destacaram ainda o contato com o público como algo que promove satisfação e a maioria das entrevistadas afirmou amar ou gostar do que faz, apesar dos inúmeros obstáculos enfrentados.

É possível inferir que o processo feminino de empreender colaborou com a visão de mundo das entrevistadas, com a forma como elas se percebem mais livres e donas de si. A chance de gerir o tempo dedicado ao negócio e à família, acrescida aos ganhos em conhecimentos, a ampliação da capacidade de contribuir com a renda da família, a geração de emprego e o alcance das metas no âmbito do negócio contribuem para que essas mulheres pensem que optaram pelo caminho certo. Assim, acredita-se que o processo empreendedor passou a ser um marco positivo na vida dessas mulheres.

As entrevistadas demonstraram sentir-se empoderadas de forma clara em suas falas, mas houve dificuldades em enxergar o empoderamento alcançado de forma prática. A maioria delas não conseguiu expressar objetivamente o sentimento do empoderamento, porém o mesmo é detectado facilmente quando ao interagir com as mesmas durante as entrevistas. Obteve-se a percepção confirmada com a resposta que cita a realização de ser dona do próprio negócio e, conseqüentemente, decidir os rumos de sua vida.

Para estudos futuros, recomenda-se relacionar o empoderamento econômico feminino com o tempo de vida das organizações, incluindo o levantamento das necessidades quanto à contínua preparação das mulheres empreendedoras, no sentido de buscar conhecimento para ampliar a capacidade das mesmas, de administrar e manter seus empreendimentos prosperando.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C.. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em uma história de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16. N. 40, P. 27-39, nov. de 2017.

ALVES, N. C. M.; ALVES, M. L. M; TEIXEIRA, F. T. V. Empoderamento: o caminho para alcançar a igualdade de gênero. **Raízes e Rumos**, v. 6, n. 2, p. 111-126. Rio de Janeiro, 2018.

ALVES, F. L.; DANDOLINI; A. de O. V. A Atividade empreendedora como ferramenta de empoderamento feminino: desafios e possibilidades na contemporaneidade. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, (octubre-diciembre 2017).

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino**: razão do empreendimento. 2016. Disponível em:

<http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em 30 de jan. de 2018.

ANTONELLO, G. G. G.; ANDREOLA, M. T. Empoderamento Feminino. **AMF**. 2019.

BAQUERO, R. V. A. Empoderamento: Instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. **Revista Debates**, v.6, n.1, p. 173-187, 2012.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático**. Tradução Pedrinho A. Guareschi. 7. Ed. Petropolis-RJ: Vozes, 2008.

BOMFIM, L. C. S.; 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**. V. 10. N. 1. 2014.

BULGACOV, Y. L. M.; CAMARGO, D.; CUNHA, S. K.; MEZA, M. L.; SOUZA, R. M. B.; TOLFO S. R. Atividade empreendedora da mulher brasileira: Trabalho precário ou trabalho decente? **Psicologia Argumento**, [S.l.], v. 28, n. 63, nov. 2010.

CARREIRA, S. da S.; FRANZONI, A. B.; ESPER, A. J. F.; PACHECO, D. C.; CARREIRA, M. F.. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**. V.5. N. 2., 2015. Disponível em:

CORRÊA, R. O.; TEIXEIRA, R. M. Redes Sociais Empreendedoras para Obtenção de Recursos e Legitimação Organizacional: Estudo de Casos Múltiplos com Empreendedores Sociais. **RAM, Revista de Administração Mackenzie**, 16(1), São Paulo, 2015.

DEVAMMA, B. Laxmi. **Women Economic Empowerment**, 2015. Disponível em: <<http://ijmart.in/PreviousIssues/Sep%202015/19.pdf>>. Acesso em 02 de fev. de 2018.

DUARTE, K. A.; FERNANDES, R. A. S. Empreendedorismo Feminino: Análise de Perfil de Mulheres Empreendedoras no Brasil. **Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação**. 2019.

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

FARIA, Malu. Desafios para a Construção da Autonomia Econômica para as Mulheres. IN.: **Autonomia econômica e empoderamento da mulher: textos acadêmicos**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2011.

FERNANDES, T. dos S.; LOPES, G. S. C.; WATANABE, M.; YAMAGUCHI, C. K.; GODOI, C. K. Dimensões do empoderamento feminino: autonomia ou dependência? **Revista Alcance**, vol. 23, núm. 3, 2016. Disponível em: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4777/477749667008/html/index.html>. Acesso em Acesso em 02 de fev. de 2019.

FOX, L.; ROMERO, C. **In the mind, the household, or the market? Concepts and measurement of women's economic empowerment.** 2017 Disponível em: <<http://documents.worldbank.org/curated/en/436011496234827185/In-the-mind-the-household-or-the-market-concepts-and-measurement-of-womens-economic-empowerment>>. Acesso em 02 de dez. de 2018.

GEM-Brasil 2016 – Global Entrepreneurship Monitor. **O Empreendedorismo no Brasil – 2016.** Curitiba: IBPQ, 2016.

GEM-Brasil 2018 – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2018.** Curitiba: IBPQ, 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em 15 de mai. de 2020.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C.. Empreendedorismo Feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 40-74, abr. 2017. ISSN 2316-2058.

GOLLA, A. M; MALHOTRA, A.; NANDA, P. M. R. Understanding and measuring women's economic empowerment: definition, framework and indicators. Washington, DC: **International Center for Research on Women**, 2011. Disponível em: <https://www.icrw.org/wp-content/uploads/2016/10/Understanding-measuring-womens-economic-empowerment.pdf>. Acesso em 02 de fev. de 2019.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P.; MARTINS, C. M. F. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 16, n. 51, p. 319-342, abr./jun. 2014.

HUNT, A.; SAMMAN, E. **Women's Economic Empowerment Navigating enablers and constraints.** 2016. Disponível em: <https://www.odi.org/publications/10483-womens-economic-empowerment-navigating-enablers-and-constraints>. Acesso em 02 de fev. de 2019.

IBGE. “**Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Continua**”, 2018.

KABEER, N. **Gender equality and women's empowerment: a critical analysis of the third Millennium Development Goal.** *Gender and Development*. 2005;13(1):13-24. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/53087/>. Acesso em 13 de jan. de 2019.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7.ed.-7. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2012. LOPES, A. K. L.; MENDES, D. P.; GOMES, D. W. R.;

FILHO, A. S. dos S. Características e comportamentos do empreendedorismo feminino: um estudo de multicasos em pequenas empresas. **Revista Expressão Católica**, v. 5, n. 1., p. 87-94, 2016.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEDEIROS, T. C. C. V.. **O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Cooperação em Empreendedorismo Feminino para o Desenvolvimento Internacional**. 2016. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/17390>>. Acesso em 18 de nov. de 2017.

OLIVEIRA, M. R. de; FREITAS, C. C.. **Meninas da vila: uma perspectiva transdisciplinar do empoderamento feminino**. Anais da VI Semana de Integração Inhumas: UEG, 2017, p. 80-98. Disponível em: <<http://www.anais.ueg.br/index.php/semintegracao/article/view/8993>>. Acesso em 02 de mar. de 2018.

ONU MULHERES – Entidade das nações unidas para igualdade de gênero e empoderamento das mulheres. **Princípio de empoderamento das mulheres**. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf>. Acesso em 15 de dez. de 2017.

PALMA, L. G. A. da. **Empoderamento econômico da mulher no âmbito do Mercosul: das reuniões especializadas ao programa *Ellas Hacen***. RIC Relações Internacionais. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/ricri/article/view/28419>>. Acesso em 08 de jan. de 2016.

ROSA, G. da. **Empoderamento feminino e desenvolvimento: uma análise para o Brasil**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas. Porto Alegre, BR-RS, 2018.

SAMUEL, L. **O Contributo do Empreendedorismo Feminino no Empoderamento Socioeconômico da Mulher, estudo de caso (pemba, moçambique)**. 2014. Disponível em: <http://reid.ucm.ac.mz/index.php/reid/article/view/26>. Acesso em 13 de jan. de 2019.

SEBRAE - **Relatório especial - Empreendedorismo Feminino no Brasil**. Março 2019. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf. Acesso em 25 de set. 2019.

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. **Revista Administração**, v. 49, n. 1, 2014.

VALE, G. M. V. Empreendedorismo, marginalidade e estratificação social. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 3, maio-junho, p.310-321, 2014.