

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**MERIELLI ISABEL FIGUEIRÓ STORTI**

**ANÁLISE SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO: FATORES SOCIAIS,  
ECONÔMICOS E CULTURAIS QUE PODEM INTERFERIR A PRÁTICA  
EMPREENDEDORA**

**CAXIAS DO SUL**

**2022**

**MERIELLI ISABEL FIGUEIRÓ STORTI**

**ANÁLISE SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO: FATORES SOCIAIS,  
ECONÔMICOS E CULTURAIS QUE PODEM INTERFERIR A PRÁTICA  
EMPREENDEDORA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção de título de Bacharel em Administração pela Universidade de Caxias do Sul.

Orientador TCC I: Prof. Doutor. Marcelo Faoro de Abreu  
Orientador TCC II: Prof. Doutora. Zaida Cristiane dos Reis

**CAXIAS DO SUL**

**2022**

## RESUMO

Este estudo tem como objetivo investigar fatores sociais, econômicos e culturais que podem interferir na prática empreendedora feminina na cidade de Caxias do Sul (RS). Para atender ao propósito do estudo, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa, descritiva, e a coleta de dados foi realizada através de uma análise não probabilística. Tendo em vista que a literatura pouco aborda essa perspectiva, se faz oportuno e instigante a realização de uma abordagem diferenciada, acerca dos motivos que podem interferir/dificultar o processo empreendedor feminina. Pelos resultados da pesquisa chegou-se à conclusão, que as interferências sociais, culturais e econômicas existem e são perceptíveis em grande parte da amostra. Na conclusão do estudo é feita uma exploração dos resultados, enfatizando os principais obstáculos encontrados pelas mulheres de negócios na esfera empreendedora.

**Palavras-chave:** empreendedorismo feminino, negócios, mulheres, variáveis sociais, econômicas e culturais.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ações do empreendedor .....	15
Figura 2: Empreendedorismo X Empreendedor .....	16
Figura 3: Taxa e estimativa de potenciais empreendedores.....	16
Figura 4: Empreendedorismo Brasileiro.....	17
Figura 5: Evolução da participação feminina no mercado de trabalho.....	19
Figura 6: Desigualdade no mercado de trabalho .....	21
Figura 7: Participação no mercado de trabalho brasileiro.....	22
Figura 8: Taxa de desocupação das mulheres por estado .....	23
Figura 9: Evolução da mulher perante a sociedade.....	24
Figura 10: Taxas dos nascentes, novos, iniciais e estabelecidos .....	26
Figura 11: Empreendedoras brasileiras nos últimos três anos .....	27
Figura 12: Desafios encarados pelas empresárias.....	29
Figura 13: Barreiras frequentes ao empreendedorismo feminino .....	29
Figura 14: Resumo ilustrativo do perfil da empreendedoras.....	31
Figura 15: Barreiras econômicas .....	33
Figura 16: Barreiras sociais .....	35
Figura 17: Barreiras culturais.....	36
Figura 18: Proporção de negócios por necessidade.....	38
Figura 19: Evolução da motivação dos empreendedores por oportunidade ...	39
Figura 20: Distribuição das atividades dos empreendedores .....	41
Figura 21: Setores que elas empreendem.....	42
Figura 22: Esquema conceitual .....	43
Figura 23: Diferença entre população e amostra .....	46
Figura 24: Análise de dados .....	48
Figura 25: Maior dificuldade enfrentada pelas mulheres de negócios .....	53
Figura 26: Inviabilidade de amadurecimento .....	54
Figura 27: Empresárias e a discriminação de gênero .....	55
Figura 28: Desigualdade salarial e a dificuldade de se acumular recursos ....	56
Figura 29: Instabilidade econômica X Setores em que se empreende.....	57

Figura 30: Dificuldade de concessão de crédito e linhas de financiamento ....	58
Figura 31: Taxas de juros .....	59
Figura 32: Dificuldades em se recuperar financeiramente .....	60
Figura 33: Constrangimento ao solicitar empréstimos bancários .....	61
Figura 34: Medo do fracasso .....	62
Figura 35: Escolaridade .....	63
Figura 36: Maternidade.....	64
Figura 37: Conflito de papéis .....	65
Figura 38: Jornada dupla de trabalho .....	66
Figura 39: Fatores desanimadores e prejudiciais .....	67
Figura 40: Nuvem de palavras sobre o empreendedorismo feminino.....	71
Figura 41: Barreiras X Soluções .....	71
Figura 42: Dicas para obter sucesso no empreendedorismo feminino .....	73

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Características das empreendedoras .....	31
Tabela 2: Metodologia de Pesquisa.....	45
Tabela 3: Perfil dos respondentes .....	51
Tabela 4: Comparação entre os principais resultados .....	69

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
1.1 TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO.....	10
1.2 OBJETIVOS.....	11
1.3 JUSTIFICATIVA.....	12
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>14</b>
2.1 EMPREENDEDORISMO E OS EMPREENDEDORES.....	14
<b>2.1.1 Os brasileiros e seu instinto empreendedor</b> .....	<b>16</b>
2.2 PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MUNDO DO TRABALHO.....	17
<b>2.2.1 Contexto histórico</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2.2 Principais desigualdades enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2.3 Mulheres brasileiras no mercado de trabalho atual</b> .....	<b>21</b>
2.3 O PAPEL DA MULHER NA SOCIEDADE.....	23
2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL.....	25
<b>2.4.1 Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras brasileiras</b> .....	<b>27</b>
2.5 PERFIL DA MULHER NO CENÁRIO EMPREENDEDOR, SEGUNDO O LEVANTAMENTO TEÓRICO.....	30
2.6 FATORES SOCIAIS, ECONÔMICOS E CULTURAIS QUE PODEM INTERFERIR A PRÁTICA EMPREENDEDORA FEMININA.....	32
<b>2.6.1 Econômicos</b> .....	<b>32</b>
<b>2.6.2 Sociais</b> .....	<b>34</b>
<b>2.6.3 Culturais</b> .....	<b>36</b>
2.7 RAZÕES: OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE.....	37
2.8 SETORES EM QUE A MULHER EMPREENDE.....	40
2.9 MODELO TEÓRICO DE PESQUISA.....	43
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>45</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	45
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	46
3.3 PROCESSO DE COLETA DE DADOS.....	47
3.4 PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS.....	48
<b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DE PESQUISA</b> .....	<b>50</b>
4.1 PERFIL DO RESPONDENTE.....	50
4.2 MULHERES EMPREENDEDORAS.....	52

5 CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA .....	68
6 LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	74
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
8 REFERÊNCIAS .....	78
9 APÊNDICE.....	94

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino vem sendo difundido e estudado com maior intensidade nos últimos anos. Tornou-se um dos principais redutores da diferença de oportunidade e crescimento entre os gêneros, transformando as relações sociais e trazendo às mulheres a autonomia financeira, libertando-as da dependência de terceiros para sobreviver. Isso porque, a falta de empregos e a constante instabilidade econômica, tornou o empreendedorismo a salvação para muitas mulheres brasileiras. Uma parcela significativa assumiu as atividades empreendedoras como forma de obter independência financeira, acesso ao mercado de trabalho, igualdade de gênero, realização pessoal e profissional (ALVES; DANDOLINI, 2017; PALMA, 2016).

Sabe-se, que iniciar uma atividade empreendedora, passar por todas as etapas de planejamento e desenvolvimento e ainda se manter competitivo é bem desafiador. Para as mulheres esses obstáculos se somam aos fatores discriminatórios, o que multiplica os desafios a serem enfrentados gerando maior carga física e psicológica. Essas adversidades estão ligadas aos fatores sociais, econômicos e culturais que privilegiam o empreendedor masculino e acabam desestimulando o feminino. Como exemplo de obstáculos pode-se destacar: falta de apoio das políticas públicas, diferença salarial, maternidade, jornada dupla de trabalho (cuidar dos filhos e do lar), preconceito, machismo, sexismo, falta de apoio afetivo e social, taxas de juros mais altas, entre outros (LOIOLA, 2016).

Em virtude do exposto, o estudo buscou destacar quais dos fatores acima realmente intervêm as práticas empreendedoras femininas realizadas em Caxias do Sul (RS), se as barreiras são perceptíveis a maioria das respondentes, e se o perfil levantado se assemelha ao encontrado na literatura. Por meio de uma pesquisa quantitativa se analisou as percepções das mulheres caxienses quanto os obstáculos levantados ao empreendedorismo feminino, barreiras essas, desmontadas no desenvolvimento deste trabalho.

O trabalho está estruturado em oito capítulos. No primeiro capítulo apresenta-se a introdução, tema, problema de estudo, objetivos gerais, objetivos específicos e a

justificativa para a elaboração do documento. O segundo capítulo traz o referencial teórico sobre as variáveis relacionadas aos objetivos do trabalho, incluindo pontos importantes para o embasamento desse registro.

No terceiro capítulo, apresentam-se os procedimentos metodológicos de pesquisa, onde estão expostos o delineamento da pesquisa, participantes do estudo, processo de coleta de dados e processo de análise de dados. O quarto, traz a análise e discussão dos resultados de pesquisa. No quinto e sexto capítulo, encontram-se as contribuições da pesquisa e as limitações do estudo. Seguido, do sétimo capítulo que traz as considerações finais. Pertencem ao oitavo capítulo, as referências bibliográficas utilizadas no embasamento teórico.

A escolha do tema deu-se devido ao maior reconhecimento da mulher empreendedora nos últimos anos, assim como, à curiosidade de conhecer sobre o empreendedorismo feminino, já que, é importante para a pesquisadora que também pretende se alocar no mundo empreendedor. Em virtude disso, optou-se por identificar quais aspectos dificultariam a iniciativa empreendedora, levando ao questionamento: quais aspectos sociais, culturais e econômicos poderiam dificultar o processo empreendedor feminino.

## 1.1 TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO

O estudo tem como tema principal identificar a existência de intervenções sociais, econômicas e culturais no processo empreendedor feminino caxiense. Expõe em específico, as barreiras extras que as mulheres possuem durante o desenvolvimento empreendedor. Traz uma análise sobre vários enfoques, buscando analisar se as barreiras encontradas no levantamento teórico são compatíveis com as encontradas na cidade de Caxias do Sul (RS).

A motivação por trás da escolha do tema encontra-se na escassez de materiais/artigos brasileiros sobre o assunto. Dos materiais encontrados, destaca-se o livro *Empreendedorismo Feminino: Sua relação com variáveis Econômicas e Sociais*

(OLIVEIRA; RUPPENTHAL, 2017) e o artigo Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino (RODRIGUES; GASPAR; REZENDE RODRIGUES; AFONSO, 2020), visto que, aborda tópicos semelhantes aos levantados nesse documento, como: o perfil da mulher empreendedora, razões porque elas empreendem, fatores econômicas e sociais que podem intervir o processo empreendedor.

A importância do tema abordado encontra-se na possibilidade de identificar quais das variáveis, mencionadas, mais prejudicam o desempenho empreendedor feminino. O que levaria a uma melhor visão sobre as mudanças necessárias para diminuir as barreiras existentes às mulheres que empreendem ou que pretendem empreender. Dando abertura para ações que impulsionam e dão suporte ao empreendedorismo feminino.

Estar atentos às variáveis econômicas, sociais e culturais é essencial para a abertura e consolidação de qualquer negócio (LIMA, 2018). Estar vigilante tornou-se fundamental para as empreendedoras, já que, essas são mais suscetíveis a mudanças inesperadas. Isso porque, a sociedade e a cultura em que estamos inseridos esperam que a mulher desempenhe certos comportamentos conservadores como: cuidar do lar e dos filhos, e economia privilegia o homem e os setores em que ele atua. Neste sentido, o problema do estudo é norteado pela seguinte questão: como os fatores sociais, econômicos e culturais podem interferir no processo empreendedor feminino?

## 1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral é um ponto de vista geral e abrangente do tema. Refere-se ao conteúdo essencial das ideias estudadas. Vincula-se de modo direto ao próprio sentido da tese proposta pelo projeto (PRODANOV; FREITAS, 2013). Portanto, o objetivo geral deste estudo é demonstrar a existência de interferência social, econômica e cultural no processo de abertura ou consolidação de empreendimentos

liderados por mulheres na cidade de Caxias do Sul. A finalidade está em identificar se as barreiras encontradas no levantamento teórico serão as mesmas obtidas no resultado dessa pesquisa. Busca-se, confirmar a ligação entre as interferências e o empreendedorismo feminino caxiense.

Os objetivos específicos, estão ligados a particularidades mais concretas. Têm função intermediária e instrumental, deixando, de um lado, atingir o objetivo geral e, de outro, aplicar este a situações particulares (PRODANOV; FREITAS, 2013). Para esse trabalho foram estabelecidos:

- a) Classificar qual das barreiras mais indefere o processo empreendedor feminino na região de Caxias do Sul;
- b) Avaliar se as interferências sociais, culturais e econômicas são perceptíveis a mulheres caxienses, mesmo que elas não tenham desejo de empreender;
- c) Identificar semelhanças e diferenças entre o perfil empreendedor feminino caxiense e o encontrado no levantamento teórico.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

A mulher como proprietária de seu próprio negócio é um tema que retém um significativo número de estudos. A procura por esse conteúdo cresceu nos últimos anos devido ao aumento no número de empreendimentos abertos por mulheres. Segundo pesquisas divulgadas pela GEM (2020), a intensidade da atividade empreendedora em estágio nascente foi maior entre as mulheres (11,2%) do que entre os homens. Consequência, de uma situação de crise econômica motivada por uma crise sanitária, que aumentou o desemprego entre as mulheres em 2020. O que as lançou às atividades empreendedoras, já que, precisavam de algum modo contribuir com a renda familiar. Nesse mesmo período, a presença feminina representava 33,6% do total de empreendedores no país (SEBRAE,2020). Em 2021, o número de brasileiras empreendedoras chegou a 3,2 milhões. Desse total, 30%

possuíam um negócio com pelo menos um funcionário contratado e as demais são autônomas (IBGE, 2021).

Em virtude do exposto, se faz oportuno e instigante a realização de uma pesquisa com uma abordagem diferenciada acerca dos fatores sociais, econômicos e culturais que podem prejudicar a iniciativa ou consolidação de empreendimentos femininos. É importante abordar essa temática, uma vez que, são fundamentais para identificar quais das variáveis, mencionadas acima, mais prejudicam o desempenho empreendedor feminino, e analisar se esse fator varia em decorrência da locação (cidade/estados brasileiros). Nesse sentido, essa dissertação busca fazer uma comparação de resultados, entre as variáveis vistas no levantamento teórico e as encontradas no presente trabalho, realizado na cidade de Caxias do Sul (RS).

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão apresentadas as sustentações teóricas ao estudo, abordando os principais assuntos referentes à problemática. Constitui-se de um local que reúne os conhecimentos necessários para realizar a interpretação dos dados de pesquisa e analisar os assuntos de forma objetiva, para assim, obter conclusões acerca do tema.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO E OS EMPREENDEDORES

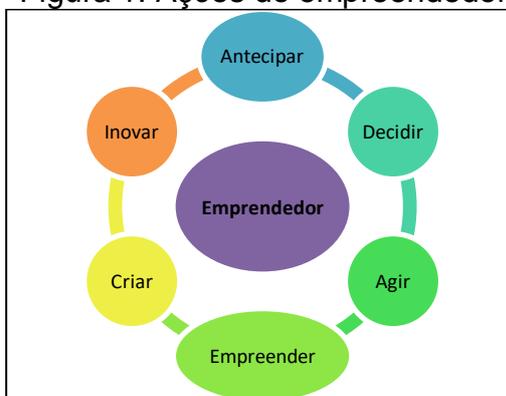
A definição do que seria empreendedorismo foi alvo de discussões em muitas áreas do conhecimento. Entretanto, os autores nunca entraram em um consenso sobre a conceptualização devido às diversas combinações de fatores individuais, organizacionais e ambientais que influenciam “como e porque” o empreendedorismo ocorre. Como, por exemplo, a economia, a política, as redes de contato, o papel do indivíduo na sociedade, entre outros (SANTOS; LENZI, 2018).

Acredita-se que a base do empreendedorismo está na perspicácia e no aproveitamento das novas oportunidades de negócios e no uso de recursos de formas inusitadas (HISRICH; PETER, 2004). Como, também na aptidão de identificar problemas e através da criatividade produzir e executar soluções inovadoras (COUTINHO, 2019). Entretanto, Hisrich e Peter (2009) viam a base do empreendedorismo como sendo, a ação de criar algo distinto, dedicando tempo e esforço, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais, levando a recompensa financeira e pessoal. Na visão de Matos (2021), empreender é estar em movimento, sem ter muito tempo para refletir demais antes de agir. É mudar quando se precisa.

Quanto ao sujeito empreendedor, muitos acreditam que é o indivíduo que possui habilidades especiais para os negócios como: tino financeiro e capacidades de

identificar oportunidades e riscos. Outros acreditam que o empreendedor é o agente de mudanças, inovação e criatividade. De modo geral, pode-se dizer que o empreendedor é quem combina adequadamente recursos e habilidades e produz resultados concretos e bem-sucedidos no mercado (PINTO, 2016). Suas atividades se baseiam principalmente na geração de alguma ação econômica e na melhoria do que já é habitual em termos de eficiência, mercadoria e custos (IBGE, 2013). Nas palavras de Michael Gerber “O empreendedor é o visionário dentro de cada ser, o catalisador das mudanças” (2004, p. 16).

Figura 1: Ações do empreendedor

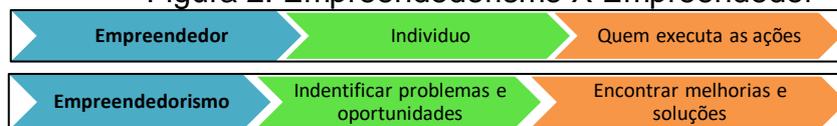


Fonte: adaptado de Dornelas (2012).

A Figura 1 simboliza as ações que todo empreendedor deve realizar, são essas: antecipar-se aos outros, tomar medidas corretas e direcionadas aos seus objetivos, identificar e resolver possíveis problemas, criar elementos novos ou inovar incrementando um já existente. Essa sequência se repete indeterminadamente, pois são essas as ações que caracterizam um empreendedor.

De acordo com Dornelas (2014) os empreendedores são indivíduos diferenciados, que possuem motivação distinta aos demais, é apaixonado pelo que faz, quer ser reconhecido e admirado. Distingue-se, procura superar padrões impostos e tem a capacidade de ocupar espaços não ocupados por outros no mercado.

Figura 2: Empreendedorismo X Empreendedor



Fonte: elaborado pela autora (2022).

Em relação ao exposto, entende-se que empreendedorismo é a capacidade de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investindo recursos na criação de algo positivo para a sociedade, e o empreendedor é quem executa essas ações.

### 2.1.1 Os brasileiros e seu instinto empreendedor

As taxas de empreendedorismo potencial, divulgadas pelo GEM (2019), demonstram que, sim. O Brasil apresentou taxa de 30,2%, evidenciando que de cada 10 brasileiros que não eram considerados empreendedores, três deles pretendiam abrir um negócio próprio nos próximos três anos. Se essa pretensão vier a se concretizar, ingressarão no mercado brasileiro cerca de 8 milhões de empreendedores ao ano, até 2022.

O brasileiro deseja trabalhar por conta própria, devido à pouca estabilidade que a economia brasileira proporciona quanto à empregabilidade. A crescente abertura de empreendimentos evidencia esse desejo, aproximadamente 53,4 milhões de brasileiros estão à frente de alguma atividade empreendedora, envolvidos na criação de um novo empreendimento, consolidando um novo negócio ou realizando esforços para manter um empreendimento já estabelecido (GEM e SEBRAE, 2019).

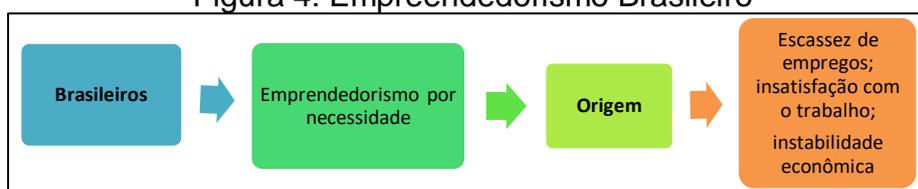
Figura 3: Taxa e estimativa de potenciais empreendedores.

Potenciais empreendedores	2017	2018	2019
Taxa (% da população de 18 a 64 anos NÃO empreendedora)	15,3	26,0	30,2
Estimativa (número de pessoas)	13.124.553	22.092.889	25.545.666

Fonte: GEM Brasil (2019).

E de onde vem as motivações dos brasileiros para iniciar um negócio? Segundo o levantamento da GEM (2019), a principal motivação é a escassez de empregos em paralelo com a busca por melhores condições de vida. O que demonstra que continuamos a empreender por necessidade, ou seja, sem alternativa o brasileiro se apoia no empreendedorismo.

Figura 4: Empreendedorismo Brasileiro



Fonte: elaborado pela autora (2022).

De certa maneira, os brasileiros são forçados a iniciar seus próprios negócios por inexistência de outra opção de trabalho ou pela insatisfação gerada por esses. Contudo, o brasileiro sempre foi muito criativo na busca por alternativas de sobrevivência, assim como, muito flexível no enfrentamento das dificuldades durante as crises econômicas, talvez sejam essas características que nos destacam como bons empreendedores, já que estamos acostumados a nos adaptar a cenários incertos.

## 2.2 PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MUNDO DO TRABALHO

Neste capítulo serão apresentados a base teórica referente aos principais avanços e desafios das mulheres no mercado de trabalho. Serão abordados os temas: contexto histórico, desigualdades enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho e mulheres brasileiras no mercado de trabalho atual.

### 2.2.1 Contexto histórico

Para a historiadora Gardey (2003), as mulheres sempre tiveram um trabalho. Entretanto, os grupos econômicos e sociais constantemente negam ou encobrem esse fato, desconsiderando o trabalho doméstico e o comércio no século XIX. Portanto, o trabalho feminino só foi reconhecido após sua inserção nas fábricas, no início da Revolução Industrial. E mesmo inserida no processo de industrialização era constantemente lembrada que não pertencia ao universo de produção, e sim ao lar.

A participação da mulher no mercado de trabalho se deu de maneira intensa, através da necessidade de complementar a renda familiar. Elas entraram no meio de trabalho de maneira forçada, sendo expostas a atividades penosas e mal remuneradas (GIRÃO, 2001). A mão-de-obra feminina só foi chamar atenção no início do século XIX, quando sua participação apresentou lucratividade expressiva no setor têxtil. Contudo, seu trabalho ainda era visto como provisório e submisso, ou seja, as mulheres seguiam ordens masculinas e não ocupavam cargos acima do chão de fábrica (PAOLI, 1985). No decorrer do século XIX, a presença da mulher se manifestou em outros setores industriais, como os de alimentação e de setores químicos. Na França (1914), 20% das mulheres estavam inseridas na indústria de alimentação e 12%, na indústria química (GARDEY, 2003). Outro setor que teve um aumento significativo foi o armamentista, pois houve uma mobilização das mulheres durante os conflitos da Primeira Guerra Mundial, já que os homens estavam em combate.

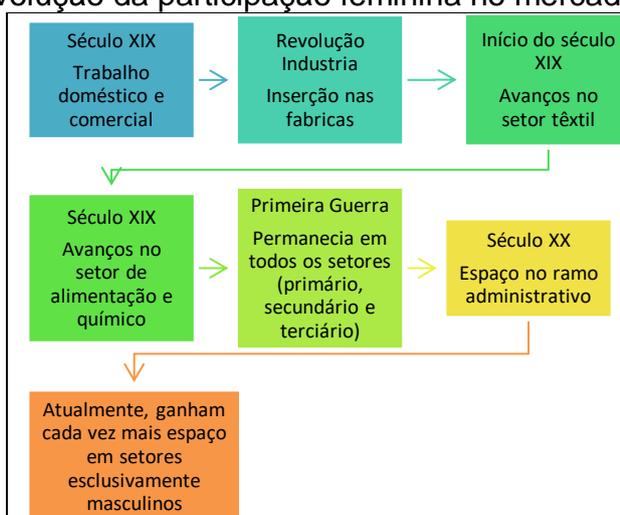
Bittencourt (1980) considera que as mulheres foram utilizadas como massa de manobra, pois em momentos de pico econômico foram chamadas para trabalhar, já em momentos de recessão foram devolvidas aos seus lares. Refutando essa afirmação, Baltar e Leone (2008, p. 233-249) argumentam que: as mudanças ocorridas entre 1930 e 1980 juntamente com a inflação alta e um processo de recessão econômica, fez com que as mulheres continuassem no mercado de trabalho após 1970. Afirma que, ao final dos anos 80, mais de um terço da população economicamente ativa era composto por mulheres. Deixa claro que, houve

crescimento da participação da mulher no mercado nos períodos de crescimento industrial e econômico, nos marcados por crises, desemprego e inflação.

A partir da Primeira Guerra, ficou evidente a permanência das mulheres em todos os setores (primário, secundário e terciário) indo além do espaço rural como, por exemplo, o industrial e o setor de serviços. A maior contribuição da mulher com a renda familiar diminuiu sua submissão e dependência financeira, e conseqüentemente trouxe mais oportunidades de ocupação (LEONE, 2000). Com a chegada das novas tecnologias de comunicação e mecanização (século XX), as mulheres puderam ampliar seu espaço no ramo administrativo e assim ocupar cargos antes restritos aos homens. Em virtude disso, a participação feminina no mercado de trabalho igualou-se à dos homens em âmbito mundial (CORRÊA, 2004).

Atualmente devido à segregação ocupacional, as mulheres se concentram em poucos setores econômicos, grande parte se encontra no setor de serviços, em ocupações pior remuneradas e de menor nível de responsabilidade. A segmentação do mercado de trabalho apresenta expressões diferentes que refletem na qualidade dos empregos. Assim, por exemplo, no que se refere ao local de trabalho, os homens trabalham predominantemente em escritórios ou fábricas, enquanto entre as mulheres é mais comum o trabalho no próprio domicílio (OLIVEIRA; ARIZA, 2001).

Figura 5: Evolução da participação feminina no mercado de trabalho



Fonte: elaborado pela autora (2022).

Perante o exposto, observa-se a longa jornada percorrida pelas mulheres em busca de independência financeira e perspectivas de crescimento profissional. Apesar dos grandes avanços, ainda possuímos problema da desigualdade de gênero estrutural que permite e reforça uma desigualdade no tratamento entre homens e mulheres, dificultando assim, a inserção da mulher no mercado de trabalho principalmente em setores considerados masculinos.

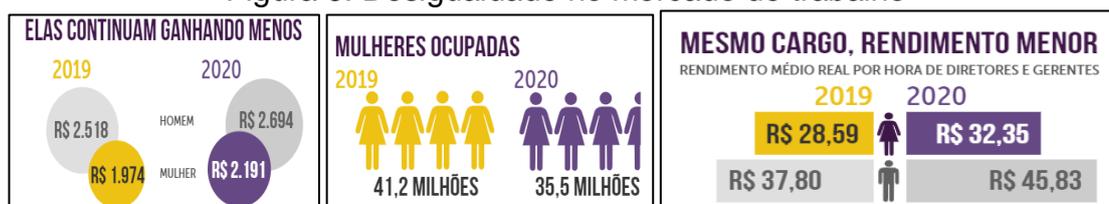
### **2.2.2 Principais desigualdades enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho**

Thiry-Cherques e Pimenta (2003), afirmam que apesar do aumento da participação da mulher no mercado de trabalho, o equilíbrio entre a participação feminina e masculina está longe de ser atingido. Isso está intimamente ligado com o preconceito, que decorre de dois motivos: primeiro, a ideia que o desempenho funcional das mulheres é afetado pelas emoções decorrentes de seu ciclo biológico ou de fatores como seu estado conjugal, o número de filhos ou a idade; segundo o condicionamento cultural, que expõem a mulher como indivíduo frágil e limitado intelectualmente. Dessa forma, para que a mulher consiga um espaço no mercado de trabalho ela precisa estar mais qualificada que o homem e se submeter a salários mais baixos, já que, suas habilidades tendem a ser questionadas. Mesmo quando o homem e a mulher se dedicam ao mesmo processo produtivo as realizações masculinas são mais reconhecidas, devido à hierarquia entre os sexos. Graça aos processos sociais e culturais que consolidaram um sistema injusto que privilegia a supremacia do sexo masculino Hirata; Kergoat (2003).

Segundo Laufer (2003), há três fatores que prejudicam o desempenho das mulheres no mercado de trabalho: ainda não alcançaram o mesmo escalão de remuneração nem de cargos que os homens; estão submetidas aos papéis de esposas e mães, que as colocam em situação de dependência; sofrem as desigualdades da repartição do trabalho doméstico. Em relação à situação de

remuneração e cargos atribuídos às mulheres, a pesquisa realizada pela CNN Brasil, traz o seguinte: as mulheres receberam, em média, 77,7% a menos que os homens. A desigualdade alcança formas maiores nas funções e nos cargos que sustentam os maiores ganhos. Entre diretores e gerentes, as mulheres receberam 61,9% do rendimento dos homens. Outra observação realizada pela pesquisa, diz respeito a influência educacional. Que evidencia que, as menores remunerações e maiores dificuldades enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho não podem ser atribuídas à educação, pois as mulheres brasileiras são, em média, mais instruídas que os homens. A sub-representação também pode ser apontada como fator de desequilíbrio, já que, a evolução da participação feminina na política, por exemplo, é tímida (CNN Brasil - Rodrigues, 2021).

Figura 6: Desigualdade no mercado de trabalho



Fonte: DIEESE (2020).

É importante ressaltar, que mesmo tendo grande participação no mercado de trabalho, a mulher ainda exerce atividades mais vulneráveis, recebendo salários menores e exibindo maiores chances de ficarem desempregadas. Portanto, é essencial para a melhor participação feminina na atividade econômica, que haja estruturação no mercado de trabalho que reduza o afastamento ocupacional das mulheres.

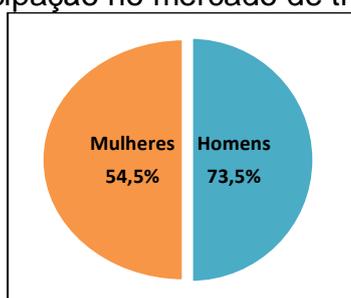
### 2.2.3 Mulheres brasileiras no mercado de trabalho atual

A participação da mulher brasileira no mercado de trabalho é crescente e explícita. A prova disso são os dados obtidos através do censo de 2018 do Instituto

Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), que revelam que a colaboração feminina aumentou 39,7% entre 1950 e 2018. E em 2019, aumentou 2,9 pontos percentuais, atingindo uma taxa de 54,5% em comparação aos 73,5% da força masculina. Segundo estudos, esse aumento está ligado aos impactos econômicos sofridos pelo setor masculino, entre 2015 e 2016. Nesse período as mulheres assumiram a provisão dos domicílios, garantindo a sobrevivência familiar, o que explica o número de mulheres no mercado de trabalho.

A BBC News (2017), expôs dados da organização internacional do trabalho (OIT) que afirmava que, se diminuíssemos 25% da desigualdade de gênero até 2025, o incremento acumulado seria de 3,3% ao Produto Interno Bruto brasileiro. A OIT estima que a inserção da mulher poderia acrescentar R\$ 131 bilhões em receita tributária à União brasileira.

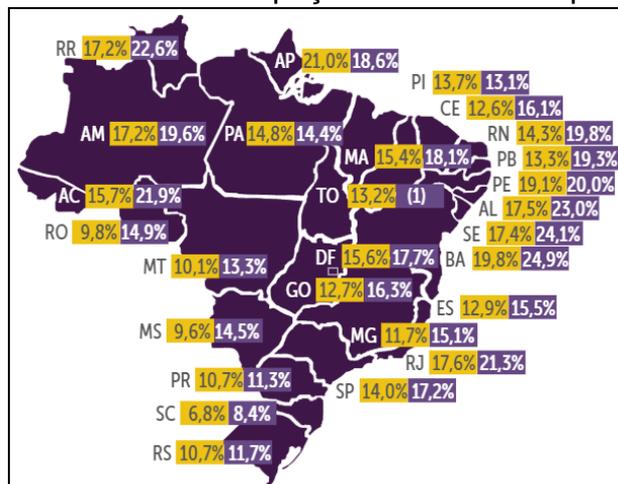
Figura 7: Participação no mercado de trabalho brasileiro



Fonte: IBGE (2019).

Em relação à taxa de desemprego, as mulheres atingiram 17,9% no 1º trimestre de 2020, em paralelo com 12,2% dos homens. Essa desigualdade de 5,7% entre os gêneros é explicada pelo fato de as mulheres possuírem maior rotatividade nos empregos, devido às interrupções sofridas pelos filhos e afazeres domésticos (IBGE, 2019 apud G1 Economia, 2021). No 3º trimestre de 2019 as mulheres ativas eram 41,2 milhões e passaram a ser 35,5 milhões em 2020. O contingente de mulheres fora da força de trabalho aumentou 8,6 milhões, a ocupação feminina diminuiu 5,7 milhões, e 504 mil mulheres passaram a ser desempregadas (DIEESE, 2020).

Figura 8: Taxa de desocupação das mulheres por estado



Legenda: amarelo (2019); roxo (2020).  
Fonte: DIEESE (2020).

Conforme Figura 8, o estado que possui o menor percentual de mulheres não ativas é Santa Catarina, já que, em 2019 possuía 6,8% de inatividade e em 2020 atingiu 8,4%. Quanto ao maior número de mulheres sem empregos, destaca-se a Bahia com 19,8% em 2019, e 24,9% em 2020. Ou seja, 5,1% da população feminina ativa perderam sua ocupação. Fica evidente que, os estados dependentes do turismo e com maior número de empregos informais foram os mais afetados.

### 2.3 O PAPEL DA MULHER NA SOCIEDADE

Por um longo tempo, se propagou um falso sentido de que a mulher e o homem não possuíam funções semelhantes na sociedade. Isso porque, a mulher era vista como inferior, já que, suas atividades estavam restritas ao lar e sua formação intelectual era negada. Essas restrições vinculadas à figura feminina favoreceram a relação de poder e domínio do homem sobre a mulher e propagaram a domesticidade feminina por um longo período (BEZERRA, 2016).

A mulher sempre teve um papel bem determinado na sociedade: mãe, responsável pelo lar, continuamente submissa aos pais ou ao marido, sem direito a se expressar. Com o tempo, as mulheres foram conquistando liberdade, autonomia e

as atividades domésticas já não eram mais suficientes, não traziam satisfação. Portanto, a responsabilidade doméstica começa a ser encarada como empecilho para sua independência (BOLSON; OLIVEIRA, 2018). Em virtude disso, as mulheres que por muito tempo viveram socialmente restritas ao ambiente familiar, encontram no trabalho externo satisfação, realização pessoal e reconhecimento social (ARAÚJO; SCALOM, 2005; FIORIN; OLIVEIRA; DIAS, 2014). Com as oportunidades profissionais se abrindo, elas conquistam a estabilidade econômica e se tornam provedoras do seu próprio lar. Deste modo, a maior transformação na alteração da posição da mulher na sociedade é a sua autonomia financeira. (ROCHA-COUTINHO, 2013; 2015). Entretanto, é importante ressaltar que a inserção da mulher no mercado de trabalho não foi o único mobilizador de mudanças, o uso de anticoncepcionais, o divórcio e a reestruturação familiar, também foram essenciais para a alteração das funções desempenhadas pelas mulheres na sociedade (SINGLY, 2007).

Figura 9: Evolução da mulher perante a sociedade



Fonte: Metropoliz (1940,1980); Capricho (2020).

Presentemente, o casamento e a maternidade já não são mais prioridade e as mulheres passam a priorizar as conquistas pessoais/individuais como: carreira, formação escolar e profissional, independência financeira, aquisição de bens, entre outros. A mulher contemporânea, luta pelos seus direitos, questiona sua posição e busca reafirmar-se diante do universo organizacional (ALMEIDA, 2007; MALUF, 2012). Em concordância, Souza (2019) enfatiza que as mulheres estão vencendo as barreiras socioeconômicas e culturais, e se destacando no mercado como líderes,

empreendedoras e chefe de família. Ou seja, a mulher deixa de ser a sombra do homem e assume um papel diferente na sociedade o de protagonista de suas próprias ações e conquistas.

## 2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Na literatura internacional, as investigações sobre empreendedorismo feminino surgiram na década de 1970 e cresceram significativamente na década de 1980 e 1990. No Brasil o assunto só se tornou relevante em 2000, quando se aprofundaram os estudos sobre as motivações, os impactos e as dificuldades que permeiam o mundo empreendedor feminino (GOUVÊA; SILVEIRA, 2008). Atualmente, o Brasil é um dos países com o maior número de mulheres empreendedoras (GEM, 2020) e ainda assim, seguem lidando com questões importantes como desigualdade salarial, sexismo, barreiras econômicas, falta de apoio, jornada dupla de trabalho, entre outros.

Em 2019, o empreendedorismo brasileiro foi marcado pela equivalência entre gêneros, segundo o monitoramento de empreendedorismo global (GEM, 2019) a taxa de empreendedorismo inicial (aqueles que estão à frente dos negócios a menos de 42 meses) foi igual para ambos os sexos. Apresentando, 23,5% de presença masculina e 23,1% de feminina. Esses percentuais mantiveram o Brasil numa posição de destaque em relação aos demais países, no que se refere à participação das mulheres na atividade empreendedora. No mesmo ano, o Brasil era o terceiro país com a maior taxa de empreendimentos iniciais femininos na América Latina. Entretanto, quando analisadas as taxas de empreendedorismo estabelecidas (aqueles à frente dos negócios a mais de 42 meses) encontra-se um desequilíbrio. Para cada 13 empreendedores estabelecidos do sexo masculino, existiam 10 de sexo feminino. Apontando assim, a dificuldade de amadurecimento em empresas comandadas por mulheres, já que, enfrentam dificuldades em aumentar a fatia de mercado constituída (GEM, 2019). Isso ocorre devido a discriminações vinculadas aos estabelecimentos liderados por mulheres, onde se põem em dúvida a

competência da empresa em virtude de quem a comanda. Muitos ainda veem a mulher como ser frágil, manipulável e despreparadas, e isso acaba por dificultar sua participação no mercado em termos das vendas de um determinado produto ou em relação ao número de clientes. Outro motivo relacionado ao não amadurecimento seriam os poucos recursos financeiros empregados pelas mulheres no início do negócio. O que, costuma inviabilizar o crescimento do empreendimento, já que, não se tem recursos próprios para suprir eventuais dificuldades financeiras. Entretanto, o desempenho das mulheres nos negócios não é inferior ao dos homens, devido a esse motivo. O que acontece na realidade é uma alteração no mercado que limita as ações femininas devido à discriminação de gênero (MARLOW; MCADAM, 2013).

Em 2020 no Brasil, a força da atividade empreendedora em estágio nascente foi maior entre as mulheres (11,2%) do que entre os homens. Essa condição não se repete nos demais estágios; ao contrário, se nota uma importante redução das taxas femininas, na comparação com 2019. A taxa de empreendedorismo estabelecido para as mulheres sofreu uma perda de mais de 60%, enquanto entre os homens não chegou a 35% (GEM, 2020). Conforme, figura a seguir:

Figura 10: Taxas dos nascentes, novos, iniciais e estabelecidos

Sexo	Iniciais (TEA)			Nascentes (NEA)			Novos (NBO)			Estabelecidos (EBO)		
	2019	2020	Varição	2019	2020	Varição	2019	2020	Varição	2019	2020	Varição
Masculino	23,5	25,6	8,7	8,6	9,2	6,7	15,7	16,8	7,1	18,4	12,0	-34,9
Feminino	23,1	21,3	-7,6	7,5	11,2	48,8	16,0	10,1	-36,6	13,9	5,4	-61,5

Fonte: GEM Brasil (2020).

Acredita-se que as inferências no desempenho feminino estejam relacionadas com a crise econômica motivada pela crise sanitária, e aumento saliente do desemprego em 2020. Ou seja, mais mulheres foram forçadas a iniciar uma atividade empreendedora de modo a contribuir com a renda familiar. O que ocasionou o aumento da taxa de empreendedorismo nascente, em simultâneo, as empreendedoras que já tinham negócios em operação diminuíram sua participação no mercado, devido às dificuldades de manterem o empreendimento, propriamente dito, seja pelas novas necessidades surgidas no arranjo familiar como, por exemplo,

auxílio aos filhos diante de um cenário de isolamento social e da suspensão das atividades escolares (GEM, 2020).

Em 2021, 55% das mulheres tiveram que recorrer ao empreendedorismo por não encontrar outro meio para obter renda. Elas representaram 55,5% dos empreendedores nascentes (com até três meses de atividade). No último trimestre de 2020, as atividades empreendedoras femininas apresentavam claros sinais de recuperação, e fecharam o segundo trimestre com um total de 8,6 milhões de donas de negócio. Já no quarto trimestre de 2021, esse número chegou a 10,1 milhões (mesmo resultado alcançado no último trimestre de 2019). É o que mostra o estudo do Sebrae feito a partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE (PNADC) de 2021.

Figura 11: Empreendedoras brasileiras nos últimos três anos



Fonte: elaborado pela autora (2022).

É importante ressaltar que as mulheres empreendedoras sofreram e se recuperam mais lentamente de perdas causadas pela crise pandêmica. Uma vez que, a cultura brasileira a força a se dividir entre a gestão da empresa e os cuidados com a família. Muitas empresárias tiveram de encerrar suas atividades ou reduzir a operação do negócio para dedicarem mais horas aos filhos e idosos, mediante a pandemia. O que justifica a oscilação do número de empreendedoras nos últimos três anos (MELLES, 2022).

#### 2.4.1 Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras brasileiras

São abundantes as dificuldades que rodeiam os empreendedores, e que precisam ser enfrentadas e superadas, a fim de se adquirir um negócio rentável e de sucesso. Esses desafios variam de acordo com o ramo de atividade desempenhada,

e também podem variar devido ao gênero do empreendedor (BOFIM; TEIXEIRA, 2015). Mas, em geral sempre há desafios financeiros, dificuldade na implantação e desenvolvimento, no alcance de seus objetivos, isto tanto para homens quanto para mulheres que desejam empreender (KUKI; KUKI; CALLEGARI, 2013).

Há indicadores na literatura, que demonstram que as mulheres à frente de empresas enfrentam mais desafios que os homens. Jonathan (2003) realizou um estudo em presas brasileiras de alta tecnologia, e apurou que há fatores desfavoráveis quando se trata de empresas lideradas por mulheres, como: dificuldades na captação de recursos de instituições financeiras e investidores anjos; percepção acerca do crescimento, pois as empreendedoras sobrepõem a autorrealização ao crescimento financeiro. Já para Machado, Barros e Palhano (2003) as dificuldades encontradas estão relacionadas como: conciliar trabalho e família, à falta de tempo e à falta de acesso a informações e à dificuldade para obter financiamento. Ambos os estudos evidenciam a dificuldade ao crédito e as linhas de financiamento, isso por que, os bancos privilegiam empresas abertas por homens, já que, lês detém o menor número de mortalidade empresarial. Em virtude disso, os empréstimos financeiros cedidos às mulheres são aproximadamente 13 mil reais há baixo dos concedidos ao sexo masculino e suas taxas anuais de juros são 3,5% maiores (SEBRAE, 2019).

A discriminação por gênero também conta como grande desvantagem para o empreendedorismo feminino. As situações de desrespeito sofridas pelas empreendedoras mediante a instituições financeiras, agentes de bancos e prestadores de serviços, são absolutamente ridículas. Muitos, inferiorizam o trabalho feminino, debocham de suas exigências e deixam as empresárias desconfortáveis com questionamentos indevidos. Uma das justificativas para essas ações seria, o fato que os negócios abertos por mulheres, são menos rentáveis e possuem menor valor agregado, o que absolutamente não justifica o desrespeito dos agentes financeiros. Outro motivo associado, é que a maioria das mulheres empreende por necessidade e estão ligadas a setores mais vulneráveis a mudanças econômicas (MACHADO, 2012).

Figura 12: Desafios encarados pelas empresárias



Fonte: elaborado pela autora (2022).

Em complemento às ideias anteriores, seguem uma lista de barreiras e desafios enfrentados pelas empreendedoras, segundo Silva (2007).

Figura 13: Barreiras frequentes ao empreendedorismo feminino

• Ausência de modelos de empreendedoras;	• Dificuldades de obter confiança de clientes e fornecedores;
• Falta de treinamento adequado;	• Falta de tempo pra si;
• Divisão desvantajosa de tarefas domésticas;	• Problemas culturais que afetam seu desempenho;
• Dominação social dos homens na área de negócios;	• Dificuldade de auto-confiança e aceitação;
• Falta de suporte afetivo e social;	• Dificuldade para atuar no mercado;
• Dificuldades para conseguir financiamentos;	• Acesso a rede e falta de mentores;
• Obrigação versus Desejo;	• Tamanho das empresas.
• Trabalho versus Família;	

Fonte: Mulher empreendedora: Dificuldades e preconceitos, Loiola (2016).

Entre outros desafios presentes na vida das empreendedoras, Priscila Cestarolli (2016) assinala os seguintes: investimento desigual, pois menos de 10% das empresas lideradas pelo sexo feminino recebem investimento externo; e desestímulo no mundo empresarial, visto que, 43% das mulheres possuem medo de fracassar ao abrir seu próprio negócio, comparado com 34% dos homens. De forma geral, observa-se que as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras são diversas, pois além das dificuldades pessoais e os impostos pelo mercado, elas ainda

precisam lidar com o sexismo e a misoginia, o que aumenta os desafios que deverão ser superados. As barreiras de acesso aos recursos econômicos, sociais e pessoais, juntamente com a dominação patriarcal, a opressão e discriminação foram tão fortemente internalizadas na sociedade, que se acaba por considerar como natural a divisão sexuada das coisas (BOURDIEU, 2002).

## 2.5 PERFIL DA MULHER NO CENÁRIO EMPREENDEDOR, SEGUNDO O LEVANTAMENTO TEÓRICO

Segundo dados da SEBRAE (2019), 27,6% das mulheres empresárias possuem de 31 a 40 anos; 67% de 41 a 50 anos; e 18% de 51 a 60. Já o levantamento da Rede Mulher Empreendedora, realizado com 1.300 mulheres em todo território nacional, apontam que a idade média é 39 anos. O mesmo estudo ainda traz que: a maioria das empreendedoras é casada e com filhos; ingressa no mercado empreendedor mais tarde do que os homens; decidem empreender após a maternidade; possuem ensino superior ou mais; e realizam seu trabalho por paixão à profissão. Como complemento a essas características, a Tabela 1 apresenta mais alguns atributos vinculados ao perfil empreendedor feminino.

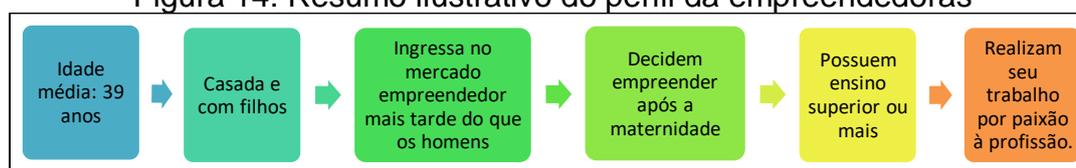
Tabela 1: Características das empreendedoras

Local de trabalho	68% das mulheres empreendedoras trabalham em casa.
Faturamento	33% faturam mais de R\$ 10 mil por mês, enquanto 36% faturam até R\$ 2.500 por mês.
Confiança:	63% das empreendedoras estão melhores do que há três anos.
Domínio do negócio	Buscam informações sobre finanças, planejamento da empresa, formação de preço, comunicação e vendas/negociação.
Sociedade	55% não têm sócios, e quando tem é mais comum sociedade em partes iguais. Amigos, maridos ou outro familiar são os sócios mais comuns das empreendedoras.
Chefes de Família	49% são chefes de domicílio.
Empregador	Só 13% são empregadoras, contra 16% dos homens.
Horas de trabalho	Trabalham menos horas por semana (59% trabalham menos de 40 horas/semana).
Contribuição à previdência	40% das empreendedoras contribuem à previdência.
Ousadia	41% iniciaram seu empreendimento sem capital e 41% usaram poupança, investimento próprio e rescisão de contrato de trabalho para iniciar seu negócio
Independência financeira	72% avaliam que são totalmente ou parcialmente independentes financeiramente.
Afazer domésticos	79% acreditam que os cuidados com a casa e a família atrapalham mais as mulheres do que os homens que buscam empreender.

Fonte: Adaptado do SEBRAE (2019; 2021); Instituto Rede Mulher Empreendedora (2021).

O percentual de mulheres empreendedoras se intensifica nas classes sociais A/B e é extremamente baixa na classe E, como exemplo trazemos a distribuição de empreendedoras no Rio de Janeiro, onde as regiões administrativas mais ricas possuem a maior taxa empreendedora. O que pode justificar essa afirmação são as barreiras para se alcançar as empreendedoras mais pobres, devido à falta de formalização de trabalhos presentes nas classes mais baixas. Enquanto nos grupos A/B, 11,4% possui CNPJ nos grupos e somente 0,24% possuem número designado pela Receita Federal na abertura da empresa (NERI; TEIXEIRA, 2019).

Figura 14: Resumo ilustrativo do perfil da empreendedoras



Fonte: elaborado pela autora (2022).

Quanto às questões gerenciais, são delegadas às mulheres algumas características como: a capacidade de convencimento e preocupação com os clientes,

colaboradores e fornecedores; gestão democrática e colaborativa; atmosfera de reconhecimento e inclusão. Os benefícios desse estilo de liderança são, a lealdade e a boa vontade da equipe, e a assertividade na tomada de decisões (GIDDENS, 2005).

Em relação a essa ideia, Machado (2000) afirma que o gerenciamento feminino é traçado como objetivos culturais e sociais, priorizado à segurança do trabalho, a satisfação dos clientes e dos empregados, e os resultados financeiros. A autora também destaca alguns fatores referentes ao estilo estratégico, como a preocupação com a qualidade dos serviços e a contribuição para a inovação dos métodos de gerenciamento organizacional. Percebe-se ainda, que elas buscam manter um lento crescimento, aspirando preservar sua qualidade de vida, manter um contato mais próximo com colaboradores, fornecedores e clientes, estando sempre à frente das operações que lhes dão prazer (LINDO 2004). Entretanto, as mulheres se deparam com dificuldades para viabilizar o crescimento de suas empresas. Um dos possíveis fatores seriam a desvantagem em relação ao crédito bancário e o reduzido capital inicial (GEM, 2010).

## 2.6 FATORES SOCIAIS, ECONÔMICOS E CULTURAIS QUE PODEM INTERFERIR A PRÁTICA EMPREENDEDORA FEMININA

### 2.6.1 Econômicos

De acordo com Maximiano (2011), a viabilidade de se manter um novo negócio por mais de três anos é parcialmente baixa. As dificuldades para os iniciantes no empreendedorismo são constantes, o que faz com que muitos pereçam no caminho. Para as mulheres esse cenário é ainda mais desvantajoso, a taxa de conversão de empreendedoras em donas de negócio é 40% mais baixa do que a masculina (SEBRAE, 2019). Uma das principais razões é a falta de políticas públicas que

facilitem a consolidação de novos empreendimentos femininos. O país não apresenta um cenário favorável às mulheres que pretendem inserir-se no empreendedorismo.

A dificuldade de crescimento, também é apontada como prejudicial ao desenvolvimento empreendedor feminino. Uma das razões seria a multiplicidade de papéis exercidos pelas mulheres, o que faz com que preferem manter suas empresas menores, a fim de equilibrar o trabalho e a família ou a vida pessoal. Outra explicação seria, que as mulheres sofrem muitas barreiras estruturais, sociais e culturais que dificultam o desenvolvimento dos negócios (STILL, 1998; LOSCOCCO, 1991).

A diferença salarial costuma dificultar a construção de uma reserva em dinheiro, ou seja, dificulta se guardar dinheiro para investir em um novo negócio ou em um já existente. Muitas mulheres não recebem incentivos e utilizam recursos próprios ou de empréstimos familiares para a abertura de seu empreendimento. No Brasil, as mulheres que têm entre 20 e 29 anos ganham, em média, 11% menos que os homens da mesma idade. Para as mulheres com mais de 45 anos, a remuneração fica 38% menor que a masculina (IBGE, 2020 apud ELIAS, 2021). Em virtude do exposto, pode-se dizer que a diferença salarial é fator determinante para as dificuldades de recuperação financeira apresentadas pelas mulheres de negócios.

Figura 15: Barreiras econômicas



Fonte: elaborado pela autora (2022).

Outro agente dificultador encontrado, é a atual instabilidade econômica brasileira. Com o aumento dos impostos e da inflação os custos para se manter um negócio disparam e muitas empresárias não conseguiram se recuperar

financeiramente. Estudos mostram que em 2021, a receita das empresas lideradas por mulheres teve queda de 66%. Os principais motivos apresentados foram: a baixa adaptação às ferramentas digitais para aumentar o potencial de seus negócios; queda de vendas e contratos; saúde mental e física; equilíbrio entre vida pessoal e profissional e entender e programar as legislações governamentais (MISSIAGGIA, 2021). O que justifica essa maior fragilidade frente às instabilidades econômicas, é o fato de que as mulheres costumam empreender em setor fortemente afetado como o de serviços e comércio.

Por último, encontra-se o obstáculo à concessão de crédito e linhas de financiamento. Onde as mulheres obtêm um valor médio de empréstimos de aproximadamente R\$13 mil a menos que a média liberada aos homens, e pagam taxas de juros 3,5% maiores, apesar de terem taxa de inadimplência mais baixa, 3,7% frente a 4,2% dos homens (SEBRAE, 2019). Como completo, Vokins (1993), Moore (1997) e Hirisch (1997) mencionam como razão para a dificuldade de empréstimo bancário, a visão ultrapassada das instituições financeiras, que vem a concessão de crédito a mulher como risco de beneficiar duplamente um casal cujo marido também busque acesso à linha de crédito, fato nitidamente associado à discriminação.

## **2.6.2 Sociais**

Apesar do desejo de comandar seu próprio negócio, as mulheres ainda sentem constrangimento ao solicitar empréstimo bancário (SEBRAE, 2020). Muitas vezes, elas deixam de pedir uma quantidade maior, com vergonha de seu score não ser de acordo com o valor solicitado como crédito. Isso reflete a persistência do sexismo na sociedade, onde a mulher ainda se sente coagida a pedir o mínimo para seu estabelecimento por medo de pré-julgamentos. O que pode ser relacionado com essa ocorrência, é a falta de confiança apresentada por parte das empreendedoras e o medo do fracasso, que as prejudica e as tornam manipuláveis pelo julgamento social.

Cerca de 43% das mulheres vêem o medo do fracasso como o principal desestímulo para inserir-se no empreendedorismo (QIAN; MIAO, 2016).

O nível de escolaridade também mostrou ter influência sobre o empreendedorismo feminino. Um levantamento do IBGE (2019) demonstrou que as mulheres que abrem o próprio negócio têm maior escolaridade do que os homens, cerca de dez anos a mais de estudo. Na faixa-etária entre 25 e 34 anos, 25,1% das mulheres concluíram o nível superior contra 18,3% dos homens.

Figura 16: Barreiras sociais



Fonte: elaborado pela autora (2022).

O suporte afetivo e social também foi apresentado como barreira para as empreendedoras, já que torna a atividade empreendedora um ambiente solitário (LINEHAN, 2000). A falta de suporte por parte dos maridos, os poucos contatos sociais e poucos canais de informações nos negócios, inveja dos maridos, causam-lhes, conseqüentemente, problemas de relacionamento na esfera doméstica e nos negócios (STILL, 2000; LOSCOCCO, 1991)

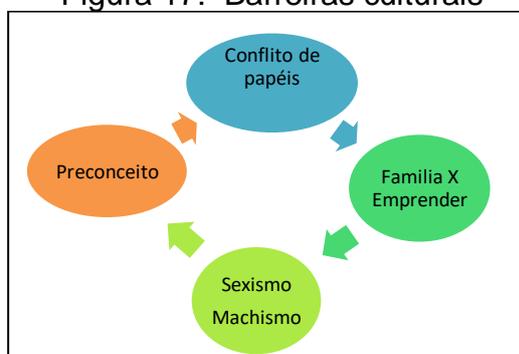
Para concluir traz-se a maternidade como ponto de discussão, já que, a literatura apresenta essa como estímulo e empecilho ao empreendedorismo. A Rede Empreendedora de Mulheres (216), retrata o empreendedorismo como incentivo considerável e apresenta os seguintes dados: 75% das mulheres decidiram empreender após a maternidade e 55% das empreendedoras são mães. Já Brandão (2020) retrata a maternidade como um impedimento no progresso profissional da mulher. Vê o número de filhos como prejudicial ao desempenho das mulheres à frente dos negócios devidos às múltiplas tarefas que a maternidade exige como: levar os filhos ao médico, dar atenção, cuidar, amamentar, trocar, entre outros.

### 2.6.3 Culturais

Para a sociedade, a “verdadeira mulher” deve cumprir os seguintes requisitos: ser uma boa mãe, se ocupar das atividades domésticas, trabalhar e ajudar com as despesas financeiras. Deve desempenhar várias funções em benefício da família (SWAIN, 2001). Essa visão estereotipada causa pressão e traz sentimento de culpa às mulheres. Essas são lembradas constantemente que não são boas o suficiente se não cumprirem os papéis estabelecidos pela sociedade. Portanto, mulheres de negócios se culpam por não ter tempo para cuidar da família (TONELLI; BETIOL, 1991). Esse conflito de papéis é visto como algo que prejudica seu desempenho no negócio próprio (BRUSCHINI e PUPPIN, 2004). Conforme os dados do IBGE (2018) no Brasil a taxa de realização de afazeres domésticos e/ou cuidado de pessoas entre as mulheres foi de 93% enquanto entre os homens foi de 80,4%. O tempo em que as mulheres dedicam a essas atividades por semana foi em média de 21,3 horas, o dobro das horas apresentadas pelos homens.

Dificuldade em conciliar trabalho e família também é uma barreira decorrente para as empreendedoras. Muitas mulheres optam pelo empreendedorismo para poder ter maior tempo com sua família. Entretanto, verifica-se que as empresárias que colocaram menos empenho na integração família e trabalho tiveram maior crescimento econômico. Esse conflito, leva muitas empreendedoras à exaustão, já que, elas se sobrecarregam tentando equilibrar esses dois mundos.

Figura 17: Barreiras culturais



Fonte: elaborado pela autora (2022).

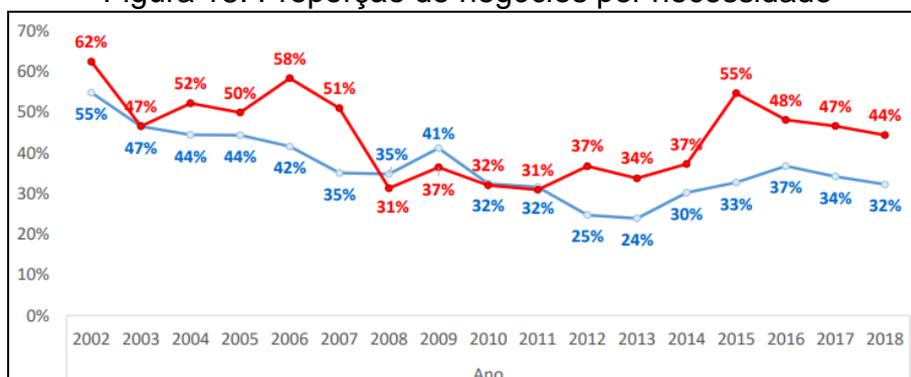
Outros fatores que interferem nas atividades femininas são: o preconceito, machismo e sexismo. Tais interferências podem prejudicar seu desempenho empreendedor e sua confiança em si mesma. Percebe-se que a desigualdade de gênero sofrida no mercado empreendedor, sobrecarrega as empresárias e as desmotiva. A necessidade de reafirmar-se constantemente no mundo dos negócios e a cobrança de um desempenho acima da média torna a jornada muito mais intensa. Lutar todos os dias por espaço no mercado dominado por homens não é tarefa fácil, lutar sem apoio é impraticável (BRUSCHINI; PUPPIN, 2004; FERREIRA, 2007).

## 2.7 RAZÕES: OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE

Existem vários motivos para se empreender, sendo para criar um novo negócio, ser autônomo, poder gerar ideias e realizá-las, evitar o desemprego e ser proprietário do seu próprio negócio. Quando falamos das mulheres a razão e as motivações estão ligadas diretamente a desigualdade salarial, motivações familiares, necessidade financeira, independência profissional, barreiras no âmbito laboral, possibilidade de trabalhar em casa, insatisfação no trabalho anterior, busca por maior autonomia e empregos flexíveis, necessidade de realização pessoal, dificuldade de ascensão na carreira e possibilidade de conciliar trabalho e família (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

No Brasil a maioria das mulheres empreende por necessidade. A iniciativa empreendedora, em grande parte, surge de um lugar de vulnerabilidade não só emocional, mas também social. Nasce da busca por soluções para problemas concretos do dia a dia (HERTA, 2021). A motivação das brasileiras vai além do lucro, 34% empreendem como realização de um sonho; 52% por conta da flexibilidade de horário e; 40% empreendem em busca de melhor renda (SEBRAE, 2019).

Figura 18: Proporção de negócios por necessidade



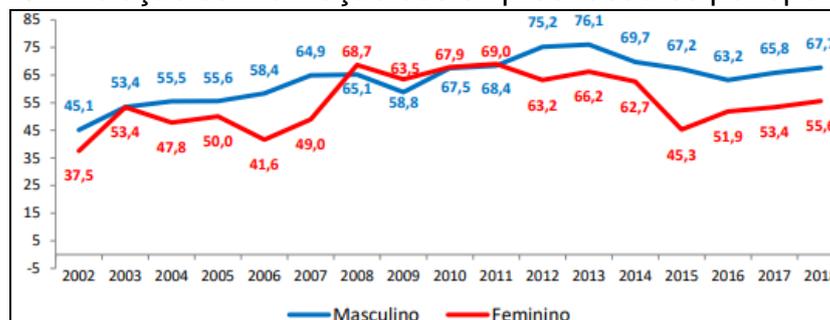
Legenda: vermelho (mulheres); azul (homens).

Fonte: GEM (2018).

Ao observar-se o gráfico, fica claro, que as mulheres em comparação aos homens empreendem mais por necessidade. No ano de 2002 as mulheres apresentaram o maior índice de empreendimentos por necessidade, possivelmente alavancado pela crise econômica, que segundo especialistas foi a maior e a mais complicada pela qual o Brasil já passou. Nos demais anos percebe-se picos e declínios, entretanto é permanente a alta em momentos de fragilidade econômica. Em 2018, a porcentagem de empreendedoras por necessidade era 44%, cerca de doze pontos percentuais acima dos homens. A tendência das mulheres pelo empreendedorismo por necessidade está ligada ao fato de que elas costumam procurar o empreendedorismo em momentos de piora da renda familiar e como forma de se manter ativas economicamente. Muitas ainda vêem o empreendedorismo como um bote salva-vidas, onde se agarram em momentos de crise econômica.

Quanto ao empreendedorismo por oportunidade, as empreendedoras estão muito abaixo dos empreendedores masculinos, em média 12 pontos percentuais. A Figura 19 mostra que a proporção de empreendedores iniciais por oportunidade no grupo masculino supera o encontrado no feminino na maioria dos anos.

Figura 19: Evolução da motivação dos empreendedores por oportunidade



Fonte: GEM Brasil (2018).

Entretanto, pode-se observar que entre 2002 e 2008 houve um aumento de mulheres empreendendo por oportunidade, houve um salto de 37,5% para 68,7%, ultrapassando inclusive os homens. No entanto, nos anos seguintes esta proporção entrou em declínio, mais especificamente em 2015 quando chegou a 45,3%. Aparentemente, a diminuição do empreendedorismo feminino por oportunidade ocorreu devido à desaceleração da economia e a entrada de mais mulheres no mercado de trabalho. Ou seja, com o maior número de empregos elas deixam de lado o empreendedorismo, já que, possuem outras opções além de empreender. Estes dados sugerem que o grupo das mulheres é muito mais sensível às mudanças da economia e da sociedade. Talvez porque elas ainda vejam o empreendedorismo como forma de complementar a renda, o que infelizmente as colocam no grupo de empreendedores por necessidade.

Em acréscimo aos dados anteriores, evidenciam-se as principais motivações brasileiras para abrir um negócio, segundo pesquisa realizada pela GEM (2019):

- Para ganhar a vida porque os empregos são escassos (homens 86%; mulheres 90,8%);
- Para fazer a diferença no mundo (homens 49,6%; mulheres 53,2%);
- Para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta (homens 41,9%; mulheres 31,8%);
- Para continuar uma tradição familiar (homens 28,8%; mulheres 24,4%).

Ao verificar cada uma das motivações, observou-se que as mulheres foram à maioria entre os que empreenderam devido à escassez de empregos (90,8%) e para

fazer diferença no mundo (53,2%), porém as diferenças foram menores que cinco pontos percentuais em relação ao sexo masculino. Já em relação, à ambição e construção de grandes riquezas os homens (41,9%) predominaram com 10 pontos percentuais a mais do que o sexo feminino (31,8%). Quanto a continuar uma tradição de família há uma diferença de 4,4 pontos percentuais entre os gêneros (mulheres com 24,4% e os homens com 28,8%).

## 2.8 SETORES EM QUE A MULHER EMPREENDE

As empreendedoras estão proporcionalmente mais presentes no setor de serviços e comércio. Vieira (2011) mostra o setor de serviços como maior proporcionador de empregos formais do país e também como a área em que as mulheres mais empreendem e inovam. Segundo levantamento da SEBRAE (2021), 50% das mulheres se fazem presentes no setor de serviços, seguido por 27% no comércio, 8% na agropecuária, 1% no setor de construção e 15% empreendem no setor industrial. Verifica-se que, a uma baixa presença feminina nos setores agropecuários e de construção, devido a um falso sentido de que esses setores são de caráter masculino. O que pode justificar a baixa presença feminina nesses setores é o espelhamento, elas optam em empreender em setores que já tenham maior presença feminina, pois esses costumam passar maior segurança e confiabilidade na hora de empreender (DELL MEDIA LAB ESTADÃO, 2020).

Segundo Global Entrepreneurship Monitor (2019), a principal atividade econômica realizada pelas empreendedoras brasileiras efetua-se expressivamente nos serviços domésticos, apresentando aproximadamente, 14% das ações empreendedoras. Cerca de 60% atuavam especificamente com a limpeza de residências, como diaristas, e 30% eram cuidadoras de crianças ou idosos. Entre outros serviços, encontram-se cozinheira, lavadeira, passadeira e jardineira.

A pesquisa destaca que, além dos setores domésticos, as mulheres empreendem no setor de beleza, comércio varejista, serviços de catering e bufê e

confecção de peças de vestuário (Figura 20). Cerca de 10% das mulheres estavam envolvidas com comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios. Entre as empreendedoras que agem nessa seção, em torno de um terço possuíam estabelecimentos fixos (lojas) para vendas de roupas, e aproximadamente um terço comercializa lingerie. Ainda no segmento de vestuário, 7,5% das mulheres possuíam empreendimentos de confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas. A maioria se identificou como fabricante de roupas, sendo que uma parte considerável era fabricante sob medidas (ateliê), que atuava também com reparos.

Figura 20: Distribuição das atividades dos empreendedores

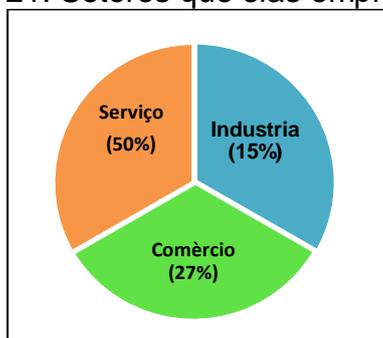
Masculino		Feminino	
Atividades (CNAE)	%	Atividades (CNAE)	%
Serviços especializados para construção	11,0	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	13,7
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,7
Manutenção e reparação de veículos automotores	7,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,1
Obras de acabamento	3,7	Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	8,5
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,4	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	7,5
Transporte rodoviário de táxi	3,2		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2,9		
Serviços de <i>catering</i> , bufê e outros serviços de comida preparada	2,7		
Transporte rodoviário de carga	2,6		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,5		
Serviços ambulantes de alimentação	2,4		
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2,2		
Outras atividades	47,8		49,5

Fonte: GEM Brasil (2019).

Existe também uma tímida participação feminina nos serviços relacionados à restaurante, serviços de bebidas, e serviços ambulantes de alimentação. A participação das mulheres nesse setor é pouco comum. Apenas os serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada foram citados por 8,5% das empreendedoras. Dentro desse segmento, quase 70% estavam envolvidas com a

preparação de bolos, doces e salgados, e 25% com marmitas. Sobre as atividades comuns entre ambos os sexos, o setor de beleza se destaca. Dos que atuavam nesse segmento, aproximadamente metade, em ambos os sexos, citaram salão de beleza ou cabeleireiro. Entretanto, o número de mulheres que atuam nessa área ainda é maior (10,7%) do que entre os homens (3,4%). No grupo feminino cerca de 40% afirmaram ser manicure e 10% mencionaram outros serviços como atendimento de estética em domicílio, design de sobrancelhas e penteados especiais (GEM, 2018; 2019).

Figura 21: Setores que elas empreendem



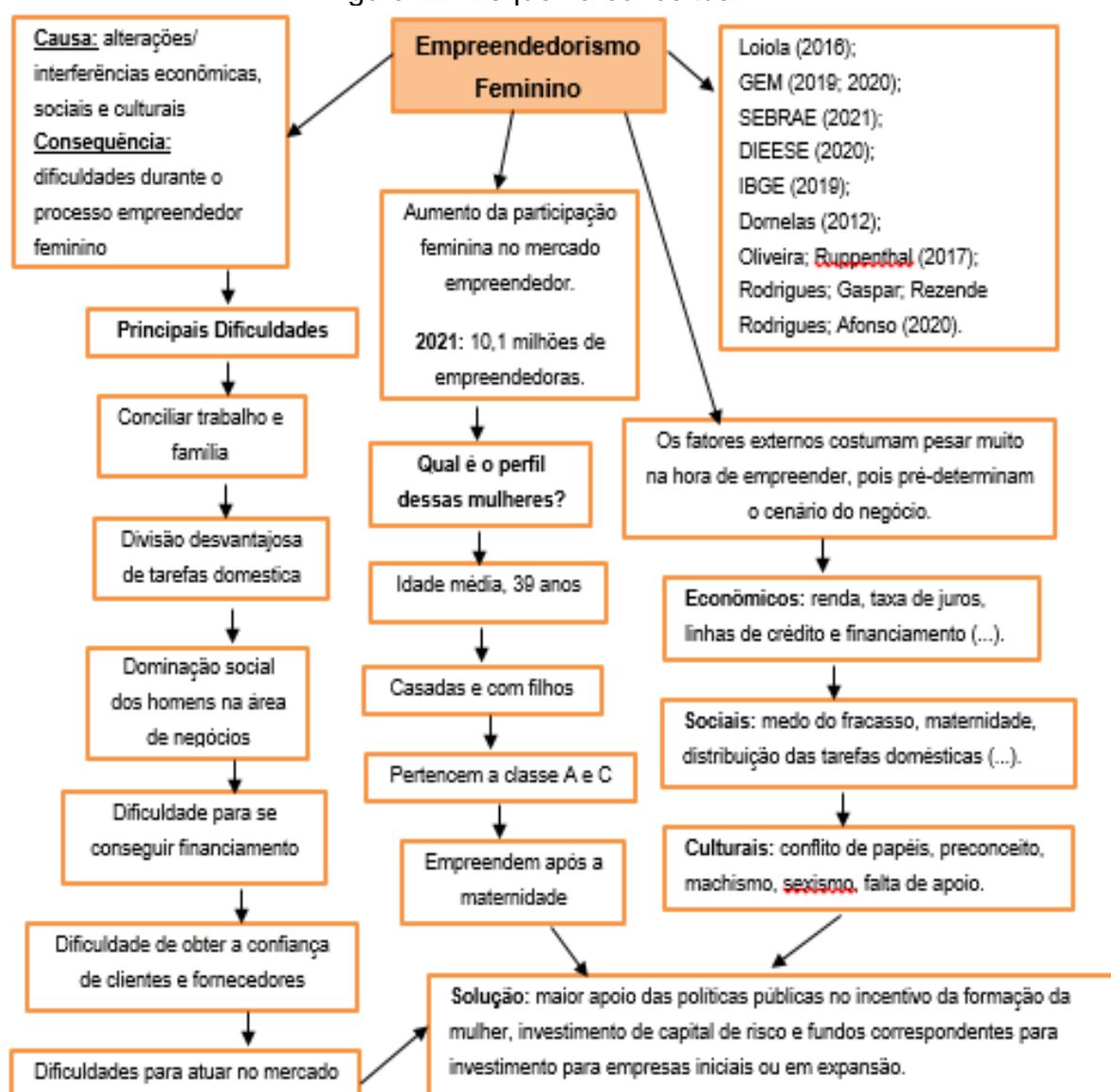
Fonte: elaborado pela autora (2022).

Em conclusão, verifica-se que as mulheres costumam optar por segmentos em que já tenham habilidades desenvolvidas. Voltam seus empreendimentos ao público feminino e seus negócios costumam ser sua principal fonte de renda. Portanto, empreender não é um *hobby* para as mulheres, mas sim uma forma de sobreviver aos desafios econômicos, sociais e culturais.

## 2.9 MODELO TEÓRICO DE PESQUISA

O objetivo da elaboração deste modelo teórico é destacar as influências que podem chegar a interferir ou não na iniciativa de empreender das mulheres brasileiras. Os fatores citados no mapa, já foram detalhados anteriormente nesse documento. Esses fatores deverão ser confirmados ou refutados, após a comparação entre o levantamento teórico e os resultados de pesquisa.

Figura 22: Esquema conceitual



Fonte: elaborado pela autora (2022).

A Figura 22, traz um apanhado geral dos principais assuntos discutidos neste trabalho de conclusão de curso. Evidencia as causas e consequências relacionadas ao problema de estudo. Exibe as dificuldades/interferências sofridas pelas empreendedoras ao nível social, econômico e cultural; traz o perfil das empresárias que passam por essas situações; e expõem uma das soluções que amenizariam as barreiras que dificultam o empreendedorismo feminino.

### 3 METODOLOGIA

No presente capítulo serão expostos os métodos utilizados para a realização desta pesquisa, que tem a finalidade de embasar o presente estudo e orientar a metodologia utilizada, a fim de apurar o problema de pesquisa.

Tabela 2: Metodologia de Pesquisa

DELINEAMENTO			POPULAÇÃO E AMOSTRA	PROCESSO DE COLETA	PROCESSO DE ANÁLISE
NATUREZA	NÍVEL	ESTRATÉGIA	X	X	X
Quantitativa	Descritiva	Survey	Análise não-probabilísticas	Google Forms	Estatística

Fonte: elaborado pelo autora (2021).

Na tabela resumo, encontram-se as informações referentes ao delineamento de pesquisa, descrito acima, e demais informações como: população e amostra, processo de coleta e processo de análise de dados que serão esclarecidos ao decorrer da metodologia.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O presente estudo apresentou um modelo de pesquisa de natureza quantitativa, nível descritivo, utilizando como estratégia o método *survey* com a finalidade de analisar as variáveis econômicas, sociais e culturais que podem chegar a interferir no processo empreendedor feminino.

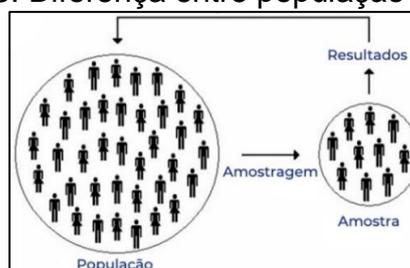
A pesquisa quantitativa indica quantidade. Mensura e quantifica as respostas dos entrevistados de modo a obter dados que vão confirmar ou contestar as hipóteses iniciais (COELHO, 2018). Já o nível descritivo possibilita uma análise aprofundada do

problema de pesquisa em relação às questões, sociais, econômicas, políticas, percepções de diferentes grupos, entre outros (OLIVEIRA, 2011). Quanto ao método *survey*, pode-se dizer que descrever, explicar e explorar características, ou variáveis de uma população por meio de uma amostra estatística (DUARTE, 2010).

### 3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Para a elaboração desse segmento é importante compreender a diferença entre amostra e população. A população é um número total de pessoas que vivem em uma área geográfica, ou seja, é um grupo de elementos total que possui um parâmetro em comum. Já a amostra é um grupo menor ou um subconjunto dentro de uma população, sendo selecionada de acordo com suas características a fim de serem analisadas (MUGUIRA; DURÁN, 2022). Conforme demonstra a Figura 23.

Figura 23: Diferença entre população e amostra



Fonte: QuestionPro (2022).

Optou-se pela amostragem não probabilística. A seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo (MATTAR, 1996.). Quanto o tipo de amostragem foi escolhida á por conveniência onde os indivíduos são selecionados porque eles estão prontamente disponíveis, não porque eles foram selecionados por meio de um critério estatístico (OCHOA, 2015).

No período de março a abril de 2022 foi realizado um pré-teste com dois professores e 5 pessoas, os quais sugeriram alguns ajustes que foram praticados. A

população alvo deste estudo foi a das mulheres. O questionário foi aplicado a 62 mulheres de Caxias do Sul (RS), destas 36,7% eram empreendedoras, 45% pretendiam empreender e 18,3% não eram empreendedoras e não pretendiam empreender. As empreendedoras presentes na amostra pertenciam a variadas instituições, não faziam parte de associação/entidade.

### 3.3 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

Nas palavras de Marconi e Lakatos (2017), a coleta de dados é a fase da pesquisa em que se dá início a aplicação dos instrumentos elaborados e técnicas selecionadas para coletar os dados previstos. Nesse documento, optou-se pelo método transversal com questionário estruturado, que segundo Filho (2011) é quando o pesquisador não interage com a população amostral e as respostas são alternativas já especificadas pelo escopo da questão. As perguntas foram elaboradas conforme escala *Likert* onde o respondente é convidado a demonstrar o seu grau de concordância com a pergunta realizada. Elegeram-se esses métodos, pois facilitam a organização dos dados apurados e capturam rapidamente a opinião dos entrevistados.

O questionário foi elaborado através do *Google Forms*, e disponibilizado através de um endereço eletrônico. As perguntas foram elaboradas a partir das informações obtidas no levantamento teórico e construídas junto ao orientador Marcelo Faoro de Abreu. Estão compreendidas em dois grupos de questões: o primeiro grupo relacionado com as características pessoais das mulheres, seu perfil (estado civil, número de filhos, faixa etária, grau de instrução, renda). E o segundo, está relacionado com a busca por comprovar a existência de interferência, cultural, social e econômica no desenvolvimento empreendedor feminino.

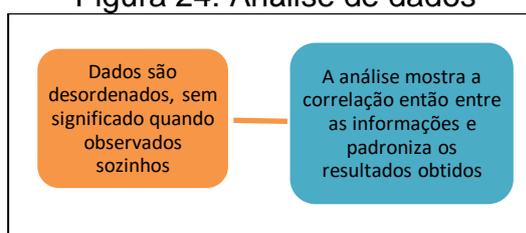
O pré-teste foi realizado com três empreendedoras de diferentes idades, nove estudantes de administração e dois professores da Universidade de Caxias do Sul (UCS). Alguns foram aplicados em dezembro de 2021 e outros em março de 2022. O

objetivo foi verificar a dificuldade de compreensão das questões e sua relevância para o contexto atual. Quanto à compreensão foram necessárias alterações, foi solicitado que as questões fossem mais simples e objetivas e houvesse informações sobre determinados termos administrativos.

### 3.4 PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS

Análise de conteúdo é vista com uma técnica de tratamento e análise de informações removidas de um documento escrito. Nessa, o pesquisador entra em contato intenso com os dados coletados, com o objetivo de conseguir respostas às suas indagações. Partindo deste momento, ele determina as relações necessárias entre as informações obtidas e as hipóteses formuladas previamente (MARCONI; LAKATOS, 2017). Como processo de observação de dados foi escolhido a análise estatística, já que, possibilita coletar, organizar, apresentar, descrever, analisar e interpretar dados numéricos variáveis, referentes a qualquer fenômeno, sobre uma população (MARCONDES, 2020).

Figura 24: Análise de dados



Fonte: elaborado pelo autora (2021).

Verifica-se através da Figura 24, que a análise dos dados é como um filtro para as informações obtidas na pesquisa. Organiza os resultados de modo que fiquem compreensíveis, práticos e diretos. A seguir, serão exibidas as interpretações dos dados através da análise de discussão. Os resultados serão apresentados, comentados, interpretados, discutidos, verificados e comparados ao levantamento

teórico. Ou seja, a seção trará quadros, gráficos e interpretações sobre os resultados atingidos através do questionário apresentado ao público alvo da pesquisa.

## **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DE PESQUISA**

Neste capítulo serão apresentados e analisados os resultados provenientes da coleta de dados, por meio de questionário aplicado à população feminina de Caxias do Sul (RS). As questões abordaram idade, estado civil, escolaridade, renda mensal pessoal, número de filhos e característica do respondente, assim como, questões específicas sobre ações sociais, econômicas e culturais que podem ou não interferir no processo empreendedor das empresárias caxienses.

Conforme mencionado anteriormente, a amostra foi composta por 62 respondentes e o período da aplicação foi entre março e abril de 2022.

### **4.1 PERFIL DO RESPONDENTE**

A primeira seção do questionário refere-se ao perfil das entrevistadas e busca identificar e confirmar os dados encontrados no referencial teórico. Tais dados apontam que grande parte das empreendedoras eram mães, com idade média de 39 anos, casadas, com ensino superior ou mais e total ou parcialmente independentes financeiramente (SEBRAE, 2019; INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA, 2021).

Tabela 3: Perfil dos respondentes

Perguntas	Opções apresentadas	Respostas	Percentual
Faixa Etária	Menos de 16 anos	0	-
	De 17 a 24	5	8,1%
	De 25 a 34	31	50%
	De 35 a 45	17	27,4%
	De 46 a 54	7	11,3%
	De 55 a 65	2	3,2%
	Mais de 65	0	-
Estado Civil	Solteira	32	51,6%
	Casada	27	43,5%
	Divorciada	3	4,8%
	Viúva	0	-
Sou	Empreendedora	22	36,7%
	Pretendo empreender	27	45%
	Não sou empreendedora e não pretendo ser	11	18,3%
Grau de instrução	Ensino Fundamental Incompleto	5	8,2%
	Ensino Fundamental Completo	2	3,3%
	Ensino Médio Incompleto	3	4,9%
	Ensino Médio Completo	7	11,5%
	Ensino Superior Incompleto	13	21,3%
	Ensino Superior Completo	14	23%
	Pós Graduação Incompleta	4	6,6%
Renda mensal pessoal	Pós Graduação Completa	13	21,3%
	Menos de 1.100 reais	1	1,7%
	De 1.100 a 2.000 reais	16	27,1%
	De 2.001 a 3.000 reais	17	28,8%
	De 3.001 a 4.000 reais	5	8,5%
	De 4.001 a 5.000 reais	4	6,8%
	De 5.001 a 7.000 reais	2	3,4%
	De 7.001 a 10.000 reais	0	-
Número de filhos	De 10.001 a 20.000 reais	6	10,2%
	Mais de 20.000 reais	8	13,6%
	Não tenho filhos	36	58,1%
	De 1 a 2	23	37,1%
	De 3 a 4	2	3,2%
Número de filhos	De 5 a 6	1	1,6%
	Mais de 6 filhos	0	-

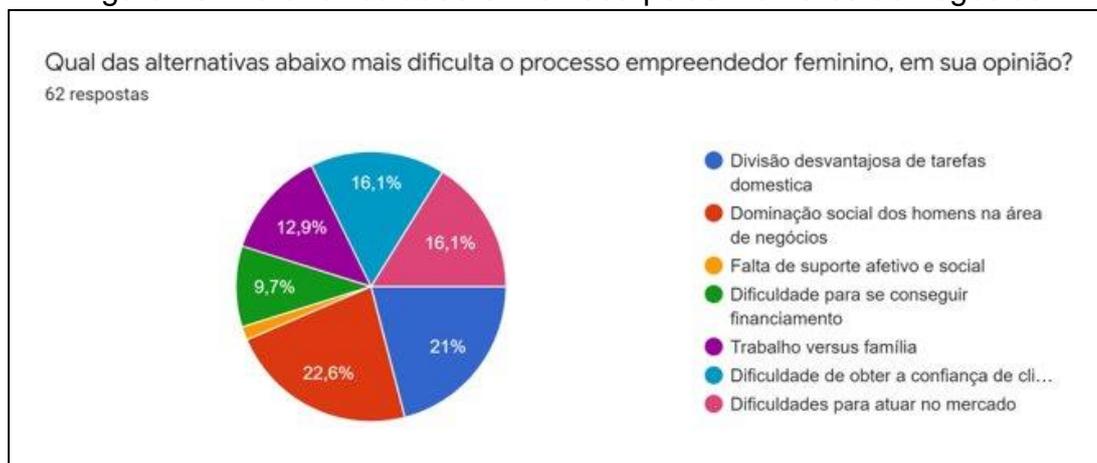
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

A Tabela 3 mostra as características das respondentes caxienses e aponta que a maioria possui de 25 a 34 anos e são predominantemente solteiras, apresentando um percentual de 51,6% contra 43,5% das casadas. Quanto ao caráter empreendedor, 36,7% são empreendedoras e 45% pretendem empreender futuramente. No que se refere à renda mensal pessoal, 28,8% pertencem à classe D, seguidos de 13,6% pertencentes à classe A. A maioria delas possui ensino superior completo representando 23% das respondentes. Quanto ao fator maternidade, 58,1% não possuem filhos e 37,1% têm de 1 a 2 filhos.

#### 4.2 MULHERES EMPREENDEDORAS

Essa seção trará os resultados referentes às interferências sofridas pelas mulheres de negócios. Logo, a primeira pergunta procurou identificar qual das dificuldades apresentadas possui maior poder de interferência sobre o empreendedorismo feminino. Por que, como já referido por Bofim e Teixeira (2015), as dificuldades que rodeiam os empreendedores são infinitas. No caso brasileiro, a alta carga tributária e a falta de capital de giro são os principais fatores desfavoráveis. Entretanto, além das barreiras impostas a qualquer gestor, existem aquelas que afetam vigorosamente a gestão feminina, conforme exposto na Figura 25. Sendo assim, procura-se nomear a maior entre elas.

Figura 25: Maior dificuldade enfrentada pelas mulheres de negócios



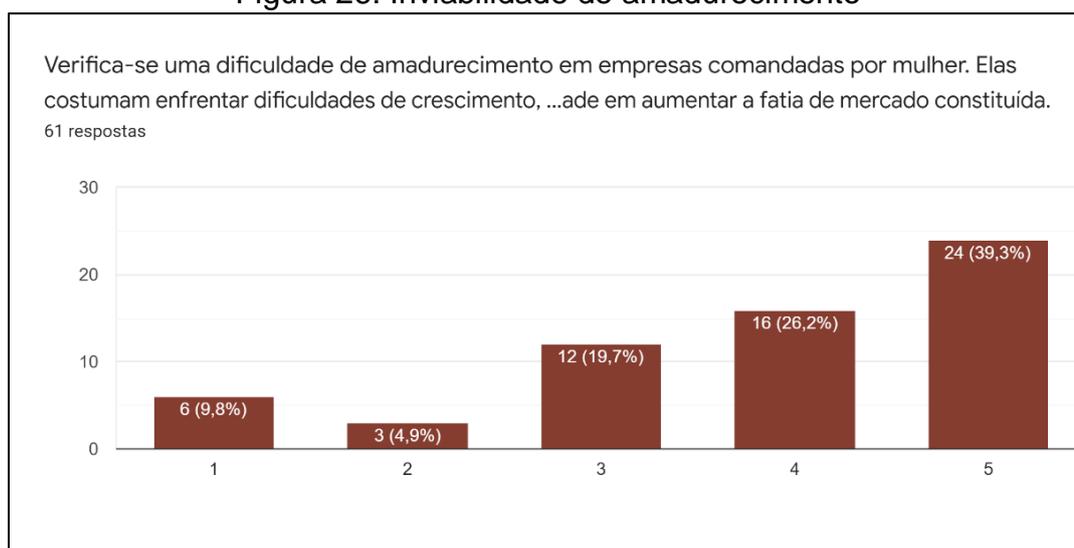
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Quantos os resultados coletados percebe-se que, a maior dificuldade percebida pelas respondentes foi a dominação social dos homens na área de negócios com 22,6%, seguindo por, 21% referente a divisão desvantajosa de tarefas domésticas. Entre as alternativas, a que obteve a menor porcentagem foi a falta de suporte afetivo e social. Em virtude do exposto, pode-se dizer que os homens ainda dominam a área de negócios, mesmo em espaços intimamente relacionados ao público feminino. A hierarquia de gênero se faz presente e privilegia o sexo masculino dando-lhes melhor posição no mercado. Assim como, dificulta a obtenção de confiança dos clientes e fornecedores (16,1%) e impede a atuação das empreendedoras nos negócios (16,1%), conforme percebido pelas respondentes.

A partilha de tarefas domésticas foi reconhecida pelas mulheres pesquisadas como a segunda maior barreira tangível em contradição às atividades empreendedoras. Deixando evidente que, a dupla jornada de trabalho prejudica seu desempenho no desenvolvimento das atividades empreendedoras. O mais interessante é que, mesmo quando essas atividades domésticas são divididas, na maioria das vezes não é com o marido, mas sim com outra mulher: a secretária do lar. Ou seja, a responsabilidade do lar passa de uma mulher a outra, deixando o homem livre para ascender profissionalmente sem qualquer impedimento. Sobrecarregada, suas chances de desempenhar 100% seu papel dentro de seu negócio cai consideravelmente, devido ao cansaço físico e mental decorrente das atividades extras, desempenhadas (CARDOSO, 2019).

A segunda pergunta é sobre a inviabilidade de amadurecimento em empreendimentos liderados por mulheres e sua relação com a dificuldade de expandir o número de consumidores, tal como mencionado por Marlow e Mcadam (2013) no referencial teórico. Sendo assim, a Figura 26 busca investigar se essa afirmação condiz com a realidade das mulheres caxienses.

Figura 26: Inviabilidade de amadurecimento



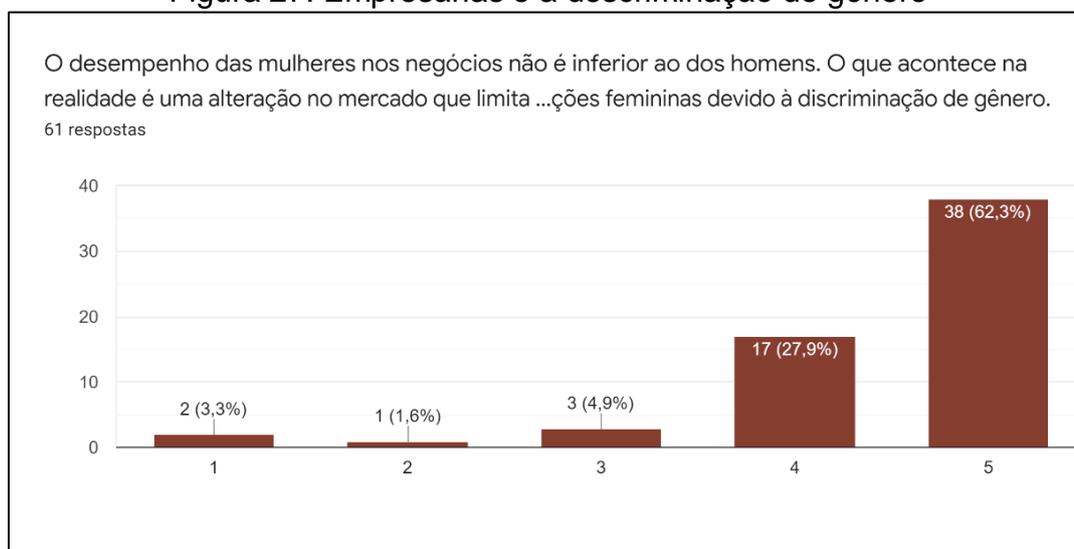
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Os resultados levantados apontam que 39,3% das respondentes concordam totalmente com a afirmação de que o não amadurecimento das empresas lideradas por mulheres está relacionado com a dificuldade de se aumentar a fatia de mercado. Portanto, evidencia-se que as respondentes também são afetadas por essa barreira econômica, onde se há uma dificuldade em conquistar mais consumidores. Uma das teorias ligadas a essa adversidade é o menor número de mentores e instituições de apoio ao empreendedorismo feminino, ou seja, falta quem as direcione sobre as estratégias e engajamento necessários para aumentar a fatia de mercado (CAMARGO, 2018). Há insuficiência de suporte a essas mulheres, reduzindo suas chances de competitividade e crescimento no mercado.

A terceira pergunta é sobre a discriminação de gênero sofrida pelas empreendedoras. As limitações impostas pelo mercado reduzem a atuação dessas,

no mundo dos negócios (MARLOW: MCADAM, 2013). Sendo assim, procura-se averiguar se essa limitação é percebida pelos respondentes.

Figura 27: Empresárias e a discriminação de gênero

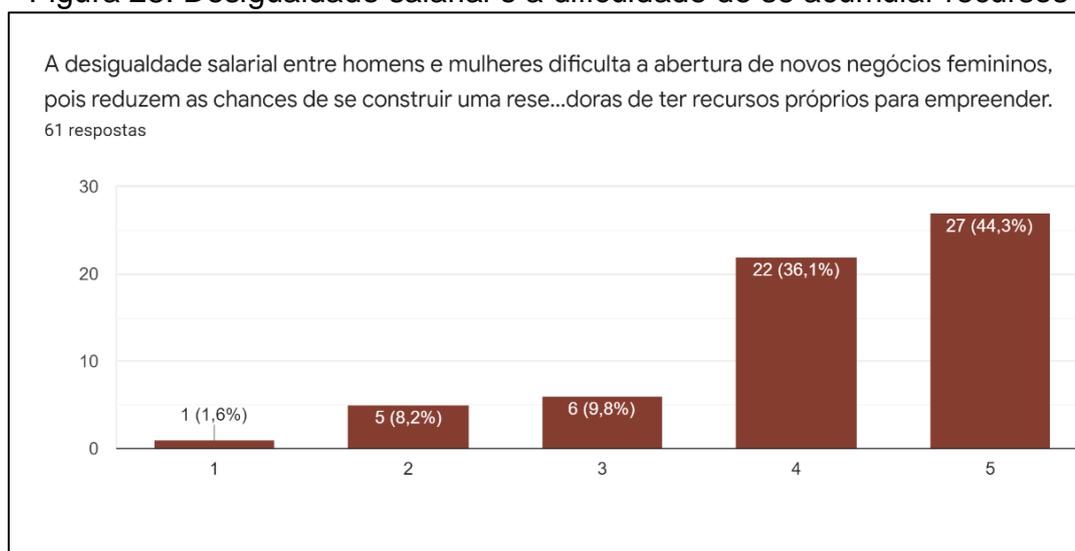


Fonte: amostra da pesquisa (2022).

As conclusões mediante a pergunta representada na Figura 27 foram que 62,3% concorda totalmente que a discriminação de gênero limita as ações empreendedoras femininas, contra 3,3% que acreditam que essa informação não condiz com a realidade. A questão cultural tem um peso muito forte quando falamos de discriminação de gênero, já que, a estrutura de relações sociais e familiares sempre destacou a figura masculina e de certa forma a privilegiar. Portanto, é comum que as empreendedoras ainda sintam esse obstáculo, pois faz parte da nossa sociedade patriarcal ultrapassada. Em virtude disso, as mulheres necessitam estar sempre provando que são capazes tanto na esfera social quanto na empresarial. Um levantamento da instituição Atitudes Globais pela Igualdade de Gênero (2019), apontou que a resistência a mulheres líderes é 31% entre os homens e 24% entre as mulheres. Em complemento, uma pesquisa feita pela Kantar (2019) evidenciou que 27% das entrevistadas foram induzidas a sentir que não pertenciam ao empreendedorismo. Isso posto, fica evidente que a discriminação de gênero é real e consistente e pode sim, limitar as ações empreendedoras femininas.

A quarta pergunta refere-se á desigualdade salarial entre homens e mulheres. No Brasil, as mulheres que têm entre 20 e 29 anos ganham, em média, 11% menos que os homens da mesma idade. Para as mulheres com mais de 45 anos, a remuneração fica 38% menor que a masculina (IBGE, 2020). A seguinte questão, corresponde a desigualdade salarial entre os gêneros e faz a associação entre a falta de recursos iniciais das empreendedoras e a diferença salarial.

Figura 28: Desigualdade salarial e a dificuldade de se acumular recursos



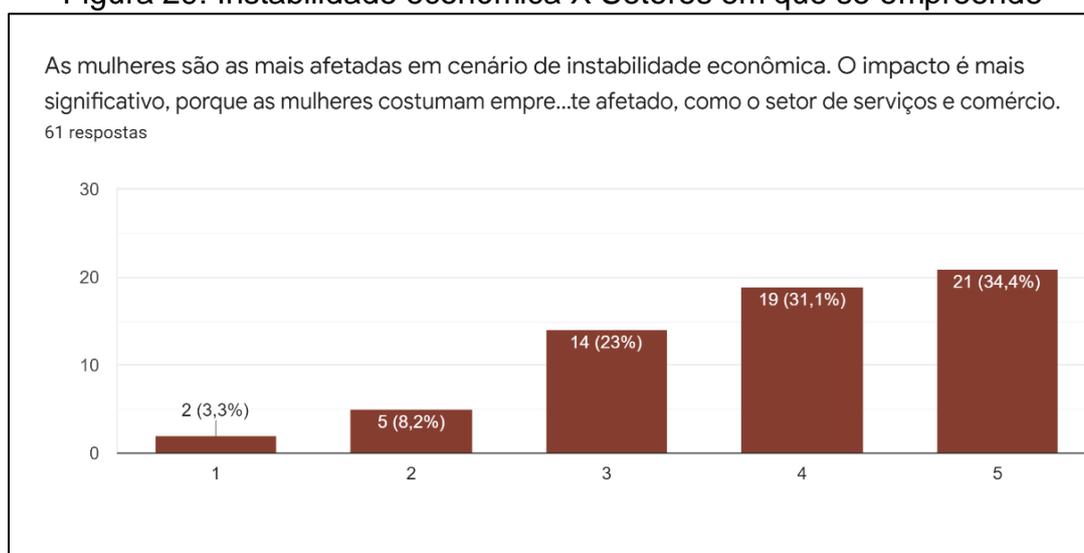
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

As respondentes veem a desigualdade salarial como prejudicial ao empreendedorismo, já que, 27% acredita que reduz as chances de construir uma reserva em dinheiro para iniciar um novo negócio. No Brasil o abismo entre gêneros está em seu maior nível desde 2011, isso devido ás persistentes diferenças em participação e oportunidade econômicas oferecidas ás mulheres. Quanto maior o número de filhos menor é o salário, em média, 35% menor que as que não possuem filhos, evidenciando o impacto da maternidade na renda feminina. As mulheres que não têm filhos recebem, em média, R\$2.182,06 por mês, contra R\$1.618,47 das mulheres com filhos. Uma mãe de três ou mais crianças ganha, em média, R\$1.426,53 (ESTUDO DE ESTATÍSTICAS DE GÊNERO-IBGE, 2019). Visto isso, percebe-se que a barreira salarial é um grande dificultador para mulheres que pretendem iniciar uma carreira empreendedora, pois impossibilita/reduz as suas chances de acumular uma

reserva para a abertura de um novo negócio. Visto que, grande parte das empresárias tem como principal fonte de recursos o capital proveniente de economias pessoais GEM (2010). Portanto, a igualdade de gêneros não é apenas uma questão urgente do ponto de vista social e moral, mas também um desafio econômico.

A quinta pergunta, relaciona os setores que as mulheres costumam empreender com a instabilidade que essas possuem no cenário econômico. Estudos mostram que em 2021, a receita das empresas lideradas por mulheres teve queda de 66%. Isso porque, essas estão fortemente vinculadas aos setores de serviços e comércio (MISSIAGGIA, 2021). Portanto, investiga-se na Figura 29 se o mesmo ocorreu na região de Caxias do Sul.

Figura 29: Instabilidade econômica X Setores em que se empreende



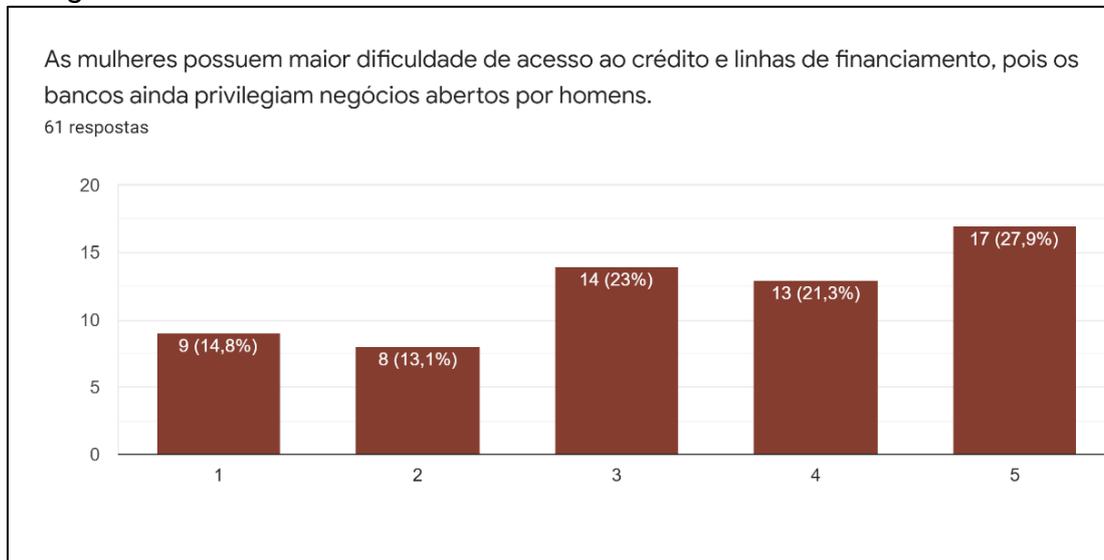
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

O levantamento traz que 21% das mulheres questionadas consideram que os setores onde as mulheres empreendem costumam sofrer mais com as crises econômicas do país. Os setores com maior concentração de empresárias, como mencionado anteriormente, são os de serviços e comércio. Justamente os mais sensíveis a indicadores macroeconômicos e os que mais influenciam a decisão do consumidor. Mexem diretamente com os preços vinculados aos produtos e serviços, e podem interferir diretamente no lucro dos empreendimentos.

Outro motivo ligada a essa fragilidade perante a oscilação econômica é o tamanho das empresas. Ocasionalmente, empresas lideradas por mulheres costumam ser micro, de pequeno ou médio porte. Sendo assim, a falta de capacidade de respostas imediatas dessas empresas, menor estrutura, menos capital e menores possibilidades de novas estratégias, podem interferir significativamente no tempo de recuperação e nos impactos sofridos durante as instabilidades econômicas (BIANCHETTI, 2020).

A sexta pergunta é sobre a dificuldade percebida na concessão de crédito e linhas de financiamento às mulheres. De acordo com Bernardinho (2018), uma das principais dificuldades encontradas pelas empreendedoras é a dificuldades de concessão de crédito e linhas de financiamento, cita que comparadas aos homens a diferença è altíssima. Desse modo, na Figura 30 pretende-se averiguar se as mulheres caxienses têm conhecimento sobre esse fator influenciador.

Figura 30: Dificuldade de concessão de crédito e linhas de financiamento



Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Conforme as respostas apresentadas, 27,9% das mulheres respondentes possuem conhecimentos sobre os obstáculos quanto a concessões de crédito linhas de financiamento, contra 14,8% que não concordam com essa informação. Contudo, uma pesquisa realizada pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (2021) com 2.700

mulheres mostra que 42% das empreendedoras brasileiras que solicitaram crédito tiveram seus pedidos negados. De acordo com um estudo, as mulheres recebem menos de 30% do financiamento de capital de risco, e as mulheres de minorias étnicas recebem ainda menos.

Esse tipo de preconceito pode ter implicações graves para os empreendimentos femininos. As mulheres normalmente não têm histórico formal de crédito e o fato de ter pouco acesso a garantias limita sua capacidade de solicitar empréstimos. Medidas regulatórias em termos de gênero inclinam-se a aumentar a falha nos resultados, colocando as mulheres em lugar menos favorecido que os homens ao abrir ou administrar empresas. Tendo como exemplo, elas podem ser menos capazes de assumir os custos de procedimentos de longo prazo e caros devido aos seus baixos salários e à grande demanda de tempo que esses empréstimos representam (CANTÚ, 2020).

A sétima pergunta é sobre as taxas de juros sobre financiamento vinculado ao público feminino. Em comparação aos homens as mulheres empresárias pagam taxas de juros maiores, apesar de terem taxa de inadimplência mais baixa (Bernardino, 2018). A seguinte questão, vem apurar se esses dados são conhecidos pela maioria das respondentes.

Figura 31: Taxas de juros

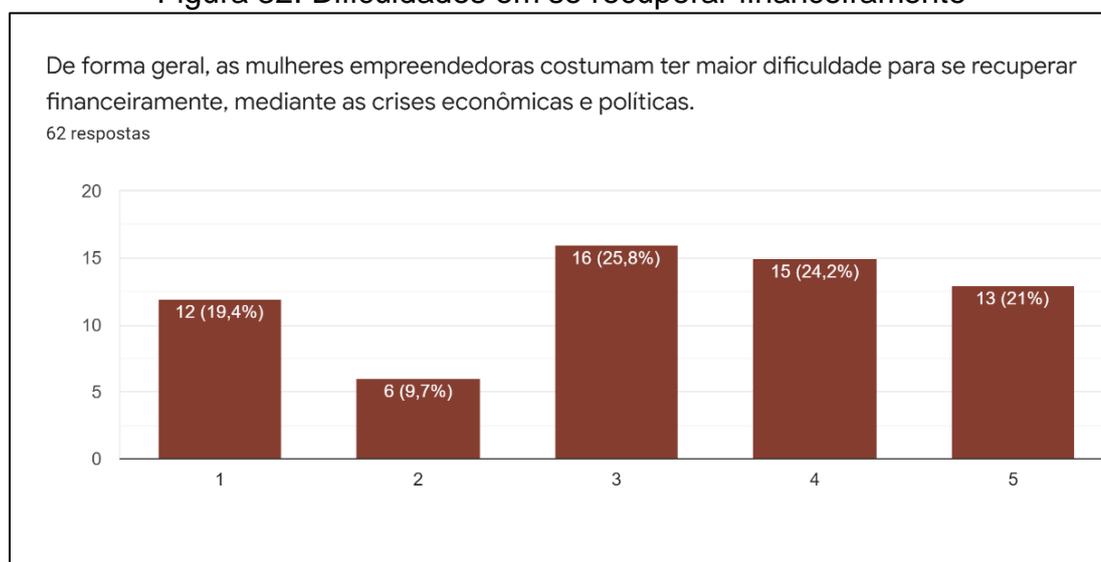


Fonte: amostra da pesquisa (2022).

A Figura 31 apresenta que 23% das respondentes acreditam que a taxa de juros sobre o financiamento é a mesma tanto para as mulheres quanto para os homens. Deixando claro, que essa informação não é acessível a grande maioria dos respondentes. Em contraposição, 19,7% concordam que a taxa é maior para o público feminino e 18% concordam parcialmente com essa afirmação. Segundo a pesquisa Empreendedorismo Feminino no Brasil (2020), em comparação aos homens, as mulheres empresárias pagam taxas de juros maiores 34,6% frente a 31,1%, ou seja, pagam cerca de 3,5% a mais que os homens mesmo tendo menor taxa de inadimplência. Conseqüentemente, ao pagar taxas maiores os recursos diminuem e a chance de não conseguir pagar essas taxas em dia, aumentam.

A oitava pergunta está associada às dificuldades apresentadas pelas empresárias em se recuperar financeiramente das constantes instabilidades econômicas do país. Segundo Melles (2022) as mulheres empreendedoras sofreram mais que os homens as perdas causadas pelas crises, já que, seus empreendimentos são mais sensíveis a descompensação econômica.

Figura 32: Dificuldades em se recuperar financeiramente



Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Em relação à Figura 32 as respondentes acreditam que a dificuldade apresentada pelas mulheres para se recuperar financeiramente tornou-se menos perceptível. Já que, 25,8% optou pelo nível neutro das respostas apresentadas.

Todavia, empresas lideradas por mulheres sofrem maior impacto em termos de redução de colaboradores e possuem uma recuperação mais lenta que a verificada entre os negócios dirigidos por homens, durante crises econômicas e políticas (Melles, 2022). O que pode explicar essa lenta recuperação, é que em tempos de crise a dificuldade de acesso a crédito enfrentada por empresárias aumenta, reduzindo ainda mais as chances de que essas, consigam recursos para se manter estável ou pagar eventuais dívidas. Fator esse que pode levar ao encerramento de muitos negócios gerenciados por mulheres.

A nona pergunta é sobre o medo ao julgamento social. O que faz com que as mulheres de negócios ainda sintam-se constrangidas ao solicitar empréstimos bancários. Que pode ser relacionado, a falta de confiança e o medo do fracasso exposto por parte das empreendedoras (QIAN; MIAO, 2016). Portanto, busca-se comprovar essa afirmação.

Figura 33: Constrangimento ao solicitar empréstimos bancários



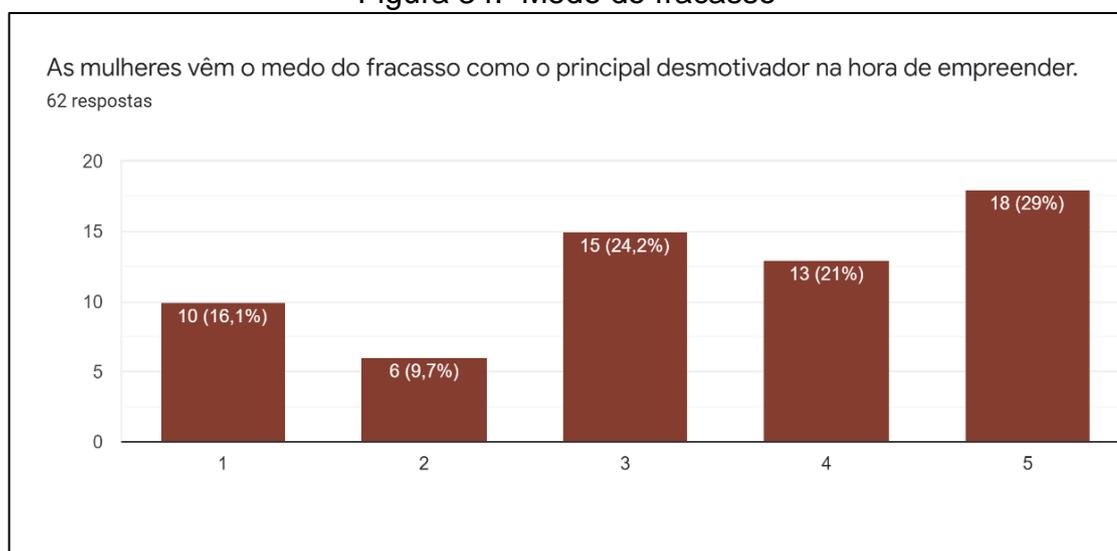
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

As respostas foram que 24,6% concordam que ainda existe um certo constrangimento por parte das mulheres ao solicitar empréstimo bancário. Contra 26,2% que se mantiveram neutras sobre essa afirmação e 19,7% que não acham que essa alegação condiga com a realidade. Entretanto, a literatura traz que o constrangimento ainda é comum mesmo não sendo percebido pelas respondentes

caxienses. O motivo estaria ligado a falta de confiança nas suas habilidades e projetos. Isso faz com que, elas solicitem empréstimos menores para iniciar seu negócio, suprir eventuais dívidas, ou realizar investimentos. Muitas apontam que são tratadas de formas diferentes pelas instituições financeiras, pois empréstimos femininos são considerados de maior risco para as instituições por serem de menor porte ou serem recentes no mercado. O preconceito também é responsável por essa rejeição, já que ainda existem estereótipos que afirmam que elas não são capazes de administrar bons negócios.

A décima pergunta está associada à pressão social sofrida pelas mulheres de negócios, quanto à sobrevivência de seus empreendimentos. A sociedade fez com que todos acreditassem que a mulher não é capaz e isso abalou ou abala a confiança delas em si mesmas. Tanto que, 43% das mulheres veem o medo do fracasso como o principal desestímulo para inserir-se no empreendedorismo (QIAN; MIAO, 2016).

Figura 34: Medo do fracasso



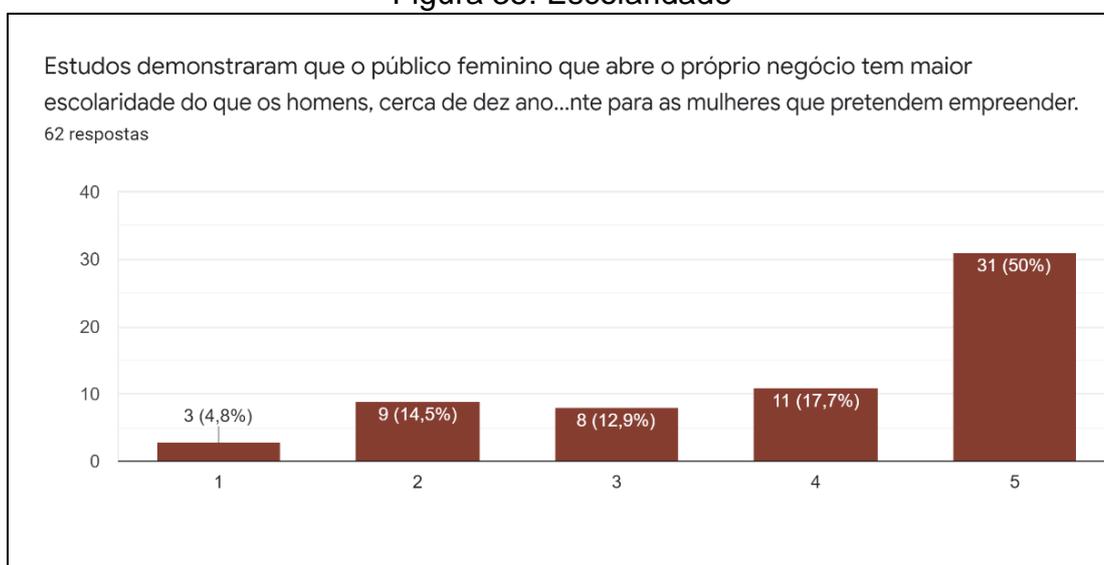
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Confirma-se que o medo do fracasso é um dos fatores mais desmotivadores ao empreendedorismo, pois 29% concordam totalmente com a afirmação ligada à pergunta. A cobrança social para que a mulher seja perfeita, aumenta consideravelmente o medo do fracasso, o que acaba com muitos sonhos e negócios. Alguns pensamentos como: eu não estou pronta, não sou boa o suficiente, não tenho

o conhecimento necessário, entre outros lhes impede de avançar. Acredita-se, que esse terror ao fracasso venha do fato de suas decisões serem sempre questionadas pela sociedade (MELLO, 2022).

A décima primeira pergunta é sobre a escolaridade das empreendedoras. Sabe-se que o aumento da escolaridade é elemento fundamental para o incremento da produtividade e crescimento econômico (LÚCIO, 2015). Principalmente para as mulheres, visto que, a escolaridade pode se converter em melhoria salarial. Se faz necessário averiguar a opinião dos respondentes sobre o referido assunto.

Figura 35: Escolaridade



Fonte: amostra da pesquisa (2022).

A Figura 35 apresenta que 50% das mulheres questionadas concordam que a escolaridade seja fundamental para as empreendedoras. Mediante a uma sociedade que privilegia empresas lideradas por homens, as mulheres buscam através de maior escolaridade uma forma de competir no mercado empreendedor. A maior escolaridade, proporciona vantagens e o conhecimentos necessários para disputar melhores colocações no mercado. Assim como, diminuem a diferença salarial entre os gêneros (MORAES, 2020).

A décima segunda pergunta está relacionada à maternidade. Ter filhos é visto como um impedimento para a carreira profissional da mulher (BRANDÃO, 2020). Uma pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas (2020) mostrou que 50% das mulheres

são demitidas até dois anos após a licença-maternidade. Logo, procura-se saber se é possível que a maternidade e o empreendedorismo convivam de forma harmoniosa.

Figura 36: Maternidade



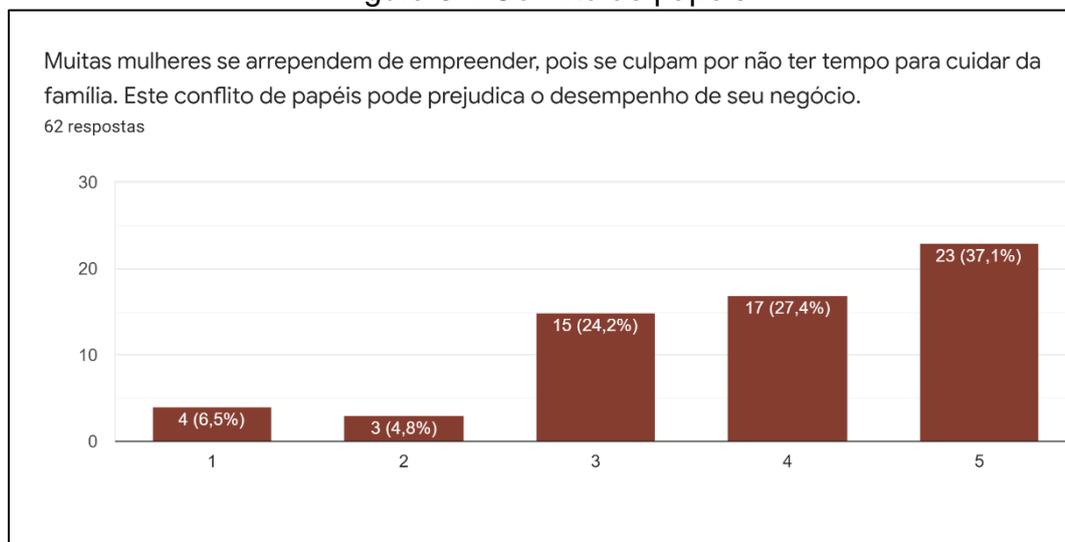
Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Dos dados obtidos, 27,9% enxergam a maternidade como estímulo ao empreendedorismo e 16,4% como barreira a esse processo. De acordo com pesquisa feita pela Rede Mulher Empreendedora (2021), 68% das empreendedoras brasileiras empreendem após ter filhos. E a taxa de sobrevivência das empresas fundadas pelas mães empreendedoras é bem superior à média nacional. Para muitas mulheres, o empreendedorismo aparece como a solução para o desafio de desenvolver uma carreira profissional sem dar as costas ao ambiente familiar. Entretanto, isso não é uma regra e nem sempre dá certo para todas as empreendedoras. A constante atenção que uma criança pequena exige pode consumir horas que seriam valiosas para a manutenção e controle de seu empreendimento. No entanto, o que se almeja é que em um futuro próximo, a maternidade e o empreendedorismo sejam capazes de conviver de forma harmônica e que os suportes governamentais concedido a mães que trabalham sejam melhores.

A décima terceira pergunta é como os conflitos de papéis podem ser considerados perigosos para as empreendedoras. Uma vez que afetam a saúde mental e também as atitudes relacionadas ao trabalho como, por exemplo, o

desempenho, a satisfação, a qualidade das atividades executadas e a criatividade (AHMAD; ISLAM, 2019).

Figura 37: Conflito de papéis

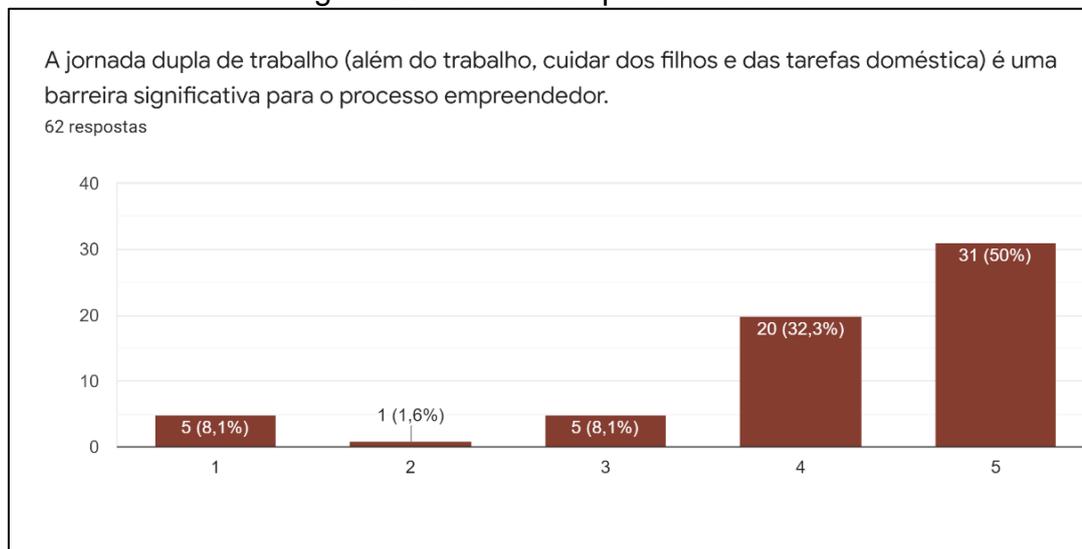


Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Dos dados adquiridos, 37,1% acreditam que as mulheres se arrependem de empreender e 6,5% creem que não. A sociedade determina que a figura feminina se molde de acordo com os interesses dos outros, ou seja, a família, o lar e a renda familiar devem fazer parte do combo supermulher que a sociedade exige. O arrependimento está relacionado a essa pressão social de que se têm que dar conta de tudo, de que não se pode falhar. Isso sobrecarrega as empresárias e prejudica seu desempenho nos negócios, pois desvia sua atenção para demais funções que lhes são exigidas. Pode-se dizer que o estereótipo de que a mulher consegue realizar diversas funções simultaneamente, criou e fomentou essa visão da sociedade sobre os papéis a serem desempenhados pelo público feminino.

A décima quarta pergunta é sobre a dupla jornada de trabalho enfrentada pelas mulheres de negócio. Para Coutinho (2003) tentar conciliar trabalho, vida social e família, acaba gerando a dupla jornada, considerada a causadora dos conflitos e desgastes físico e emocionais. As empreendedoras tentam desesperadamente achar o equilíbrio entre tantas funções, mas na maioria das vezes fracassam. No momento que se intensificam suas atividades empreendedoras surge o embate.

Figura 38: Jornada dupla de trabalho

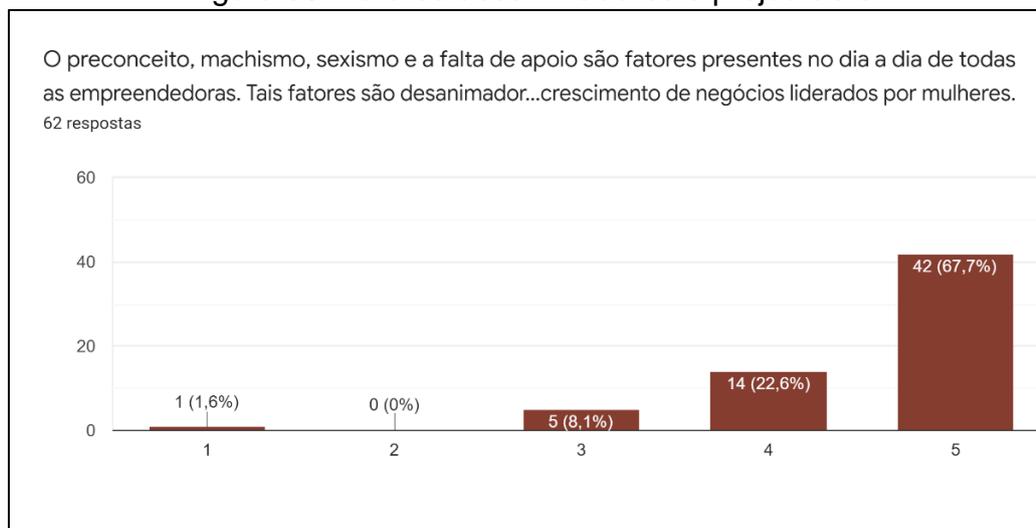


Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Conforme se observa na figura acima, 50% concluem que a dupla jornada de trabalho prejudica as mulheres empreendedoras e 8,1% vêm com não prejudicial. Sabe-se, que o é fundamental que o indivíduo saiba administrar a vida pessoal e profissional de modo que elas não se conflitem. Entretanto, a dupla jornada de trabalho impossibilita que as mulheres atinjam esse equilíbrio. O que as traz tensão, ansiedade, irritabilidade e sentimento de culpa (PEREIRA; BURITY, 2019).

A décima quinta pergunta está relacionada com o preconceito e outros fatores sociais e culturais que afetam e desmotivam as mulheres. Sabe-se, que o ambiente empresarial possui caráter propício à discriminação. O que pode prejudicar o crescimento e desenvolvimento do empreendedorismo feminino (Botelho, 2008).

Figura 39: Fatores desanimadores e prejudiciais



Fonte: amostra da pesquisa (2022).

Para as respondentes caxienses o preconceito, machismo, sexismo desmotiva e atrapalha o desenvolvimento de empresas lideradas por mulheres pois 67,7% concordou com a afirmação atrelada a pergunta. As mulheres carregam a herança cultural e social do machismo, preconceito e sexismo. E isso, afeta sua relação com fornecedores, clientes, colaboradores, instituições financeiras, redes de apoio, entre outros. Uma pesquisa realizada no Vale do Silício (2016) feita com mais de 200 mulheres apresentou os seguintes dados: 47% das mulheres entrevistadas já foram solicitadas a fazer tarefas de nível inferior que os profissionais do sexo masculino não fazem, como anotações e pedidos de alimentos; 90% dessas mulheres presenciaram comportamentos sexistas nas empresas; 75% foram questionadas sobre estado civil, filhos e família; 60% das mulheres apontaram que se depararam com interações sexuais não desejadas; 39% dessas mulheres que sofreram com assédio não fizeram nada por achar que isso afetaria negativamente sua carreira; 88% diz já ter presenciado situações em que clientes direcionam perguntas que deveriam ser para elas a colegas homens (THE ELEPHANT IN THE VALLEY, 2016). Infelizmente, essas situações são incessantes e prejudicam o crescimento dos estabelecimentos femininos, e diminuem a vontade de permanecer no empreendedorismo.

## 5 CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

Em termos de contribuições teóricas, o presente estudo justifica-se em três razões. Primeiro, a presente pesquisa visa reunir conceitos acerca do tema estudado, principalmente, no que se refere ao estudo das barreiras econômicas, culturais e sociais impostas às mulheres de negócios. Segundo, pretende confrontar esses conceitos a experiências vinculadas aos respondentes caxienses, o que poderá permitir o seu questionamento e/ou aprofundamento em pesquisas posteriores. Terceiro, estabelecer uma semelhança entre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres caxienses e as afrontadas pelas empreendedoras brasileiras em geral.

Ao nível prático, o estudo em questão se propõem a contribuir para:

- Compreender o processo de formulação das dificuldades imposta às mulheres de empreendedoras;
- Proporciona, no âmbito acadêmico, especificamente aos alunos das Ciências Humanas, discussão, com bases científicas, acerca do tema empreendedorismo feminino e as interferências provocadas pelos fatores sociais, econômicos e culturais;
- Possibilita aos profissionais de administração e de outros campos de conhecimento, familiarização com os temas, analisado sob a experiência e o senso comum das mulheres caxienses, o que poderá facilitar o entendimento claro sobre as condições, por intermédio das quais, originam-se as barreiras ao empreendedorismo feminino.

Para melhor visualização dessas contribuições, se traz um quadro comparativo entre o levantamento teórico e os resultados de pesquisa, um mapa mental dos principais desafios e possíveis soluções, e uma imagem ilustrativa sobre o que uma mulher precisa ter para obter sucesso no empreendedorismo.

Tabela 4: Comparação entre os principais resultados

LEVANTAMENTO TEÓRICO		RESULTADOS DA PESQUISA
<b>Faixa etária</b>	Idade média é 39 anos	De 25 a 34 anos
<b>Estado Civil</b>	Casadas	Solteiras
<b>Escolaridade</b>	Possuem ensino superior ou mais	Ensino Superior Completo
<b>Renda</b>	R\$ 4.180 até R\$ 10.450	R\$ 2.001 até R\$ 3.000
<b>Maternidade</b>	Com filhos	Sem filhos
<b>Amadurecimento empresarial</b>	A taxa de conversão de empreendedoras em donas de negócio é 40% mais baixa do que a masculina.	39,3% concordaram que há dificuldade no amadurecimento de empresas lideradas por mulheres.
<b>Desigualdade salarial</b>	As mulheres que têm entre 20 e 29 anos ganham, em média, 11% menos que os homens da mesma idade. Para as mulheres com mais de 45 anos, a remuneração fica 38% menor que a masculina.	44,3 % concordaram que a diferença salarial prejudica as mulheres que pretendem empreender.
<b>Instabilidade econômica.</b>	Em 2021, a receita das empresas lideradas por mulheres teve queda de 66%. O que justifica essa maior fragilidade é o fato de que as mulheres costumam empreender em setor fortemente afetado como o de serviços e comércio.	34.4% concordam que a instabilidade econômica afeta mais os negócios femininos.
<b>Acesso ao crédito e linhas de financiamento</b>	As mulheres obtêm um valor médio de empréstimos de aproximadamente R\$ 13 mil a menos que a média liberada aos homens.	27,9% concordam que as instituições financeiras criam barreiras à concessão de crédito e linhas de financiamento às mulheres.
<b>Taxas de juros</b>	As mulheres pagam taxas de juros 3,5% maiores, apesar de terem taxa de inadimplência mais baixa, 3,7% frente a 4,2% dos homens	23% acreditam que as taxas de juros são iguais para ambos os sexos.
<b>Medo do fracasso</b>	O medo do fracasso na abertura de um novo negócio, entre outros fatores, está entre os componentes que mais afetam a atitude empreendedora feminina.	29% veem o medo do fracasso como principal desmotivador na horta de empreender.
<b>Jornada dupla</b>	A taxa de realização de afazeres domésticos e/ou cuidado de pessoas entre as mulheres foi de 93% enquanto entre os homens foi de 80,4%. O tempo em que as mulheres dedicam a essas atividades por semana foi em média de 21,3 horas, o dobro das horas apresentadas pelos homens.	50% vêem a jornada dupla de trabalho como prejudicial ao crescimento dos empreendimentos femininos.
<b>Preconceito, machismo e sexismo</b>	O preconceito, machismo e sexismo prejudica as empreendedoras, pois afeta seu desempenho/productividade e sua confiança em si mesma.	67,7% concordam que o preconceito, machismo e sexismo desmotiva prejudicam o crescimento empreendedor das mulheres.

Fonte: elaborado pela autora (2022).

A Tabela 4, traz os principais resultados obtidos pela pesquisa e os compara ao levantamento teórico. No perfil das mulheres empreendedoras acompanha-se uma mudança na idade média que costumam empreender, mostra que estão empreendendo mais jovens e estão focando mais em suas carreiras, já que, a maioria não possui filhos e não é casada. Quanto ao nível de escolaridade e renda, os resultados evidenciam que há um equilíbrio no nível de instrução e uma diminuição na renda vinculada a esse público.

Há uma estabilidade de resultados quanto:

- A dificuldade de amadurecimento das empresas lideradas por mulheres;
- Desigualdade salarial; a maior escolaridade das empresárias;
- Culpa por não ter tempo para dedicar a família;
- A jornada dupla de trabalho; e a discriminação de gênero.

Já os resultados com maior divergência foram:

- Acesso ao crédito e a linha de financiamentos;
- As taxas de juros serem maiores as mulheres;
- Dificuldade para se recuperar financeiramente;
- Constrangimento ao solicitar empréstimo bancário;
- Medo do fracasso;
- Maternidade.

Conclui-se, portanto que as perguntas relacionadas a vivência pessoal das respondentes obtiveram respostas semelhantes às do levantamento teórico, e as perguntas referentes a processo administrativo tiveram respostas mais neutras ou divergentes, talvez por que nem todas as respondentes sejam empreendedoras, ou pelo fato de que a sociedade patriarcal camuflar essas informações a ponto de não serem perceptíveis a maioria.



A Figura 41, refere-se às barreiras do empreendedorismo feminino e as suas possíveis soluções. Empreender requer muito esforço, para ambos os sexos, pois é preciso cuidar de atividades diversas, que vão desde o planejamento até o atendimento, e requerem disponibilidade praticamente em tempo integral. Entretanto, há muitos obstáculos que não fazem parte do mundo empreendedor masculino, como as mencionadas acima, são exclusivas as mulheres empresárias devido a fatores sociais e culturais que insistem em afirmar a irrelevância da mulher em setores como o empreendedorismo.

Visto isto traz-se algumas poucas soluções a esses obstáculos como:

- Apoio das políticas públicas;
- Motivar, incentivar e reter talentos femininos;
- Trazer condições especiais de crédito para mulheres empreendedoras;
- Igualar as taxas de juros sobre o financiamento;
- Igualizar os salários;
- Apoiar a educação feminina;
- Incluir a presença masculina nas mudanças, assim reduzindo aos poucos os costumes e tradições impostas pela sociedade e cultura.

Conclui-se, portanto, que o grande problema é a visão que a sociedade tem da mulher, o estereótipo criado que a põe como frágil e inferior, dando liberdade a discriminação de gênero e a misoginia. Como também, a falta de apoio do Poder Legislativo que deveria produzir as leis de modo a beneficiar a todos e não só a parcela masculina da população, como no caso das taxas de juros e concessão de crédito.

Figura 42: Dicas para obter sucesso no empreendedorismo feminino



Fonte: elaborado pela autora (2022).

A Figura 42, apresenta-se como solução ou remediação das barreiras impostas às empreendedoras. Traz algumas orientações de como se obter sucesso no meio empreendedor, tais como:

- Possuir um bom planejamento estratégico;
- Conhecer seus clientes e mercado;
- Gerenciar suas empresas com confiança e paciência, em busca de bons resultados e decisões.

Demonstram-se algumas ações que as empresárias relevam, devido à falta de uma rede de apoio, mentor, ou referência de outras mulheres no mesmo setor.

## 6 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Este estudo limitou-se a pesquisar sobre o empreendedorismo feminino na cidade de Caxias do Sul. No que se refere ao universo e amostra, no presente estudo existem restrições quanto à natureza dos respondentes. Onde o questionário foi restrito ao público feminino e não necessariamente a mulheres empreendedoras. E quanto ao caráter quantitativo da pesquisa pois, pode trazer uma análise subjetiva em decorrência da interpretação do pesquisador, levando a interpretações errôneas ou a classificações inconsistentes.

Em relação à coleta de dados, deve-se considerar a confiabilidade dos dados obtidos. Outra limitação importante foi a quantidade de respondentes. Inicialmente buscava-se atingir um público de 141 respondentes, no entanto, mediante o baixo retorno optou-se por uma amostra não probabilística, atingindo assim 62 respostas. O tempo estabelecido para aplicação da pesquisa também se mostrou como fator limitante ao maior aprofundamento do estudo.

Com base nos estudos vivenciados nesta pesquisa, sugere-se para trabalhos futuros e pesquisas que poderão ser realizadas complementando as conclusões apresentadas:

- Aumentar o número da amostra de modo a obter melhor precisão dos resultados;
- Restringir a amostra a mulheres empreendedoras;
- Ampliar o total da população abrangendo outras cidades ou estados brasileiros;
- Realizar um comparativo entre o perfil empreendedor feminino resultante dessa pesquisa e o perfil de outras cidades do Rio Grande do Sul.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi demonstrar a existência de interferência social, econômica e cultural no processo de abertura ou consolidação de empreendimentos liderados por mulheres. Assim, evidenciando as diferenças de oportunidades entre os sexos e as distinções entre os resultados desta pesquisa e os da literatura. Para realização dessa análise foram definidos três objetivos específicos.

Primeiramente, buscou-se avaliar qual das interferências era mais perceptível as mulheres caxienses, neste sentido o estudo trouxe que 22,6% das respondentes acreditam ser a dominação dos homens na área de negócios, em paralelo, 21% inclina-se a divisão desvantajosa de tarefa domésticas.

O segundo objetivo buscava avaliar se as interferências sociais, culturais e econômicas eram perceptíveis a mulheres não empreendedoras. Os resultados evidenciam que grande parte das mulheres são cientes das interferências sofridas. Entretanto, barreiras como a taxa de juro e dificuldade de acesso ao crédito e linhas de financiamento ainda se mantêm imperceptível para uma parcela significativa das respondentes. Quanto à taxa de juros, 23% das respondentes não têm conhecimento que as mulheres pagam taxas maiores sobre o financiamento, contra 19,7% que detém esse conhecimento. Já quanto ao embaraço na concessão de crédito e linhas de financiamento, 14,8% não sabem que os empreendimentos bancários negam constantemente solicitações femininas, nem que no caso de aprovação esse financiamento é 13 mil reais a menos que a média concedida aos homens.

O último objetivo específico era identificar semelhanças e diferenças entre o perfil empreendedor feminino caxiense e o da literatura presente, nesse documento. Observou-se, portanto, que os aspectos semelhantes encontram-se somente na escolaridade. Nos demais fatores, como número de filhos, renda, estado civil e faixa etária os resultados não se assemelham pois, grande parte das respondentes possuem entre 25 a 34 anos, elas são solteiras e sem filhos com renda mensal de R\$2.001 a R\$3.000. Contra a literatura, que aparenta o seguinte perfil: mulher com 39 anos, casada, com filhos e com renda de R\$4.180 até R\$10.450.

Considerando que os objetivos foram atingidos, trazem-se possíveis estratégias e mecanismos que amenizariam as interferências sofridas pelas empreendedoras:

- Implementar políticas públicas que tenham reflexo nos negócios por sobrevivência, já que, possui forte participação feminina;
- Firmar novas parcerias e ampliar o atendimento, criando condições e ambientes favoráveis para estimular as mulheres a dar continuidade a seus projetos pessoais e passos que as distanciam das desigualdades socioprofissionais;
- Criar uma secretaria capaz de preencher a falta de apoio de modo a elevar a importância da mulher no contexto sociopolítico econômico;
- Implementar ações políticas que mantenham o vínculo e relacionamento, incorporando todos os ministérios em suas práticas governamentais para desenvolver a promoção das mulheres;
- Criação de ambientes favoráveis, para estas poderem continuar suas práticas produtivas e profissionais, apesar de todas as desigualdades a que estão circunscritas;
- Propagar a igualdade de gênero e a aceitação nas instituições de ensino;
- Tornar as questões de gênero uma prioridade institucional. Para que assim, as empreendedoras tenham o apoio necessário para se manter estável no mercado.

Em virtude do exposto, conclui-se que o presente trabalho cumpriu seu propósito, uma vez que comprovou a existência de tais interferências, culturais, sociais e econômicas na região de Caxias do Sul (RS) e demonstrou que as barreiras são perceptíveis até mesmo para mulheres que não pretendem empreender.

É importante ressaltar, que as conclusões deste trabalho só foram possíveis graças aos respondentes que dispuseram de seu tempo para a realização do questionário e ao conhecimento fornecido pelos professores do curso de admiração da Universidade de Caxias do Sul. Conhecimentos essenciais para a elaboração desse documento. Destaca-se ainda, a contribuição e confiança que a elaboração

deste documento trouxe á autora, já que, essa pretende inserir-se no empreendedorismo.

As experiências obtidas durante o processo de graduação foram imprescindíveis para o desenvolvimento profissional e pessoal da autora, pois o conhecimento obtido foi muito além do apresentado na grade curricular do curso de administração. Trouxe oportunidades e novas possibilidades não percebidas antes da incorporação acadêmica. A elaboração deste trabalho, possibilitou a visualização do processo empreendedor e suas dificuldades ao sexo feminino e aproximou a autora de mulheres empreendedoras incríveis, que as incentivaram realizar o desejo de empreender. O curso por completo foi enriquecedor, trouxe grandes desafios, oportunidades, amigos, momentos e conhecimentos que não serão esquecidos. Assim como, encaminhou a autora ao mundo de possibilidades da administração.

## 8 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ivana; ANTONIALLI, Luiz; GOMES, Amiralva. **Comportamento estratégico de mulheres empresárias**. São Paulo: Revista Ibero-Americana de Estratégia, 2011. Disponível em: [file:///C:/Users/sarad/Downloads/Comportamento\\_Estrategico\\_de\\_Mulheres\\_Empresarias\\_.pdf](file:///C:/Users/sarad/Downloads/Comportamento_Estrategico_de_Mulheres_Empresarias_.pdf). Acesso em: 01 dez. 2021.

ALMEIDA, Leila. **Mãe, cuidadora e trabalhadora: as múltiplas identidades de mães que trabalham**. Niterói: Revista do Departamento de Psicologia, 2007.

ALVES, Fabio; DANDOLINI, Adriana. **Atividade empreendedora como ferramenta de empoderamento feminino: desafios e possibilidades na contemporaneidade**. São Paulo: Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, 2017. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/cccss/2017/04/empoderamento-feminino.html>. Acesso em: 16 set. 2021.

ARAÚJO, Clara; SCALOM, Celi. **Gênero, família e trabalho no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV; FAPERJ, 2005.

ARENIUS, Pia; KOVALAINEN, Anne. **Semelhanças e diferenças entre os fatores associados à preferência das mulheres no trabalho autônomo nos países nórdicos**. Nova York: International Small Business Journal (ISBJ). v. 24, n. 1, p. 31-59, 2006.

BALTAR, Paulo; LEONE, Eugenia, Troncoso. **A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro**. São Paulo: Revista brasileira de Estudos Populacionais, v.25, n.2, p. 233-249, 2008.

BARDWICK, Judith. **Mulher, sociedade, transição: como o feminino, a liberação sexual e a procura da autorrealização alteraram as nossas vidas**. São Paulo: DIFEL, 1981

BARON, Robert; SHANE, Scott. **Empreendedorismo: uma perspectiva de processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2007. Disponível em: [file:///C:/Users/merie/OneDrive/Imagens/EMPREENDEDORISMO\\_UMA\\_VISAO\\_DO\\_PROCESSO\\_E.pdf](file:///C:/Users/merie/OneDrive/Imagens/EMPREENDEDORISMO_UMA_VISAO_DO_PROCESSO_E.pdf). Acesso em: 09 de nov.2021.

BATISTA, Manoel. **Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças**. João Pessoa: Administradores, 2005. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/tipos-de-empreendedorismo-semelhanças-e-diferenças>. Acesso em: 30 ago. 2021.

BENNETT, Steven. **Ecoempreendedor: oportunidades de negócios decorrentes da revolução ambiental**. São Paulo: Makron Books, 1992.

BELLE, F. **Executivas: quais as diferenças na diferença? O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. São Paulo: Atlas, 1993.

BEZERRA, Juliana da Fonseca. **Desigualdade de Gênero: Machismo 2016**. Santa Cruz do Sul: Meu artigo, 2016. Disponível em: <https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/direito/desigualdadegenero-machismo-reinante-na-sociedade.htm>. Acesso em: 04/10/2021.

BERNARDINO, Susana; FREITAS SANTOS, José; CARDOSO, Catarina. **Empreender no feminino em Portugal: Motivações e obstáculos**. European Journal of Applied Business Management, v. 1, n. 4, p. 101-117, 2018.

BIANCHETTI, Mara. **Comércio e serviços são mais impactados pela crise**. Belo Horizonte: Diário do Comércio, 2020.

BITTENCOURT, S. R. V. **A participação da mulher no mercado de trabalho e o cuidado dispensado aos filhos menores de sete anos, durante a ausência materna**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 1980.

BOLSON, Saionara; OLIVEIRA, Líbia. **Empreendedorismo Feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios**. São Paulo: Emterprising, 2019. Disponível em: <http://revistafarol.com.br/index.php/farol/article/view/229>. Acesso em: 05 set. 2021.

BRANDÃO, Leidiane. **Da romantização do empreendedorismo ao real empoderamento feminino. Rio de Janeiro: Startupi, 2020**. Disponível em: <https://startupi.com.br/2020/08/da-romantizacao-do-empreendedorismo-ao-real-empoderamento-feminino/>. Acesso em: 14 set. 2021

BRUSCHINI, Cristina. **Novos Olhares: Mulheres e Relações de Gênero no Brasil**. São Paulo: Editora Marco Zero, 1994.

BRUNI, Attila; GHERARDI, Silvia; POGGIO, Barbara. **Mentalidade empreendedora, gênero e o estudo das mulheres empresárias**. Califórnia: Journal of Communications (JOCM), v.17, n. 3, p. 256-268, 2004.

BRUSCHINI, Cristina; PUPPIN, Andrea. **Trabalho das Mulheres Executivas no Brasil no Final do Século XX**. Cadernos de Pesquisa, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/nbmX97KsCvpcyZ5DxhvMMd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 16 out. 2021.

CABRERA, E. M.; MAURICIO, D. **Fatores que afetam o sucesso do empreendedorismo feminino: uma revisão da literatura**. Jornal Internacional de Gênero e Empreendedorismo, v. 9, n.1, p.31-65, 2017.

CAMARGO, Renata. **Como aumentar o Market Share e ganhar uma fatia grande de mercado?** São Paulo: Treasy, 2018.

CANTÚ, Ernesto. **O papel dos bancos na eliminação das barreiras enfrentadas pelas mulheres.** Nova York: Americas Quarterly, 2020.

CARDOSO, Letycia. **Mulheres estão mais sobrecarregadas na pandemia por desigualdade na divisão de tarefas domésticas.** Santa Catarina: Extradigital, 2020.

CASSOL, Neidi; SILVEIRA, Amelia; HOELTGEBAUM, Marianne. **Empreendedorismo feminino: análise da produção científica.** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-C1347.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2021.

CESTAROLLI, Priscila. **Lugar de mulher é nos negócios.** São Paulo: Endeavor, 2016. Disponível em: <https://endeavor.org.br/tomada-de-decisao/lugar-de-mulher-e-nos-negocios/>. Acesso em: 29 jul. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2004.

COELHO, Beatriz. **Pesquisa quantitativa: entenda como utilizar essa abordagem de pesquisa.** Florianópolis: Mettzer, 2018.

CORRÊA, Alessandra Morgado Horta. **O assédio moral na trajetória profissional de mulheres gerentes: evidências nas histórias de vida.** Belo Horizonte: Centro de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração da Universidade Federal de Minas Gerais, 2004.

COSTA, Irla Henrique; ANDROSIO, Valéria. **As transformações do papel da mulher na contemporaneidade.** Minas Gerais: Univale, 2010. Disponível em: <http://www.pergamum.univale.br/pergamum/tcc/Astransformacoesdopapeldamulhernacontemporaneidade.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2021.

COSTA, Mila; MEDEIROS, Emmanuela; GRANGEIRO, Rebeca; OLIVEIRA, Suelena. **Empreendedorismo feminino: um estudo do perfil das empreendedoras do curso de administração de uma faculdade particular em Juazeiro do Norte/CE.** Juazeiro do Norte: Revista de Ciência e Sustentabilidade, 2018. Disponível em: [file:///C:/Users/sarad/Downloads/321-Texto%20do%20artigo-1270-1-10-20190314%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/sarad/Downloads/321-Texto%20do%20artigo-1270-1-10-20190314%20(1).pdf). Acesso em: 28 nov. 2021.

COUTINHO, Thiago. **Como surgiu o empreendedorismo e 6 formas de ser um empreendedor.** Minas Gerais: Voitto, 2019.

DIÁRIO DO COMÉRCIO. **Cresce o número de mulheres no e-commerce**. Belo Horizonte: Diário do Comércio (DC), 2018. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/economia/cresce-o-numero-de-mulheres-no-e-commerce/>. Acesso em: 18 ago.2021.

DIAS, Maria Luiza. **Vivendo em família: relações de afeto e conflito**. São Paulo: Moderna, 1997.

DIEESE. Brasil: **Inserção da mulher no mercado de trabalho**. São Paulo: Departamento de pesquisa e estudos sociológicos, 2020. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/outraspublicacoes/2021/graficosMulheresBrasilRegioes2021.html>. Acesso em: 21 out. 2021.

DOING BUSINESS. **Medindo a regulamentação do ambiente de negócios**. Washington: The World Bank, 2017. Disponível em: <https://portugues.doingbusiness.org/pt/data/exploretopics/starting-a-business>. Acesso em: 12 nov.2021.

DOMINGOS, Afif; SALEM, Ricardo. **Tributação excessiva compromete o empreendedorismo**. São Paulo: Administradores, 2006. Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/tributacao-excessiva-compromete-o-empendedorismo>. Acesso em: 13 nov. 2021.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando ideais em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DUARTE, Alexandre. **Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2010. Disponível em: <https://docplayer.com.br/10104458-Alexandre-william-barbosa-duarte.html>. Acesso em: 18 abr. 2022.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thompson, 1986.

ELIAS, Juliana. **Mulheres ganham 19% menos que homens**. São Paulo: CNN Brasil Business, 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/mulheres-ganham-19-menos-que-homens-no-topo-diferenca-e-de-mais-de-30/>. Acesso em: 22 nov. 2021.

ESTADÃO. **Onde elas empreendem?** São Paulo: PME, 2020. Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,onde-elas-empreendem,70003553968>. Acesso em: 18 set. 2021.

FERNANDES, João; CAMPOS, Fabiana; SILVA, Mirian. **Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender**. São Paulo: Contribuciones a las Ciencias Sociales, 2013. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>. Acesso em: 11 out. 2021.

FERREIRA, Jane; NOGUEIRA, Eloy. **Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino**. Curitiba: Revista de Administração Contemporânea, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/dZJhFMBsrcLmwjq46nP9CBd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 14 ago. 2021.

FERREIRA, Renata. **O Gay no Ambiente de Trabalho: análise dos efeitos de ser gay nas organizações contemporâneas**. Brasília: FACE, 2007.

FILHO, Francisco de Barros. **Tipos de pesquisa**. São Paulo: Instituto PHD, 2011.

FILION, Louis; DOLABELA, Fernando. **Boa Ideia! E Agora?** São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

FIORIN, Pascale; OLIVEIRA, Clarissa; DIAS, Ana. **Percepções de mulheres sobre a relação entre trabalho e maternidade**. Porto Alegre: Revista Brasileira de Orientação Profissional, 2014.

FONTES, Ana; IRME. **Mulheres Empreendedoras: Pesquisa Anual Instituto Rede Mulher Empreendedora 2021. São Paulo: IRME, 2021**. Disponível em: [https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1635449371Pesquisa\\_IRME\\_2021.pdf](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1635449371Pesquisa_IRME_2021.pdf). Acesso em: 07 nov.2021.

FORMICA, Piero. **Inovação e empreendedorismo: um ponto de vista do contexto italiano das PME**. Instituto Euvaldo Lodi. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte, 2000.

FREITAS, Márcio. **Empreendedorismo: fatores que podem alavancar ou desincentivar a prática**. Gravataí: Prime, 2019. Disponível em: <https://www.primerrh.com.br/empreendedorismo-necessario/>. Acesso em: 05 nov. 2021.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **O processo de criação de empresas por mulheres**. São Paulo: Escola de Administração de Empresas de São Paulo. v. 14, 2003.

G1. **Micro e pequenas empresas abertas por mulheres crescem 40%**. Rio de Janeiro: Globo Comunicação e Participações S.A.,2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/sicredi/parana-que-coopera/noticia/2020/11/20/micro-e-pequenas-empresas-abertas-por-mulheres-cresce-40percent.ghtml>. Acesso em: 21 ago. 2021.

GALEAZZI, Irene; GARCIA, Lúcia. **As mulheres negras no mercado de trabalho da RMPA: a sobreposição de discriminações**. Porto alegre: Fundação Gaúcha do Trabalho e Ação Social, 2006. Disponível em: <file:///C:/Users/sarad/Downloads/2691-15545-1-PB.pdf>. Acesso em: 05 set. 2021.

GANDRA, Alana; IBGE. **Mulher tem peso importante no chamado "trabalho invisível"**. Rio de Janeiro: Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-06/ibge-mulher-tem-peso-importante-no-chamado-trabalho-invisivel>. Acesso em: 04 set. 2021.

GARDEY, Delphine. **As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho**. São Paulo: Senac, 2003.

GEM. **Análise dos resultados por gênero**. Londres: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), 2018. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20\(002\).pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20(002).pdf). Acesso em: 14 ago. 2021.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2009**. Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2009.pdf>. Acesso em: 09 out. 2021.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2010**. Londres: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), 2010. Disponível em: [Http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/livro\\_gem\\_2010.pdf](http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf) >. Acesso: 15 ago. 2021.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2011**. São Paulo: IBQP, 2011. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wpcontent/uploads/2016/10/Empreendedorismo-no-Brasil-2011-Relat%C3%83%C2%B3rio.pdf>. Acesso em: 05 set. 2021.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2015**. São Paulo: IBQP, 2015. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf). Acesso em: 06 ago. 2021.

GEM. **Análise dos resultados por gênero**. São Paulo: IBQP, 2018. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20\(002\).pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20(002).pdf). Acesso em: 26 set. 2021.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2019**. Londres: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wpcontent/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2021.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2020**. Curitiba: IBQP, 2021. Disponível em: <file:///C:/Users/SAMSUNG/OneDrive/Imagens/GEM-LivroEmpreendedorismoBrasil2020-web.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2021.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2021/03/Empreendedorismo-Feminino-3T2021-Sebrae-4mar2021.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2021.

GIMENEZ, Fernando; FERREIRA, Jane; RAMOS, Simone. **Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa**. Curitiba: Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/44781/empreendedorismo-feminino-no-brasil--genese-e-formacao-de-um-campo-de-pesquisa>. Acesso em: 01 ago. 2021.

GIMENEZ, Fernando. **Gênero e empreendedorismo: um estudo comparativo no Paraná**. Maringá: ENANPAD, 2000.

GIRÃO, Isabel Cristina Carpi. **Representações sociais de gênero: suporte para as novas formas de organização do trabalho**. Belo Horizonte: Centro de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração da Universidade Federal de Minas Gerais, 2001.

GOMES, Almiraiva. Ferraz. **Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa**. São Paulo: Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 2014. Disponível em: [https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view File/1508/pdf\\_63](https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/File/1508/pdf_63). Acesso em: 15 ago. 2021.

GOMES, Almiraiva. **O outro no trabalho: Mulher e Gestão**. São Paulo: Revista de Gestão USP, 2005. Disponível em: <http://www.regeusp.com.br/arquivos/313.pdf>. Acesso em: 06 nov. 2120.

GOMES, Almiraiva. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio**. Bahia: Revista Alcance, 2004.

GOMES, Almiraiva; SANTANA, Weslei; ARAÚJO, Uajará; MARTINS, Caroline. **Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa**. São Paulo: Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/b7pGYz8sKCcCFGWd8B4SrSB/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 01 nov. 2021.

GOMES, Daniel; GUERRA, Paulo; VIEIRA, Bruna. **O Desafio do Empreendedorismo Feminino**. Rio de Janeiro: EnANPAD, 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>. Acesso em: 11 out. 2021.

GOMES, Ferraz Almiraiva; SANTANA, Piau Gusmão Weslei; SILVA, Moreira Jovino. **Mulheres Empreendedoras: Desafios e Competências**. Bahia: UFBA, 2005.

GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzaska; SILVEIRA, Amélia. **Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas**. Revista de Administração FACES, Belo Horizonte, v. 7, n. 3, p. 124-138, Jul/Set 2008.

GUIMARÃES, Maria. **Vida familiar e profissional: desafios e perspectivas.** Manaus: Universidade Federal do Amazonas, 2010.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Daniéle. **A divisão sexual do trabalho revisitada.** São Paulo: Senac, 2003.

HARROLD, David. **Derrubando barreiras enfrentadas por mulheres empreendedoras no Brasil.** São Paulo: Pioneers Post, 2020. Disponível em: <https://www.britishcouncil.org.br/atividades/artes/economia-criativa/dice-fund/and-ids>. Acesso em: 12 set. 2021.

HASAN, F. S. MA. A; ALMUBARAK, M. M. S. **Fatores que influenciam o desempenho das mulheres empresárias nas Pequenas e médias empresas.** Revista Mundial de Empreendedorismo, Gestão e Desenvolvimento Sustentável v.12, n.2, p.82-101, 2016.

HERTA, Ítala; Paixão, Mayara. **Empreendedora no Brasil encara crise, machismo e dupla jornada.** São Paulo: Folha de São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2021/03/empreendedora-no-brasil-encara-crise-machismo-e-dupla-jornada.shtml>. Acesso em: 01 nov. 2021.

HISRICH, Robert; PETER, Michael. **Empreendedorismo.** Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOFFMANN, R.; LEONE, E. **Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade da renda domiciliar per capita no Brasil: 1981-2002.** Nova Economia. Revista do Departamento de Ciências Econômicas da UFMG, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, maio-agosto 2004.

IPEA. **Cresce número de mulheres chefes de família.** João Pessoa: Administradores, 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/cresce-numero-de-mulheres-chefes-de-familia-diz-pesquisa>. Acesso em: 15 ago. 2021.

IBGE. **Estatísticas de Gênero: ocupação das mulheres é menor em lares com crianças de até três anos.** São Paulo: Estatísticas Sociais, 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30172-estatisticas-de-genero-ocupacao-das-mulheres-e-menor-em-lares-com-criancas-de-ate-tres-anos>. Acesso em: 21 ago. 2021.

IBGE. **Mulheres ganham 77,7% do salário dos homens no Brasil.** Bahia: CNN Brasil, 2019. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/mulheres-ganham-77-7-dos-salarios-dos-homens-no-brasil-diz-ibge/#:~:text=IBGE%20%7C%20CNN%20Brasil,Mulheres%20ganham%2077%2C7%25%20do%20sal%C3%A1rio%20dos,homens%20no%20Brasil%2C%20diz%20IBGE&text=As%20mulheres%20receberam%2077%2C7,9%25%20do%20rendimento%20dos%20homens>. Acesso em: 27 nov. 2021.

JONATHAN, Eva. **Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências.** Brasília: PUC-Rio, 2003. Disponível em: <https://docplayer.com.br/14674857-Empreendedorismo-feminino-no-setor-tecnologico-brasileiro-dificuldades-e-tendencias.html>. Acesso em: 06 ago.2021.

JULIEN, Pierre, André. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento.** São Paulo: Saraiva, 2010.

KUKI, Danielle; KUKI, Michelle; CALLEGARI, Nelson. **Empreendedorismo feminino: análise do perfil empreendedor da mulher e dos desafios enfrentados pela mesma na gestão de suas micro/pequena empresa.** Ponta Grossa: Faculdade União, 2013. Disponível em: <http://anteriores.admpg.com.br/2013/selecionados.php>. Acesso em: 11 out. 2021.

LAUFER, Jacqueline. **Entre a esfera pública e a esfera privada: os desafios dos direitos da mulher.** São Paulo: Senac, 2003.

LEMES, Antônio. **Administrando micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LINDO, Maíra; CARDOSO, Patricia; RODRIGUES, Mônica; WETZEL, Ursula. **Conflito Vida Pessoal vs. Vida Profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004. Disponível em: [file:///C:/Users/sarad/Downloads/Lindo\\_Cardoso\\_Rodrigues\\_Wetzel\\_2007\\_Vida-pessoal-e-vida-profession\\_31020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/sarad/Downloads/Lindo_Cardoso_Rodrigues_Wetzel_2007_Vida-pessoal-e-vida-profession_31020%20(1).pdf). Acesso em: 20 out. 2021.

LOIOLA, Camila. **Mulher empreendedora: Dificuldades e preconceitos.** Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/29910/29910.PDF>. Acesso em: 03 dez. 2021.

LÚCIO, Clemente Ganz. **Mulheres elevam escolaridade do empreendedorismo brasileiro.** Goiás: ASN, 2015.

LUMPKIN, Tom; DESS, Gregory. **Esclarecer a construção da orientação empreendedora e vinculá-la ao desempenho.** Academic of Management Review, 1996, Vol. 21, Edição 1, p135-172.

MACHADO, Francis. **Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes.** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/diversos/down\\_zips/63/2012\\_GCT1184.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/63/2012_GCT1184.pdf). Acesso em: 25 jul. 2021.

MACHADO, Hilka; BARROS, Gislaine, MIYAJI, Dayane. **Conhecendo a Empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento.** Brasília: Universidade Estadual de Maringá, 2003. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/13.pdf>. Acesso em: 27 set. 2021.

MACHADO, Hilka. **Empreendedorismo, Gênero e Políticas Públicas.** Londrina:UEM, 2001.

MACHADO, Hilka. **Identidades de mulheres empreendedoras.** Maringá: Eduem, 2009.

MACHADO, Hilka. **Mulheres Empreendedoras: Retrospectiva e Perspectivas de Estudos.** Rio de Janeiro: EnAPAD 2010

MACHADO, Hilka. **Tendências do Comportamento Gerencial da Mulher Empreendedora.** Foz do Iguaçu: Associação Nacional de pós-graduação e pesquisa em administração, 2000.

MARCONDES, José Sérgio. **Conceito de Cronograma.** São Paulo: IBRASEP, 2017. Disponível em: <https://gestaodesegurancaprivada.com.br/conceito-de-cronograma-que-e-definicao/>. Acesso em: 28 nov. 2021.

MARCONDES, José Sérgio. **Estatística.** São Paulo: IBRASEP, 2020. Disponível em: <https://gestaodesegurancaprivada.com.br/estrategia-empresarial-o-que-e-tipos-como-fazer/>. Acesso em: 28 nov. 2021

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/user/signin?userCheckReturnTo=/reader/books/9788597010770/cfi/6/4!/4/2@0:0>. Acesso em: 18 abr. 2022.

MARLOW, S.; MCADAM, M. **Gênero e empreendedorismo: promovendo o debate e desafiando os mitos; explorando o mistério da empresária de baixo desempenho.** International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 2013.

MARQUES, Marcus. **Empreendedorismo Feminino: Conheça os desafios, 2016.** Disponível em: <http://marcusmarques.com.br/empreendedorismo/empreendedorismo-feminino/>. Acessado em: 12 out. 2021.

MATA, Henrique Tomé da Costa. **Macroeconomia.** Salvador: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis; Superintendência de Educação a Distância, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/28122/1/Macroeconomia.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2021.

MARTINS, Claudia; FERREIRA, Miguel. **O Survey como tipo de pesquisa aplicado na descrição do conhecimento do processo de gerenciamento de riscos em projetos o segmento da construção**. Rio de Janeiro: VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2011. Disponível em: [https://www.inovarse.org/sites/default/files/T11\\_0362\\_1839.pdf](https://www.inovarse.org/sites/default/files/T11_0362_1839.pdf). Acesso em: 24 nov. 2021.

MATOS, Talita. **Empreendedorismo feminino: os desafios e a importância da diversidade e inclusão nas empresas**. Santa Catarina: Redação Economia, 2021.

MATHIAS, Luca. **Pesquisa qualitativa e quantitativa: qual é a melhor opção?** São Paulo: MINDMINERS, 2021. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/pesquisa-qualitativa-quantitativa/>. Acesso em: 9 nov. 2021.

MATTAR, Fauze. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

MAXIMIANO, Antonio. **Administração para Empreendedores**. São Paulo: Prentice Hall, 2011.

MCMLELLAND, David. **A sociedade competitiva: Realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELLES, Carlos. **Empreendedorismo feminino enfrenta velhos desafios**. São Paulo: IstoÉ, 2022.

MELLES, Carlos. **Empreendedorismo feminino se recupera, mas ainda enfrenta velhos desafios**. São Paulo: ISTOÉ, 2022. Disponível em: [https://www.google.com/search?q=istoe+onde+fica&sxsrf=APqWBtvpCp2pcX4Rkx\\_LLFvjDj3FHIUA%3A1648468437999&ei=1aFBySrRPNfZ5OUPv\\_GcuA0&ved=0ahUKEwiKkk693j2AhXXLLkGHb84B9cQ4dUDCA4&uact=5&oq=istoe+onde+fica&gs\\_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAzoECCMQJzoFCAAQgAQ6BggAEBYQHjoiCAAQFhAKEB46BwghEAoQoAE6CAghEBYQHRAeSgQIQRgASgQIRhgAUI8BWMtGYKFMaANwAXgAgAhrAYgB6hOSAQYwLjEuMTGYAQCgAQHAAQE&scient=gws-wiz-serp](https://www.google.com/search?q=istoe+onde+fica&sxsrf=APqWBtvpCp2pcX4Rkx_LLFvjDj3FHIUA%3A1648468437999&ei=1aFBySrRPNfZ5OUPv_GcuA0&ved=0ahUKEwiKkk693j2AhXXLLkGHb84B9cQ4dUDCA4&uact=5&oq=istoe+onde+fica&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAzoECCMQJzoFCAAQgAQ6BggAEBYQHjoiCAAQFhAKEB46BwghEAoQoAE6CAghEBYQHRAeSgQIQRgASgQIRhgAUI8BWMtGYKFMaANwAXgAgAhrAYgB6hOSAQYwLjEuMTGYAQCgAQHAAQE&scient=gws-wiz-serp). Acesso em: 28 mar. 2022.

MELLO, Patrícia. **Empreendedorismo: por que você não deve ter medo do fracasso**. João Pessoa: Administradores, 2022.

MISSIAGGIA, Mariana. 2021. **O que aconteceu com as empreendedoras na pandemia**. São Paulo: Diário do comércio, 2021. Disponível em: <https://dcomercio.com.br/categoria/negocios/o-que-aconteceu-com-as-empreendedoras-na-pandemia>. Acesso em: 18 set. 2021

MORAIS, Tatielly. **Mulheres empreendedoras possuem maior número de qualificações que homens**. Goiás: DR Mulheres, 2020.

MORRIS, Michael. **O dilema do crescimento: compreender as escolhas do empreendimento de mulheres empresárias**. Nova Jersey: Journal of Small Business Management, v. 44, n. 2, p. 221-244, 2006.

MUGUIRA Andrés; DURÁN, Joanna. **Diferenças entre população e amostra**. Beaverton: QuestionPro, 2022.

NASCIMENTO, Luciano. **Sebrae: Mulheres lideram 10,1 milhões de empreendimentos no Brasil**. Brasília: Agência Brasil, 2022.

NERI, Marcelo; TEXEIRA, Carla. **O Empreendedorismo na Base da Pirâmide**. Rio de Janeiro: FGV Social, 2019. Disponível em: <https://cps.fgv.br/destaques/fgv-social-fala-sobre-o-empreendedorismo-na-base-da-piramide>. Acesso em: 06 nov. 2120.

OCHOA, Carlos. **Amostragem não probabilística: Amostra por conveniência**. Barcelona: Netquest, 2015.

OLIVEIRA, Ariza. **Gênero, trabalho e exclusão social**. Campinas: Editora da Unicamp, Nepo, 2001.

OLIVEIRA, Marco. **Passos na trajetória de um empreendedor**. São Paulo: Nobel, 1995.

OLIVEIRA, Marco. **Valeu! Passos na Trajetória de um empreendedor**. São Paulo: Nobel, 1995.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. **Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. Catalão: UFG, 2011.

OLIVEIRA, Renata Rocha; RUPPENTHAL, Janis Elisa. **Empreendedorismo Feminino: Sua relação com variáveis Econômicas e Sociais**. Santa Maria: Novas Edições Acadêmicas, 2017.

PAOLI, Maria Célia. **Os trabalhadores urbanos na fala dos ouros. Cultura e identidade operária**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1985.

PEREIRA, Jaiane Aparecida; BERNARDO, Adriana. **Empreendedorismo Digital**. Maringá: Unijuí, 2016. Disponível em: <file:///C:/Users/SAMSUNG/OneDrive/Imagens/4422-Texto%20do%20artigo-28482-1-10-20161130.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2021.

PORTER, Michael Eugene. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 2017. Disponível em: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1809227617300632?token=6B0D01E55949E8F1C1A61EB703AA301AAB04045E76C1326E297F2D1712456EC15F4BFFB2856369BF23F1914609135FA9&originRegion=us-east1&originCreation=20210825133505>. Acesso em: 21 ago. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QIAN, S; MIAO, C. **Como a percepção, o conhecimento e os valores culturais influenciam o medo dos empreendedores: uma investigação multinível**. Academy of Entrepreneurship Journal, 2016

REIS, Edna; REIS, Ilka. **Análise Descritiva de Dados**. Belo Horizonte: Relatório Técnico do Departamento de Estatística da UFMG, 2002. Disponível em: <http://www.est.ufmg.br/portal/arquivos/rts/rte0202.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2021.

REYNOLDS, Paul, BYGRAVE, William; AUTIO, Erko. **Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report**. Londres: BABSON, 2003. Disponível em: [file:///C:/Users/sarad/Downloads/2002\\_Reynolds\\_others\\_GlobalEntrepreneurshipMonitorGEM2002GLOBALREPORT%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/sarad/Downloads/2002_Reynolds_others_GlobalEntrepreneurshipMonitorGEM2002GLOBALREPORT%20(1).pdf). Acesso em: 04 set. 2021.

RME. **Quem são elas?** São Paulo: RME, 2016. Disponível em: <https://rme.net.br/2016/09/24/quem-sao-elas-saiba-os-resultados/#>. Acesso em: 19 set. 2021.

RICHARDSON, Roberto. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

ROCHA-COUTINHO, Maria. **A difícil arte de harmonizar família, trabalho e vida pessoal**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2013.

RODRIGUES, Ariele Silva Moreira; GASPAR, Luisa Cavalcanti Santiago; RODRIGUES, Danielle Rezende; AFONSO, Herlander Costa Alegre da Gama. **Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino**. Rio de Janeiro: Espacio Abierto, 2020.

RODRIGUES, Léo. **Estudo revela tamanho da desigualdade de gênero no mercado de trabalho**. Rio de Janeiro: CNN Brasil, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-03/estudo-revela-tamanho-da-desigualdade-de-generonomercadodetrabalho#:~:text=Em%202019%2C%20as%20mulheres%20receberam,9%25%20do%20rendimento%20dos%20homens>. Acesso em: 21 mar.2022.

RODRIGUES, Valeria Leoni. **A importância da mulher**. Paraná: UNICENTRO, 2006. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/729-4.pdf>. Acesso em: 31 out. 2021.

ROSAS, Maria. **Como estão as mulheres empreendedoras no Brasil**. São Paulo: Republicanos10, 2021. Disponível em: <https://republicanos10.org.br/republicanos-na-camara/como-estao-as-mulheres-empreendedoras-no-brasil/>. Acesso em: 02 nov.2021.

ROVEDA, Vinicius. **Empreendedorismo: o que é, tipos, cenário do Brasil, vantagens e ideias**. Santa Catarina: Conta Azul, 2022.

SANTOS, Daniella Haendchen; LENZI, Fernando César. **Produção científica em empreendedorismo nas universidades brasileiras: os pesquisadores expoentes na área**. Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe). v.16, n.4.Out/Dez, 2018.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**. Belo Horizonte: Unidade de Gestão e Marketing (UGM), 2021. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2021/03/Empreendedorismo-Feminino-3T2021-Sebrae-4mar2021.pdf>. Acesso em: 02 nov.2021.

SEBRAE. **Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** Porto Alegre: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismofeminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=tema&codTema=2>. Acesso em: 02 set. 2021.

SEBRAE. **Relatório Especial: Empreendedorismo Feminino**. Brasília: Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae Nacional, 2019. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019\\_v5.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf). Acesso em: 08 set. 2021.

SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SINGLY, François. **Sociologia da família contemporânea**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

SILVA, Pablo; ABBAS, Walid; PEREIRA, Arthur; CASTRO, Bunni; SOUSA, Juliana. **A resiliência no empreendedorismo feminino**. Minas Gerais: Revista eletrônica gestão e sociedade, 2019. Disponível em: <https://www.gestaoesociedade.org/gestaoesociedade/article/view/2346/1405>. Acesso em: 03 ago. 2021.

SILVA, Carla. **A desigualdade imposta pelos papéis de homem e mulher: uma possibilidade de construção da igualdade de gênero**. Paraná: UNISEP, 2018. Disponível em: [https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2018/06/desigualdade\\_impоста.pdf](https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2018/06/desigualdade_impоста.pdf). Acesso em: 15 ago. 2021.

SILVEIRA, Daniel; ALVARENGA, Darlan. **Taxa de desemprego entre mulheres atinge recorde de 17,9%**. Rio de Janeiro: G1, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/05/27/taxa-de-desemprego-entre-mulheres-atinge-recorde-de-179percent.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2021.

SILVEIRA, Daniel. **Participação de mulheres no mercado de trabalho tem 5º ano de alta, mas remuneração segue menor que dos homens**. Rio de Janeiro: G1, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/04/participacao-de-mulheres-no-mercado-de-trabalho-tem-5o-ano-de-alta-mas-remuneracao-segue-menor-que-dos-homens-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 05 nov. 2021.

SOUZA, Ivam. **Empreendedorismo Feminino: o papel da mulher no mundo dos negócios**. Belo Horizonte: rockcontent, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 04 set. 2021.

SOUZA, Joilson de Lima. **O Planejamento Estratégico como Ferramenta de Gestão**. Fortaleza, Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, 2018.

STACHEWSKI, Ana; MIGLINO, Maria. **Quatro desafios que as mulheres enfrentam na hora de empreender**. São Paulo: Pequenas empresas e grandes negócios, 2019. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Feira-do-Empreendedor-SP/noticia/2019/09/4-desafios-que-mulheres-enfrentam-na-hora-de-empreender-e-como-supera-los.html>. Acesso em: 21 nov.2021.

SURVEYMONKEY. **Calculadora de tamanho de amostra**. San Mateo: Momentive.ai, 2021. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>. Acesso em: 24 nov. 2021

SPM. **Trabalho e Família: rumo a novas formas de conciliação com corresponsabilidade social**. Brasília: Organização Internacional do Trabalho, 2009. Disponível em: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-brasilia/documents/publication/wcms\\_233473.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-brasilia/documents/publication/wcms_233473.pdf). Acesso em: 30 set. 2021.

SWAIN, Tania. **Feminismo e Recortes do Tempo Presente: mulheres em revistas "femininas"**. São Paulo: Scielo, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/YtXCX3gw8b6Zc4DHNBwcdLL/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 30 out. 2021.

TEIXEIRA, Rivanda; BOMFIM, Lea. **Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens**. São Paulo: Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/gMZSnDRNmR7N5PpZLsmSvsw/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 set. 2021.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto; PIMENTA, Roberto da Costa. **Condição feminina e percepção dos valores morais no nível técnico e gerencial das organizações brasileiras**. São Paulo: ENANPAD, 2003.

TONELLI, Maria; BETIOL, Maria. **A Mulher Executiva e Suas Relações de Trabalho**. São Paulo: Revista de Administração de Empresas, 1991. Disponível em: [https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_S0034-75901991000400003.pdf](https://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75901991000400003.pdf). Acesso em: 20 out. 2021

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, Sylvia. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VIEIRA, Andreza. **A expansão do trabalho feminino no setor de serviços: Uma análise Nas Cinco Regiões Do Brasil**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/122178/Economia293503.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso 25 set. 2021.

VIEIRA, Sonia. **Como Elaborar Questionários**. João Pessoa: Atlas, 2009. Disponível em: [http://www.de.ufpb.br/~juliana/Estatistica%20aplicada%20ao%20servico%20social/Aula\\_questionario.pdf](http://www.de.ufpb.br/~juliana/Estatistica%20aplicada%20ao%20servico%20social/Aula_questionario.pdf). Acesso em: 9 ago. 2021.

VILLAS BOAS, Andrea. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você**. São Paulo: Editora do autor, 2010.

WENTZEL, Marina. **Maior participação feminina traria R\$ 382 bilhões à economia brasileira até 2025**. Basileia: BBC Brasil, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40281756>. Acesso em: 23 set. 2021.

ZAMARIOLLI, Marlene Mota. **A Mulher na Política**. Santos: Prefeitura de Santos, 2012. Disponível em: <<http://www.portal.santos.sp.gov.br>>. Acesso em: 05 set. 2021.

ZARPELLON, Sérgio. Cristóvão. **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional**. Revista Ibero-americana de Ciências Empresariais y Economía, 2010. p. 47-55.

## 9 APÊNDICE

### Empreendedorismo Feminino: Fatores sociais, econômicos e culturais que podem interferir a prática empreendedora

Este questionário faz parte do trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para a obtenção de título de Bacharel em Administração pela Universidade de Caxias do Sul (RS). Tem o objetivo de identificar a existência de interferência sociais, culturais e econômicas no processo empreendedor feminino. Os resultados dessa pesquisa serão utilizados apenas para fins acadêmicos, portanto qualquer informação pessoal não será compartilhada.

Você demorará aproximadamente 5 minutos para responder esse questionário.

Desde já agradeço sua colaboração!

Autor da pesquisa: Merielli Isabel Figueiró Storti.

Orientadores: Professor Doutor Marcelo Faoro de Abreu; Professora Doutora Zaida Cristiane dos Reis.

### Perfil do entrevistado

Em benefício da pesquisa, solicitamos que todas as questões sejam respondidas.

Faixa etária:

- Menos de 16 anos
- De 17 a 24
- De 25 a 34
- De 35 a 45
- De 46 a 54
- De 55 a 65
- Mais de 65

<p><b>Estado Civil:</b></p> <p><input type="radio"/> Solteira</p> <p><input type="radio"/> Casada</p> <p><input type="radio"/> Divorciada</p> <p><input type="radio"/> Viúva</p>
<p style="text-align: right;">:::</p> <p><b>Sou:</b></p> <p><input type="radio"/> Empreendedora</p> <p><input type="radio"/> Pretendo empreender</p> <p><input type="radio"/> Opção 3</p> <p><input type="radio"/> Não sou empreendedora e não perdendo ser</p>
<p><b>Grau de instrução:</b></p> <p><input type="radio"/> Ensino Fundamental Incompleto</p> <p><input type="radio"/> Ensino Fundamental Completo</p> <p><input type="radio"/> Ensino Médio Incompleto</p> <p><input type="radio"/> Ensino Médio Completo</p> <p><input type="radio"/> Ensino Superior Incompleto</p> <p><input type="radio"/> Ensino Superior Completo</p> <p><input type="radio"/> Pós Graduação Incompleta</p> <p><input type="radio"/> Pós Graduação Completa</p>
<p style="text-align: right;">:::</p> <p><b>Renda mensal pessoal:</b></p> <p><input type="radio"/> Menos de 1.100 reais</p> <p><input type="radio"/> De 1.100 a 2.000 reais</p> <p><input type="radio"/> De 2.001 a 3.000 reais</p> <p><input type="radio"/> De 3.001 a 4.000 reais</p> <p><input type="radio"/> De 4.001 a 5.000 reais</p> <p><input type="radio"/> De 5.001 a 7.000 reais</p> <p><input type="radio"/> De 7.001 a 10.000 reais</p> <p><input type="radio"/> De 10.001 a 20.000 reais</p> <p><input type="radio"/> Mais de 20.000 reais</p>

Numero de filhos:

- Não tenho filhos
- De 1 a 2
- De 3 a 4
- De 5 a 6
- Mais de 6 filhos

## Mulheres Empreendedoras x

Em benefício da pesquisa, pedimos que você seja o mais sincero possível em cada resposta e não deixe questões sem responder.

Qual das alternativas abaixo mais dificulta o processo empreendedor feminino, em sua opinião?

- Divisão desvantajosa de tarefas domestica
- Dominação social dos homens na área de negócios
- Falta de suporte afetivo e social
- Dificuldade para se conseguir financiamento
- Trabalho versus família
- Dificuldade de obter a confiança de clientes e fornecedores
- Dificuldades para atuar no mercado

Verifica-se uma dificuldade de amadurecimento em empresas comandadas por mulher. Elas costumam enfrentar dificuldades de crescimento, principalmente quando atuam em segmentos tradicionalmente masculinos. O principal motivo é a dificuldade em aumentar a fatia de mercado constituída.

1      2      3      4      5

Discordo totalmente                  Concordo totalmente

⋮

O desempenho das mulheres nos negócios não é inferior ao dos homens. O que acontece na realidade é uma alteração no mercado que limita as ações femininas devido à discriminação de gênero.

1      2      3      4      5

Discordo totalmente                  Concordo totalmente

As mulheres possuem maior dificuldade ao acesso a crédito e linhas de financiamento, pois os bancos ainda privilegiam negócios abertos por homens.

Discordo totalmente      1      2      3      4      5      Concordo totalmente

As taxas de juros sobre o financiamento costumam serem maiores para as mulheres.

Discordo totalmente      1      2      3      4      5      Concordo totalmente

A desigualdade salarial entre homens e mulheres dificulta a abertura de novos negócios femininos, pois reduzem as chances de se construir uma reserva em dinheiro, ou seja, impossibilita as empreendedoras de ter recursos próprios para empreender.

Discordo totalmente      1      2      3      4      5      Concordo totalmente

De forma geral, as mulheres empreendedoras costumam ter maior dificuldade para se recuperar financeiramente, mediante as crises econômicas e políticas.

Discordo totalmente      1      2      3      4      5      Concordo totalmente

As mulheres ainda sentem constrangimento ao solicitar empréstimo bancário. Deixam de pedir um valor maior, com vergonha de seu score (resultado dos hábitos de pagamento) não ser de acordo com o valor solicitado como crédito.

Discordo totalmente      1      2      3      4      5      Concordo totalmente

⋮						
As mulheres vêm o medo do fracasso como o principal desmotivador na hora de empreender.						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
Estudos demonstraram que o público feminino que abre o próprio negócio tem maior escolaridade do que os homens, cerca de dez anos a mais de estudo. A escolaridade é fator determinante para as mulheres que pretendem empreender.						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
A maternidade pode ser vista como um estímulo ou empreendedorismo.						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
Muitas mulheres se arrependem de empreender, pois se culpam por não ter tempo para cuidar da família. Este conflito de papéis pode prejudica o desempenho de seu negócio.						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
A jornada dupla de trabalho (além do trabalho, cuidar dos filhos e das tarefas doméstica) é uma barreira significativa para o processo empreendedor.						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				
O preconceito, machismo, sexismo e a falta de apoio são fatores presentes no dia a dia de todas as empreendedoras. Tais fatores são desanimadores, cansativos e prejudicam o crescimento de negócios liderados por mulheres.						
	1	2	3	4	5	
Discordo totalmente	<input type="radio"/>	Concordo totalmente				