

A TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA DE MULHERES DA REGIÃO DA GALÍCIA NA ESPANHA E DA REGIÃO OESTE PAULISTA NO BRASIL: um estudo comparativo

SABRINA PAULO DE SOUZA

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

TAYNARA TAIS DOS SANTOS SOARES

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

GUSTAVO YUHO ENDO

MARCO ANTONIO CATUSSI PASCHOALOTTO

ERIKA MAYUMI KATO CRUZ

Introdução

No estado de São Paulo, segundo PNADC (IBGE, 2018), as mulheres representam 36% dos empreendedores. E de acordo com o TEA (GEM, 2020), na região da Galícia a intenção empreendedora feminina aumentou 5% contra 3,5 masculina. Segundo o SEBRAE (2019), há boas perspectivas para o futuro do empreendedorismo feminino em ambos os países. Além das dificuldades sociais, as mulheres ainda enfrentam barreiras econômicas, pois, segundo o COFECON (2019), no mundo, menos de 10% dos negócios liderados por mulheres recebem investimentos externos.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Diante da importância acerca da temática, observa-se esforços de pesquisas relacionadas com a questão, tais como de Oliveira et al. (2021), assim como Melo e Jesus (2018) e Sanches et al. (2013) que buscaram a compreensão local do Rio de Janeiro, Campo Grande e Toledo. Porém, nenhum estudo comparativo entre duas cidades de países diferentes. Buscando atender a esse gap identificado e, tendo como motivação e a necessidade da pesquisa com o objetivo de compreender a trajetória empreendedora de mulheres da região da Galícia na Espanha e da Região Oeste Paulista no Brasil.

Fundamentação Teórica

Azevedo et al., (2021) apesar das conquistas e melhorias de vida observada pelas mulheres no decorrer dos anos, ainda perduram problemas observados desde os primórdios, dificultando a melhoria do desempenho econômico feminino. Valadares, Neto e Diniz (2022), no quesito ascensão de carreira, existem situações de preconceito e discriminação em contextos marcados pela hegemonia do masculino. Apesar da importância do papel da mulher de empreender, não é considerado uma tarefa simples para elas, pois, existem diversas barreiras a serem vencidas (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013; GIMENEZ et al., 2017).

Metodologia

O presente estudo consiste em uma pesquisa exploratória que discorre de uma abordagem qualitativa. Os dados foram apurados através de roteiros de entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram aplicadas em mulheres empreendedoras nas regiões da Galícia/Espanha e Oeste Paulista/Brasil, com o total de 10 participantes sendo 5 de cada região. As entrevistas foram gravadas com o consentimento das participantes, analisadas com auxílio do Software ATLAS.ti 9. A análise de conteúdo proposto por Bardin (2011), as questões foram divididas em 6 categorias.

Análise dos Resultados

Os desafios enfrentados são semelhantes por ambas culturas, e um dos pontos em comum é a idade. Percebe-se que a maioria delas são jovens ou iniciaram suas carreiras precocemente. Nota-se também que há um preconceito, na questão da idade, concluem que não possuem experiências suficientes para gerir um negócio. As entrevistadas informaram que houve uma mudança significativa após empreenderem, pois ganharam mais autonomia, algo que não tinham. Enfrentam muito mais responsabilidades e trabalham mais horas, considerando também a necessidade de conciliar sua vida pessoal e profissional.

Conclusão

A presente pesquisa proporcionou uma reflexão diante do verdadeiro contexto do empreendedorismo feminino tendo como base duas regiões, de dois países diferentes. Com base nos resultados, observa-se que as maiores motivações das mulheres é proporcionar um futuro melhor para a família e obter independência financeira, assim como o aumento da autoestima. Diante da abertura do empreendimento é notório a autonomia e confiança que as mulheres adquiriram. Para as entrevistas, os fatores idade e auxílio financeiro são pontos que levam a sociedade duvidar da capacidade profissional das empreendedoras.

Referências Bibliográficas

BANDEIRA, P. B.; AMORIM, M.; DE OLIVEIRA, M. Z. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho, 2020. GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 6, n.1, 2017. MICOZZI, A; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. International Journal of Gender and Entrepreneurship, v. 8, n. 2, p. 173-194, 2016.

Palavras Chave

Gestão de Pessoas, Gestão da Diversidade, Empreendedorismo Feminino

A TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA DE MULHERES DA REGIÃO DA GALÍCIA NA ESPANHA E DA REGIÃO OESTE PAULISTA NO BRASIL: um estudo comparativo

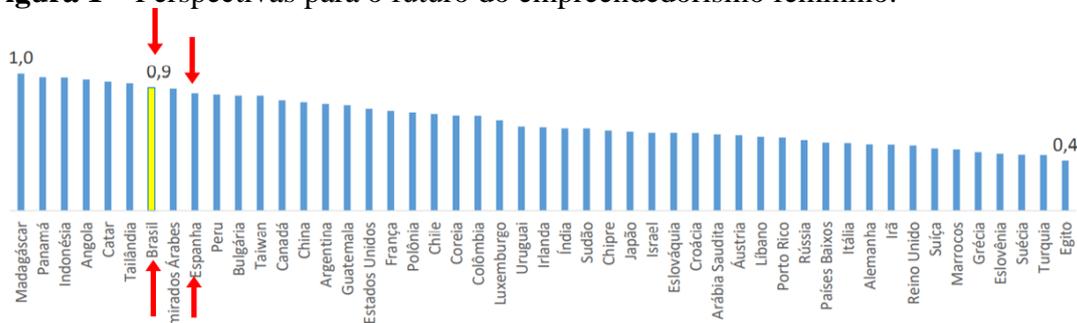
INTRODUÇÃO

O empreendedorismo traz um efeito positivo sobre o crescimento e desenvolvimento econômico de países e suas regiões, através de aumento de trabalho e recolhimento de tributos (ROSA; ORELLANA; MENEZES, 2020). Dornelas (2018) acrescenta que os empreendedores estão eliminando as barreiras comerciais e culturais, globalizando e renovando os aspectos econômicos, criando novos postos de trabalho e aumentando a empregabilidade, quebrando paradigmas e proporcionando riqueza para a sociedade. Para Timmons (2001), o empreendedorismo foi um fenômeno discreto no século XXI, mas tudo indica que será mais do que a revolução industrial foi no século XX.

Uma mostra disso é que a intenção empreendedora cresceu significativamente na maioria dos países. No estado de São Paulo, segundo os dados apresentados pela Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua Anual - PNADC (IBGE, 2018), as mulheres representam 36% dos empreendedores. E de acordo com o *Total Entrepreneurial Activity* - TEA (GEM, 2020), na região da Galícia a intenção empreendedora feminina aumentou 5% contra 3,5 masculina.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2019), conforme Figura 1, há boas perspectivas para o futuro do empreendedorismo feminino em ambos os países, os dados mostram que o Brasil obteve a 7ª maior proporção de mulheres empreendedoras iniciais entre 49 países. A Espanha obteve a 9ª, sendo o país europeu com maior porcentagem de mulheres à frente do seu negócio.

Figura 1 – Perspectivas para o futuro do empreendedorismo feminino.



Fonte: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2019)

Segundo a Organização das Nações Unidas - ONU (2020), no mundo as mulheres ganham cerca de 23% menos que os homens, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2019), no Brasil, essa porcentagem chega a 20%, possuindo os mesmos cargos e com escolaridade 16% superior que os homens. Já na Espanha, segundo a Revista Forbes (2019), essa porcentagem chega a 11,5%, com nível de escolaridade 12% maior que eles.

O *Boletín Oficial del Estado* - BOE (2020), divulgou que em outubro de 2020 o governo espanhol aprovou a lei 902\2020 de igualdade retributiva entre homens e mulheres, na qual se torna proibida a desigualdade salarial entre gêneros nas empresas. A lei entrou em vigor em abril de 2021, na qual prevê uma multa de cerca de 170.000 euros para as empresas que não cumprem com o decreto.

Já na Presidência da República do Brasil (2017), foi aprovada no país a lei 13.467/2017 da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, na qual estabelece que qualquer cidadão, sem distinção de sexo devem receber o mesmo salário em casos de exercerem os mesmos cargos.

Contudo, é perceptível que as empresas não levam em consideração esse fator e não são multadas perante a esse descumprimento.

Além das dificuldades sociais, as mulheres ainda enfrentam barreiras econômicas, pois, segundo o Conselho Federal da Economia – COFECON (2019), no mundo, menos de 10% dos negócios liderados por mulheres recebem investimentos externos. No Brasil, de acordo com dados do SEBRAE (2019), quando se trata de empréstimos para empreender, as mulheres pagam em média 3,5% a mais de juros que os homens, mesmo tendo menor número de inadimplência, sendo 3,7% mulheres contra 4,2% dos homens. Na Espanha, as mulheres sofrem do mesmo problema, de acordo com o GEM (2016) as empreendedoras têm em torno de 10% a menos de chances para conseguir um investimento.

Segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE (2019), as perspectivas para o empreendedorismo feminino são positivas, pois, no Brasil, as mulheres representam cerca de 50% dos microempreendedores individuais - MEI, são cerca de 24 milhões de empreendedoras em 2019, sendo a mulher quem mais empreende no país, com destaque no setor de serviços. Segundo o GEM (2018), na Espanha, 48% das empresas abertas em 2018 foi pelo sexo feminino. Existem cerca de 9 mulheres a cada 10 homens espanhóis que iniciam seus negócios, número que supera a média da Europa, onde há 6 mulheres por cada 10 homens empreendedores. Ainda segundo os estudos do GEM (2018), a participação majoritária masculina no empreendedorismo vem diminuindo pelo 6º ano consecutivo o número de mulheres à frente de empresas, o que apresentou um crescimento significativo.

Diante da importância acerca da temática, observa-se esforços de pesquisas relacionadas com a questão, tais como de Oliveira et al. (2021) a qual direcionou atenção para a região portuária do Rio de Janeiro, assim como Melo e Jesus (2018) que analisou os desafios e oportunidades em Campo Grande, Mato Grosso do Sul e, também, Sanches *et al.* (2013) que buscou o entendimento em Toledo, Paraná. Além de esforços para apresentar os conflitos trabalho-família (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016; STROBINO; TEIXEIRA, 2014), suas dificuldades e desafios (BOMFIM; TEIXEIRA, 2015; ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014), suas características (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016) e sua resiliência (SILVA *et al.*, 2019).

Portanto, perante os argumentos supracitados, surge a motivação e a necessidade da pesquisa com o objetivo de compreender a trajetória empreendedora de mulheres da região da Galícia na Espanha e da Região Oeste Paulista no Brasil. E tem como objetivos específicos: (i) identificar mulheres que possuem empreendimentos; (ii) descrever a trajetória empreendedora dessas mulheres; (iii) compreender as barreiras e desafios enfrentados por essas mulheres e; (iv) comparar as realidades de ambas as regiões do estudo.

Assim, a presente pesquisa está organizada da seguinte forma: nessa primeira seção consta a contextualização acerca do empreendedorismo feminino no Brasil e Espanha, juntamente com os objetivos propostos; na segunda seção, é apresentada a base teórica a qual sustenta a presente pesquisa; na terceira seção, apresenta-se o percurso metodológica para alcançar os objetivos propostos; na quarta seção, são apresentados os resultados obtidos juntamente com as discussões e; por fim, na última seção, são apresentadas as considerações finais da pesquisa.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo e de valor no mercado. O processo de empreendedorismo refere-se à definição de uma ideia em busca de oportunidades através de recursos e situações propícias (DORNELAS, 2001; BORGES; FILION; SIMARD, 2008). De acordo com Abu-Saifan (2012), é grande o interesse no fenômeno empreendedorismo como motor da atividade econômica, onde as organizações inseridas dentro de uma sociedade, seja ela atuante há muito tempo ou em processo de criação, possui um papel significativo quando se trata de desenvolvimento coletivo.

De acordo com Domingues (2012), empreender já não está atrelado somente com pessoas envolvidas com atividade econômica, mas, também passou a ser um tema explorado por várias áreas, como as pesquisas acadêmicas, tornando-se uma ponte para vários segmentos da vida social, uma dessas áreas é o empreendedorismo feminino.

Segundo Roomi e Harrison (2010), o empreendedorismo feminino é visto como uma forma de auxiliar na obtenção de ganhos elevados e na superação de preconceitos e discriminações que ocorrem no mercado de trabalho, além de apoiar a causa de empoderamento feminino. Para Solesvik, Iakovleva e Trifilova (2019), essa motivação de empreender se inicia através da necessidade da comunidade, ou seja, crescer profissionalmente e pessoalmente perante a sociedade. Azevedo et al., (2021) explica que apesar das conquistas e melhorias de vida observada pelas mulheres no decorrer dos anos, ainda perduram problemas observados desde os primórdios, dificultando a melhoria do desempenho econômico feminino.

De acordo com Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), as dificuldades ao longo da carreira da mulher ainda permanecem, assim como no início de sua trajetória empreendedora, principalmente se tratando de respeito e credibilidade das pessoas, muitas vezes pela maioria ser mais jovem. Valadares, Neto e Diniz (2022) corroboram que, no quesito ascensão de carreira, observa-se a existência de situações de preconceito e discriminação em contextos marcados pela hegemonia do masculino.

Segundo Miltersteiner (2020), em relação aos objetivos profissionais das mulheres existem algumas barreiras que impedem de seguir adiante como as prioridades dos filhos, a licença maternidade, o cônjuge, aspectos que colocam um homem a frente, por não priorizarem tanto a vida familiar. Porém, são fatores que atualmente as mulheres conseguem equilibrar, ou seja, sabem lidar com os obstáculos e administrar a sua vida profissional e pessoal.

Apesar da importância do papel da mulher de empreender, não é considerado uma tarefa simples para elas, pois, existem discriminações, barreiras econômicas e o equilíbrio na vida pessoal com a profissional (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013; GIMENEZ *et al.*, 2017). Mâncio, Oliveira e Pena (2020) também reforçam que as mulheres enfrentam dificuldades nas questões financeiras quando se trata de investimentos, gestão do tempo e dupla jornada.

Há um crescimento progressivo das participações femininas no mercado, tanto no empreendedorismo quanto na liderança feminina, pois, segundo Barbosa (2014), o número de cargos na liderança feminina aumentou, porém, ainda enfrentam dificuldades referente à desigualdade perante aos homens, em que as mesmas lutam até nos dias atuais. A falta de oportunidade para liderar cargos estratégicos também é uma barreira para as mulheres. Para Miltersteiner *et al.* (2020), quanto mais elevado o cargo nas organizações, observa-se que há uma quantidade pequena de mulheres nestes pontos, mesmo possuindo alto nível de escolaridades, como ressalta Melo e Thomé, (2018), comprovadamente, que as mulheres são a maioria em cursos superiores. Na pandemia da SARS-CoV2, a liderança feminina se sobressaiu melhor que a masculina, segundo a *Harvard Business Review* (2020), as mulheres apresentaram resultados mais positivos que os homens, principalmente pelas suas habilidades interpessoais.

É nítido a perspectiva de evolução do empreendedorismo feminino (SEBRAE, 2019), porém, a questão da dupla jornada gera dificuldade em sua trajetória, considerando a conciliação de suas responsabilidades pessoais e profissionais. De acordo com Strobino e Teixeira (2014), as atividades domésticas ainda são associadas ao gênero feminino e é algo explícito que continuam a desenvolver a maior parte dessas tarefas. De acordo com o SEBRAE (2021), por meio de uma gestão do tempo e com a divisão de responsabilidades entre os integrantes da família, as mulheres encontram mais flexibilidade para desempenhar suas funções.

Werlang *et al.* (2018) destaca que todo esse contexto indica uma realidade na qual o mercado já percebeu há algum tempo, as mulheres quebrando grandes paradigmas profissionais e consolidando sua carreira empreendedora, bem como o incremento do seu lado pessoal e

profissional. Contudo, Werlang *et al* (2018) ainda, ressalta que a mulher tem muito espaço para conquistar no mercado. No entanto, segundo Santos (2019), na sociedade, uma mulher empreendedora percorre-se trilhas que sugerem um olhar mais profundo acerca do ato de empreender e todos os cenários que envolvam esse fenômeno.

Assim, o Empreendedorismo Feminino ainda que lentamente se encontra em ascensão e os números são animadores. Toda essa evolução rompe com o que antes era verdadeiro e não questionável (SANTOS; GOMES; BACELAR, 2018). Assim, encerra-se essa seção e na seguinte aborda-se a metodologia utilizada nesta pesquisa.

METODOLOGIA

O presente estudo consiste em uma pesquisa exploratória que discorre de uma abordagem qualitativa. Creswell (2014) explica que a pesquisa qualitativa proporciona acessos às vivências de cada indivíduo, possibilitando que compartilhem suas histórias e suas vozes, permitindo o pesquisador compreender os contextos e âmbitos vividos pelos participantes.

Os dados foram apurados através de roteiros de entrevistas semiestruturados que, de acordo com Silva e Russo (2019), a entrevista semiestruturada é uma entrevista guiada, pois há uma orientação mais qualitativa, buscando maior interação entre entrevistador e entrevistado, onde a entrevista pode ser conduzida entre duas ou mais pessoas de forma presencial ou até mesmo remota.

As entrevistas foram aplicadas em mulheres empreendedoras nas regiões da Galícia/Espanha e Oeste Paulista/Brasil, com o total de 10 participantes sendo 5 de cada região, a escolha das participantes foi por meio de conveniência, apresentado no Quadro 1 o perfil das participantes da pesquisa. Corroborando com o assunto, Silva *et al.* (2018) diz que o foco desse tipo de pesquisa qualitativa deve ser um processo criterioso que garanta validade e segurança à pesquisa.

Quadro 1 – Perfil detalhado das participantes da pesquisa.

País/Região	Participantes	Descrição Detalhado do Perfil
Brasil / Região Oeste Paulista	Entrevistada 01	22 anos de idade, graduanda em Medicina Veterinária, 3 anos de empreendimento no ramo de Pet shop (vendas de ração, acessórios e banho e tosa).
	Entrevistada 02	43 anos de idade, graduada em Direito, 22 anos de empreendimento com Escritório de Advocacia.
	Entrevistada 03	31 anos de idade, Mestrado em Negócios, 12 anos de empreendimento, sendo proprietária de uma Escola de Línguas.
	Entrevistada 04	23 anos de idade, 2º grau completo do Ensino Médio, 5 anos de empreendimento com um Studio de Cuidados Faciais.
	Entrevistada 05	60 anos de idade, graduada em Fisioterapia e Direito, 30 anos de empreendimento no ramo de Eventos.
Espanha / Região da Galícia	Entrevistada 01	37 anos de idade, graduada em agricultura ecológica, possui seu negócio há 5 anos, no ramo de hortaliças ecológicas, onde realiza venda direta de produtos frescos aos consumidores.
	Entrevistada 02	41 anos de idade, formação técnica, possui seu negócio há 2 anos, no ramo de papelaria.
	Entrevistada 03	30 anos, graduada em ciências econômicas e mestrado em administração, empreendendo há 7 anos no ramo de educação com uma escola de empreendedorismo infantil.
	Entrevistada 04	28 anos de idade, graduada em Fisioterapia, possui seu negócio há 3 anos, empreendendo com uma clínica de fisioterapia.
	Entrevistada 05	45 anos de idade, graduada em Administração de empresas, 6 anos de empreendimento nos ramos de vinhos.

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

Foram realizadas entrevistas via plataforma digital e presencial, sendo as mesmas gravadas com o consentimento das participantes e, posteriormente, transcritas na íntegra para serem analisadas com auxílio do *Software* ATLAS.ti 9. As entrevistas com as empreendedoras

na Espanha ocorreram de forma presencial no período de janeiro a fevereiro de 2021 e no Brasil de dezembro de 2021 a janeiro de 2022.

O roteiro de entrevista apresenta no total de 16 questões abertas, pois, segundo Sommer e Sommer (1986), as questões abertas favorecem a pesquisa, já que as conduzem a aplicabilidades, tornando-a mais completa. As questões foram divididas em 6 blocos, conforme Quadro 2, sendo eles: Carreira; Preconceito; Dificuldade; Empreendedorismo/Liderança; Dupla jornada e futuro.

Quadro 2 – Categorias e subcategorias de análises.

Categorias	Subcategorias	Autor(es) / Ano
Carreira	Trajetória empreendedora.	Sousa, Ramos e Valdisser (2019)
	Desafios enfrentados.	
	Diferenças do antes e depois de empreender.	
Preconceito	Preconceitos ou indiferenças por empreender.	Nassif, Leão e Garçon (2018)
	Limitações no empreendimento.	
Dificuldades	Minoria no empreendedorismo feminino.	Silva e Mendes (2019)
	Obstáculos para empreender.	
Empreendedorismo / Liderança	Motivos para empreender.	Ferreira e Nogueira (2013) Barbosa (2014) Strobino e Teixeira (2014) Gimenez <i>et al.</i> (2017) Miltersteiner <i>et al.</i> (2020)
	Visão do empreendedorismo feminino.	
	Característica da mulher empreendedora.	
	Igualdade (mulheres x homens) no empreendedorismo.	
Dupla Jornada	Dedicação aos filhos.	Jonathan (2011)
Futuro	Conselhos para iniciantes no empreendedorismo.	Tonelli e Andreassi (2013) Santos, Gomes e Bacelar (2018)
	Perspectivas do futuro do empreendedorismo feminino.	
	Perspectiva da carreira empreendedora.	

Fonte: elaborado pelos autores (2022).

A análise dos dados coletados foi por meio do diagnóstico de conteúdo proposto por Bardin (2011), no qual exige do entrevistador a compreensão das características e particularidades dos dados obtidos. Ou seja, se faz necessário uma interpretação crítica dos dados obtidos nas entrevistas, gerando uma descrição objetiva e sistemática do conteúdo.

Para auxiliar nas análises dos conteúdos das entrevistas foi utilizado o *Software* ATLAS.ti 9 que segundo Walter e Bach (2015) consiste em uma ferramenta para análise de dados qualitativos. Para Cantero (2014), o *Software* ATLAS.ti 9 é útil para a formação em pesquisa qualitativa, pois atribui maior visibilidade e transparência à análise dos dados que por muitas vezes representa a parte mais obscura do processo para o pesquisador.

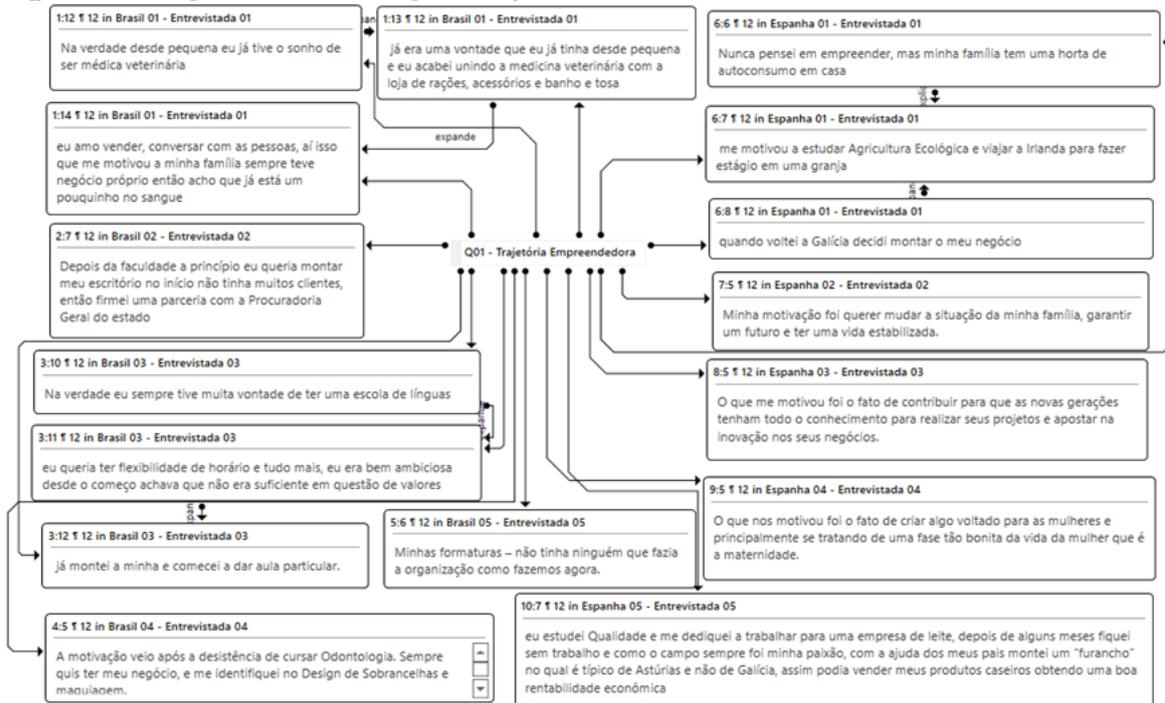
O *Software* ATLAS.ti 9 fornece rapidez e precisão à pesquisa, Walter e Bach (2015) acrescentam que essa ferramenta facilita na sua execução, pois trata-se de uma ferramenta moderna que auxilia nas análises mais profundas, facilitando a localização simultânea de múltiplos dados.

ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Nesta seção será apresentado as análises e discussões dos resultados obtidos na pesquisa. Referente à trajetória e motivações das entrevistadas, nota-se que em ambos os países as mulheres têm como maior incentivo o sonho de garantir um futuro melhor para a família, segundo GEM (2018), nos países em desenvolvimento, em torno de 28% das mulheres empreendedoras são motivadas pela necessidade.

Tem como motivação também a independência financeira, onde esse fator é mais predominante no Brasil. Um dos destaques dessa análise é a vontade de realizarem algo novo, de inovar no mercado e, principalmente, impactar novas gerações através de suas histórias de determinação e superação.

Figura 2 – Trajetórias e motivações empreendedoras das entrevistadas.



Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software* ATLAS.ti 9 (2022).

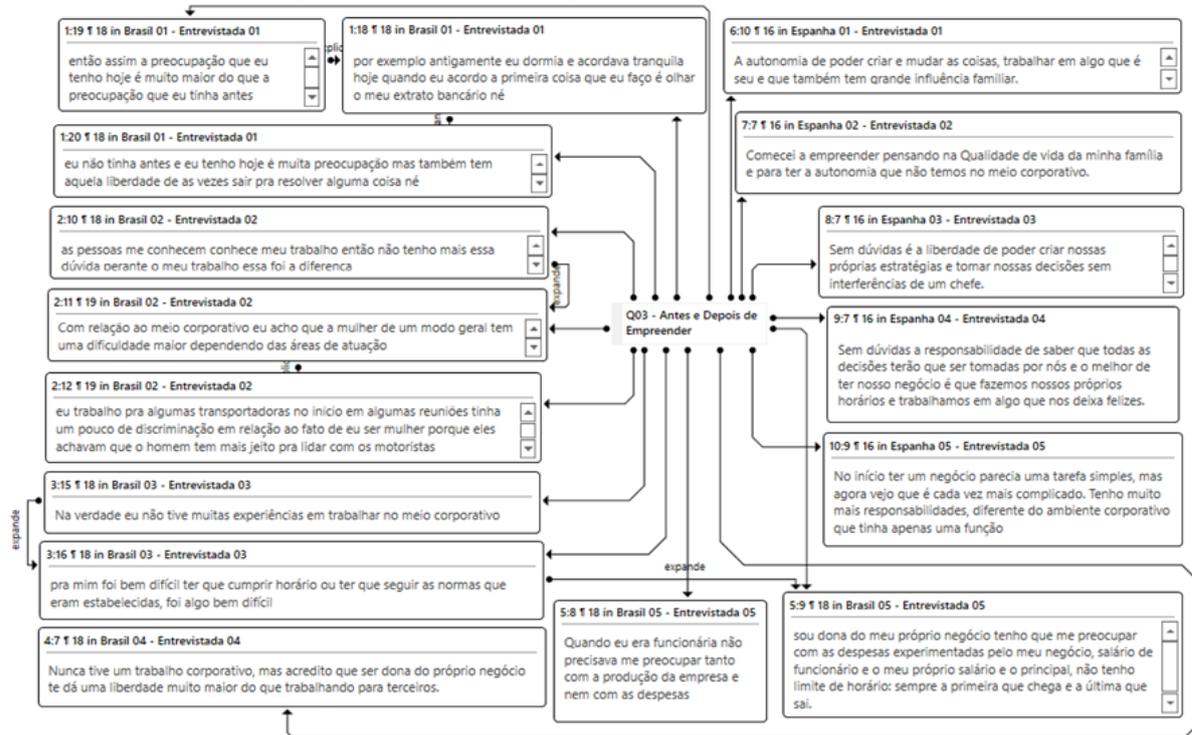
Os desafios enfrentados são semelhantes por ambas culturas, e um dos pontos em comum é a idade. Percebe-se que a maioria delas são jovens ou iniciaram suas carreiras precocemente. Como ponto importante para análise, surge também a ausência do auxílio financeiro, sendo esse um dos maiores desafios, já que possuem menos incentivo para iniciarem. Mesmo com todas essas barreiras, as mulheres aceitam deixar de ter estabilidade em busca de algo novo que traga benefícios a sua vivência (CANDATEN; ZANATTA; TREVISAN, 2016).

A pandemia SARS-CoV2 também surge como um grande desafio já que algumas delas iniciaram seus empreendimentos durante este período ou se mantiveram no mercado sem causar danos que prejudicasse a permanência de suas empresas no mercado.

Conforme a Figura 3, as entrevistadas informaram que houve uma mudança significativa após empreenderem, pois ganharam mais autonomia principalmente para elaborar estratégias, algo que não tinham quando exerciam trabalho laboral. Em contrapartida, enfrentam muito mais responsabilidades e trabalham mais horas, considerando também a necessidade de conciliar sua vida pessoal e profissional.

De acordo com Reis e Leite (2020), o papel de empreendedora exige das mulheres a resolução de conflitos diariamente, a adaptação às novas tecnologias e o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, e as mesmas vêm desempenhando com louvor.

Figura 3 – As diferenças da vida antes e depois de empreender.

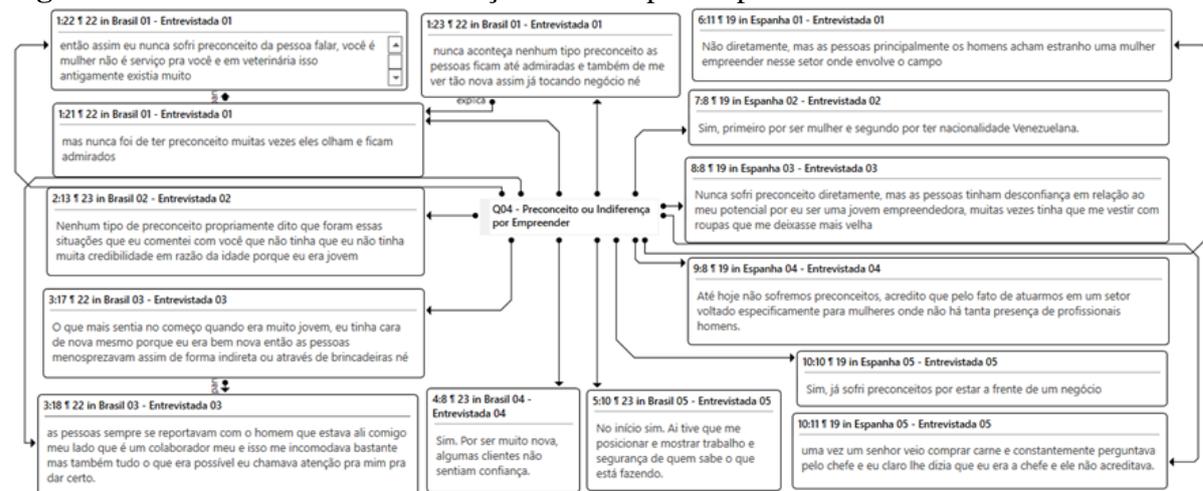


Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software ATLAS.ti 9* (2022).

Observa-se que o preconceito maior em ambos países reflete no simples fato de serem mulheres, já que, como citado anteriormente, as mulheres ainda sofrem com preceitos de que lugar de mulher é dentro de casa. Segundo Voigt e Souza (2014), tanto o homem como a mulher têm a capacidade de administrar negócios, mesmo que trabalhem de formas diferentes, mas focando sempre na busca de resultados.

Nota-se também que há um preconceito, mesmo que indiretamente, na questão da idade, pois pelo fato de serem jovens empreendedoras, concluem que não possuem experiências suficientes para gerir um negócio.

Figura 4 – Preconceitos ou indiferenças sofridos por empreender.

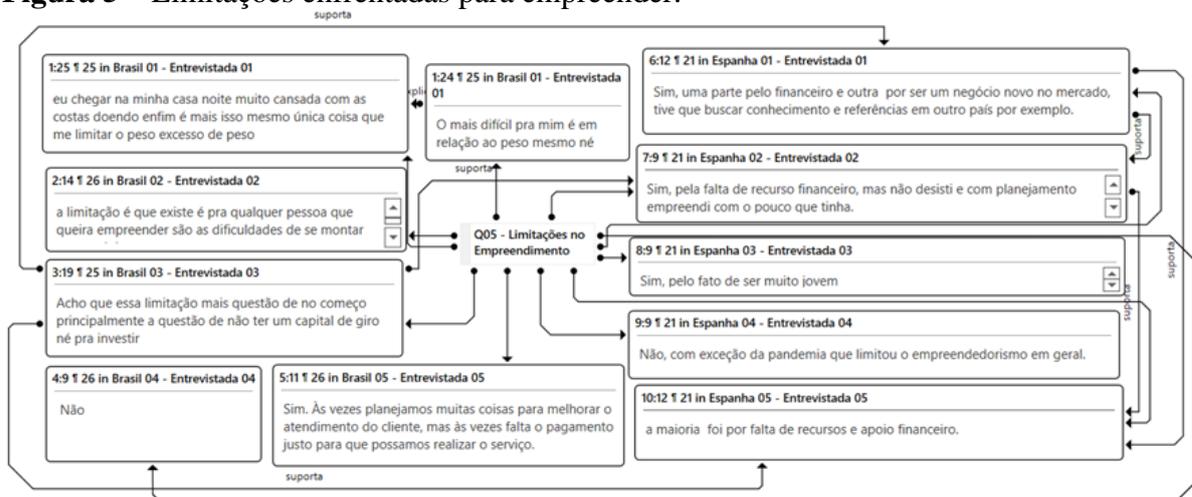


Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software ATLAS.ti 9* (2022).

De acordo com as análises, considera-se também como limitações mais uma vez a pouca oferta de auxílio financeiro, como também a dificuldade de se manter no mercado com todas essas barreiras criadas pela sociedade, como relata a entrevistada 3 do Brasil “acho que essa limitação é mais na questão de não ter um capital de giro para investir”. Corroborando com sua

fala, a entrevistada 5 da Espanha também relata que “a maioria das suas limitações é por falta de recursos e apoio financeiro”.

Figura 5 – Limitações enfrentadas para empreender.

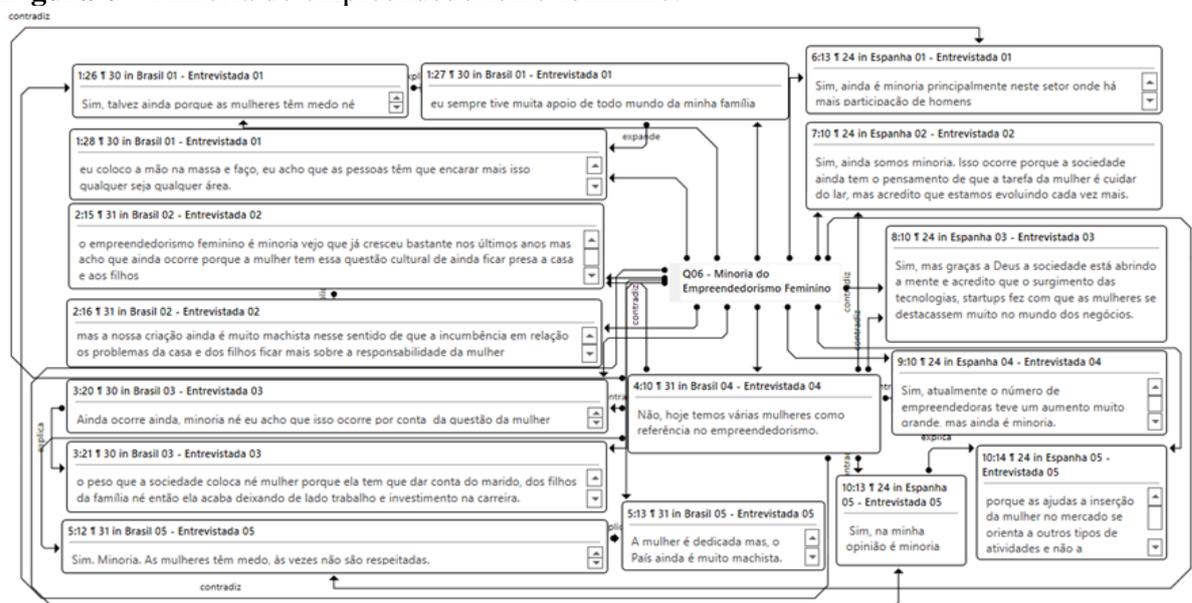


Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software ATLAS.ti 9* (2022).

Mesmo com um cenário positivo de aumento do empreendedorismo feminino, conforme os dados apresentados no decorrer da pesquisa, nota-se que de acordo com as entrevistadas ainda são minoria nos dois mercados. Segundo elas, o machismo ainda se mostra muito presente na sociedade, mas observam melhorias, mesmo que lentamente.

Martins *et al.* (2020) diz que é preciso vislumbrar um futuro em que ambos os gêneros venham atuar neste contexto de maneira equilibrada. Segundo a entrevistada 2 da Espanha, “Ainda somos minoria, isso ocorre porque a sociedade ainda tem o pensamento de que a tarefa da mulher é cuidar do lar, mas acredito que estamos evoluindo cada vez mais”.

Figura 6 – Minoria do empreendedorismo feminino.

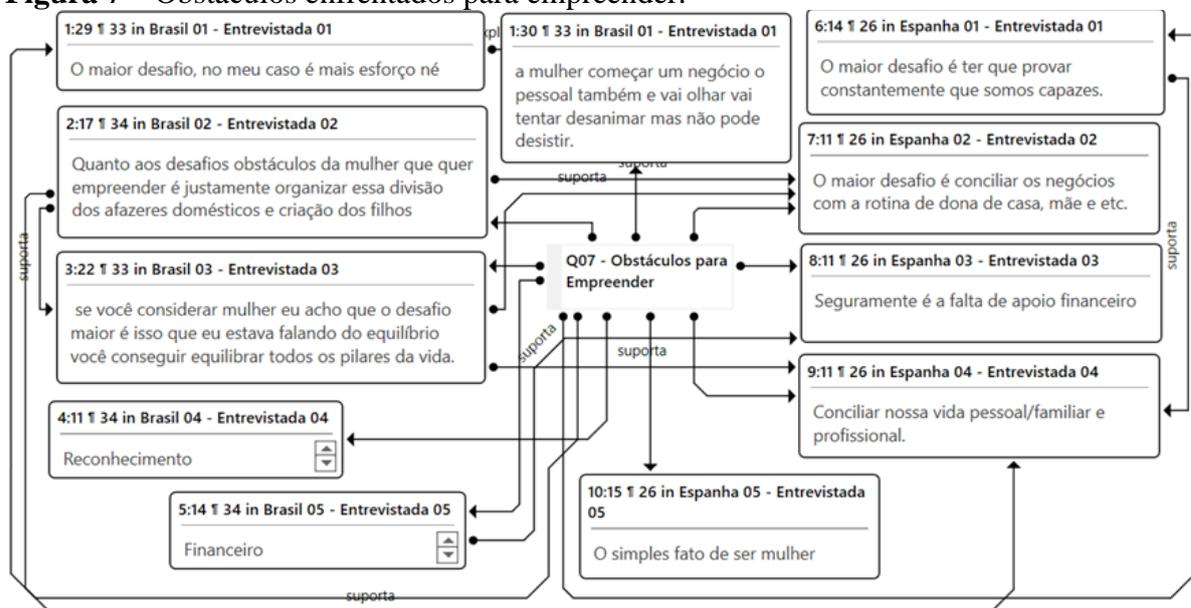


Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software ATLAS.ti 9* (2022).

Na Figura 7, as entrevistadas demonstram que o maior obstáculo para empreender é o apoio financeiro e a conciliação da vida pessoal e profissional, assim como já mencionado anteriormente e, conforme relato das mesmas, onde a entrevistada 3 do Brasil menciona que “o maior desafio é equilibrar todos os pilares da vida”, e a entrevistada 4 da Espanha, que também diz que “o maior desafio é conciliar a vida pessoal/familiar e profissional”.

Algumas das entrevistadas também mencionaram o fato de não terem reconhecimento. García (2017) destaca a importância do apoio social para a criação de uma cultura com igualdade de gênero, tornando visível o papel das mulheres empreendedoras em um cenário econômico, ainda masculinizado.

Figura 7 – Obstáculos enfrentados para empreender.



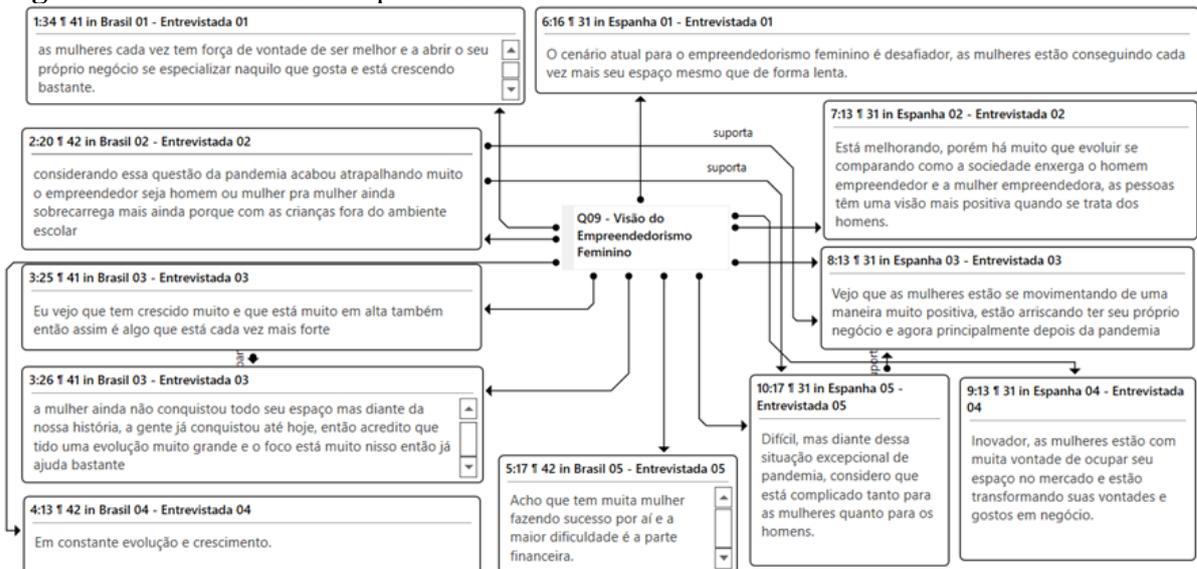
Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software ATLAS.ti 9* (2022).

Conforme análise das entrevistas, mostra que os principais motivos que levaram essas mulheres a empreender foi ter um reconhecimento profissional e por unanimidade a flexibilidade de horário e independência financeira. Segundo Bandeira, Amorim e Oliveira (2020), complementam que as motivações para empreender também vêm do desejo por maior autonomia, identificar oportunidades de negócio, atuar de forma alinhada aos valores pessoais e a busca pela carreira dos sonhos. Com base nisso, nota-se que os dois países têm sua predominância. No Brasil as mulheres têm o maior foco no lucro, ser independente financeiramente, na Espanha também, porém, é predominante o foco na qualidade de vida pessoal e da família.

Para Noguera (2013), as mulheres estão se sobressaindo dia após dia no mercado de trabalho e, na visão das entrevistadas 03 e 04 do Brasil não é diferente. Para elas, o empreendedorismo feminino estabeleceu um crescimento progressivo, porém, de um modo geral, a mulher ainda não conquistou todo o espaço merecido, como descreve a entrevistada 02 da Espanha “há muito que evoluir, se comparado de como a sociedade enxerga o homem”.

Em contrapartida, a entrevistada 03 da Espanha diz que visualiza que as mulheres estão buscando reconhecimento e arriscando a montar o próprio negócio, “principalmente depois da pandemia, com os filhos fora do ambiente escolar”

Figura 8 – Visão sobre o empreendedorismo feminino.

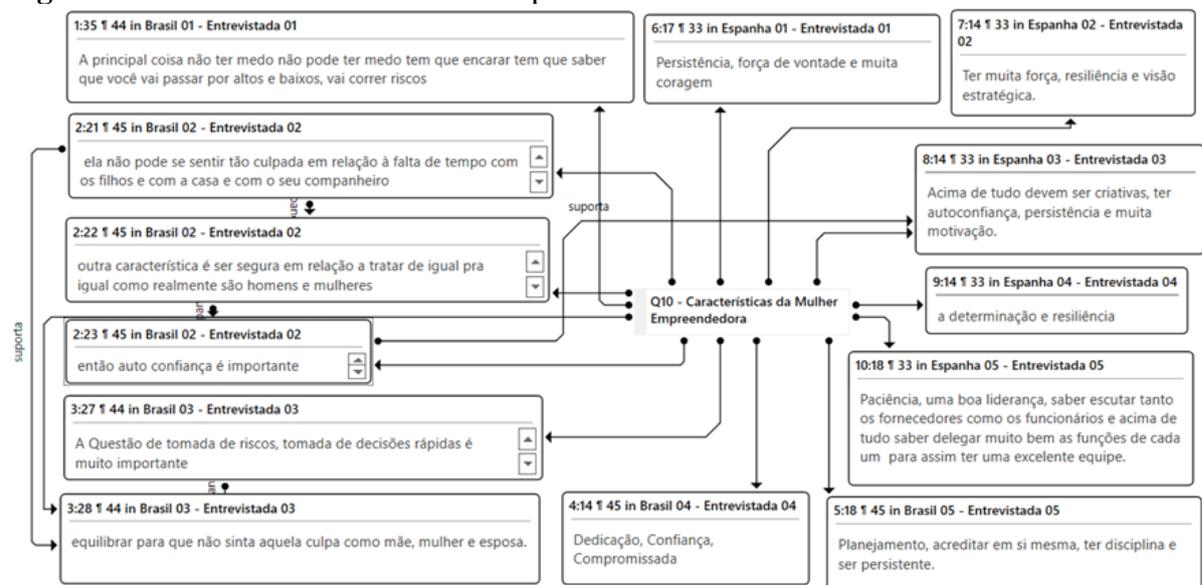


Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software ATLAS.ti 9* (2022).

De acordo com Neto (2022), na visão cultural, as mulheres são expostas como “sexo frágil”, sentimentais e outras características que subestima o lado profissional do gênero feminino. Já para as entrevistadas, as principais características propostas foram a autoconfiança, dedicação, força, tomada de decisões rápidas, visões estratégicas e, principalmente, resiliência.

Analisando esses aspectos, em ambos os países as entrevistadas têm a mesma percepção em relação às características da mulher empreendedora, mas, para as entrevistadas do Brasil, algumas refletem muito o lado familiar, como a Entrevistada 02: “Não pode se sentir culpada em relação a falta de tempo com os filhos e com casa e com seu companheiro”

Figura 9 – Características da mulher empreendedora.



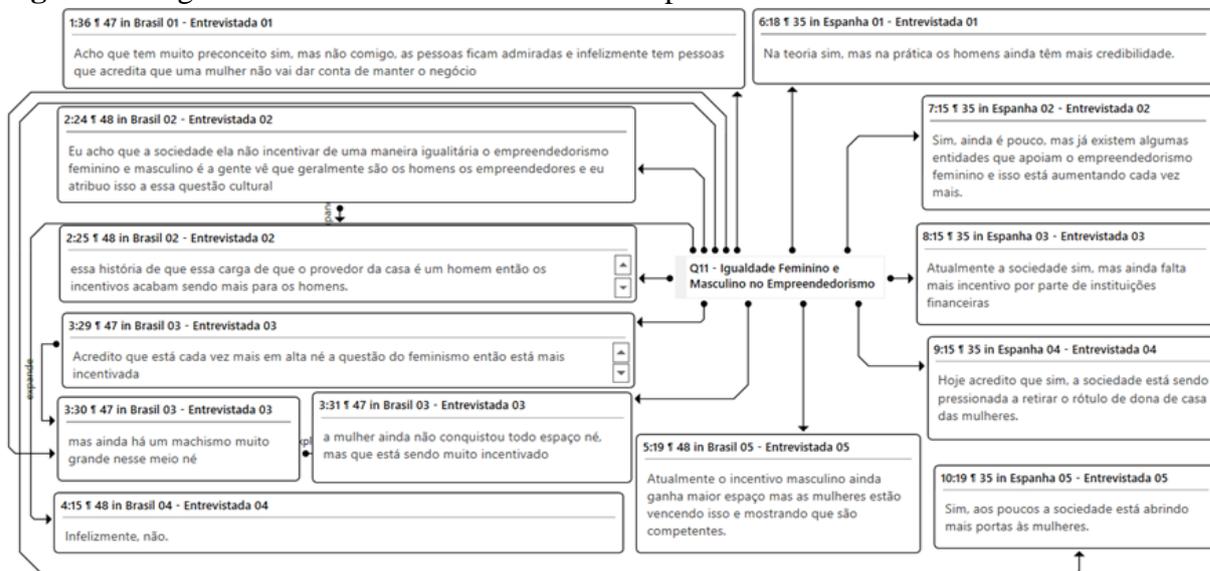
Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software ATLAS.ti 9* (2022).

Para Micozzi e Lucarelli (2016), o empreendedorismo enriquece o meio econômico de um país, mas, de acordo com as entrevistadas brasileiras, ainda o preconceito, o machismo e a falta de incentivo é muito presente na sociedade brasileira.

Por outro lado, para entrevistada 02 da Espanha que relata: "existem algumas entidades que apoiam o empreendedorismo feminino e isso está aumentando cada vez mais", e a entrevistada 04 da Espanha afirma que “a sociedade está sendo pressionada a retirar o rótulo de

dona de casa das mulheres”. Assim, conclui-se que no Brasil, o apoio para o empreendedorismo feminino é menor em comparação com a Espanha. O empreendedorismo é uma forma de aumentar a economia do país, porém, não tem uma motivação para que isso aconteça.

Figura 10 – Igualdade feminina e masculina no empreendedorismo.



Fonte: elaborado pelos autores com auxílio do *Software* ATLAS.ti 9 (2022).

Em relação a dedicação aos filhos é possível analisar a entrevistada 02 do Brasil, que durante a maternidade a mesma não continuou com o trabalho, justamente devido à pressão imposta pela sociedade. Segundo Miltersteiner (2020), esse fator é considerado uma barreira que as mulheres estão quebrando. Já a entrevistada 02 da Espanha, mesmo com o trabalho exigindo muita atenção, conseguiu conciliar a vida profissional com os filhos, dois pontos colocados em pauta que diferenciam as culturas e os costumes entre as mulheres.

Sobre o tempo dedicado aos filhos devido o empreendimento, a entrevistada 02 do Brasil, afirma: “que ser dona do próprio negócio aumenta o tempo para ficar com os filhos”. A entrevistada 02 da Espanha diz que como empreendedora tem mais tempo com os filhos e com a educação dos mesmos. Em contrapartida, a entrevistada 05 relatou que quando o negócio está crescendo, vai absorvendo mais horas, pois, para ela a mulher acha que pode controlar o próprio horário. Com esse fator as mulheres têm uma certa dificuldade, pois além das lacunas atreladas ao gênero, ainda têm as atividades domésticas para executar (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Em relação aos conselhos para mulheres que desejam empreender, a melhor forma de empreender é realizando um planejamento, focar logo no início da carreira, perseverar, especializar no negócio onde estão atuando e não ter medo de correr o risco. Para a entrevistada 04 da Espanha, abrir um negócio requer esforço e sacrifício e para a entrevistada 03, é de suma importância priorizar o negócio e possuir um equilíbrio. De acordo com Welsh *et al.* (2014), também é necessário o alicerce da família, para que a mulher se sinta mais segura no processo do empreendimento.

Diante dos aspectos pontuados sobre a perspectiva do futuro do empreendedorismo feminino, as mulheres descreveram a evolução dia após dia, pois a figura feminina está conquistando mais espaço, mesmo com o padrão imposto pela sociedade, como a entrevistada 03 da Espanha afirma: “Enxergo um cenário positivo, as pesquisas mostram que nesses últimos anos as mulheres são as que mais empreendem, eu penso que finalmente estamos conquistando nosso espaço”. Para Pereira (2016), o empreendimento está com um rápido crescimento, principalmente no número de mulheres, isso descreve o índice do desenvolvimento feminino no ramo dos negócios.

De acordo com as respostas das entrevistadas do Brasil e da Espanha, as mulheres têm a perspectiva de crescimento do negócio, ampliar a carteira de clientes, investir em tecnologia, buscar sempre o aperfeiçoamento e a inovação. Analisando de um modo genérico, a perspectiva das empreendedoras envolve o bem-estar e o contentamento do cliente. Para a carreira profissional das mulheres, torna-se uma opção ter controle do futuro, do próprio tempo e do crescimento profissional, também como uma solução para as tarefas domésticas e trabalho fixo (GOMES, GUERRA, VIEIRA, 2011).

As implicações práticas da pesquisa estão relacionados no sentido de compreender duas realidades relacionadas ao empreendedorismo feminino, por meio da pesquisa foi possível compreender as motivações e as barreiras enfrentadas pelas mulheres quando querem empreender. Uma barreira que chama a atenção é o acesso a recursos financeiros, essa questão é reportada pelo objetivo de desenvolvimento sustentável (ODS) 8, sobre emprego decente e crescimento econômico, a qual enfatiza a importância de promover políticas que promovem o empreendedorismo por meio de serviços financeiros (ONU, 2015), a qual na presente pesquisa observa que isso não vem acontecendo nos contextos pesquisados. Isso vai de encontro ainda com o ODS 8, a qual destaca o acesso e remuneração igual para homens e mulheres (ONU, 2015).

Além disso, a presente pesquisa evidencia a importância das mulheres empreendedoras, o impacto que as mesmas estão tendo na sociedade, buscando alterar a imagem que a sociedade tem em relação as mulheres, mostrando que as mesmas são capazes de superar barreiras e dificuldades para empreender seus negócios e alcançarem sua satisfação pessoal e profissional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa proporcionou uma reflexão diante do verdadeiro contexto do empreendedorismo feminino tendo como base duas regiões, de dois países diferentes. De acordo com as análises, detectamos que há poucos dados estatísticos referentes à região do oeste paulista. Foram encontrados diversos dados específicos referente ao país no geral, no qual, tivemos mais dificuldades nas análises dessa região. Em contrapartida, na região da Galícia encontramos dados mais claros e objetivos.

Com base nos resultados, observa-se que as maiores motivações das mulheres é proporcionar um futuro melhor para a família e obter independência financeira, assim como o aumento da autoestima. Diante da abertura do empreendimento é notório a autonomia e confiança que as mulheres adquiriram. Apesar da predominância masculina no mercado, elas são as que mais buscam inovações para o negócio e sentem a necessidade de impactar futuras gerações.

De acordo com as entrevistas, os fatores idade e auxílio financeiro são pontos que levam a sociedade duvidar da capacidade profissional das empreendedoras, no qual a maioria das entrevistadas apresentam pouca idade e mencionam que possuem baixo apoio financeiro das instituições financeiras.

Observando os dados extraídos de ambos os países, percebe-se que portam culturas semelhantes, porém, com alguns aspectos distintos. No Brasil, as mulheres têm o foco voltado aos lucros, já na Espanha possuem foco em independência financeira, mas tendo predominância em proporcionar qualidade de vida pessoal e familiar. Referente à dupla jornada, as mulheres na Espanha conseguem conciliar com maior facilidade as suas múltiplas funções e, no Brasil, possuem um pouco mais de dificuldade nesse aspecto.

Conforme análise, nota-se que as mulheres possuem pouco apoio da sociedade, no Brasil esse fator é mais perceptível. Em contrapartida, na Espanha é possível perceber que há um pouco mais de incentivo mesmo que de forma gradual, porém, possuem a mesma dificuldade quando se trata de auxílio financeiro.

Conclui-se que, de acordo com os dados obtidos durante o desenvolvimento da pesquisa juntamente com as respostas das entrevistadas, a perspectiva para o empreendedorismo

feminino é de crescimento, afinal o mundo mudou e as mulheres estão cada vez mais em destaque.

Portanto, diante dos elementos supracitados surge a incógnita da pesquisa como sugestão para futuros estudos, na qual buscam compreender se as mulheres visam somente lucro e independência financeira ou se realmente almejam a qualidade de vida e o crescimento da economia de ambos os países?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABU-SAIFAN, SAMER. Social entrepreneurship: Definition and boundaries. **Revista Technology innovation management review**, 2012.

Agência Estatal Boletín Oficial del Estado - BOE, 2020. Disponível em: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-12215> - Acesso em: 29/09/2021

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

AZEVEDO, Francisco Edson Coelho et al. A Participação Feminina no Programa Microempreendedor Individual: Uma Análise em um Posto de Atendimento SEBRAE. **Revista Gestão em Análise**. 2021. Disponível em: <<https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/3831/1482>>. Acesso em: 17 mar. 2022.

BANDEIRA, P. B., AMORIM, M., & DE OLIVEIRA, M. Z. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, 2020.

BARBOSA, Ana Luiza Neves de Holanda. Participação feminina no mercado de trabalho brasileiro. IPEA, Mercado de Trabalho, 57, 2014, p. 31-41. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3736/1/bmt57_nt02_participa%C3%A7%C3%A3o.pdf.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo Feminino: desafios Enfrentados por Empreendedoras na Gestão de Pequenos Negócios no Setor de Turismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.

BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)**, v. 9, n. 8, 2008.

CANDATEN, D. M.; ZANATTA, J. M.; TREVISAN, J. K. D. V. Mulheres Empreendedoras: os desafios para equilibrar a vida pessoal e profissional. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 2016.

CANTERO, D. S. M. Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. **Revista Electrónica de Investigación Educativa**, v. 16, n. 1, p. 104-122, 2014.

COFECON - Conselho Federal de Economia: O Empreendedorismo e a participação das mulheres, 2019.

Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, 2017.

CRESWELL, J. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa**, 2014.

DA ROSA, Samanda Silva; ORELLANA, Vivian Dos Santos Queiroz; MENEZES, Gabrielito Rauter. Determinantes do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Regiões. **Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**, v. 14, n. 4, p. 690-713, 2020.

DA SILVA DOMINGUES, Leonardo de Lucas. O empreendedorismo e as novas práticas do fazer científico. **Revista Intratextos**, v. 4, n. 1, p. 137-159, 2012.

DA SILVA, Luciano Ferreira; RUSSO, Rosária de Fátima Segger Macri. Aplicação de entrevistas em pesquisa qualitativa. **Revista de Gestão e Projetos**, v. 10, n. 1, p. 1-6, 2019.

DE SOUSA RAMOS, Karla; VALDISSER, Cassio RAIMUNDO. das dificuldades ao sucesso: os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. **Revista GeTeC**, v. 8, n. 20, 2019.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7. ed. - São Paulo: Empreende. 288 p. 2018.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DOS SANTOS, E. D. Mulheres Empreendedoras em parques científicos e tecnológicos: A construção discursiva de imagens de si na Espanha e no Brasil. *pág.* 217, 2019.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: Razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, 2013.

GARCÍA, P. O. El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. Vivat Academia, 2017.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor: Informe Gem Espanha, 2016.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor: Informe Gem Espanha, 2018.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor: Informe Gem Espanha, 2020.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n.1, 40-74, 2017.

GOMES, D.T., GUERRA, P.V., VIEIRA, B.N. O desafio do empreendedorismo feminino. 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2020.

HARVARD BUSINESS REVIEW, As Mulheres são melhores líderes durante a crise de uma crise, 2020.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html>. Acesso em: 17 mar. 2022.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística: Estatísticas de Gênero, 2019.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica Rio de Janeiro**, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

MÂNCIO, Rafaela Silva; DE OLIVEIRA, Silvana Alves; PENA, Felipe Gouvêa. EMPODERAMENTO FEMININO: Um estudo com mulheres empreendedoras. 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/egepe-2020/papers/empoderamento-feminino--um-estudo-com-mulheres-empendedoras>. Acesso em: 17 mar. 2022.

MARTINS, Cibele Barsalini et al. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 3, n. 2, p. 288-302, 2010.

MELO, H. P.; THOMÉ, D. **Mulheres e Poder**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2018.

MELO, M. R. S.; JESUS, D. L. N. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 6, n. 1, p. 111-128, 2018.

MICOZZI, A; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 8, n. 2, p. 173-194, 2016.

MILTERSTEINER, Renata Kessler et al. Liderança feminina: percepções, reflexões e desafios na administração pública. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 18, p. 406-423, 2020.

NASSIF, V. M.; LEÃO, A. C.; GARÇON, M. M. O afetivo e o cognitivo de mãos dadas: Uma avaliação das ameaças e comportamentos de superação no empreendedorismo por mulheres. **Anais do Seminários de Administração-SemeAD**, 2018.

NETO, A. F.C. et al. Mulher no mercado de trabalho: ensino superior e construção de plano de carreira em João Pessoa. **Revista de Carreiras Pessoas**, v.12, n. 1, p. 60, jan./abr. 2022.

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

OLIVEIRA, F. B.; DINIZ, D. M.; SANT'ANNA, A. S.; CARVALHO NETO, A. M.; SANTOS, C. M. M. Women entrepreneurship: a study in the Rio de Janeiro's harbor district. **Reuna**, v. 26, n. 4, p. 86-105, 2021.

ONU - Organização das Nações Unidas: ONU celebra Dia Internacional da Igualdade Salarial ressaltando mundo pós-pandemia, 2020: Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2020/09/1726592> - Acesso em: 29/09/2021.

ONU – Organização das Nações Unidas. Indicadores brasileiros para os objetivos de desenvolvimento sustentável, 2015. Disponível em: < <https://odsbrasil.gov.br/>>. Acesso em: 17 abr. 2022.

PEREIRA, J. Empreendedorismo Feminino no ensino superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto. Portugal. Dissertação (Mestrado em Gestão das Organizações) Instituto Superior Politécnico do Porto, 2016.

REIS, Brizza Danielle Silva; LEITE, Danielle Thais Barros de Souza. Empreendedorismo feminino: O lugar da mulher é onde ela quiser. Ideias e Inovação. 2020. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/8909> - Acesso 09 abr. 2022.

Revista Forbes: La Brecha Salarial Persiste, 2019. Disponível em: <https://forbes.es/up-down/52026/la-brecha-salarial-persiste> - Acesso em: 27/09/2021.

ROOMI, Muhammad Azam; HARRISON, Pegram. Behind the veil: women-only entrepreneurship training in Pakistan. **International Journal of Gender and entrepreneurship**, 2010.

SANCHES, F. C.; SCHMIDT, C. M.; CIELO, I. D.; KÜH, M. K. S. Empreendedorismo feminino: um estudo sobre sua representatividade no município de Toledo - Paraná. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 4, n. 2, p. 134-150, 2013.

SANTOS, Robson Amaral; GOMES, Almiralva Ferraz; BACELAR, Ananda Silveira. A ação (intra) empreendedora de mulheres no serviço público: Um estudo em IES conquistenses. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, p. 20-20, 2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino, 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Relatório especial: O Empreendedorismo Feminino no Brasil, 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Os desafios da mulher empreendedora, 2018.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Relatório Especial: Empreendedorismo Feminino no Brasil, 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Empreendedorismo Feminino: Qual a sua importância para a sociedade? 2021.

SILVA, Karine Aparecida Pereira da; MENDES, Mariana. EMPREENDEDORISMO FEMININO: Desafios, Lutas e Conquistas. 2019.

SILVA, L. F., RUSSO, R. D. F. S. M., & de Oliveira, P. S. G. Quantitativa ou qualitativa? Um alinhamento entre pesquisa, pesquisador e achados em pesquisas sociais. **Revista Pretexto**, v. 19, n. 4, p. 30-45, 2018.

SILVA, M. S.; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

SILVA, P. M. M.; EL-AOUAR, W. A.; SILVA, A. W. P.; CASTRO, A. B. C.; SOUSA, J. C. A Resiliência no Empreendedorismo Feminino. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, p. 2629-2649, 2019.

SOLESVIK, Marina; IAKOVLEVA, Tatiana; TRIFILOVA, Anna. Motivation of female entrepreneurs: a cross-national study. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 2019.

SOMMER, R., SOMMER, B. B. **A practical guide to behavioral research**. New York: Oxford, 1986.

STROBINO, M. R. C. & Teixeira, R. M. “Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba”. **Revista Administração**, USP, São Paulo, 49(1):1-18. jan./fev./mar, 2014.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **RAUSP Management Journal**, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

TIMMONS, J. A. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2001.

TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. Mulheres Empreendedoras. **GV-executivo**. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo: FGV-EAESP, v. 12, n. 1, p. 50-53, jan/jun, 2013.

VALADARES, Sabrina Silva; NETO, Antônio Moreira de Carvalho; DINIZ, Daniela Martins. MULHERES NA MINERAÇÃO: Carreira, Equilíbrio Trabalho-Família e Discriminação. **Revista Gestão Organizacional**, v. 15, n. 1, p. 167-186, 2022.

VOIGT, M. A. S., & de Souza Prust, A. Mulher Empreendedora. **Maiêutica-Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional**, 2014.

WALTER, Silvana Anita; BACH, Tatiana Marceda. Adeus papel, marca-textos, tesoura e cola: Inovando o processo de análise de conteúdo por meio do Atlas. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 16, n. 2, abril-junio, 2015, pp. 275-308 Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração Rio de Janeiro, Brasil.

WELSH, Dianne HB et al. Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 758-762, 2014.

WERLANG, Nathalia Berger; KORBES, Ana Claudia; TONIAL, Graciele; CASSOL, Alessandra et al. **COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: Investigação e mapeamento do perfil feminino**. 2018. Disponível em: <<https://proceedings.science/egepe/papers/competencias-empendedoras%3A-investigacao-e-mapeamento-do-perfil-feminino>>. Acesso em: 17 mar. 2022.