

EMPREENDEDORISMO SOCIAL FEMININO NO BRASIL: insights investigativos a partir da literatura científica (2018-2023)

KAÍQUE BARBOSA DE MOURA

BRUNO GALISA DE OLIVEIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ

FABIANA PINTO DE ALMEIDA BIZARRIA

FLÁVIA LORENNE SAMPAIO BARBOSA

JOÃO CARLOS HIPÓLITO BERNARDES DO NASCIMENTO

Introdução

O empreendedorismo é tema que suscita discussões a partir de diferentes abordagens teórico-metodológicas, dada sua relevância para o ambiente de capitalismo globalizado. O empreendedorismo social feminino agrega à discussão a questão do gênero, encaminhando reflexões sobre o papel da mulher dentro dessa novel área de estudos. Este estudo trata do tema a partir de uma revisão integrativa em plataforma acadêmica de importância internacional.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O papel da mulher de negócios encaminha reflexões sobre os papéis de gênero e suas consequências socioeconômicas, suscitando debates sobre os impactos do empreendedorismo social feminino. Este estudo tem como objetivo específico realizar revisão integrativa sobre o tema empreendedorismo social feminino, em busca de insights investigativos que possam apoiar a elaboração de instrumento de coleta de dados em campo.

Fundamentação Teórica

Para Ferreira e Nogueira (2013) e Teixeira et al. (2018), o empreendedorismo feminino deve ser visto a partir de uma perspectiva sócio-histórica, pois ostenta as suas próprias características, fazendo frente a um campo tradicionalmente ocupado pelos homens. As pesquisas sobre o empreendedorismo social feminino demandam maior aprofundamento, principalmente porque trata-se de campo em expansão, potencializado pelas motivações femininas para empreender (GEM, 2021).

Metodologia

A presente pesquisa possui abordagem qualitativa e é essencialmente descritiva. Para fazer jus ao objetivo do estudo, escolheu-se uma revisão integrativa. A presente revisão integrativa seguiu os passos sugeridos por Souza, Silva e Carvalho (2010), quais sejam: 1ª elaboração da pergunta norteadora; 2º busca ou amostragem na literatura; 3ª coleta de dados; 4ª análise crítica dos estudos incluídos; 5ª discussão dos resultados e 6º apresentação da revisão integrativa.

Análise dos Resultados

A análise do conjunto de estudos apresentados anuncia que o fenômeno do empreendedorismo (social) feminino é examinado por intermédio de critérios subjetivos (emoções) e objetivos (características socioeconômicas). Percebe-se, ainda, a inclinação por atribuir ao empreendimento feminino, aprioristicamente, a característica de social, ainda que isso não esteja explícito ou anunciado. Isso parece estar atrelado ao fato de que a mulher, no ambiente de negócios, em razão de questões de gênero, torna-se sujeito em vulnerabilidade social.

Conclusão

Diante do estudo realizado, pode-se considerar que o tema empreendedorismo social feminino está em expansão, como sugerem os dados socioeconômicos apresentados nas pesquisas e, também, no relatório GEM (2021). Sugere-se como agenda de pesquisas futuras estudos sobre o mapeamento das iniciativas desse tipo no Brasil, outrossim, desambiguação entre empreendedorismo feminino e empreendedorismo social feminino, como a natureza de cada um dos termos demanda (pois se tratam de construtos diferentes, com características próprias).

Referências Bibliográficas

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. Revista de Administração Contemporânea, v. 17, p. 398-417, 2013. SOUZA, M. T.; SILVA, M. D.; CARVALHO, R. Integrative review: what is it? How to do it? Einstein, v.8, n.1, p.102-106, 2010. TEIXEIRA, R. M.; ANDREASSI, T.; BOMFIM, L. C. S. Uso das redes sociais empreendedoras por mulheres no processo de criação de agências de viagens. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 12, p. 102-132, 2018.

Palavras Chave

Mulheres., Trabalho., Emprego e Renda

Agradecimento a órgão de fomento

Fapepi

EMPREENDEDORISMO SOCIAL FEMININO NO BRASIL: *insights* investigativos a partir da literatura científica (2018-2023)

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é tema que suscita discussões a partir de diferentes abordagens teórico-metodológicas, dada sua relevância para o ambiente de capitalismo globalizado, em que a busca pela introdução de novas práticas e tecnologias nos mercados é constante (BERTOLAMI et al., 2018). O empreendedorismo pode ser compreendido a partir de inúmeras perspectivas (comportamental, econômicas, processual, organizacional...), o que ressalta a complexidade do construto (BORGES; ENOQUE, 2020)

Nos últimos anos, o empreendedorismo tem despontado como categoria de destaque na vida cotidiana, demandando maior atenção para as questões de raça, classe e gênero que evoca (FERRAZ, 2021). As questões de gênero perpassam o próprio papel do homem e da mulher empreendedora, suas limitações e as consequências socioeconômicas da atividade desenvolvida.

Deveras, a participação da mulher nos negócios tem crescido nas últimas décadas, sobretudo nos países em desenvolvimento e desenvolvidos, onde essas têm se integrado, crescentemente, à produção de bens e serviços com valor econômico, em busca de independência, flexibilidade e liberdade financeira, inclusive através da atividade empreendedora (MORALES-URRUTIA, 2023).

O movimento de emancipação feminina pelo trabalho, porém, não é neutro e ocorre em um ambiente antagônico (de patriarcado), demandando debates sobre e as diferenças entre o masculino e o feminino na gestão e no empreendedorismo (MERCALI et al., 2017).

Esses debates, no Brasil, têm ocorrido desde o início do século XX, com incursões sobre a divisão sexual do trabalho e os fatores que levam a mulher a empreender (SOUZA, 2020). As reflexões encaminham vantagens e desafios para o empreendedorismo feminino, gerando *insights* para a realização de novos trabalhos.

Estudos recentes têm agregado o construto “social” ao empreendedorismo feminino. Silva, Moura e Junqueira (2015) explicam o empreendedorismo social se refere a adoção de novas práticas e tecnologias por empresas, organizações sem fins lucrativos ou governo visando à geração de impacto positivo, através de sustentabilidade social e econômica, mirando as áreas, setores e estratos que apresentam maior vulnerabilidade. O empreendedorismo social feminino

agrega à discussão a questão do gênero, encaminhando reflexões sobre o papel da mulher dentro dessa novel área de estudos, a exemplo de Bizarria et al (2022).

Esta pesquisa, que possui viés exploratório, emerge de um projeto vinculado a uma fundação de fomento, e tem como objetivo específico realizar revisão integrativa sobre o tema empreendedorismo social feminino, em busca de *insights* investigativos que possam apoiar a elaboração de instrumento de coleta de dados em campo.

Para realizá-la, optou-se pela adoção de uma revisão integrativa, a partir da base de dados Scielo Brazil, com o recorte temporal entre os anos 2018-2023. Escolheu-se o Scielo em razão de ser base de dados reconhecida nas ciências sociais, agregando publicações de revistas consolidadas no campo da pesquisa. O resumo expandido está dividido em introdução, referencial teórico, metodologia e procedimentos metodológicos, resultados e conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo social no Brasil

O tema empreendedorismo social é alvo de estudo há mais de 30 anos, porém, na última década, tem ganhado maior importância no meio acadêmico (CARMONA et al., 2018). Corroborando, Oliveira (2019) explica que o ES surge com maior força na década de 1990, junto ao crescimento do terceiro setor e em contraponto às políticas neoliberais.

Sousa, Gandolfi e Gandolfi (2011) explicam que o empreendedorismo social tem ganhado relevância ante o declínio dos níveis de emprego, o aprofundamento do processo de globalização e o avanço na organização da sociedade civil, com o empoderamento de segmentos antes marginalizados.

Para Parente e Quintão (2014), o pensamento sobre o empreendedorismo social pode ser dividido em quatro eixos/escolas: Escola Anglófona, Escola Europeia das Empresas Sociais e Escola da Economia Solidária da América Latina. O autor explica que a Escola Anglófona se ocupa de duas questões: i) a gestão empresarial, que se dedica ao estudo da sustentabilidade em um setor não lucrativo, e ii) a inovação social, que se dedica à figura do empreendedor como um agente de mudança sistêmica.

A Escola Europeia das Empresas Sociais, por sua vez, compreende que o empreendedorismo social é aquele realizado por indivíduos originados da própria exclusão social, que produzem bens e serviços para negociarem no mercado. Essa escola entende que o

lucro obtido não se destina para fins pessoais ou para remunerar o capital (PARENTE; QUINTÃO, 2014).

Já para a Escola Solidária da América Latina, o empreendedorismo social possui dimensão política e econômica. Ou seja, para além do componente econômica, encaminha uma visão política que advoga por um projeto de sociedade alternativo, em que a emancipação e a democracia se tornem viáveis (PARENTE; QUINTÃO, 2014).

Kuyumijan, Souza e Sant'anna (2014, p. 1505), por sua vez, definem o empreendedorismo social como “um processo em que pessoas estabelecem como objetivo maior a articulação de ideias, o vislumbre de oportunidades econômicas e a mobilização de recursos humanos e materiais no intuito de obter produção de bens e serviços que mitiguem problemáticas de ordens social e ambiental”.

Oliveira (2004) define por exclusão, explicando que empreendedorismo social não é sinônimo de responsabilidade social empresarial, pois esse não supõe um conjunto planejado de ações internas e externas ante as necessidades de determinada clientela. Ademais, para o autor, empreendedorismo social não constitui profissão, pois não é legalmente constituído.

Oliveira (2004) explica que o empreendedorismo social se distancia do empreendedorismo empresarial ao ser coletivo, se voltar a produção de bens e serviços à comunidade, ter foco na resolução de problemas sociais, dedicar seu desempenho ao impacto social e amparar pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Em estudo sobre empreendimento sociais no Brasil, Silva e Iizuka (2018) identificaram que a maioria está localizada no sudeste, seguida por sul e nordeste. A minoria está no Nordeste, restando o centro-oeste em posição intermediária. Para os autores, os principais tipos de negócios identificados foram: cooperativas, base da pirâmide, negócios inclusivos, empresas do modelo b corp e negócios sociais.

2.2 Empreendedorismo social feminino no Brasil

Para Morales-Urrutia (2023) e Rodrigues et al. (2021), o empreendedorismo feminino vem crescendo estimulado por fatores internos e externos, ainda que diante de inúmeras dificuldades inerentes à qualidade de ser mulher e mãe no mercado de trabalho. Martins et al. (2010), destacam que eles vêm sendo estimulados por países e organizações internacionais, para além de empresas que adotam programas específicos de fomento à atividade comercial feminina.

Para Jonathan e Silva (2007), o empreendedorismo feminino é articulado pela junção dos elementos família, trabalho e pessoa, que exercem impacto significativo sobre o ofício, ora estimulando pela maior flexibilidade da atividade empreendedora, ora anulando-a em razão dos desafios estruturais.

Para Rodrigues et al. (2021, p. 77), o empreendedorismo feminino pode ser definido como o envolvimento de mulheres “na tomada de decisão e gestão de negócios independentes”, visando à diminuição de pobreza e independência financeira.

Para Ferreira e Nogueira (2013), o empreendedorismo feminino deve ser visto a partir de uma perspectiva sócio-histórica. Teixeira et al. (2018) corroboram, advogando que o empreendedorismo feminino não se confunde com o masculino, pois ostenta as suas próprias características, fazendo frente a um campo tradicionalmente ocupado pelos homens.

Conforme o relatório GEM (2021), a taxa de empreendimento por necessidade entre as mulheres (10,3%) é superior à taxa de empreendimento por oportunidade (8%), o que não se repete no caso dos homens (12,3% para oportunidade e 10% para necessidade).

Ademais, dentre as desvantagens para as mulheres na hora de empreender, Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) destacam desafios pessoais e familiares, financeiras, dificuldades de gestão, falta de credibilidade e dificuldades de mercado, demonstrando que o ambiente ainda é hostil para empreendimentos femininos.

Por outro lado, a pesquisa GEM (2021) informa que 80,1% das mulheres têm como motivação para empreender fazer diferença no mundo, contra 72,1% dos homens, o que reforça a importância do debate sobre empreendedorismo social feminino, sendo que, conforme Balog (2022), o empreendedorismo social feminino é entendido como uma abordagem empreendedora em que mulheres buscam criar negócios que não apenas gerem lucro, mas também promovam impacto social.

As pesquisas sobre o empreendedorismo social feminino demandam maior aprofundamento, principalmente porque trata-se de campo em expansão, potencializado pelas motivações femininas para empreender (GEM, 2021). O tópico a seguir, especifica o método utilizado para a realização desta revisão integrativa, que visa contribuir para o avanço do estado da arte.

3 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

A presente pesquisa possui abordagem qualitativa e é essencialmente descritiva. Para fazer jus ao objetivo do estudo, escolheu-se uma revisão integrativa. As revisões integrativas possuem o condão de apresentar o estado atual do conhecimento relacionado ao objeto de estudo. Elas são instrumentos para identificar, analisar e sintetizar dados provenientes de pesquisas independentes sobre um mesmo tópico (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010).

A presente revisão integrativa seguiu os passos sugeridos por Souza, Silva e Carvalho (2010), quais sejam: 1ª elaboração da pergunta norteadora; 2º busca ou amostragem na literatura; 3ª coleta de dados; 4ª análise crítica dos estudos incluídos; 5ª discussão dos resultados e 6º apresentação da revisão integrativa.

A elaboração da pergunta norteadora adveio de inquietações vivenciadas durante um projeto de pesquisa vinculado à uma fundação de amparo, com o mesmo tema do resumo expandido. O principal objetivo do estudo é sumarizar análises que virão a apoiar a elaboração de instrumento de coleta de dados.

A busca ou amostragem na literatura ocorreu por intermédio do Periódico Capes. Inseriu-se o termo de busca “Empreendedorismo AND social AND feminino”, estabelecendo-se como critérios estudos publicados entre 2018 e 2023 e disponibilizados no Scielo Brazil. A busca retornou 18 resultados, dentre os quais 4 foram excluídos por repetição.

A fase de coleta de dados ocorreu mediante a leitura exaustiva de cada um dos materiais, de forma a extrair, deles, o título, autores, ano e principais achados para compor a revisão integrativa. A discussão dos resultados ocorreu de forma sumária, relacionando-a com a literatura que fundamentou a elaboração do resumo, de forma a obter insights sobre o tema de estudo. A apresentação da revisão integrativa, por sua vez, ocorreu por meio de tabela que discrimina os principais resultados da pesquisa.

4 RESULTADOS

Os resultados encontrados estão dispostos no Quadro 1:

Quadro 1 – Revisão Integrativa

Autores	Ano	Título	Resultados
Bertolami, Mariana; Artes, Rinaldo; Gonçalves, Pedro João; Hashimoto, Marcos;	2018	Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero	Os resultados sugerem que empreendedoras enfrentam mais barreiras à constituição de novos negócios, exigindo, portanto, configurações distintas de recursos para atenuar essas barreiras e aumentar a probabilidade de sobrevivência das empresas nascentes.

Lazzarini,Sergio Giovanetti			
Teixeira, Rivanda Meira; Andreassi, Tales; Bomfim, Lea Cristina Silva	2018	Uso das redes sociais empreendedoras por mulheres no processo de criação de agências de viagens	Entre os resultados encontrados vale destacar que os laços fortes foram os mais utilizados pelas empreendedoras principalmente na fase de concepção do negócio. Além disso, constatou-se que a experiência prévia foi determinante na identificação da oportunidade e na capacidade de se construir redes diversificadas.
Ferraz, Janaynna de Moura	2022	Armadilha da identidade e crítica ao empreendedorismo social: a exploração da opressão	Dentre as reflexões, demonstra-se que se trata da expressão da conjugação eficaz do capital ao se valer da opressão constituída historicamente para ampliar a exploração e alerta-se, que desconsiderar as condições materiais de existência, ocultando a ampliação da exploração dessas populações, pode se tornar uma armadilha que amplia a opressão, eis a armadilha da identidade.
Borges, Alex Fernando; Enoque, Alessandro Gomes	2020	Pesquisa em empreendedorismo: a produção científica francófona em perspectiva	Os resultados indicaram predominância de temáticas específicas na produção francófona, como: fomento ao empreendedorismo, intraempreendedorismo, processo empreendedor e oportunidades, empreendedorismo feminino, finanças, educação empreendedora, perfil e comportamento empreendedor, intenção empreendedora, motivações ao empreendedorismo e empreendedorismo social.
Maia, Marcel Maggion	2022	Trabalho emocional e significados do feminino no empreendedorismo contemporâneo	Reflete-se sobre como o trabalho emocional e as formas de apresentação social são mobilizadas nessa organização. Suportado por observações etnográficas e entrevistas, o artigo revela como emoções, trabalho, extratrabalho e sentidos atribuídos ao feminino se conectam no empreendedorismo contemporâneo.
Souza, Cristiane Gomes de	2020	A mulher de negócios no discurso do trabalho feminino	Defende-se que as relações interdiscursivas do SEBRAE sobre o empreendedorismo feminino contribuem, de forma ideológica e inconsciente, para a constituição de discursos hegemônicos que elegem o empreendedorismo feminino contemporâneo como único modelo possível de geração de riqueza, liberdade e desfaçatez do sofrimento da mulher.
Adriano Momm Maciel de Camargo, Raquel; Lemos Lourenço, Mariane; Mendes Ferreira,Jane	2018	Entrepreneurial Women in Brazil: What Are Their Fears?	A contribuição teórica deste estudo reside na constatação de que existem medos que podem mudar à medida que a mulher e o empreendimento amadurecem. Essa constatação vai além dos medos comumente encontrados na literatura, que são o medo de abrir um novo negócio e o do fracasso ou falência. Este estudo está alinhado com aqueles que abordam as emoções que permeiam as atividades empreendedoras. Ao identificar que as mulheres apresentam diferentes tipos de medos ao longo do tempo, o estudo poderá, como contribuição prática, conduzir a programas de formação empresarial que, além dos aspectos técnicos, incluam também dimensões emocionais para melhor preparar as mulheres empreendedoras.

Fontes: Autores (2023)

A análise do conjunto de estudos apresentados anuncia que o fenômeno do empreendedorismo (social) feminino é examinado por intermédio de critérios subjetivos, que dizem respeito às emoções e medos da mulher (CAMARGO; LEMOS; MENDES, 2018; MAGGION, 2022) e por intermédio de critérios objetivos (TEIXEIRA; ANDREASSI; BOMFIM, 2018; BORGES; ENOQUE, 2020), que dizem respeito a dados socioeconômicos sobre a situação da mulher e bibliométricos sobre as pesquisas já realizadas no campo.

Percebe-se, ainda, a inclinação por atribuir ao empreendimento feminino, aprioristicamente, a característica de social, ainda que isso não esteja explícito ou anunciado. O movimento parece estar relacionado ao fato de que a mulher, no ambiente de negócios, diante de todas as dificuldades que enfrenta, poder ser caracterizada como sujeito em vulnerabilidade, a partir de interpretações conjunturais (BERTOLAMI et al. 2018; FERRAZ, 2021). Questiona-se, porém, se isso é fiel ao construto “empreendedorismo social feminino”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do estudo realizado, pode-se considerar que o tema empreendedorismo social feminino está em expansão, como sugerem os dados socioeconômicos apresentados nas pesquisas e, também, no relatório GEM (2021) sobre os empreendimentos tocados por mulheres. Verifica-se que a maioria dos artigos analisados aponta para um estado incipiente da literatura sobre o empreendedorismo social feminino, o que demanda atenção e maiores incursões, tendo em vista a importância socioeconômica da emancipação da mulher no campo dos negócios.

Diante disso, sugere-se como agenda de pesquisas futuras estudos sobre o empreendedorismo social feminino a partir de experiências quantitativas e qualitativas, com o mapeamento das iniciativas desse tipo no Brasil, bem como desambiguação entre empreendedorismo feminino e empreendedorismo social feminino, como a natureza de cada um dos termos demanda (pois se trata de coisas diferentes, com características próprias).

REFERÊNCIAS

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.

BALOG, D. L. T. Mulheres empreendedoras sociais pretas no Rio: impactos pós-pandemia. **XLVI ENCONTRO DA ANPAD**. Brasília: ANPAD, 2022.

BERTOLAMI, M.; ARTES, R.; GONÇALVES, P. J.; HASHIMOTO, M.; LAZZARINI, S. G. Sobrevivência de Empresas Nascentes: influência do capital humano, social, práticas gerenciais e gênero. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 3, p. 311-335, jun. 2018.

BIZARRIA, F. P. de A.; SOUSA, I. P. de S.; BARBOSA, F. L. S.; GOMES, M. C. Mulheres imigrantes e suas representações em podcast: debates sobre gênero, xenofobia e insights interseccionais. **Conhecimento & Diversidade**, v. 14, n. 33, p. 144, 6 set. 2022.

BORGES, A. F.; ENOQUE, A. G. Pesquisa em empreendedorismo: a produção científica francófona em perspectiva. **Cadernos Ebape.Br**, v. 18, n. 4, p. 906-923, out. 2020.

CAMARGO, R. A. M. M. de; LEMOS, M. L.; MENDES, J. F. Entrepreneurial Women in Brazil: what are their fears? **Review of Business Management**, v. 20, n. 2, p. 178-193, mar. 2018.

CARMONA, V. C.; MARTENS, C. D. P.; LEÃO, A. L. dal B. C.; NASSIF, V. M. J.; FREITAS, H. M. R. de. Empreendedorismo social: uma perspectiva bibliométrica na área de administração e negócios. **Estudios Gerenciales**, p. 399-410, 19 dez. 2018.

FERRAZ, J. de M. Armadilha da identidade e crítica ao empreendedorismo social: a exploração da opressão. **Revista Katálysis**, v. 25, n. 2, p. 252-261, ago. 2021.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, p. 398-417, 2013.

GEM 2021. **Pesquisa mundial de empreendedorismo divulgada no Projeto Sebrae 50+50**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebrae50mais50/noticias/pesquisa%20mundial%20de%20empreendedorismo%20divulgada%20no%20projeto%20sebrae%2050mais50>. Acesso em: 03 setembro 2023.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 77-84, abr. 2007.

KUYUMJIAN, R.; SOUZA, E. M. de; SANT'ANNA, S. R. de. Uma análise a respeito do desenvolvimento local: o empreendedorismo social no morro do Jaburu - Vitória (ES), Brasil. **Revista de Administração Pública**, [S.L.], v. 48, n. 6, p. 1503-1524, dez. 2014.

MAGGIONI, M. B. L. **Mulheres Profissionais Pós Maternidade E A Manifestação Das Estratégias De Autoliderança Em Suas Vivências No Trabalho**. 2022. 262 f. Tese

(Doutorado) - Curso de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria - RS, 2022.

MARTINS, C.B.; CRNKOVIC, L. H.; KASSOUF, N. P.; MACCARI, E. A. 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.

MERCALI, G. D.; GASPARIN, G. S.; BIEHL, C.; SCHEFFER, A. B. B. MULHERES A FRENTE: um estudo das práticas de gestão sob um olhar feminino em pequenas empresas familiares de negócios tradicionalmente masculinizados. **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 7, n. 3, p. 113-139, 8 dez. 2017.

MORALES-URRUTIA, X. Divergence in female entrepreneurial activity: an international comparison. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, v. 53, n. 1, p. 121-145, mar. 2023.

OLIVEIRA, C. R. **Empregadores e empreendedores imigrantes: Tipologia de estratégias empresariais**. Observatório das Migrações, ACM, IP, 2019.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios—notas introdutórias. **Revista da FAE**, v. 7, n. 2, 2004.

PARENTE, C.; QUINTÃO, C. Uma abordagem eclética ao empreendedorismo social. **Empreendedorismo social em Portugal**, 2014.

RODRIGUES, A. S. M.; GASPAR, L. C. S.; RODRIGUES, D. R.; GAMA, H. C. A. A. Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino Espacio Abierto. **Universidad del Zulia Venezuela**, v. 30, n. 1, 2021.

SILVA, C. S.; IIZUKA, E. S. Mapeamento de negócios sociais e organizações congêneres no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52, p. 123, 2018.

SILVA, M. de F.; MOURA, L. R.; JUNQUEIRA, L. P. As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social. **Ciências da Administração**, v. 17, n. 42, p. 121-130, 2015.

SOUSA, E. G.; GANDOLFI, P. E.; GANDOLFI, M. R. C. Empreendedorismo social no Brasil: um fenômeno de inovação e desenvolvimento local. **Dimensión empresarial**, v. 9, n. 2, p. 22-34, 2011.

SOUZA, C. G. de. A mulher de negócios no discurso do trabalho feminino. **Revista Katálysis**, [S.L.], v. 23, n. 3, p. 700-706, dez. 2020.

SOUZA, M. T.; SILVA, M. D.; CARVALHO, R. Integrative review: what is it? How to do it? **Einstein**, v.8, n.1, p.102-106, 2010.

TEIXEIRA, R. M.; ANDREASSI, T.; BOMFIM, L. C. S. Uso das redes sociais empreendedoras por mulheres no processo de criação de agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 12, p. 102-132, 2018.

