

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE, UNICENTRO

SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, SESA

CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, DECON

GISLAINE GUIMARAES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO UMA TENDÊNCIA DE INCLUSÃO NO
MERCADO DE TRABALHO**

Guarapuava/PR

2024

GISLAINE GUIMARAES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO UMA TENDÊNCIA DE INCLUSÃO NO
MERCADO DE TRABALHO**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação da profa. Ms. Raquel Virmond Rauen Dalla Vecchia

Guarapuava/PR

2024

GISLAINE GUIMARAES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO UMA TENDÊNCIA DE INCLUSÃO NO
MERCADO DE TRABALHO**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ms. Raquel Virmond Rauen Dalla Vecchia
Orientadora

Profa. Dra. Zoraide Fonseca Costa
Avaliadora

Prof. Dr. Ricardo Andrés Cifuentes Silva
Avaliador

Aprovado em: 08/11/2024

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que sempre esteve ao meu lado, iluminando meu caminho e me dando forças para superar os desafios.

Gostaria de expressar minha profunda gratidão à minha orientadora, Raquel Virmond Rauen Dalla Vecchia, pelo apoio, orientação e encorajamento ao longo deste trabalho. Sua dedicação e conhecimento foram essenciais para o meu desenvolvimento.

Agradeço também à minha família, que me ofereceu amor e apoio incondicionais. Um agradecimento especial ao meu marido, Jairo Alves de Lima, por sua paciência, compreensão e por ser meu maior incentivador em todos os momentos.

Obrigado a todos que fizeram parte dessa jornada!

RESUMO

O papel da mulher na economia e na sociedade tem evoluído significativamente, especialmente no Brasil, onde a participação feminina no mercado de trabalho ainda é menor que a masculina (54,5% contra 73,7% em 2021). Apesar dos avanços, as mulheres enfrentam preconceitos, discriminação e desigualdade salarial. Diante dessas dificuldades, muitas têm optado pelo empreendedorismo como alternativa para garantir sua inclusão no mercado de trabalho e alcançar a independência financeira. Este estudo teve como objetivo principal analisar as características do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022, buscando identificar o perfil das empreendedoras. A pesquisa foi realizada por meio de revisão bibliográfica e levantamento documental, utilizando dados secundários do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ressaltando a importância do empreendedorismo feminino para a economia e para a inspiração de outras mulheres. Os resultados mostraram que de 2018 a 2022, as empreendedoras eram predominantemente jovens, entre 18 e 34 anos, com ensino médio completo. Mulheres pretas ou pardas lideraram o empreendedorismo feminino. A maior parcela (27,4%) recebia de 1 a 2 salários mínimos e atuavam principalmente nos setores de serviços e comércio além disso, 55% iniciaram seus negócios por necessidade. Assim, além de gerar sua própria ocupação, maior parcela (39,5%) dessas mulheres geram entre 1 a 5 empregos. O faturamento anual dos empreendimentos femininos se concentra na faixa de até R\$ 12 mil, representando 56% dos casos. O empreendedorismo feminino entre 2018 e 2022 foi importante para a inclusão no mercado de trabalho, com a criação/condução de seus próprios empreendimentos, geração de renda e independência financeira.

PALAVRAS CHAVE: Empreendedorismo, mulher, trabalho.

ABSTRACT

The role of women in the economy and society has evolved significantly, especially in Brazil, where female participation in the labor market is still lower than that of men (54.5% versus 73.7% in 2021). Despite advances, women face prejudice, discrimination, and wage inequality. In light of these challenges, many have turned to entrepreneurship as an alternative to ensure their inclusion in the labor market and achieve financial independence. This study aimed to analyze the characteristics of female entrepreneurship in Brazil from 2018 to 2022, seeking to identify the profile of female entrepreneurs. The research was conducted through a literature review and documentary survey, using secondary data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), highlighting the importance of female entrepreneurship for the economy and as an inspiration to other women. The results showed that from 2018 to 2022, female entrepreneurs were predominantly young, between 18 and 34 years old, with a complete high school education. Black or brown women led female entrepreneurship. The largest share (27.4%) earned 1 to 2 minimum wages and worked mainly in the service and commerce sectors. Additionally, 55% started their businesses out of necessity. Thus, besides creating their own occupation, a large portion (39.5%) of these women generated between 1 to 5 jobs. The annual revenue of female enterprises was concentrated in the range of up to R\$ 12,000, representing 56% of the cases. Female entrepreneurship between 2018 and 2022 was important for inclusion in the labor market, with the creation and management of their own businesses, income generation, and financial independence.

KEY WORDS: Entrepreneurship, women, work.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
2.1 Feminização no mercado de trabalho	9
2.2 Empreendedorismo no Brasil	17
2.3 Empreendedorismo feminino no Brasil.....	20
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	26
3.1 A caracterização da pesquisa	26
3.2 A coleta e análise das variáveis	27
4 RESULTADOS.....	29
4.1 Evolução do empreendedorismo feminino no Brasil de 2018 a 2022.....	29
4.2 Perfil da mulher empreendedora	33
4.3 Desafios do empreendedorismo feminino	48
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
6 REFERÊNCIAS.....	52

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas o papel da mulher na economia e na sociedade como um todo tem passado por rápidas e significativas transformações. Apesar dos avanços expressivos em termos de inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro, ainda parece haver um baixo aproveitamento das mulheres no mundo do trabalho. Considerando que as taxas femininas são menores que as masculinas, enquanto os homens representam 73,7% da taxa de participação na força de trabalho as mulheres representam apenas 54,5%. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, 2021).

Assim, apesar das inúmeras conquistas, a realidade da mulher ainda é marcada por preconceitos, discriminação e diferenças salariais em relação ao homem ocupando a mesma função. Estas dificuldades tem contribuído para que as mulheres busquem outras alternativas para sua inclusão no mercado de trabalho.

Segundo Gomes et al. (2009), já há algum tempo, as mulheres não entram no mercado apenas como empregadas, mas também como empregadoras, as mulheres têm colaborado ativamente na criação de empregos e renda. O aumento do empreendedorismo feminino no Brasil ganhou novo significado, principalmente para pequenas e médias empresas.

O empreendedorismo feminino tem uma grande importância, pois nesse contexto de empreender por necessidade ou oportunidade, as mulheres fazem a economia crescer e não somente isso, mas inspiram outras mulheres a ter coragem para abrir o próprio negócio e conquistar sua independência financeira.

O empreendedorismo feminino está em evidência, por conta do processo de feminização do mercado de trabalho, e ocorre assim um aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres, tornando-se cada vez mais importante conhecer sua participação no cenário econômico.

Diante destes desafios, este estudo se propõe a responder a seguinte questão: quais as características e motivações que levam mulheres a empreender no Brasil?

Com esta problemática, a hipótese formulada pressupõe que diante das dificuldades de oportunidades no mercado de trabalho, o empreendedorismo se revela como uma alternativa à mulher de inclusão no mundo do trabalho, buscando a

independência financeira, participar da renda familiar ou ainda própria sobrevivência e de seus familiares.

Diante deste contexto, esta pesquisa teve como objetivo principal analisar as características do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022. Os objetivos específicos são: identificar o perfil da mulher empreendedora brasileira; investigar os setores em que há maior participação do empreendedorismo feminino no período de 2018 a 2022; demonstrar a evolução do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022; discutir os desafios e perspectivas do empreendedorismo feminino no Brasil.

A metodologia do estudo foi baseada em uma revisão de literatura utilizando a pesquisa bibliográfica para contextualizar a feminização do mercado de trabalho e o empreendedorismo feminino além de conceituar o empreendedorismo. Para o alcance dos objetivos e a apresentação dos resultados utilizou-se o levantamento documental.

Devido ao forte avanço verificado no empreendedorismo feminino, e também a entrada da mulher no mercado de trabalho, cada vez mais temas de pesquisa vêm surgindo com o propósito de apurar como se desdobram esses processos. Visando conhecer mais sobre o assunto dado a relevância da inserção da mulher no mercado de trabalho como empreendedoras.

Diante disso, o presente trabalho se justifica ao mostrar a importância do empreendedorismo feminino para a sociedade, quando a mulher empreende ela gera renda e emprego, movimentando a economia e influenciando outras mulheres a buscarem sua independência financeira.

O estudo está dividido em cinco partes, além desta introdução, a segunda parte apresenta o referencial teórico, com enfoque na evolução da mulher no mercado de trabalho até o ingresso ao empreendedorismo. Na terceira parte os procedimentos metodológicos. Na quarta, os resultados e discussões e por fim as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo consiste numa revisão de literatura sobre a trajetória de inserção da mulher no mercado de trabalho discutindo as dificuldades enfrentadas e os desafios a serem superados para conquistar seu espaço. Devido ao forte avanço verificado no empreendedorismo feminino como alternativa de inclusão no mercado de trabalho, foi abordado a conceituação do empreendedorismo e sua evolução no Brasil.

2.1 Feminização no mercado de trabalho

Ao longo da história se estruturou um modelo de sociedade patriarcal, baseada no domínio masculino sobre as mulheres, o sexo feminino tinha uma relação de inferioridade ao sexo masculino em todos os âmbitos, inclusive no mercado de trabalho (IORI; SILVA, 2020).

A gênese desse modelo patriarcal de acordo com Engels (1984) é a instituição do casamento monogâmico que está relacionada a herança da propriedade privada. A mulher era vista como propriedade do marido, e seu papel era cuidar do lar e dos filhos. Ela não tinha autonomia sobre seus próprios bens. Assim, a mulher era subordinada ao direito paterno para assegurar a transmissão de bens de geração em geração. Com a propriedade privada, surgiram papéis de gênero rigidamente definidos. Os homens eram os provedores, enquanto as mulheres cuidavam da casa. Essa divisão perpetuava a dependência econômica feminina.

Esta questão é antiga, mas ainda está presente nos dias atuais é a desigualdade de gênero, onde por muitos, ainda as mulheres são vistas como inferiores aos homens e que seu papel na sociedade é cuidar do lar e dos filhos.

Com a Revolução Industrial no século XIX, a força de trabalho passou a ser substituída por equipamentos e máquinas e com isso, as mulheres passaram a ser inseridas no mercado de trabalho capitalista, não somente as mulheres bem como as crianças, aumentando assim o número de trabalhadores assalariados (IORI; SILVA, 2020). Com a consolidação do sistema capitalista e o aumento tecnológico da época,

grande parte da mão de obra feminina foi transferida para as fabricas. (PROBST, 2003).

As mulheres eram vistas como mão de obra dócil com menos aptidão de organização e protesto, com isso o valor do seu salário era menor. Os trabalhos destinados a elas eram tarefas simples, envolvendo trabalho manual, semelhante ao trabalho doméstico. (FREITAS; MORI; FERREIRA, 2010).

O poder dos homens sobre as mulheres na sociedade se estabeleceu de forma de se apossar da afirmação de diferenciados lugares para trabalho tanto feminino quanto masculino. Para os homens o espaço público, produtivo, valorizado, o trabalho assalariado enquanto para as mulheres o espaço privado, doméstico e reprodutivo, dedicado a família ao lar. Esses princípios evidenciam os papéis sociais divididos por homens e mulheres na sociedade. Diante da insuficiência da participação da mulher no mercado de trabalho, os homens assumem o espaço de poder e com isso seu trabalho tende a ser mais valorizado em termos econômicos e sociais se comparado ao trabalho da mulher que fica restrito aos cuidados domésticos, caracterizando então o princípio de hierarquização. (RESENDE; QUIRINO, 2017).

A presença das mulheres no mercado de trabalho como ressalta Abramo (2000), representou uma mudança significativa na história. O trabalho, fora de casa, constituiu um importante mediador para que as mulheres exercessem atividades além dos muros de suas residências, ocupando posições sociais e determinadas atividades profissionais até então permitidas e validadas única e exclusivamente para homens.

Segundo Probst (2003) com a consolidação do sistema capitalista, algumas leis passaram a beneficiar as mulheres que trabalhavam fora de casa. A Constituição brasileira de 1932 estabeleceu que a todo trabalho de igual valor corresponde salário igual, sem distinção de sexo. Porém algumas formas de exploração ainda se mantiveram durante muito tempo, como jornadas de trabalho entre 14 e 18 horas e grandes diferenças salariais.

Observa-se que desde o século XX, houve um aumento significativo da participação da mulher no mercado de trabalho, isso se deu devido ao grande crescimento da indústria, propiciando cenário para inserção feminina. Na época de sua inserção houve muito preconceito que perdura até os dias de hoje, podendo ser observado através de pesquisas que comprovam que as mulheres ainda ganham menos que os homens, executando as mesmas tarefas. (QUERINO et al., 2013).

Iori e Silva (2020) destacam que as mulheres trabalhadoras sempre lutaram por igualdade de salários, melhores condições de vida, creches para seus filhos, entre tantas outras, as quais dão enfoque nas condições de vida como um todo. A justificativa que é usada pela sociedade capitalista para que ainda haja essas desigualdades entre homens e mulheres, está na neutralização da divisão sexual de trabalho.

Hirata e Kergouat (2007) argumentam que a divisão sexual do trabalho é fruto da divisão social estabelecida nas relações sociais entre os sexos, divisão essa modulada histórica e socialmente e instrumento da sobrevivência da relação social entre os sexos. Reservou às mulheres a esfera reprodutiva e aos homens, a esfera produtiva, estabelecendo uma relação assimétrica entre os sexos que cria e reproduz simultaneamente as desigualdades de papéis e funções na sociedade. As relações sociais entre os sexos se apresentam desiguais, hierarquizadas, marcadas pela exploração e opressão de um sexo em contraponto à supremacia do outro.

Na visão de Bruschini (2006) a divisão sexual do trabalho é o que elucida o estreito vínculo entre trabalho remunerado e não remunerado. Articulando a esfera da produção econômica e da reprodução social, foi possível observar que as obrigações domésticas limitavam o desenvolvimento profissional das mulheres, implicando carreiras descontínuas, salários mais baixos e empregos de menor qualidade.

Um dos sinais de desigualdade está na segregação horizontal e vertical: as mulheres estão restritas ao número limitado de atividades, não tem acesso as mesmas profissões que os homens e tem poucas perspectivas de promoções. Os efeitos das divisões horizontal e vertical do trabalho ficam mais evidentes em setores nos quais a presença da mão de obra feminina é maior, mas os cargos hierarquicamente mais altos são ocupados preferencialmente por homens. Nessa dinâmica, as mulheres, ocupam, tradicionalmente e de maneira geral, posições menos importantes. (HIRATA, 2018).

Em relação a essa situação Yannoulas (2002) afirma que:

(...) o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho está mais vinculado à expansão das atividades 'femininas' do que ao acesso às atividades 'masculinas', as discriminações vertical e horizontal dos mercados de trabalho se reproduzem; a brecha salarial não foi reduzida é maior quanto maior é o nível de instrução; a taxa de desemprego feminina continua sendo superior à dos homens; e aumenta a presença das mulheres nas ocupações mais precárias. (YANNOULAS, 2002, p. 28).

Mesmo com desigualdades, discriminações e preconceitos é notório que ao longo da história as mulheres buscam por oportunidades iguais, mostrando uma luta persistente para ocupar seu espaço e se inserir no mercado de trabalho.

De acordo com Iori e Silva (2020) as atividades que são colocadas como sendo somente para mulheres, carregam muitos problemas como o preconceito e a desvalorização, pois, reforça que o papel designado para as mulheres no decorrer da história, volta-se somente para sua responsabilidade com a família, e as atividades domésticas, o que dificulta que as mulheres se insiram no mercado de trabalho.

Em uma sociedade capitalista, a mulher é sobrecarregada com dupla jornada: o preconceito, a marginalização pela sua condição feminina e, por outra via, a exploração econômica, caracterizando-se em uma dupla jornada como trabalhadora doméstica e assalariada. (QUIRINO, 2016).

Culturalmente, desde sempre, as responsabilidades foram atribuídas as mulheres em relação as inúmeras tarefas coletivamente conhecidas como tarefas domésticas, como cozinhar, varrer, fazer compras, lavar e passar roupas, fazer a cama, entre outras tantas e ainda cuidar dos filhos e dos idosos, ou seja, atividades essas que não são remuneradas e no âmbito privado. (ARAÚJO; FREITAS; SOUZA, 2021).

Sendo assim, os autores complementam, que em termos culturais e sociais essas atividades não remuneradas no âmbito privado foram atribuídas as mulheres, enquanto para os homens ficaria a maior parcela de produção mercantil remunerada no espaço público.

Nessa dicotomia entre o público e o privado se consolidou a divisão sexual do trabalho, homens provedores e mulheres cuidadoras. Assim, durante um período considerável de tempo, as atribuições sociais, ao mesmo tempo que limitavam as mulheres a permanecerem no espaço privado, delegavam aos homens, como destino natural, o espaço público. Com as transformações no cenário socioeconômico, com as revoluções culturais e a força do movimento feminista no século XX, novas configurações sociais foram surgindo, fragilizando de modo conjunto a dicotomia entre público e privado e o modelo homem provedor e mulher cuidadora. (SOUZA; GUEDES, 2016).

Desse modo, a dicotomia público/privado que está associada ao trabalho remunerado/não remunerado e que contribui com a divisão sexual do trabalho de

acordo com os autores foi reconfigurada, mas sem mudança significativa, ou estrutural, em sua essência. As atribuições socialmente definidas para homens e mulheres, no fim das contas, permanecem nas concepções culturais, uma vez que delegam ainda às mulheres as reponsabilidades da reprodução social.

Mesmo com a crescente incorporação feminina no mercado de trabalho, elas ainda não conseguem se desvincular do papel social que é designado a elas, o que acaba gerando sobrecarga física e as impedindo de obter equitativamente as oportunidades. (ARAÚJO; FREITAS; SOUZA, 2021).

Na análise de Sousa; Guedes (2016) o ingresso das mulheres no mundo do trabalho não equilibra as funções atribuídas aos sexos, ao contrário, reforça as desvantagens vividas pelas mulheres que atualmente compartilham com os homens, a provisão financeira da família juntamente com a responsabilidade da esfera reprodutiva. A saída do lar e as conquistas cada vez mais visíveis no âmbito público representaram uma revolução incompleta, uma vez que as mulheres ainda assumem praticamente sozinhas as atividades do espaço privado, o que perpetua uma desigual e desfavorável divisão sexual do trabalho para elas.

Querino et al. (2013) destacam que apesar de todos esses fatores, a inserção da mulher no mercado de trabalho continuou a crescer. Revelando que, de acordo com pesquisas feitas, as estatísticas mostram que a participação feminina no mercado de trabalho cresceu de forma intensa desde a década de 1970.

No entanto, essas mesmas pesquisas salientavam que essa inserção se destacava pelas grandes diferenças salariais e pela elevada concentração em setores ligados ao comércio e a serviços, notadamente nas áreas de serviços sociais, trabalho doméstico e nas ocupações mais vulneráveis e de reduzida exigência de qualificação profissional. São características que acompanham toda a trajetória de inserção das mulheres no mundo produtivo e tem suas raízes na desigual divisão sexual do trabalho e na atribuição às mulheres do trabalho reprodutivo. (CESIT-IE, 2017).

Como mencionado anteriormente a presença das mulheres se intensificou nos anos de 1970, na análise de Bruschini (1990) foi resultado tanto da necessidade econômica, quanto das transformações demográficas, culturais e sociais que vinha ocorrendo no país e no mundo naquele momento, o acesso as universidades e a queda da fecundidade e os próprios movimentos feministas com participação cada vez mais atuante de mulheres nos espaços públicos contribuíram decisivamente para esse novo período.

O recrudescimento dos movimentos feministas desencadeou uma série de conquistas, como o direito ao voto em 1932, essa conquista marcou um passo significativo na representatividade política das mulheres. Assim a emancipação da mulher no Brasil ao longo do século XX e XXI é uma história de lutas, conquistas e desafios persistentes. A voz feminina segue ecoando, transformando a sociedade e redefinindo o seu papel. (MAZZA, 2015).

Em 27 de agosto, a Lei nº 4.212/1962 permitiu que mulheres casadas não precisassem mais da autorização do marido para trabalhar. A partir de então, elas também passariam a ter direito à herança e a chance de pedir a guarda dos filhos em casos de separação. No mesmo ano, a pílula anticoncepcional chegou ao Brasil, foi um marco da emancipação sexual feminina, o medicamento trouxe autonomia à mulher uma solução mais resolutiva para que mulheres conseguissem realizar um planejamento familiar e assim trabalhar fora. (NOSSA CAUSA, 2020).

As mulheres passaram a lutar para deixar de ser apenas dona de casa, começaram a reivindicar pela redução da carga horária nas indústrias, e participações na política, pela licença maternidade, e muitas outras lutas para romper esses padrões. (IORI; SILVA, 2020).

Essas reivindicações no Brasil, foram asseguradas com a promulgação da Constituição em 1988 que estabeleceu a igualdade de gênero no âmbito de trabalho, sendo, por meio deste, aplicado a proteção dos direitos das mulheres nos artigos 3º, IV e 5º, I, deste dispositivo legal. Após toda batalha das mulheres para se ganhar o direito no mercado de trabalho, o artigo 7º da Constituição Federal, assegurou a licença maternidade: “Art. 7º São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social: XVIII – licença à gestante, sem prejuízo do emprego e do salário, com a duração de cento e vinte dias”. Essas Leis serviram para pôr fim a discriminação de gênero no âmbito do trabalho atendendo a necessidades da mulher tanto biológica como psicológica. (BRASIL, 1988).

Constatou-se que uma evolução da participação feminina no mercado de trabalho pôde lograr uma conquista social dos direitos das mulheres através de uma luta das desigualdades vivenciadas na sociedade e também na divisão sexual de trabalho. (RESENDE; QUIRINO, 2017).

De acordo com os estudos do CESIT/IE (2017) a partir de 1980, conforme demonstram os dados do Censo deste ano, cresceu de forma contínua a participação das mulheres entre a população ocupada, chegando a 44%, em 2010. Da mesma

forma, cresceu a escolaridade, e no Censo de 1991 o percentual de mulheres supera o de homens com ensino superior pela primeira vez.

Entretanto, persistem as diferenças salariais. As mulheres se destacam nas áreas de ciências humanas e sociais, biológicas e da saúde, enquanto os homens se concentram em ciências exatas, tecnológicas e agrárias. Neste período foram se inserindo em áreas onde antes predominavam os homens, nas quais, mesmo dispendo da mesma qualificação ou de qualificação até superior à dos homens, são pior remuneradas. Estima-se que ganhem, em média, em torno de 25% menos que os homens. (CESIT-IE,2017).

A partir do final da década de 1990, o mundo competitivo e com grandes avanços tecnológicos, passou a demandar novas formas de organização do processo produtivo. Essas mudanças de acordo com Wunsch Filho (2004) geraram um novo modelo capitalista, fazendo emergir a especialização flexível. As terceirizações, o trabalho em tempo parcial, os contratos informais e outras formas alternativas de acordos tornaram -se, para alguns empregadores condições para sobreviverem e se manterem competitivos nesse novo cenário, marcado pela desarticulação das formas tradicionais de trabalho.

Esse cenário, na concepção de Bruschini e Lombardi (2000), abriu espaço para a maior participação da mulher no mercado de trabalho, não só pela necessidade de complementação da renda familiar, mas também pela quebra de padrões comportamentais que essas mudanças trouxeram. Diante disso, Probst (2003) argumenta que o crescimento da mulher, no mercado de trabalho brasileiro, está vinculado a dois fatores: a queda da taxa de fecundidade e o aumento no nível de instrução da população feminina.

Dados atuais revelam que as mulheres apresentam índices de formação superior na quase totalidade dos níveis de escolaridade, o que evidencia uma persistente contradição nessa desigualdade, seja no âmbito doméstico, seja na hierarquia profissional. Normalmente, maior nível de escolaridade costuma ser um fator que aumenta a possibilidade de obter trabalho. No caso delas, porém, a maior escolaridade não tem implicado facilidades na obtenção de uma vaga. (GOES; MACHADO, 2021).

O espaço ganho pelas mulheres no mercado de trabalho, de acordo com Resende e Quirino (2017) pode ser explicado, em parte, pelo aumento de mulheres como chefes de família e pela necessidade de se sustentar e sustentar os seus.

Neste contexto Góes e Machado (2021) argumentam que mesmo após as conquistas arduamente adquiridas, a mulher continua a se deparar com barreiras, tanto na família, como no âmbito social e no ambiente de trabalho. Existem dificuldades para conciliar a casa e o trabalho, a casa e os estudos.

Assim, apesar das inúmeras conquistas, a realidade da mulher ainda é marcada por preconceito, verificado, por exemplo, na separação de atividades destinadas “apenas” para mulheres ou para homens, o que, aliada a outras condutas, contribui para o incremento da problemática da mulher no mercado de trabalho (GÓES; MACHADO, 2021).

Historicamente as mulheres foram consideradas inferiores na esfera de produção pública, sempre foram ligadas a esfera doméstica e a reprodução social, com isso, a inserção das mulheres no mercado de trabalho tornou-se precária. Com as responsabilidades domésticas que por muitas vezes são atribuídas as mulheres, é difícil acessarem o mercado de trabalho, com salários baixos e empregos informais. Apesar de sempre estarem enfrentando muitos desafios, as mulheres tem lutado por seus direitos e conquistando espaços em cargos antes dominados somente por homens, isso mostra a crescente presença e contribuição das mulheres para o mercado de trabalho. (IORI; SILVA, 2020).

Oliveira (2021) destaca que as circunstâncias são complexas em relação da introdução feminina no mercado de trabalho, tiveram muitas imposições, como a necessidade de se manter sempre qualificada e as responsabilidades sobre suas funções domésticas. Mesmo com as conquistas de novos papeis, as oportunidades profissionais, não fez com que as atividades sociais tradicionais destinadas a mulher acabassem. Pelo contrário, o que se observa são muitas tarefas domésticas e profissionais que acabam por comprometer a saúde física e emocional dessas mulheres. O que conseqüentemente levam elas a pensarem que não estão executando bem nenhum dos papeis, nem os de esfera doméstica nem os do lado profissional.

A importância das relações entre os gêneros teve destaque através dos movimentos feministas e da relativa emancipação da mulher. Com a evolução feminina no mundo do trabalho acabou-se alterando algumas de suas características, possibilitando então que as mulheres adentrassem em postos de trabalhos tidos antes como masculinos. Mesmo com toda a luta por igualdade de salários, por espaço, igualdade de tratamento, ter e continuar sendo árduas, ainda permanecem

desigualdades quanto oportunidades, quanto cargos e salários e outras mais explicitamente violentas como discriminações e assédios. (SANTOS et al., 2021).

Condições como essas terminam por reduzir a expectativa de ascensão na vida profissional, ao lado de outras, como a falta de reconhecimento de sua capacidade ou de perspectiva profissional, baixa remuneração ou, por outro lado, acesso restrito ao mundo do trabalho, por vezes limitado a ocupações instáveis, precárias, informais. Neste contexto, o empreendedorismo surge como oportunidade ou necessidade para as mulheres se incluírem no mercado de trabalho.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

Na literatura não existe um consenso sobre a origem do empreendedorismo, provavelmente porque, desde os primórdios da História, a humanidade tenha evoluído por causa de ações empreendedoras.

O empreendedorismo para Baggio e Baggio (2014) pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer, fazer algo com entusiasmo e criatividade, aproveitando todas suas potencialidades sejam racionais e/ou intuitivas.

Considerado como um fenômeno global, o empreendedorismo assume uma posição de destaque no cenário político, social e econômico, tem sua relevância bastante explorada e discutida na contemporaneidade, através de pesquisas científicas, que querem investigar quem são as pessoas, quais os perfis e como surgem as oportunidades para a criação de um negócio. (SILVA; SILVA, 2019).

Segundo Leite (2012) ser empreendedor é ter iniciativa, imaginação fértil para ter as ideias, flexibilidade, criatividade para transformar suas ideias em oportunidades de negócio, motivação e capacidade de perceber as mudanças como oportunidades. Ainda segundo o autor, espírito empreendedor é muito profundo, são indivíduos que criam negócios inovadores e prósperos, e pode surgir de várias formas e tamanhos.

Para Dornelas (2001) os empreendedores são indivíduos diferenciados que possuem uma motivação única, amam o que fazem, buscam ser reconhecidos, admirados, imitados, querem deixar um legado.

Ser empreendedor não é somente uma questão de acumular conhecimento, mas interiorizar valores, comportamentos, formas de perceber o mundo e também a

si mesmo voltados para atividades em que a capacidade de inovar, de correr riscos e de conviver com a incerteza são elementos necessários. (DOLABELA, 2008).

Muitas são as definições de empreendedor e empreendedorismo, mas segundo Dornelas (2001) a que talvez seja a que mais bem reflita o espírito do empreendedorismo seja a de Joseph Schumpeter, onde ele diz que o empreendedor destrói a ordem econômica para introduzir novos produtos e serviços, criar novas formas de organização ou explorar novos materiais e recursos. Então, o empreendedor é o indivíduo que detecta a oportunidade e faz dela um negócio para lucrar sobre ela, assumindo riscos calculados.

Para Chiavenato (2007), o espírito empreendedor envolve emoção, paixão e impulso, segundo ele há três características básicas que compõem o espírito empreendedor: a necessidade de realização, a disposição para assumir riscos e a autoconfiança. Assim sendo, por meio de tais características, é possível identificar os empreendedores e outros indivíduos que tem predisposição para empreender.

A habilidade de transformar uma oportunidade em negócio pode contribuir muito com o desenvolvimento econômico do país, gerando empregos, contribuindo com a riqueza e com sua distribuição. O acesso as tecnologias e informações fazem com que os indivíduos tenham oportunidades e se beneficiem delas. (SILVA; FURTADO; ZANINI, 2015).

Empreender é uma atividade tanto para homens quanto para mulheres, independentemente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa deseje, use da sua criatividade, inove, motive e assuma riscos. Dogen (1989, p. 11) confirma este ponto de vista ressaltando que [...] “O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”.

Entretanto, o movimento do empreendedorismo no Brasil começou na década de 1990, quando foram criadas entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) que é um dos órgãos mais conhecido dos pequenos empresários brasileiros, os quais buscam juntos a essa entidade suporte e consultoria para iniciar e/ou resolver pequenos problemas da sua empresa. Antes disso, quase não se falava em empreendedorismo e pequenas empresas. (DORNELAS, 2001).

Assim, foi no final da década de 1990 que o empreendedorismo, tem recebido atenção especial do governo e de entidades de classe, pois a preocupação com a criação de empresas pequenas e da diminuição da taxa de mortalidade desses

empreendimentos fez com que o termo se tornasse muito popular. Nos últimos anos, muitas empresas brasileiras de grande porte tiveram que buscar alternativas para reduzir os custos e aumentar a competitividade para manter-se no mercado, por consequências advinda do fenômeno da globalização (SENTANIN; BARBOZA, 2005).

Eslabão e Vecchio (2018), argumentam que o Brasil possui um grande potencial para o desenvolvimento de atividades empreendedoras devido aos seus vastos recursos humanos e naturais, embora seu uso ainda seja insatisfatório. A transição para uma sociedade que gera inovação é desafiadora, mas o país possui uma crescente integração econômica global e relações multilaterais, que podem fomentar a internacionalização dos negócios locais, atualmente restrita a alguns setores e grandes empresas.

Investir na capacitação dos empresários pode aumentar a longevidade das empresas, profissionalizando até mesmo aqueles que empreendem por necessidade. Contudo, obstáculos como burocracia, altos impostos, estruturas complexas para cumprir obrigações tributárias e juros elevados são barreiras significativas impostas pelo estado, afetando o sucesso dos empreendedores. (ESLABÃO; VECCHIO, 2018).

Diante disso, Coelho (2009) complementa afirmando que o país ainda enfrenta grandes desafios em relação as políticas públicas e acesso ao crédito. É essencial que o governo desenvolva políticas mais adequadas à realidade dos empreendedores brasileiros, uma vez que um país com tantos problemas econômicos e um alto índice de desemprego, não pode se permitir cobrar juros tão elevados sobre créditos e tornar o processo de abertura de empresas tão burocrático.

O autor constata, que conseqüentemente, no cenário brasileiro, destaca-se a figura do empreendedor por necessidade, que é a maioria no setor de empreendedorismo no Brasil, superando em número os empreendedores por oportunidade. Em grande parte, o empreendedor por necessidade não contribui significativamente para a geração de renda ou desenvolvimento econômico do país, pois está nessa posição por falta alternativa de renda, movidos pela necessidade de sustento. Contudo, o foco das ações governamentais deve estar nos empreendedores por oportunidade, que tem a capacidade de impulsionar um desenvolvimento sustentável para país.

Rizzi (2019) entende que é crucial que o empreendedorismo seja tratado e estudado com a devida importância, pois ele representa o futuro. Planejar o futuro é essencial para aproveitar ao máximo as oportunidades que ele pode oferecer. Com

estudos e análises, é possível simplificar a resolução de casos complexos e garantir que tributos elevados sejam justos. Com o passar do tempo, e com o apoio necessário, mesmo que atualmente ainda falta por parte do governo e de uma parcela da própria sociedade, o país vai evoluir e melhorar. Dessa forma, será possível construir um futuro mais favorável para o empreendedorismo no Brasil.

Eslabão e Vecchio (2018) caracterizam o empreendedorismo brasileiro como sendo de extrema relevância, tendo como ponto de vista o percentual de indivíduos que se envolvem diretamente com esta atividade empreendedora. Não só pelos benefícios econômicos, mas também pelo caráter inclusivo no grande aumento dos negócios por conta própria que vem crescendo na última década. Com isso, envolvendo muitos jovens e mulheres, que com o trabalho empreendedor vencem barreiras que a sociedade moderna costuma impor nestes segmentos sociais.

Diante disto, Amorim e Batista (2012) ressaltam que empreendedorismo feminino está em evidência, por conta do processo de feminização do mercado de trabalho, ocorrendo um aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres, tornando-se cada vez mais relevante conhecer sua importância no cenário econômico, e principalmente as razões que as mulheres têm para empreender e ainda revelar uma parcela das particularidades do empreendedorismo feminino.

2.3 Empreendedorismo feminino no Brasil

Há várias definições para empreendedorismo e nenhuma delas faz distinção de gênero, já que podem ser encontradas características empreendedoras em homens e em mulheres, mesmo que as primeiras definições favorecessem quase que unicamente os homens. (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Carrijo e Ferreira (2017) apontam que ao longo dos anos, o empreendedorismo feminino se tornou cada vez mais frequente no mercado de trabalho, evidenciando o crescimento constante de empreendimentos dirigidos por mulheres e apontando a importância do seu papel tanto no mundo dos negócios quanto no cenário econômico.

A inserção da mão de obra feminina no mercado de trabalho levanta discussões sobre a interação entre homens e mulheres nesse ambiente, além de explorar a trajetória das mulheres em cargos de gerência ou como empreendedoras de seus

próprios negócios. Apesar do discurso de igualdade de condições e oportunidades, existem evidências de que existem desigualdade na participação de homens e mulheres no mercado de trabalho, seja em relação a níveis salariais, a possibilidades de crescimento na carreira ou a oportunidade de exercer determinadas funções. (CRAMER et al., 2012).

De acordo com Natividade (2009) a participação equitativa das mulheres no mercado de trabalho e na economia, existem diversos obstáculos e desafios na formulação e implementação de políticas públicas com perspectiva de gênero, esses desafios incluem salários inferiores aos dos homens, mesmo quando ocupam a mesma posição profissional, a responsabilidades com o espaço doméstico e as mudanças na estrutura familiar, a alta participação no mercado informal, o que evidencia a má qualidade das condições de trabalho das mulheres, as mudanças sociodemográficas e a diversidade étnico-racial, entre outros.

Apesar da crescente importância social e econômica das mulheres através do empreendedorismo, ainda existem limitações que impedem mais mulheres de seguirem esse caminho. A entrada das mulheres no empreendedorismo e o acúmulo de responsabilidades afetaram suas vidas familiares. Atualmente, a estrutura familiar mudou, com a mulher e o marido trabalhando, no entanto, independentemente do nível de desenvolvimento profissional da mulher, ela ainda assume a maior parte das responsabilidades pela casa e pelos filhos. (LOIOLA, 2016).

A realidade da dupla jornada de trabalho das mulheres, que divide seu tempo entre o negócio próprio e os cuidados com o lar e os filhos, é comum, muitas mulheres optam por empreender em casa devido à dificuldade de conseguir emprego e à necessidade de cuidar da família, criando assim um home office, porém, essa modalidade muitas vezes não proporciona a segurança socioeconômica necessária, levando muitas a buscar empregos formais, considerados mais seguros financeiramente. Essa situação revela o dilema das mulheres brasileiras ao tentarem equilibrar suas vidas profissionais e familiares. A insegurança em manter a gestão do negócio e a falta de orientação adequada contribuem para a descontinuidade dos empreendimentos motivados por necessidade. (NATIVIDADE, 2009).

O equilíbrio entre vida pessoal e profissional é ainda mais difícil para mães solteiras ou aquelas com parceiros que têm horários de trabalho rígidos, nesses casos, elas podem enfrentar escolhas difíceis sobre suas carreiras ou sacrificar seu tempo pessoal para gerenciar ambas as responsabilidades, porém, mesmo com esses

desafios, muitas mulheres continuam a avançar em suas carreiras enquanto equilibram as demandas familiares, encontrando assim soluções para equilibrar a vida profissional e doméstica, dando prioridade ao seu tempo, pondo alguns limites e sempre em busca de apoio de seus amigos e familiares. (RIBEIRO et al., 2023).

Mesmo com o grande avanço no desenvolvimento do empreendedorismo feminino, as mulheres ainda enfrentam alguns desafios, para ingressar no mercado de trabalho, conseguir equidade de salários, iniciar e desenvolver o seu próprio negócio. Esses desafios são influenciados pelos vários papéis que elas têm desempenhado, potencialmente, no que diz respeito ao equilíbrio de atividades de negócios e do lar. (GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2017).

Embora o Brasil tenha voltado seus olhos para o empreendedorismo apenas em 1990, identifica-se um aumento de práticas e políticas direcionadas a esse fenômeno que ocorre no mundo todo, com a facilitação do mundo do trabalho e avanços da tecnologia. Isso traz algumas consequências como a deflagração das mulheres como empreendedoras, pois encontram muitas dificuldades em se realocar no mercado de trabalho e acabam sendo motivadas por necessidade a atuar para sobreviver. (NATIVIDADE, 2009).

Por questões de sobrevivência, como afirmam Natividade (2009) e Almeida et al. (2011), as mulheres inseriram-se no empreendedorismo por necessidade de complementar a renda familiar, a autorrealização, entre outros motivos, têm levado a mulher brasileira a empreender, por essa razão, a participação do empreendedorismo feminino no Brasil vem sendo cada vez maior. Diante disso Jonathan (2011) ressalta que as mulheres empreendedoras brasileiras estão crescendo muito, e isso ajuda a demonstrar uma contribuição significativa e potencial econômico para o desenvolvimento do Brasil.

O empreendedorismo feminino permeia contextos diversos, englobando desde a mulher que produz sabão para vender em seu bairro, aquela que faz salgados e bolos por encomenda, ou que possui uma lojinha de artesanato virtual e faz bordados e pinturas, até as que abrem grandes negócios e startups. As mulheres empreendedoras estão por toda a parte, e em diferentes ramos de atividade. (CASTRO et al., 2019).

As áreas de atuação que estão mais destacadas estão voltadas para a moda, alimentação e beleza. Isso mostra como suas preferências entre tantas oportunidades refletem a sociedade. Para poder empreender, é preciso entender que não é só vender

o produto, mas sim mostrar que ele precisa ser comprado, que vale a pena. (ANTUNES et al., 2022).

De uma forma geral, as mulheres têm como características natural maior empatia, vontade de ajudar, maior sensibilidade. Essas características ajudam as mulheres a ter sucesso no seu empreendimento, pois facilitam o trabalho em diversos setores e possibilitam um desenvolvimento inovador e diferenciado. (AMORIM; BATISTA, 2012).

A importância do empreendedorismo feminino não está relacionada somente para a sociedade e economia, mas principalmente para elas, as próprias mulheres. Quando elas possuem seu próprio negócio acabam se tornando um modelo a ser seguido para as pessoas próximas, mais também para as pessoas de fora. Todas as pessoas quando buscam começar um negócio necessitam de ajuda, seja um familiar ou não, para se sentirem mais confiante, mais seguras para que seus esforços não sejam invalidados. (ANTUNES et al., 2022).

De forma natural o procedimento de empreender já tem muitas dificuldades, porém as dificuldades encontradas pelas mulheres são maiores, por conta de sua história ser vinculada ao gênero feminino. Uma grande maioria de mulheres empreendedoras tem dificuldades de montar seu próprio negócio por falta de recursos próprios, se veem obrigadas a solicitar aporte de capital de seus maridos, e com isso pode ocorrer cobranças e até mesmo o medo do fracasso. (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Em geral, muitas mulheres empreendem depois da maternidade, pois o mercado de trabalho não oferece condições flexíveis para que elas possam conciliar filhos e carreira. Desse modo, muitas buscam no empreendedorismo uma alternativa, pois mesmo que trabalhem mais em seu próprio negócio, elas conseguem coordenar melhor o próprio tempo, com maior liberdade para organizar sua agenda e conciliar compromissos pessoais e profissionais. (LAGES, 2016).

Para Natividade (2009) entre as principais motivações que levam as pessoas a se envolverem em práticas empreendedoras, encontramos aquelas que o fazem por oportunidade, optando por empreender entre várias opções de carreira, e aquelas que encaram o empreendedorismo como uma alternativa devido à falta de outras oportunidades de trabalho, agindo por necessidade ou para garantir sua sobrevivência.

Pode-se perceber que com a evolução dos tempos, fica mais evidente na mulher a transformação de suas necessidades, surge sempre para ela uma nova motivação, para tomar suas atitudes. Todos que empreendem perante uma necessidade, usando como ferramenta o empreendedorismo para conseguir seu desenvolvimento próprio, renda e até mesmo seu sustento, necessita de apoio e capacitação, para que assim sua motivação se mova em busca desse objetivo. (AMORIM; BATISTA, 2012).

A escolha das mulheres pelo empreendedorismo como modo de adentrar no mercado de trabalho está em sintonia com a busca ativa de autorrealização e de estabilidade financeira. O envolvimento com o empreendedorismo é fonte de sentimentos de satisfação, prazer e bem-estar. Ao escolher o empreendedorismo as mulheres enfrentam desafios que resultam em uma conquista, pois desejam melhorar seu potencial, tanto pessoal quanto profissional, as empreendedoras impulsionam espaços para se transformarem e transformar o contexto cultural e socioeconômico onde estão inseridas. (JONATHAN, 2011).

Neste contexto, Gomes (2006) constata também o crescente destaque que a mulher tem alcançado como empreendedora e conecta esse fenômeno a aspectos econômicos por gerar empregos para elas e outras pessoas, sociais ao possibilitar o equilíbrio trabalho e família e políticos ao ampliar sua autonomia.

A construção da nova identidade da mulher empresária tem provocado mudanças nas representações sociais da família. O homem está assumindo seu papel de marido de maneira diferente e ampliando sua participação na criação e educação dos filhos. Paralelamente, a imagem da mãe como profissional está transformando a percepção que os filhos têm dela. Contudo, esse é um processo dinâmico e em constante evolução, no qual os papéis de homem e mulher estão sendo redefinidos de acordo com uma visão que considera os seres humanos em sua totalidade, libertando-os de padrões rígidos de comportamento. (CRAMER et al., 2012).

O empreendedorismo feminino está em ascensão, embora muitas vezes seja impulsionada mais pela necessidade de sobrevivência do que pela busca de oportunidades, é evidente que as mulheres estão desempenhando um papel crucial na transformação positiva do cenário econômico nacional. A atividade empreendedora pode se manifestar na criação de empresas direcionadas para setores específicos, no empreendedorismo comunitário, ou no autoemprego como trabalhador autônomo, nota-se um aumento significativo da participação feminina no cenário empreendedor,

apesar da necessidade de superar paradigmas como as desigualdades de gênero, garantindo sua total inclusão no contexto atual, tanto em nível local quanto global. (NATIVIDADE, 2009).

Para Jonathan (2011) o empreendedorismo proporciona intenso prazer e sentimentos de satisfação e bem-estar subjetivo nas empreendedoras, deixando pouco espaço para arrependimentos, a escolha pelo empreendedorismo é um desafio para as mulheres, pois esse enfrentamento resulta .em conquistas, buscam atualizar seu potencial pessoal e profissional, desejando equilibrar suas vidas nos espaços público e privado, utilizando de estratégias que harmonizem as demandas pessoais, familiares e profissionais. Nessa trajetória, as empreendedoras transformam a si mesmas e o contexto socioeconômico-cultural em que estão inseridas.

De acordo com a literatura, o aumento da participação feminina no empreendedorismo está relacionado à expansão da participação das mulheres no mercado de trabalho, bem como, a diminuição do número de filhos, à redução do tamanho da família, ao crescimento do número de casais sem filhos, famílias unipessoais, a urbanização e a maior escolaridade. (LOIOLA, 2016).

Assim, a crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico e a significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa adotou uma abordagem exploratória e descritiva, utilizando a pesquisa bibliográfica na revisão de literatura para a construção textual e conceitual e dados secundários, em fontes documentais de caráter qualitativo e quantitativo para o alcance dos objetivos propostos. Esta escolha metodológica permitiu uma análise contextualizada das interações e dinâmicas presentes no cenário de estudo.

3.1 A caracterização da pesquisa

O presente estudo tem como objetivo analisar as características do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022. Caracteriza-se como uma abordagem qualitativa, que contempla uma pesquisa exploratória.

Sendo assim, a presente pesquisa terá uma abordagem exploratória, os estudos exploratórios são frequentemente empregados para diagnosticar situações, examinar diferentes alternativas ou descobrir novas características. Para Gil (2008) as principais finalidades das pesquisas exploratórias são modificar, desenvolver e esclarecer conceitos, ideias e fundamentar o problema. Assim será realizado uma análise exploratória para descrever a importância, as características e a evolução do empreendedorismo feminino no Brasil.

A pesquisa exploratória consistirá em estudo bibliográfico que segundo Fonseca (2002, p. 32) “a pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos.”.

Portanto, este estudo baseará sua fundamentação teórica em fontes como artigos, livros, teses e dissertações relacionadas ao tema, a fim de evidenciar a participação da mulher no mercado de trabalho seus desafios e dificuldades e mostrar o empreendedorismo feminino como alternativa de emprego e renda.

Para a realização das análises, alcance dos objetivos e a comprovação da hipótese do presente estudo, será realizada uma pesquisa em fontes documentais através da coleta de dados secundários da GEM BR 2018-2022, Sebrae e outras fontes que tratam do tema, para demonstrar as características, setores com maior

participação feminina, perfil, desafios, perspectivas e a evolução do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022.

3.2 A coleta e análise das variáveis

Para analisar a evolução do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022 será utilizado os dados secundários de fontes documentais do Relatório Executivo da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e as características das empreendedoras femininas serão analisados dados de uma pesquisa sobre as características do empreendedorismo feminino serão analisados os dados da pesquisa do Data Sebrae do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Para Identificar o perfil da mulher empreendedora brasileira analisando as variáveis escolaridade, cor/raça, faixa etária, renda, setores da atividade econômica, geração de emprego e faturamento serão utilizados dados do Empreendedorismo no Brasil, recorte temático: sexo; cor/raça e faixa etária da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), no período de 2018 a 2022, complementando com informações do Relatório do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) sobre empreendedorismo feminino.

A discussão sobre os desafios empreendedorismo feminino enfrenta será baseado nos estudos do SEBRAE Delas, programa para apoio e fomento ao Empreendedorismo Feminino.

Para fundamentar a discussão sobre as perspectivas do empreendedorismo feminino no Brasil destacando o potencial das mulheres para impulsionar o mercado de trabalho será analisada as tendências evidenciadas nas pesquisas realizadas pelo GEM e SEBRAE e outras fontes que pesquisam o tema.

Serão utilizados tabelas, gráficos e percentuais, obtidos a partir dos dados mencionados, visando responder à pergunta norteadora, sobre quais as motivações levam as mulheres a empreender no Brasil?

Na tabulação dos dados será utilizada a estatística descritiva que apresenta os dados a partir do uso de gráficos, diagramas e tabelas, os quais resumem as informações de um conjunto maior de dados.

Em relação à análise dos resultados, esta pesquisa pode ser classificada como quantitativa e qualitativa. Como descreve Moresi (2003, p. 8) “considera a análise quantitativa tudo que pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas.”.

Para Pereira (2012, p. 87), a pesquisa qualitativa “parte do entendimento de que existe uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números.”.

Embora seja uma pesquisa qualitativa, empregou-se o método quantitativo para apresentar os dados e informações coletadas. Esse método possibilitou a descrição e análise dos dados, permitindo reflexões e conclusões com base na literatura referenciada. Nesse contexto, Minayo (2002) afirma que os dados quantitativos e qualitativos se complementam, pois, a realidade que eles abrangem interage de forma dinâmica. Portanto, observa-se que a pesquisa qualitativa não exclui o uso de dados quantitativos, que podem, na verdade, enriquecê-la.

4 RESULTADOS

Este tópico vai apresentar os resultados da pesquisa em relação a evolução do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022, suas principais características, motivações, o perfil da mulher empreendedora e sua contribuição para economia brasileira.

4.1 Evolução do empreendedorismo feminino no Brasil de 2018 a 2022

Para compreender a evolução e participação da mulher no empreendedorismo brasileiro, foram utilizados os dados coletados pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), no período de 2018 a 2022. Essa pesquisa consiste em um levantamento junto a uma amostra representativa da população adulta de 18 a 64 anos do país.

Nas edições de 2018, 2019, 2021 e 2022 foram entrevistados pessoalmente 2.000 indivíduos por ano, entre 18 e 64 anos, representando assim a população adulta brasileira. Na edição de 2020 devido à pandemia de Covid-19 e às medidas de isolamento social para conter a propagação do vírus, as entrevistas foram conduzidas remotamente, por telefone. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP (2018).

Os dados apresentam um panorama do empreendedorismo feminino no país no que tange à proporção das mulheres que participam dessa atividade e ao estágio do empreendimento com os quais estão envolvidas, e traz também um comparativo com o empreendedorismo masculino. O GEM considera como empreendedor todas as pessoas que já possuem um negócio (formal ou informal).

As taxas do empreendedorismo, calculadas a partir da pesquisa com a população adulta brasileira (18 a 64 anos), revelam a relação entre o empreendedor e o estágio do empreendimento. Portanto, para melhor compreensão das taxas, é necessário que sejam apresentadas as suas definições operacionais.

O empreendedorismo inicial refere-se ao estágio e de desenvolvimento de um negócio que é recente, com menos de 3,5 anos de existência. Dentro deste estágio,

há duas categorias principais: os empreendedores nascentes, que estão envolvidos na estruturação de um novo negócio e ainda não começaram a receber remuneração, como salários ou pró-labore, por mais de três meses; e os empreendedores novos, que já possuem um negócio em operação há menos de 3,5 anos e que já começaram a pagar remuneração, incluindo aos proprietários, por um período superior a três meses.

Já os empreendedores estabelecidos são aqueles que possuem um negócio consolidado com mais de 3,5 anos de existência. Estes empreendedores superaram a fase inicial e mantêm um empreendimento estável e bem-sucedido ao longo do tempo. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP (2018).

Os dados da Tabela 1, mostram a evolução das taxas do empreendedorismo no Brasil segundo o gênero e os estágios no período de 2018 a 2022.

TABELA 1: Taxas específicas (em %) de empreendedorismo por gênero segundo o estágio do empreendimento - Brasil – 2018 a 2022

Estágios	ANOS									
	2018	2018	2019	2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022
Gênero	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
Empreendedorismo inicial	18,5	17,3	23,5	23,1	25,6	21,3	23,3	18,7	23,0	17,2
Novos	17,0	15,8	15,7	16,0	16,8	10,1	12,8	9,4	14,7	10,6
Nascentes	1,6	1,7	8,6	7,5	9,2	11,2	10,7	9,7	8,5	6,6
Empreendedorismo estabelecido	23,3	17,2	18,4	13,9	12,0	5,4	14,0	6,1	14,2	6,8
Empreendedorismo total	41,7	34,4	40,9	36,5	36,9	26,3	36,5	24,6	37,1	23,9

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

Em 2018, a proporção de empreendedores na população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos) obteve uma taxa participação no empreendedorismo total de 41,7% entre os homens e 34,4% entre as mulheres. A diferença mais significativa se encontra nas taxas de "Empreendedores Estabelecidos" onde os homens superam as mulheres em 6 pontos percentuais. Quanto aos "Empreendedores Iniciais", que incluem tanto os empreendedores "Nascentes" quanto os "Novos", as taxas são mais equilibradas entre os gêneros.

Em 2019, a taxa de empreendedorismo entre homens foi de 40,9% obtendo uma vantagem em relação as mulheres que ficaram com 36,5%. No entanto, as taxas de empreendedorismo inicial são quase iguais para ambos os sexos, com 23,5% dos homens e 23,1% das mulheres envolvidos na criação ou gestão de negócios novos.

A maior diferença ocorre no empreendedorismo estabelecido (negócios com mais de 3,5 anos), onde a taxa masculina supera a feminina em 4 pontos percentuais, isso significa que, de cada 100 homens, 18 estão à frente de negócios consolidados, enquanto, entre as mulheres, esse número é de 14.

Em 2020, os homens empreenderam mais que as mulheres no Brasil, com uma taxa de empreendedorismo total de 36,9%, 10,6 pontos percentuais acima da feminina (26,3%). A maior diferença foi entre empreendedores estabelecidos, onde 12% dos homens tinham negócios consolidados, em comparação a 5,4% das mulheres. Já nos negócios mais recentes, a diferença foi menor, com a taxa masculina de empreendedorismo inicial em 25,6%, apenas 4,3 pontos percentuais acima da feminina (21,3%). As mulheres superaram os homens apenas entre os empreendedores nascentes, com uma diferença de 2 pontos percentuais.

Em 2021, os homens empreenderam mais do que as mulheres em todos os estágios de negócio. A taxa de empreendedorismo total masculina foi 36,5%, 12 pontos percentuais acima da feminina. A maior diferença ocorreu entre os empreendedores estabelecidos, com 14% dos homens e 6% das mulheres possuindo negócios consolidados. No empreendedorismo inicial, a taxa masculina foi 4,6 pontos percentuais maior, e entre os empreendedores novos, a diferença foi de 3,4 pontos. A menor diferença, de 1 ponto percentual, foi entre os empreendedores nascentes.

Os dados de 2022 mostram que os homens tiveram taxas de empreendedorismo maiores que as mulheres em todos os estágios de negócio. A taxa de empreendedorismo total dos homens foi de 37,1%, superando a das mulheres, que foi de 23,9%, com uma diferença de 13 pontos percentuais. Essa diferença foi influenciada, principalmente, pela diferença de 7,4 pontos percentuais no empreendedorismo estabelecido, onde 14,2% dos homens eram empreendedores estabelecidos, comparado a 6,8% das mulheres. No empreendedorismo inicial, a maior diferença foi encontrada entre os empreendedores novos, com 14,7% dos homens e 10,6% das mulheres. Já no empreendedorismo nascente, a diferença entre os sexos foi menor, com 8,5% dos homens e 6,6% das mulheres.

Os resultados mostraram que a participação da mulher na taxa de empreendedorismo total em média neste período foi de 29,14% enquanto que o homem foi de 38,62%, ou seja, a participação feminina foi 9,48% inferior à masculina.

Com a visualização das Figuras 1 e 2 pode-se verificar a evolução e a tendência do empreendedorismo feminino nestes anos comparando com o masculino.

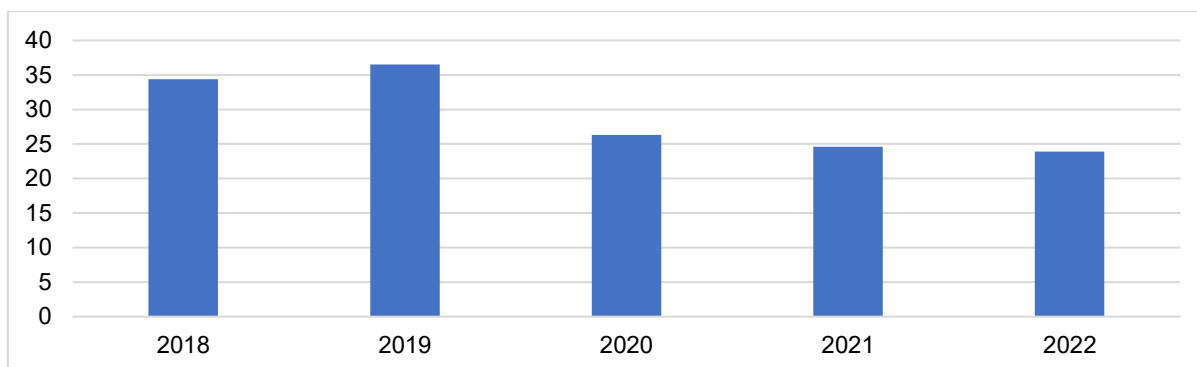


Figura 1: Evolução do empreendedorismo feminino de 2018 a 2022

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

No ano de 2019 houve um crescimento da taxa total do empreendedorismo feminino de 2,1% em relação a 2018, em 2020 a taxa caiu 10 % em relação a 2019, esse desempenho pode ter sido impactado pela COVID 19, mostrando uma tendência de queda nos anos seguintes de 1,7% em 2021 e 0,7 em 2022.

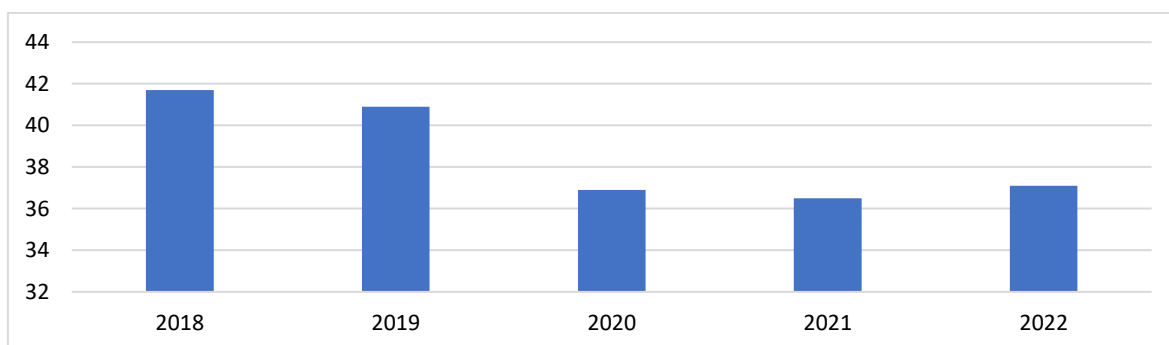


Figura 2: Evolução do empreendedorismo masculino de 2018 a 2022

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

O total de empreendedores masculinos se manteve relativamente estável, variando entre 36,5% e 41,7% ao longo dos anos. Mesmo durante a pandemia, o empreendedorismo total masculino mostrou resiliência, com uma leve queda em 2020 e uma recuperação em 2022.

Para concluir podemos analisar que o empreendedorismo masculino foi mais resiliente, especialmente durante o período de pandemia. Enquanto os homens mantiveram níveis relativamente altos de empreendedorismo em todas as categorias, as mulheres enfrentaram maiores desafios, com quedas mais acentuadas no empreendedorismo total e estabelecido. Isso aponta para a necessidade de políticas e suportes específicos para apoiar o empreendedorismo feminino, principalmente em momentos de crise econômica.

4.2 Perfil da mulher empreendedora

O presente estudo tem entre seus objetivos identificar o perfil das mulheres empreendedoras, segundo faixa etária, com destaque para três categorias: 18 a 34 anos, 35 a 54 anos e 55 a 64 anos, que serão apresentadas na Tabela 2.

TABELA 2: Distribuição das empreendedoras femininas por faixa etária (%) no Brasil – 2018-2022

Faixa etária	ANOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
18-34 anos	46	46	45	43	45
35-54 anos	44	48	38	43	40
55-64 anos	50	49	48	33	34

Fonte: Elaborado pela autora a partir do IBQP (2019a; 2020b; 2020c; 2021a; 2022c)

Em relação a faixa etária das mulheres empreendedoras no período observou-se que de 18 a 34 anos a participação média foi de 45%, mostrando uma oscilação negativa na participação destas nos anos de 2020 e 2021 muito provável em razão da pandemia, entretanto, recuperando-se no ano seguinte, refletindo um engajamento consistente das mulheres jovens no empreendedorismo.

A representatividade do empreendedorismo feminino na faixa etária de 35 a 54 anos foi de 42% no período. Os dados mostram que houve bastante oscilações no período, ressaltando o ano de 2020 em que a queda foi em torno de 26% em relação a 2019, recuperando em 2021 e caindo novamente em 2022.

A faixa etária de 55 a 64 anos apresentou uma participação média de 42% no período, mostrando uma tendência de queda ao longo dos anos, com destaque para o ano de 2021 em que a queda foi de cerca de 45%, em relação a 2020, consequentemente sob os efeitos da pandemia, tendo uma tímida recuperação no ano seguinte.

Os dados indicam, portanto que as mulheres mais jovens com a faixa etária de 18 a 34 anos apresentaram em média maior participação e representatividade no empreendedorismo.

A Tabela 3, apresenta a distribuição percentual de mulheres empreendedoras no Brasil, divididas por cor ou raça (pretas ou pardas e brancas), ao longo dos anos de 2018 a 2022.

TABELA 3: Distribuição das empreendedoras femininas por Cor/Raça (%) no Brasil – 2018-2022

Cor/raça	ANOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
PRETA OU PARDA	46,2	48	45	41	41
BRANCA	44,2	47	39	42	40

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019b; 2020a; 2020d; 2021b; 2022b)

A representatividade das empreendedoras pretas ou pardas no período foi em média de 44%, enquanto que as brancas foram de 42%. Ao longo dos anos tanto as empreendedoras pretas ou pardas como as brancas mostraram um aumento na participação em 2019, e seguindo a tendência da pandemia ambas apresentaram queda em 2020 com destaque para as brancas com uma redução na participação de 20% enquanto que as pretas ou pardas foi de 6%. As brancas se recuperaram no ano seguinte voltando a cair em 2022. As pretas ou pardas diminuem sua participação nos anos seguinte, mantendo-se estável em 2022. Indépende da cor ou raça as mulheres empreendedoras enfrentaram dificuldades e desafios como reflexo do cenário econômico que é bastante dinâmico e sujeito a variações.

Os dados revelaram que houve uma redução no empreendedorismo feminino no período analisado com uma diminuição da participação das mulheres pretas ou pardas em torno de 12% e das mulheres brancas em 10%, entretanto, observou-se que as pretas ou pardas lideram na participação do empreendedorismo feminino.

O grau de escolaridade do empreendedor apresenta grande influência na gestão do negócio, de acordo com Cestari (2024) quanto maior o grau de escolaridade, menor o número de mortalidade de negócios. Diante disso a proporção de empreendedores em cada nível de escolaridade vem mudando ao longo dos anos, como pode ser observado na Tabela 4.

TABELA 4: Percentual de escolaridades dos empreendedores por gênero no Brasil - 2018 a 2022

ANOS	Fundamental Incompleto		Fundamental Completo		Médio Completo		Superior Completo ou maior	
	M	F	M	F	M	F	M	F
2018	25	23	28	19	39	49	9	9
2019	25	21	25	22	37	44	13	13
2020	13	11	13	15	50	49	24	25
2021	14	10	17	16	47	42	23	32
2022	12	14	16	16	47	43	25	27

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

Em relação a participação por gênero no ensino fundamental incompleto, pode ser observado que o gênero masculino ao longo dos anos selecionados apresentou uma queda de 52%, enquanto que as mulheres apresentaram uma redução de 40%. Vale ressaltar que de 2018 a 2021 a participação dos homens neste grau de escolaridade teve sempre maior participação, apenas no ano de 2022 que a participação feminina superou a masculina.

No fundamental completo foi observada a mesma tendência de queda na participação no período, o gênero masculino apresentou uma redução de 43% enquanto que o feminino foi de 15%, neste nível de escolaridade a participação feminina sempre foi menor em relação à masculina.

No ensino médio completo houve um aumento na participação masculina correspondendo a 20% no período. Ao contrário da participação feminina que iniciou o período com uma participação superior a masculina, mas ao final do período apresentou uma queda de 12%. Neste nível de escolaridade, observou-se que a participação tanto masculina como feminina foram muito próximas, com exceção do ano de 2018 em que a feminina era menor.

No ensino superior completo a tendência foi de aumentar a participação no período, tanto masculina como feminina. O masculino aumentou em 177% e o feminino em 200%. Os dados mostraram que a partir do ano 2000, neste nível de escolaridade a participação feminina foi sempre superior à masculina.

A maior mudança no perfil de escolaridade ocorreu em 2020. O percentual de homens com fundamental incompleto teve uma queda significativa. Isso sugere uma redução expressiva de empreendedores com menor nível de escolaridade. O ensino médio completo é o nível predominante. O percentual de empreendedores com ensino superior é de 25% para homens e 27% para mulheres, quase um quarto de todos os empreendedores. Essa participação mostra um maior grau de escolaridade nos empreendedores, refletindo uma tendência crescente de qualificação.

A análise dos dados do período selecionado, revelou que a tendência foi diminuir ao longo dos anos a participação dos empreendedores tanto masculino como feminino nos níveis mais baixos de ensino como o ensino fundamental incompleto e completo e aumentar no grau do ensino médio completo e superior completo ou maior.

Entretanto, vale ressaltar que no período analisado as mulheres apresentaram maior participação no nível de escolaridade médio completo e a partir de 2020

intensificando a representatividade no superior completo ou maior, como pode ser visualizado na Figura 3.

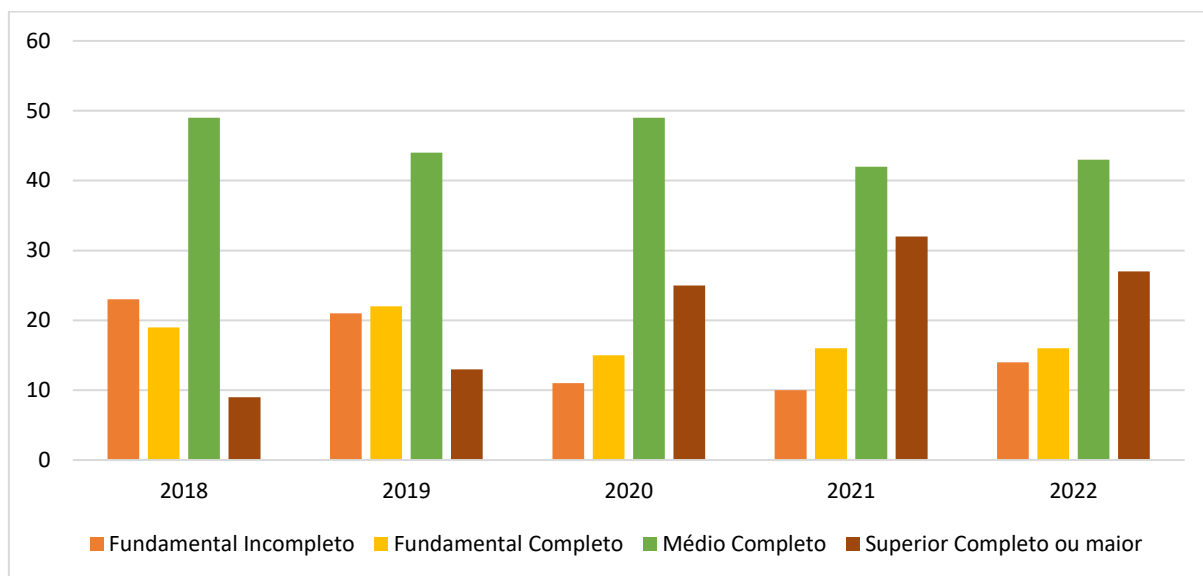


Figura 3: Evolução do grau de escolaridade do empreendedorismo feminino de 2018 a 2022

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

A Figura 3 mostrou um aumento constante na qualificação das mulheres empreendedoras no Brasil, especialmente com relação ao ensino superior, que cresceu de forma significativa entre 2020 e 2021. A queda no percentual de mulheres com escolaridade baixa também reflete uma tendência positiva de maior educação entre as empreendedoras. Embora o ensino médio continue sendo a faixa com maior participação, a busca por ensino superior indica uma mudança no perfil das mulheres no empreendedorismo, alinhada com a busca por maiores qualificações em um mercado competitivo.

Estes dados confirmam os estudos, de que está havendo um entendimento de que com maior grau de escolaridade, há mais acesso a conhecimentos técnicos e habilidades de gestão, o que pode aumentar a eficiência e inovação nos empreendimentos. As empreendedoras com maior nível de escolaridade tendem a ter taxas de inadimplência mais baixas, o que reflete uma gestão financeira mais eficiente. Portanto, a educação pode ser um diferencial para o sucesso e a sustentabilidade do empreendedorismo feminino. (CESTARI, 2024).

Em relação aos rendimentos a Tabela 5 demonstrou as diferenças entre os rendimentos do empreendedorismo feminino e masculino durante o período de 2018 a 2022.

TABELA 5: Nível de renda dos empreendedores por gênero no Brasil (%) - 2018 a 2022

ANOS	Até um salário mínimo		Mais de 1 até 2 salários mínimos		Mais de 2 até 3 salários mínimos		Mais de 3 até 6 salários mínimos		Mais de 6 salários mínimos	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
2018	10	16	31	33	22	22	29	24	7	5
2019	15	17	21	31	18	22	30	23	15	7
2020	13	18	13	29	13	21	36	21	24	11
2021	6	2	11	23	18	28	41	32	24	14
2022	8	24	17	21	14	14	30	25	32	16

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

Em 2018, 10% dos homens e 16% das mulheres empreendedoras ganhavam até um salário mínimo. Essa diferença reflete uma maior proporção de mulheres em faixas de renda mais baixas, um padrão que persiste ao longo dos anos, com exceção de 2021, quando a porcentagem de mulheres nessa faixa caiu drasticamente para 2%, enquanto entre os homens foi de 6%.

Esse movimento em 2021 pode ser reflexo de fatores econômicos específicos, como a recuperação parcial após os impactos iniciais da pandemia de COVID-19, que pode ter forçado muitos pequenos empreendedores a saírem ou se reestruturarem em faixas salariais mais altas. No entanto, em 2022, as mulheres voltaram a apresentar um aumento expressivo nessa faixa de renda mais baixa (24%), enquanto os homens se mantiveram estáveis em 8%, refletindo uma possível dificuldade maior para as mulheres em manter rendimentos mais elevados.

Na faixa de empreendedores que ganham entre mais de 1 e 2 salários mínimos, observa-se uma tendência de queda entre os homens, que passaram de 31% em 2018 para 17% em 2022. Para as mulheres, a variação é um pouco mais instável, com uma queda de 33% em 2018 para 21% em 2022, após um leve aumento para 23% em 2021. Essa oscilação pode indicar uma maior vulnerabilidade das mulheres empreendedoras a fatores externos, como crises econômicas ou falta de acesso a recursos. Esta faixa de rendimento é onde o empreendedorismo feminino tem maior participação que foi em média 27,4% no período.

Em 2018, tanto homens quanto mulheres apresentaram 22% de representatividade na faixa de mais de 2 até 3 salários mínimos. Nos anos seguintes, no entanto, há uma queda acentuada para os homens, que chegam a 14% em 2022. As mulheres, por sua vez, também caem para 14% em 2022, após um pico em 2021

de 28%. Esse aumento temporário em 2021 pode estar relacionado ao fato de muitas mulheres empreendedoras terem buscado diversificação de fontes de renda durante a pandemia, o que as levou a se posicionarem temporariamente em uma faixa de rendimento maior.

Na faixa de empreendedores que ganham entre mais de 3 e 6 salários mínimos, há um crescimento constante entre os homens, subindo de 29% em 2018 para 30% em 2022, com um pico em 2020 (36%). Para as mulheres, o crescimento é mais moderado, passando de 24% em 2018 para 25% em 2022. Esse leve aumento sugere que as mulheres empreendedoras ainda enfrentam maiores barreiras para alcançar faixas de renda mais elevadas, apesar de uma melhora geral ao longo dos anos, sendo a segunda faixa de rendimento com maior participação das empreendedoras representando em média 25% durante o período.

A faixa de renda mais alta, de mais de 6 salários mínimos, mostra um crescimento expressivo entre os homens, de 7% em 2018 para 32% em 2022. Esse aumento significativo indica que uma parcela cada vez maior dos homens empreendedores está conseguindo acessar rendimentos mais elevados, o que pode ser resultado de melhores oportunidades de expansão de negócios, acesso a capital ou uma maior resiliência em tempos de crise.

Entre as mulheres, também houve um crescimento, porém mais contido, passando de 5% em 2018 para 16% em 2022. Embora o aumento seja relevante, ele ainda é menor em comparação com o dos homens, sugerindo que as mulheres enfrentam mais dificuldades para chegar às faixas de renda mais altas. Nesta faixa de renda foi verificado a menor participação dos empreendimentos femininos com participação média de 10,6% no período.

Esse movimento indica uma concentração cada vez maior de homens nas faixas de renda mais elevadas. As mulheres, por outro lado, permanecem mais representadas nas faixas de renda mais baixas, mas começam a experimentar um crescimento nas faixas superiores, especialmente nos anos de 2021 e 2022, refletindo uma melhora no rendimento dessas empreendedoras.

Essa análise revela uma melhora geral no rendimento dos empreendedores de ambos os gêneros, possivelmente impulsionada por fatores como adaptação tecnológica, busca por novos mercados e a recuperação pós-pandemia. No entanto, a discrepância de gênero permanece, com os homens predominando nas faixas de renda mais altas, enquanto as mulheres ainda enfrentam maiores desafios para atingir

níveis semelhantes de remuneração, apesar do progresso observado nos últimos anos.

A visualização da Figura 4, é possível identificar a evolução dos rendimentos das mulheres empreendedoras no período de 2018 a 2022.

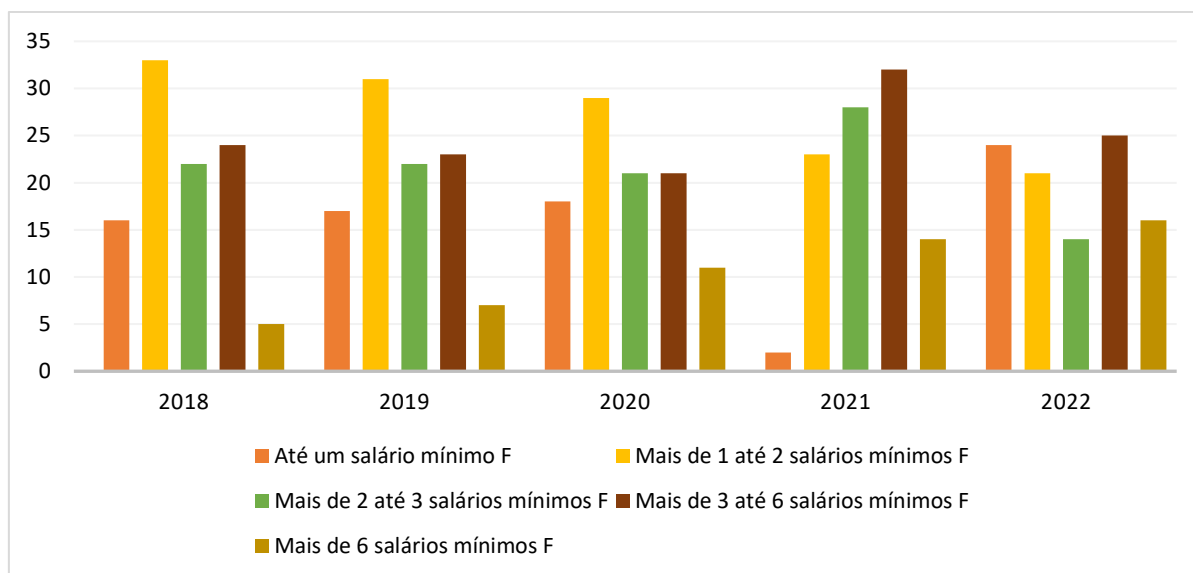


Figura 4: Evolução dos rendimentos do empreendedorismo feminino de 2018 a 2022

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

A Figura 4 mostra a evolução da renda das mulheres empreendedoras de 2018 a 2022. A faixa de até um salário mínimo variou bastante, caindo para 2% em 2021, mas subindo para 24% em 2022. Já as faixas de mais de 2 até 6 salários mínimos tiveram um aumento até 2021, seguido por uma leve queda em 2022. A faixa de mais de 6 salários mínimos cresceu consistentemente, passando de 5% em 2018 para 16% em 2022, indicando uma maior presença de mulheres em faixas de renda mais altas ao longo do período.

Entretanto percebe-se que ainda persiste as diferenças de rendimentos entre os empreendedores masculino e feminino nas faixas de rendas maiores, com a mulheres em desvantagens mesmo tendo mais escolaridade.

Esta situação vai de encontro ao descrito na literatura que aponta que as mulheres empreendedoras possuem um nível de escolaridade superior aos empreendedores masculinos, entretanto, isso ainda não lhes garantem maior ganho salarial, conforme apontado em pesquisa desenvolvida pelo Sebrae em que foi identificado que 37,5% das mulheres concluíram uma pós-graduação, contra 15% dos

homens, e, que, estas ganham 22% menos que os homens atuando no mesmo ramo de negócio (SEBRAE, 2019).

As mulheres estão presentes em diversos setores da atividade econômica, alguns dos principais incluem, serviços, comércio, beleza e estética, alimentação entre outros, como será apresentado na Tabela 6. Estes setores reflete tanto a diversidade das habilidades e interesses das mulheres quanto as oportunidades de mercado disponíveis para elas.

TABELA 6: Distribuição das empreendedoras femininas estabelecidas segundo as atividades (%) 2018-2022

ATIVIDADES (CNAE)	ANOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,1	5,4	5,6	6,1	5,7
Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, caseiros, cozinheiros, etc)	13,4	17,9	12,0	11,6	7,0
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	-	-	10,0	-	7,2
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	18,4	15,7	11,2	11,5	10,7
Comercio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	-	5,9	-	-	10,9
Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas	9,8	9,6	6,5	9,3	6,4
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	7,62	-	8,4	7,0	-
Fabricação de produtos diversos	-	-	-	6,9	-
Atividades de serviços pessoais	-	-	-	-	5,8
Outras atividades	42,7	45,4	46,0	47,5	45,2

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

Em 2018, a maior parte das empreendedoras atuava no setor de cabeleireiros e tratamento de beleza, com 18,4% do total. Serviços domésticos (diaristas, cuidadores, etc.) também tinham uma participação relevante, com 13,4%. Outros setores importantes incluíam a confecção de peças de vestuário (9,8%) e o comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios (8,1%). Além desses, uma grande parte (42,7%) das empreendedoras estava envolvida em outras atividades.

Já em 2019, houve uma mudança expressiva, com um aumento considerável na participação das mulheres em serviços domésticos, que chegou a 17,9%. No entanto, o setor de cabeleireiros sofreu uma queda para 15,7%. O comércio de

vestuário também caiu para 5,4%, enquanto o setor de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal apareceu pela primeira vez na tabela, com 5,9% das empreendedoras. Outras atividades ganharam mais força, subindo para 45,4%.

Observa-se uma queda significativa nos serviços domésticos (12,0%) e em cabeleireiros (11,2%) no ano de 2020, acompanhada por uma recuperação leve no comércio de vestuário (5,6%). O setor de restaurantes e alimentação cresceu para 8,4%, e o de serviços de catering e bufê surgiu com 10% de participação. A categoria de outras atividades continuou crescendo, atingindo 46% do total.

A tendência de queda nos serviços domésticos continuou no ano de 2021 com (11,6%), assim como no setor de cabeleireiros, que se manteve relativamente estável em 11,5%. A confecção de peças de vestuário apresentou um leve aumento, enquanto o comércio de vestuário seguiu subindo para 6,1%. Já o setor de restaurantes caiu para 7%, refletindo talvez o impacto da pandemia na área de alimentação. Mais uma vez, a categoria de outras atividades se destacou, chegando a 47,5%.

Por fim, em 2022, o setor de serviços domésticos sofreu uma queda acentuada, atingindo apenas 7%. O setor de cabeleireiros continuou sua trajetória de declínio, chegando a 10,7%, enquanto o comércio de cosméticos cresceu significativamente para 10,9%. A confecção de vestuário e o comércio de vestuário tiveram quedas (6,4% e 5,7%, respectivamente). Outras atividades permaneceram com uma participação elevada (45,2%), o que sugere uma contínua diversificação das empreendedoras em outros setores.

Ao longo dos anos, o setor de cabeleireiros e beleza manteve-se como um dos mais significativos, apesar de uma leve queda. Serviços domésticos, que tiveram um pico em 2019, reduziram-se drasticamente até 2022. O aumento das outras atividades ao longo do período indica uma maior diversificação nos negócios conduzidos por mulheres, enquanto o setor de cosméticos emergiu como uma área de crescimento em 2022.

As informações reforçam os dados do Sebrae (2024), que 77% das empreendedoras atuam nos setores de comércio e serviços. Esses são setores com menores barreiras à entrada, necessitando de menos capital para a entrada no negócio e de pouca qualificação profissional para atuar e conseqüentemente menores rendimentos. Os dados da Tabela 7 demonstram as motivações para as mulheres iniciarem suas trajetórias empreendedoras, a partir de duas formas; oportunidade e necessidade.

TABELA 7: Motivação para empreender (empreendedoras iniciais) oportunidade e necessidade*, no período de 2020 a 2022

Motivação	2020	2021	2022
Oportunidade	39,0	42,8	42,1
Necessidade	54,9	55,1	54,3

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2020f; 2021c; 2022a)

* A soma pode não totalizar 100%, pois em alguns empreendimentos não foi possível distinguir a motivação para empreender

De acordo com os estudos da pesquisa do GEM 2017 por oportunidade ocorre quando as mulheres identificam uma oportunidade de negócio e decidem investir nela. É impulsionado pela visão de crescimento, inovação e desejo de explorar novos mercados. Estas empreendedoras geralmente têm mais recursos e planejamento, buscando preencher lacunas no mercado ou criar novos produtos e serviços. Por necessidade acontece quando as mulheres são forçadas a iniciar um negócio de à falta de alternativas, como desemprego ou necessidade urgente de renda. É uma resposta a condições econômicas adversa e é caracterizado pela busca de seu sustento ou de sua família imediato. As empreendedoras por necessidade enfrentam mais desafios em termos de recursos e planejamento. (IBQP, 2017).

As motivações analisadas são para empreendedoras iniciais (em %) para oportunidade e necessidade, nos anos de 2020, 2021 e 2022. Para os anos de 2018 e 2019 não foram encontradas informações na pesquisa do GEM.

Em 2020, as taxas de empreendedorismo por necessidade foram significativamente mais altas do que por oportunidade. Foi um ano marcado pelo início da pandemia de COVID-19, que trouxe uma grande crise econômica e elevou o desemprego em várias partes do mundo. Muitas mulheres começaram a empreender por necessidade, devido à perda de emprego ou renda familiar reduzida. O início da pandemia resultou em um aumento no empreendedorismo por necessidade, pois muitas pessoas buscaram essa alternativa para substituir a renda perdida

As taxas de empreendedorismo por necessidade continuaram praticamente iguais em 2021 com 55,1%, e o empreendedorismo por oportunidade teve um leve aumento para 42,8%. Este ano foi marcado por adaptações aos desafios impostos pela pandemia, como a transição para o digital e a reabertura gradual da economia.

O empreendedorismo por necessidade e por oportunidade se manteve constante em 2022, 54,3%, e 42,1% respectivamente refletindo um cenário econômico mais estável. A economia global começou a dar sinais de recuperação, e mais

mulheres podem ter encontrado empregos formais ou alternativas para a geração de renda fora do empreendedorismo.

Os dados mostraram que a motivação principal para as mulheres iniciarem como empreendedoras está na necessidade. Estudos do SEBRAE reforçam estas informações apontando que entre os anos de 2018 a 2022, o principal motivo pelo qual muitas mulheres empreenderam por necessidade foi a falta de oportunidade de emprego formal. Durante este período, a economia brasileira passou por desafios significativos, incluindo altas taxas de desemprego e subemprego, o que levou muitas mulheres a buscar alternativas para garantir sua renda e sustentar suas famílias. Além disso a pandemia e a crise econômica agravaram a situação, forçando as mulheres a iniciar seus próprios negócios como forma de sobrevivência. (CNN BRASIL, 2023).

Amorim e Batista (2012) ressaltam que normalmente, um empreendimento feminino gera apenas o próprio emprego e/ou o emprego de familiares, porém pode gerar, quando o empreendimento tem sucesso, duas frentes de trabalho, pois a empreendedora necessita também de um empregado doméstico, para auxiliá-la nas atividades do lar.

Neste contexto, as mulheres não apenas criam oportunidades para si mesmas gerando o autoemprego, mas também contribuem para a criação de empregos para outras pessoas, ajudando a reduzir o desemprego e promover o desenvolvimento econômico, como pode ser observado na Tabela 8.

TABELA 8: Distribuição percentual de geração de ocupação no empreendedorismo feminino de 2018 a 2022

Número de pessoas ocupadas	2018	2019	2020	2021	2022
Nenhuma	77,2	51,8	20,0	21,5	29,5
De 1 a 5	18,8	42,9	43,8	51,1	40,7
De 6 a 19	3,3	4,5	29,0	18,8	17,6
Mais de 20	0,6	0,7	7,2	8,6	12,1

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

A grande maioria das empreendedoras, cerca de 77,2%, geravam apenas o próprio emprego no ano de 2018. Apenas 18,8% empregavam entre 1 e 5 pessoas, enquanto uma pequena porcentagem, 3,3%, tinha entre 6 e 19 empregados. Somente 0,6% das empreendedoras geravam ocupação para mais de 20 pessoas.

Já em 2019, houve uma mudança significativa, o percentual de empreendedoras que geravam sua apenas própria ocupação caiu para 51,8%,

enquanto o número de mulheres que empregavam de 1 a 5 pessoas subiu consideravelmente, atingindo 42,9%. O número de empreendedoras que ocupavam de 6 a 19 pessoas aumentou levemente para 4,5%, e aquelas que tinham mais de 20 empregados subiram um pouco, representando 0,7% do total.

O ano de 2020 trouxe mudanças ainda mais drásticas. A porcentagem de empreendedoras que geravam apenas seu próprio emprego despencou para 20%, enquanto 43,8% passaram a empregar entre 1 e 5 pessoas. Um dado marcante foi o aumento substancial de empreendedoras que empregavam entre 6 e 19 pessoas, subindo para 29%. Além disso, o número de mulheres que geravam ocupação para mais de 20 pessoas teve um crescimento expressivo, alcançando 7,2%. Este aumento significativo em todas as faixas de empregabilidade, exceto nas que não empregavam, pode ser relacionado às adaptações ao cenário da pandemia.

Essa tendência continuou em 2021, com o percentual de empreendedoras que não geravam ocupação, apenas a sua própria se manteve estável em 21,5%. O número de mulheres que empregavam de 1 a 5 pessoas subiu ainda mais, chegando a 51,1%, tornando-se a maioria. No entanto, a faixa de 6 a 19 empregados teve uma leve queda, ficando em 18,8%. O percentual de empreendedoras que empregavam mais de 20 pessoas continuou a crescer, atingindo 8,6%.

Por fim, em 2022, houve um leve aumento no percentual de empreendedoras que geravam apenas o seu emprego, chegando a 29,5%. Ao mesmo tempo, a proporção de mulheres que empregavam de 1 a 5 pessoas diminuiu para 40,7%. Já a faixa de 6 a 19 empregados sofreu uma pequena queda, ficando em 17,6%, enquanto o número de empreendedoras que ocupavam mais de 20 pessoas continuou a crescer, alcançando 12,1%, o maior percentual da série.

Os resultados mostraram que a geração de ocupação no empreendedorismo feminino ainda se destaca na geração do próprio emprego, representando em média 40% neste período, porém houve uma tendência de diminuição ao longo dos anos.

Na geração de 1 a 5 empregos a tendência foi de crescimento chegando a atingir uma média de 39,5% no período. A mesma tendência de crescimento se verificou na geração de 6 a 19 empregos atingindo em média 14,5% e de mais de 20 empregos a média no período foi de 6,8%. Constatando, portanto, que a diminuição da geração apenas do emprego próprio, acabou resultando no aumento da geração de mais empregos.

Nesta perspectiva Amorim e Batista (2012) destacam a importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade em razão da sua contribuição para o desenvolvimento econômico, pois gera emprego e renda para si e para outros.

Assim como a geração de empregos serve para avaliar a contribuição social e econômica do empreendedorismo feminino, o faturamento dos empreendimentos criados complementa tal análise. A Tabela 9 mostra a movimentação do faturamento do empreendedorismo feminino no período de 2018 a 2022.

TABELA 9: Faturamento anual do empreendedorismo feminino em (%) de empreendedoras de 2018 a 2022

Faturamento anual	2018	2019	2020	2021	2022
Até R\$ 6.000,00	*	28,6	17,6	32,9	36,2
De R\$ 6.000,01 a R\$12.000,00	62,0	22,5	18,5	16,2	18,7
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	20,8	15,6	19,8	9,3	11,5
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	7,4	4,1	9,7	5,7	4,6
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	4,2	1,9	6,0	2,3	2,5
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	0,6	1,9	6,1	3,6	2,7
De R\$ 60.000,01 a R\$ 81.000,00	2,1	0,0	3,9	4,5	2,9
De R\$ 81.000,01 a R\$ 360.000,0	**	2,4	7,7	4,0	5,3
Acima de R\$ 360.000,00	0,2	0,3	2,8	1,4	1,0
Ainda não faturou	2,7	22,7	7,8	20,1	14,6
	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborada pela autora a partir do IBQP (2019c; 2020e; 2020f; 2021c; 2022a)

*Em 2018 os dados sobre o faturamento iniciaram a partir de R\$ 6.000,00

**No ano de 2018 as informações sobre esta faixa de faturamento englobavam os valores de R\$ 60.000,00 a R\$ 360.000,00

Em 2018, a maior parte das empreendedoras estava nas faixas de faturamento mais baixas. Embora o percentual de mulheres que faturavam até R\$ 6.000,00 não tenha informação (indicado por um asterisco), sabe-se que 62% estavam na faixa de R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00, o que indicava um faturamento anual baixo para a maioria. Além disso, 20,8% das empreendedoras faturavam entre R\$ 12.000,01 e R\$ 24.000,00. A proporção de mulheres em faixas de faturamento mais altas era muito pequena, com apenas 7,4% faturando entre R\$ 24.000,01 e R\$ 36.000,00, e 0,2% faturando mais de R\$ 360.000,00. Vale notar que 2,7% das empreendedoras ainda não tinham registrado faturamento.

Houve uma redução no percentual de empreendedoras nas faixas de faturamento mais baixas no ano de 2019. O percentual de mulheres que faturavam até R\$ 6.000,00 é 28,6%, e o número de empreendedoras na faixa de R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00 diminuiu significativamente, caindo para 22,5%. No entanto, as faixas de faturamento mais elevadas apresentaram um pequeno crescimento. Por exemplo, a faixa entre R\$ 81.000,01 e R\$ 360.000,00 passou a representar 2,4%. Contudo, o percentual de empreendedoras que ainda não haviam faturado subiu bastante, chegando a 22,7%, possivelmente refletindo dificuldades em iniciar ou expandir os negócios nesse ano.

No ano de 2020, marcado pela pandemia da COVID-19, o impacto sobre as empreendedoras foi evidente. A proporção de mulheres que faturavam até R\$ 6.000,00 caiu para 17,6%. As faixas de faturamento entre R\$ 6.000,01 e R\$ 12.000,00 diminuíram para 18,5%, mas houve um crescimento na faixa de R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00, que passou para 19,8%, indicando uma leve recuperação. Nas faixas de maior faturamento, também houve um crescimento, 6,1% faturaram entre R\$ 48.000,01 e R\$ 60.000,00, e 2,8% ultrapassaram R\$ 360.000,00. Já o percentual de empreendedoras que ainda não haviam faturado caiu para 7,8%, demonstrando uma recuperação parcial em meio à crise.

O impacto da pandemia continuou a ser sentido em 2021. O percentual de empreendedoras que faturavam até R\$ 6.000,00 subiu ainda mais, chegando a 32,9%, o que reforça a concentração nas faixas de faturamento mais baixas. O percentual de mulheres que faturavam entre R\$ 6.000,01 e R\$ 12.000,00 caiu para 16,2%, e a faixa entre R\$ 12.000,01 e R\$ 24.000,00 caiu para 9,3%. Houve pequenos aumentos nas faixas mais altas de faturamento, como a faixa entre R\$ 60.000,01 e R\$ 81.000,00, que subiu para 4,5%. No entanto, o percentual de empreendedoras faturando acima de R\$ 360.000,00 caiu para 1,4%. Além disso, a porcentagem de empreendedoras que ainda não haviam faturado subiu para 20,1%, refletindo as dificuldades persistentes no mercado. A pandemia causou uma retração no faturamento devido a quarentena e as restrições econômicas. Muitas empresas femininas tiveram que se adaptar rapidamente para sobreviver.

Por fim, em 2022, a distribuição de faturamento das empreendedoras mostrou alguns sinais de estabilização. O percentual de empreendedoras que faturavam até R\$ 6.000,00 permaneceu elevado, em 36,2%, mas houve uma leve recuperação nas faixas de R\$ 6.000,01 a R\$ 12.000,00, que subiram para 18,7%. As faixas entre R\$

12.000,01 e R\$ 24.000,00 também cresceram um pouco, chegando a 11,5%. Nas faixas de faturamento mais elevadas, houve pouca variação, com a faixa de R\$ 81.000,01 a R\$ 360.000,00 representando 5,3%, enquanto o percentual de mulheres que faturavam mais de R\$ 360.000,00 caiu para 1,0%. O número de empreendedoras que ainda não haviam registrado faturamento diminuiu para 14,6%, sugerindo uma recuperação gradual no pós-pandemia.

Verificou-se que houve uma tendência de os empreendimentos femininos se concentrarem nas faixas de faturamentos mais baixas. Deste modo, na faixa de até R\$ 12 mil encontram-se 56% dos empreendimentos das mulheres, conseqüentemente nas faixas de faturamento superiores, os percentuais dos empreendimentos são significativamente menores. Sendo que na faixa de R\$81.000,00 a R\$360.000,00 e mais de R\$ 360.000,00 a participação foi em média de 4,3% e 1,1% respectivamente.

Estudos do SEBRAE (2023) apontam alguns dos principais motivos para compreender esta realidade: como a dificuldade de acesso a financiamentos, os setores de atuação, as mulheres empreendedoras costumam atuar em setores com menor valor agregado, como serviços e comércio, tamanho de negócios os empreendimentos femininos tendem a ser menores em termos de número de funcionários e escala de operações, o que limita o potencial de faturamento e inovação e internacionalização, estudos mostram que os negócios femininos são menos inovadores e têm menor potencialidade de internacionalização, que pode limitar o crescimento e a expansão.

O perfil das mulheres empreendedoras analisadas neste estudo, no período de 2018 a 2022, revela que são predominantemente jovens, concentradas na faixa etária de 18 a 34 anos. Mulheres pretas ou pardas lideraram a participação no empreendedorismo feminino durante este período. A maioria possui ensino médio completo, representando 45,4% das empreendedoras. Em termos de rendimento 27,4%, ou seja, a maior parcela recebe de 1 a 2 salários mínimos. Elas atuam fortemente nos setores de serviços e comércio. Os dados da pesquisa mostraram que 55% das empreendedoras iniciaram seus negócios por necessidade.

De acordo com os dados do Sebrae (2023) entre 2018 e 2022, o número de mulheres empreendedoras no Brasil atingiu aproximadamente 10,3 milhões. Assim, além de gerar sua própria ocupação, 39,5% dessas mulheres geram entre 1 a 5 empregos. O faturamento anual dos empreendimentos femininos se concentra na faixa de até R\$ 12 mil, representando 56% dos casos.

Há ainda algumas características pessoais do perfil das mulheres descritas na literatura que as tornam únicas em sua forma de tocar o negócio, sobre este aspecto, Fernandes, Campos e Silva (2013) argumentam que as mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, versatilidade, resiliência, maior empatia, comprometimento e vontade de ajudar. Essas características facilitam o relacionamento com clientes, parceiros e comunidade, entre outros. As mulheres têm a capacidade de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades, como conciliar lar, filhos, marido e trabalho

Com os resultados apresentados confirma-se a hipótese formulada neste estudo de que o empreendedorismo feminino se revelou como uma alternativa à mulher para sua inclusão no mundo do trabalho, demonstrando que a necessidade motivou a geração de seu próprio emprego e oportunizando geração de outros, buscando a independência financeira, participar da renda familiar ou ainda própria sobrevivência e de seus familiares, especialmente em contextos onde as mulheres enfrentam barreiras significativas para ingressar ou progredir em empregos tradicionais.

4.3 Desafios do empreendedorismo feminino

Em um mercado de trabalho ainda caracterizado por desigualdades de gênero, o empreendedorismo tem se tornado uma alternativa para muitas mulheres buscarem independência financeira e melhorarem sua qualidade de vida. Entretanto, elas continuam enfrentando diversos desafios, que refletem uma sociedade com fortes influências patriarcais. Persistem ainda muito preconceito e discriminação, barreiras culturais que podem dificultar a aceitação e apoio ao empreendedorismo feminino

Um dos maiores obstáculos é a dupla jornada, em que as mulheres precisam conciliar a administração de seus negócios com as responsabilidades domésticas e familiares, as quais, na maioria das vezes, permanecem sendo exclusivamente atribuídas a elas. Equilibrar a dupla jornada entre trabalho e afazeres domésticos, desenvolver autoconfiança e se afirmar em um ambiente muitas vezes machista., tem sido um grande desafio. (SEBRAE, 2019).

Além disso, muitas lidam com a falta de confiança em suas capacidades de liderança e a necessidade constante de provar suas habilidades. O acesso ao crédito é outro obstáculo, com mais dificuldades para conseguir empréstimos. As linhas de crédito continuam sendo mais caras e menos acessíveis para elas. No Brasil, o ambiente empreendedor é competitivo, agravado pela falta de incentivo estatal e as barreiras sociais enfrentadas pelas mulheres. Apesar disso, sua resiliência é essencial para superar os desafios e alcançar o sucesso nos negócios. (LUCAS; ANCELMO, 2022).

Portanto, é fundamental que as mulheres empreendedoras sejam reconhecidas e valorizadas por suas contribuições para a economia e sociedade, com apoio de políticas públicas que possam promover o empreendedorismo feminino, além de reduzir as desigualdades de gênero no mercado de trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas últimas décadas, o papel da mulher na economia e na sociedade brasileira passou por transformações significativas, mas ainda enfrenta desafios como preconceito, discriminação e desigualdade salarial. O aumento do empreendedorismo feminino, especialmente em pequenas e médias empresas, tem se mostrado crucial para a geração de renda e emprego, além de inspirar outras mulheres a conquistarem sua independência financeira.

Este estudo teve como objetivo analisar as características do empreendedorismo feminino no Brasil no período de 2018 a 2022 bem como as motivações que levam as mulheres a empreender. Os resultados mostraram que o empreendedorismo feminino emergiu como uma alternativa para a inclusão das mulheres no mercado de trabalho motivada pela necessidade. Ao criar seus próprios empregos e gerar oportunidades para outros, as mulheres buscam independência financeira, contribuem para a renda familiar e asseguram a sobrevivência própria e de seus familiares. Isso é particularmente relevante em contextos onde elas enfrentam barreiras significativas para ingressar ou progredir em empregos tradicionais.

Diante disso, o empreendedorismo feminino tem crescido significativamente no Brasil, refletindo a crescente presença das mulheres no mercado de trabalho e sua busca por autorrealização e estabilidade financeira. Embora ainda enfrentem desafios relacionados a desigualdade de gênero, responsabilidades familiares e barreiras financeiras, muitas mulheres optam por empreender como forma de conciliar carreira e vida pessoal. O empreendedorismo não só gera satisfação pessoal e profissional, mas também contribui para mudanças sociais, promovendo um novo modelo de identidade feminina e uma redefinição dos papéis de gênero. Este fenômeno está ligado a fatores como a redução do tamanho das famílias, maior escolaridade feminina e mudanças na estrutura familiar, destacando o papel crucial das mulheres na transformação econômica e social do país.

A diferença significativa nas taxas de empreendedorismo estabelecido entre os gêneros, que aponta para um desbalanceamento, ressalta a necessidade urgente de implementar políticas públicas e iniciativas de suporte que promovam o empreendedorismo feminino. Essas medidas são essenciais para criar um ambiente mais equitativo, especialmente em momentos de crise econômica, permitindo que as

mulheres não apenas entrem no mercado empreendedor, mas também consigam consolidar seus negócios e contribuir para o desenvolvimento econômico do país. A promoção da igualdade de oportunidades entre os gêneros no empreendedorismo é crucial para fomentar um ecossistema mais robusto e diversificado.

A análise apresentada revela um panorama complexo e dinâmico do empreendedorismo feminino no Brasil entre 2018 e 2022. Apesar das flutuações significativas na participação e nos rendimentos das mulheres empreendedoras, destaca-se uma tendência positiva em relação à qualificação, com um aumento no nível de escolaridade e um leve crescimento na presença em faixas de renda mais altas. Os dados sugerem que, para promover um ambiente mais equitativo e sustentável para as empreendedoras, é fundamental implementar políticas que incentivem o acesso a recursos, capacitação e redes de apoio.

Assim, a valorização e a promoção do empreendedorismo feminino são essenciais para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva, onde as mulheres possam não apenas participar do mercado, mas também prosperar nele. O empreendedorismo tem se mostrado uma alternativa viável para muitas mulheres buscarem independência financeira em um mercado de trabalho ainda marcado por desigualdades de gênero. No entanto, elas enfrentam desafios significativos, como a dupla jornada, onde precisam conciliar a gestão de seus negócios com as responsabilidades domésticas e familiares, frequentemente atribuídas a elas. A resiliência das mulheres é fundamental para que superem esses obstáculos e alcancem o sucesso nos negócios.

6 REFERÊNCIAS

ABRAMO, Lais. A Situação da Mulher Latino-Americana: o mercado de trabalho no contexto da reestruturação. In: DELGADO, Didice Godinho; CAPPELLIN, Paola; SOARES, Vera Soares (Orgs.), **Mulher e Trabalho: experiências de ação afirmativa**. São Paulo: Boitempo, 2000, p. 111-134.

ALMEIDA, Ivana Carneiro; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; GOMES, Amira Iva Ferraz. Comportamento Estratégico de Mulheres Empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011. DOI: 10.5585/riae.v10i1.1706. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/riae/article/view/15052/7261>. Acesso em: 10 jul. 2024.

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, 16, n. 40, p. 221–234, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n40p221>. Acesso em: 9 mai. 2024.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, [S. l.], v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012. Disponível em: <https://uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2024.

ANTUNES, Stefanny Raissa Alves; MACHADO, Jucilene Ribeiro; MASCARENHAS, Carlos Cesar; OLIVEIRA, Felipe. Mateus; MACHADO, Víctor Andrade; NAGATSUKA, Divane Alves da Silva. Empreendedorismo Feminino. **Revista Gestão em Foco**, [S. l.], v. 14, p. 96–108, 2022. Disponível em: <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/03/EMPREENDEDEDORISMO-FEMININO-96-a-108.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2024.

ARAÚJO, Gizelda Rodrigues de; FREITAS, Josiane Machado Fagundes; SOUZA, Nayara Aryan Melo. O Papel Histórico da Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho e Sua Dupla Jornada. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, [S. l.], p. 76–97, 2021. DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/historia/insercao-da-mulher. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/historia/insercao-da-mulher>. Acesso em: 15 mai. 2024.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 25–38, 2014. DOI: 10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 29 abr. 2024.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em:

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm . Acesso em: 20 mai. 2024.

BRUSCHINI, Cristina. **Mulher, Casa e Família**: cotidiano nas camadas populares. São Paulo: Vértice, 1990.

BRUSCHINI, Cristina. Trabalho doméstico: inatividade econômica ou trabalho não-remunerado? **Revista Brasileira de Estudos da População**, São Paulo, v. 23, n. 2, p. 331-53, 2006. DOI: 10.1590/S0102-30982006000200009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbepop/a/vG3HhnyjrSY7vFZFhSqWL7N/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 25 set. 2024.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa. A Bipolaridade do Trabalho Feminino no Brasil Contemporâneo. **Cadernos de Pesquisa**, [S. l.], n. 110, p. 67–104, 2000. DOI: 10.1590/S0100-15742000000200003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/dzDXTKKn96DdTZSqnmtH5r/?lang=pt>. Acesso em: 20 maio. 2024.

CARRIJO, Michelle de Castro; FERREIRA, Sara Regina Rizza. Empreendedorismo Feminino no Brasil: uma análise dos dados da global entrepreneurship monitor (GEM). **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, [S. l.], v. 6, n. 6, p. 200-225, 2017. Disponível em: <https://fatece.edu.br/arquivos/arquivos-revistas/empreendedorismo/volume6/12.pdf>. Acesso em: 8 abr. 2024.

CASTRO, Juliana Cunha da Silva; BRAZ, Andreza de Freitas; FREITAS, Daiane Miranda de. Empreendedorismo Feminino: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de Viçosa-Mg. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 8, n. 8, p. 515-542, 2019. Disponível em: <https://fatece.edu.br/arquivos/arquivos-revistas/empreendedorismo/volume8/Juliana%20Cunha%20da%20Silva%20Castro;%20Andreza%20de%20Freitas%20Braz;%20Daiane%20Miranda%20de%20Freitas.pdf>. Acesso em: 8 abr. 2024.

CESIT/IE (Centro de Estudos Sindicais e Economia do Trabalho). 2017. **Cadernos de Formação Mulheres**: mundo do trabalho e autonomia econômica. Campinas: UNICAMP, caderno 3, p. 1-52, 2017. Disponível em: <https://www.eco.unicamp.br/images/arquivos/Caderno-3-web.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2024.

CESTARI, Karol. **Empreendedorismo feminino**: Do surgimento à ascensão, 2024. Disponível em: <https://aempreendedora.com.br/empreendedorismo-feminino-do-surgimento-a-ascensao/>. Acesso em: 20 out. 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CNN BRASIL. **Empreendedorismo feminino**: como lidar com os desafios da questão de gênero nos negócios. Publicado em 15 de junho de 2023. Disponível em: www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/mulher-empreendedora/?form=MG0AV3. Acesso em: 15 out. 2024.

COELHO, Eduardo Nogueira Lopes. **O empreendedorismo no Brasil:** possibilidades, problemas e desafios. Brasília: UniCEUB, 2009. 42 p. Monografia (Bacharelado em Administração) – Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2009.

CRAMER, Luciane; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves; ANDRADE, Áuria Lucia S.; BRITO, Mozar José de. Representações Femininas da Ação Empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 53–71, 2012. DOI: 10.14211/regepe.v1i1.14. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/view/14>. Acesso em: 12 jun. 2024.

DOGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor:** fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor.** São Paulo: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Transformando Ideias em Negócios.** Rio de Janeiro: Atlas, 2001.

ENGELS, Friedrich. **A Origem da Família, da Propriedade Privada e do Estado.** 9. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1984.

ESLABÃO, Daniel da Rosa; VECCHIO, Fabrizio Bon. Condições e Obstáculos ao Empreendedorismo no Brasil. **Revista Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 79–90, 2018. DOI: 10.29073/e3.v2i2.22. Disponível em: <https://revistas.ponteditora.org/index.php/e3/article/view/22>. Acesso em: 11 jul. 2024.

FERNANDES, Jose André Tavares.; CAMPOS, Fabiana de; SILVA, Mirian Oliveira da. Mulheres Empreendedoras: O desafio de empreender. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, 2013. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/cccs/24/familia-trabalho.html>. Acesso em: 25 de set. 2024.

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

FREITAS, Isabel; MORI, Natalia; FERREIRA, Verônica. **A Seguridade Social é um Direito das Mulheres:** vamos à luta! Brasília: 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Empreendedorismo Feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017. DOI: 10.14211/regepe.v6i1.450. Disponível em: <http://www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/450>. Acesso em: 11 jul.2024.

GÓES, Fábio; MACHADO Fernanda. A Mulher e o Mercado de Trabalho: permanência e perspectivas. **Revista Eletrônica do TRT-PR** -, [S. l.], v. 10, n. 99, 2021. Disponível em: <https://juslaboris.tst.jus.br/handle/20.500.12178/189686>. Acesso: 20 mai. 2024.

GOMES, Almiraiva Ferraz. **Mulheres Empreendedoras**. São Paulo: UESB, 2006.

GOMES, Almiraiva Ferraz; SANTANA, Weslei Gusmão Piau; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; CORREIA, Elizabeth Lílian Flores. Trajetórias e Estratégias de Mulheres: um estudo conquistense. **REGE Revista de Gestão**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 67-87, 2009. Disponível em: <https://revistas.usp.br/rege/article/view/36662/39383>. Acesso em: 11 jul. 2024.

HIRATA, Helena. Gênero, Patriarcado, Trabalho e Classe. **Revista Trabalho Necessário**, [S. l.], v. 16, n. 29, 2018. DOI: 10.22409/tn.16i29.p4552. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/trabalhonecessario/article/view/4552>. Acesso em: 24 abr. 2024.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Danièle. Novas Configurações da Divisão Sexual do Trabalho. **Cadernos de Pesquisa**, [S. l.], v. 37, n. 132, p. 595-609, 2007. Disponível em: <https://publicacoes.fcc.org.br/cp/article/view/344>. Acesso em: 20 out. 2024.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Estatísticas de Gênero Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2021. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101784_informativo.pdf. Acesso em: 14 mai. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo 2016**. 2017. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AF-GEM-Nacional-BAIXA.pdf>. Acesso em: 30 out. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): recorte temático faixa etária 2018**. 2019a. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/04/GEM-An%C3%A1lise-por-Faixa-etaria-2018entrega.pdf>. Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): recorte temático cor/raça 2018**. 2019b. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/02/GEM-An%C3%A1lise-por-ra%C3%A7a-cor-2018-entrega.pdf>. Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): análise dos resultados por gênero 2018**. 2019c. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/GEM-An%C3%A1lise-por-g%C3%AAnero-2018-finalv1-002.pdf>. Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): recorte temático cor/raça 2019**. 2020a. Disponível em:

<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/06/GEM-2019-Ra%C3%A7a-Cor.pdf>. Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático faixa etária 2019. 2020b. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/07/GEM-2019-Faixa-Et%C3%A1ria_v3-corrigido.pdf .Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático faixa etária 2020. 2020c. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-RT-Faixa-Et%C3%A1ria-v3.pdf> . Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático cor/raça 2020. 2020d. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-RT-COR-BR-v3.pdf> . Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático sexo 2019. 2020e. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/06/GEM-2019-Sexo.pdf>. Acesso em: 20 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático sexo 2020. 2020f. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-RE-SEXO-v2.pdf>. Acesso em: 23 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático faixa etária 2021. 2021a. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/11/Recorte-Tematico-Faixa-Etaria-GEM-Brasil-2021.pdf> . Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático cor/raça 2021. 2021b. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/11/Recorte-Tematico-Cor_Raca-GEM-Brasil-2021.pdf . Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático sexo 2021. 2021c. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/11/Recorte-Tematico-Sexo-GEM-Brasil-2021.pdf>. Acesso em: 25 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: recorte temático sexo 2022. 2022a. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-2022-Recorte-Tematico-Sexo_FINAL.pdf . Acesso em: 27 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM):** recorte temático cor/raça 2022. 2022b. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-2022-Recorte-Tematico-Cor-Raca_FINAL.pdf . Acesso em: 18 set. 2024.

IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade). **Global Entrepreneurship Monitor (GEM):** recorte temático faixa etária 2022. 2022c. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-2022-Recorte-Tematico-Faixa-Etaria_FINAL.pdf . Acesso em: 18 set. 2024.

IORI, Kállita de Freitas; SILVA, Ruteléia Cândida de Souza. A Feminização do Mercado de Trabalho e a “Questão Social” Expressa no Gênero. **Connection line – revista eletrônica do UNIVAG**, [S. l.], v. 0, n. 23, 2020. DOI: 10.18312/connectionline.v0i23.1590. Disponível em: <https://periodicos.univag.com.br/index.php/CONNECTIONLINE/article/view/1590>. Acesso em: 24 abr. 2024.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres Empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 65–85, 2011. DOI: 10.1590/S0103-56652011000100005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652011000100005&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 11 JUL. 2024.

LAGES, Patrícia. **Lugar de Mulher é Onde Ela Quiser**: o manual para quem quer vencer na carreira profissional ou empreender seu próprio negócio. Rio de Janeiro: Vida Melhor, 2016.

LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LOIOLA, Camila Coutinho. **Mulher Empreendedora**: dificuldades e preconceitos. Rio de Janeiro: PUC, 2016. 50 p. Monografia (Bacharelado em Administração) Administração de Empresas – Pontifícia Universidade Católica do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

LUCAS, Carina da Silva; ANCELMO, Lúcia Aparecida. Os desafios do empreendedorismo feminino. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 17, p. 12, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i17.38299. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/38299/32118> . Acesso em: 20 out. 2024.

MAZZA, Luan. **A mudança da sociedade: o papel da mulher do início do século XX ao XXI, tendo como parâmetro o Código Civil de 1916 e 2002**. Publicado em 6 de julho de 2015. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/40676>. Acesso em: 20 out. 2024.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência Técnica e Arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 9-29.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da Pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2003. Disponível em: <http://www.inf.ufes.br/~pdcosta/ensino/2010-2-metodologia-de-pesquisa/MetodologiaPesquisa-Moresi2003.pdf>. Acesso em: 12 maio. 2024.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo Feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, [S. l.], v. 43, n. 1, p. 231–256, 2009. DOI: 10.1590/S0034-76122009000100011. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122009000100011&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 8 mai. 2024.

NOSSA CAUSA. **Conquistas do Feminismo No Brasil**: Uma Linha Do Tempo. Publicado em 9 de março de 2020. Disponível em: <https://nossacausa.com/conquistas-do-feminismo-no-brasil/>. Acesso em: 20 out. 2024.

OLIVEIRA, Vanessa Ramos da Silva. A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, [S. l.], p. 119–131, 2021. DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/administracao/evolucao-da-mulher. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/evolucao-da-mulher>. Acesso em: 27 mai. 2024.

PEREIRA, José Matias. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PROBST, Renata Elisiana. **A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho**. Blumenau: ICPG, 2003. 8 p. Monografia. Gestão Estratégia de Recursos Humanos - Instituto Catarinense de Pós-Graduação, Blumenau, 2003.

QUERINO, Luciane Cristina Santos; DOMINGUES Mariana Dias dos Santos; LUZ Rosângela Cardoso da. A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho. **FACEQ: revista dos discentes da Faculdade Eça de Queirós**, Jandira-SP, n. 2, 2013. Disponível em: <https://uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170427174519.pdf>. Acesso: 11 jul. 2024.

QUIRINO, Raquel. Divisão Sexual do Trabalho, Gênero, Relações de Gênero e Relações Sociais de Sexo: aproximações teórico-conceituais em uma perspectiva marxista. **Trabalho & Educação**, Belo Horizonte, v. 24, n. 2, p. 229–246, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/trabedu/article/view/9440>. Acesso em: 26 abr. 2024.

RESENDE, Kelly de Souza; QUIRINO, Raquel. Feminização do Mundo do Trabalho? Mulheres em Profissões Tipicamente Masculinas. IN: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO 11 & 13TH WOMEN'S WORLDS CONGRESS, 2017, Florianópolis. **Anais** [...]. Florianópolis: UFSC, 2017. p. 1-12. Disponível em: https://wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1500580209_ARQUIVO_Texto_completo_MM_FG_Artigofinalizado.pdf. Acesso em: 25 abr. 2024.

RIBEIRO, Fabiana de Jesus Carvalho; SILVA, Mayra Barros Araújo; MACEDO, Karla Gonçalves; BUENO, Miriam Pinheiro. Empreendedorismo Feminino no Brasil. **RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar**, [S. l.], v. 4, n. 11, p. 1-12, 2023. DOI: 10.47820/recima21.v4i11.4417. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/4417>. Acesso em: 13 jun. 2024.

RIZZI, Mauricio Alves. **Os Desafios de Empreendedorismo no Brasil**. Porto Alegre, Faculdade Anhanguera de Porto Alegre, 2019. 25 p. Monografia (Bacharelado), Administração. Faculdade Anhanguera de Porto Alegre, Porto Alegre, 2019.

SANTOS, Maria Pereira; LOPES, Suellen Aparecida; SILVA, Stephani Almeida da; SCHOTTEN, Paulo César. **Mulheres no Mercado de Trabalho**: uma perspectiva teórica e histórica. Mato Grosso do Sul, CPNA, 2021. 19 p. Monografia (Bacharelado) Administração - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Mato Grosso do Sul, 2021.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino como Tendência de Negócios**. Salvador: Sebrae/B A, 2019. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%3%aaancia_de_neg%3%b3cios.pdf. Acesso em: 20 out. 2024.

SEBRAE. **Infográfico – N° de donas de negócios chega ao recorde de 10,3 milhões**. Publicado em 8 de março de 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/infografico-n-de-donas-de-negocios-chega-ao-recorde-de-103-milhoes/?form=MG0AV3>. Acesso em: 20 out. 2024.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil: Desafios e o Sebrae Delas**. 2024. Disponível em : <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/artigos/empreendedorismo-feminino-no-brasil-desafios-e-o-sebrae-delas,811d29c0c96cd810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 14 set. 2024.

SENTANIN, Luis Henrique Valenciano; BARBOZA, Reginaldo José. Conceitos de Empreendedorismo. **Revista científica eletrônica de administração**, Garça, n. 9, 2005. Disponível em: https://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf. Acesso em: 10 jul. 2024.

SILVA, Ana Carolina Cozza Josende da; FURTADO, Juliana Haetinger; ZANINI, Roselaine Ruviano. Evolução do Empreendedorismo no Brasil Baseada nos Indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Revista Produção Online**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 758–780, 2015. DOI: 10.14488/1676-1901.v15i2.1940. disponível em: <https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/1940>. Acesso em: 2 mai. 2024.

SILVA, José Alan Barbosa da; SILVA, Murilo Sergio Vieira. Análise da Evolução do Empreendedorismo no Brasil no Período de 2002 a 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 115-137, 2019. DOI: 10.30781/repad.v3i2.8674. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/8674>. Acesso em: 29 abr. 2024.

SOUSA, Luana Passos de; GUEDES, Dyeggo Rocha. A Desigual Divisão Sexual do Trabalho: um olhar sobre a última década. **Estudos Avançados**, [S. l.], v. 30, n. 87, p. 123–139, 2016. DOI: 10.1590/S0103-40142016.30870008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/PPDVW47HsgMgGQQCgYYfWgp/?lang=pt> . Acesso em: 20 out. 2024.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: estudo de multicasos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, [S. l.], v. 49, n. 1, p. 59–76, 2014. DOI: 10.5700/rausp1131. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rausp/article/view/86369>. Acesso em: 8 mai. 2024.

WUNSCH, Victor Filho. Perfil Epidemiológico dos Trabalhadores. **Revista Brasileira de Medicina do Trabalho**. Belo Horizonte, v.2, n. 2, p-103-117, 2004. Disponível em: <https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/0180.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2024.

YANNOULAS, Sílvia Cristina. **Dossiê**: políticas públicas e relações de gênero no mercado de trabalho. Brasília: CFEMEA; FIG/CIDA, 2002.