



Empreendedorismo Feminino: Um Estudo Bibliométrico nas Principais Revistas Brasileiras de Administração

Raylla Aparecida Pereira dos Santos
raylla.santos182015@gmail.com
FaSF

Natalia Contesini dos Santos
netycontesini@hotmail.com
FaSF

Elisângela Modesto da Silva
elis.modesto@gmail.com
FaSF

Giovana Pampanelli
giopampanelli@gmail.com
FaSF

Resumo: Frente a essa crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro, o que indica o grande potencial econômico e de contribuição social e cultural para o desenvolvimento do país esse estudo buscou descrever e analisar como o tema empreendedorismo feminino é abordado nas principais revistas de administração brasileiras. Foi realizado estudo bibliométrico de publicações sobre o tema nas principais revistas de administração brasileiras, obtendo-se 10 artigos, publicados nas revistas RAC, RAE, RAP, Cadernos EBAPE.BR e O&S, no período de 2002 a 2019. Para análise dos dados quantitativos utilizou-se tabelas e gráficos. Para análise dos dados qualitativos utilizou-se a técnica de Análise de Conteúdo. São apresentados dados quanto ao ano de publicação desses artigos; tipo de pesquisa, abordagem e ferramenta de coleta de dados utilizados; foco temático; local de estudo; perfil das empreendedoras; principais motivações para empreender; e principais desafios encontrados por elas. Conclui-se que o tema de empreendedorismo feminino é incipiente no Brasil, sendo um campo com urgência de pesquisa, além de interessante, dado as muitas oportunidades que oferece.

Palavras Chave: Empreendedorismo - Mulher - Empreendedora - Bibliometria -

1. INTRODUÇÃO

Seja enfrentando dificuldades em decorrência da dupla jornada, seja tendo que provar a todo o momento seu valor profissional, as mulheres nas últimas décadas mostraram e ainda mostram que não existem motivos reais para serem subjugadas. A mulher sempre exerceu um importante papel perante a sociedade e seu avanço no mercado de trabalho não se restringe apenas a ser empregada, mas também empregadora e, mais recentemente, empreendedora.

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017), no cenário mundial, entre 2015 e 2017, 163 milhões de mulheres iniciaram um empreendimento. No cenário brasileiro, mais da metade dos novos negócios abertos em 2016 foi fundado por mulheres (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, SEBRAE – 2017). Essas mulheres brasileiras são cinco vezes mais envolvidas que os homens em empreendimentos que envolvem educação, saúde e bem-estar social, áreas que estão intimamente relacionadas como o estímulo ao crescimento e desenvolvimento da sociedade. Assim, é possível perceber a atividade de empreendedorismo feminino não somente com a abertura de um negócio visando lucro, mas também como meio de criar oportunidades sociais, gerar empregos, melhorar a distribuição de renda e a equidade de gênero no mercado de trabalho.

Dentre as transformações sociais ocasionadas pelo empreendedorismo feminino, está a capacidade de ampliar o espaço e a visibilidade das mulheres na sociedade. As mulheres empreendedoras chamam atenção pelo poder de autonomia, formação técnica e continuada e capacidade de desenvolver, concomitantemente, suas responsabilidades profissionais, familiares e pessoais. Cabe ainda destacar a capacidade de empoderamento e o estímulo a sororidade, ou seja, a união e aliança entre outras mulheres.

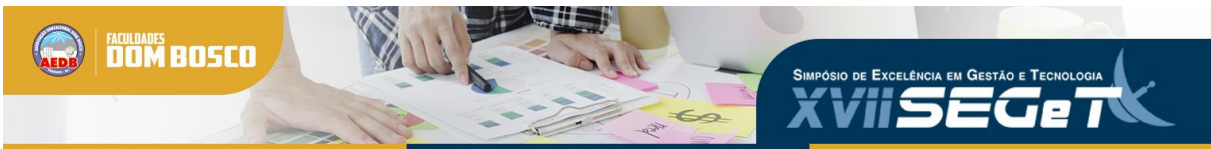
Frente a essa crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro, o que indica o grande potencial econômico e de contribuição social e cultural para o desenvolvimento do país (JONATHAN, 2011), cumpre analisar como o tema tem sido abordado no meio acadêmico. Assim, o objetivo deste artigo é descrever e analisar como o tema empreendedorismo feminino é abordado nas principais revistas de administração brasileiras. Para atingir esse objetivo, foi realizada uma análise quantitativa e qualitativa, por meio de estudo bibliométrico de publicações sobre o tema nas principais revistas de administração brasileiras. Como resultado dessa busca, obtiveram-se 10 artigos, publicados nas revistas RAC, RAE, RAP, Cadernos EBAPE.BR e O&S, no período de 2002 a 2019. Para análise dos dados quantitativos utilizou-se tabelas e gráficos. Para análise dos dados qualitativos utilizou-se a técnica de Análise de Conteúdo.

Esse trabalho está estruturado em cinco capítulos contando com essa Introdução. O segundo e terceiro capítulos trazem o referencial teórico do estudo, apresentando temas de empreendedorismo no Brasil, empreendedorismo feminino e sua importância no cenário atual. O quarto capítulo detalha a metodologia de pesquisa utilizada para a coleta e análise de dados, seguido da apresentação e discussão dos dados. Por fim, são feitas considerações finais.

2. EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O conceito de empreendedorismo surgiu na França no século XVII como *entrepreneur* e foi utilizado inicialmente pelo economista Joseph Schumpeter em 1950, estando diretamente associado à inovação. No Brasil, o surgimento do empreendedorismo ocorreu nos anos 90 durante a abertura da economia, acarretando extrema competição dos produtos importados para os nacionais (DORNELAS, 2016).

Desde 1999/2000, anualmente, é publicado o relatório internacional *Global Entrepreneurship Monitor*, seu objetivo é monitorar e apontar resultados de estudos em empreendedorismo no mundo. Em 2018, 49 países participaram da pesquisa, inclusive o Brasil. Aqui no Brasil, há 19 anos ininterruptos, tais relatórios são conduzidos em parceria



com o SEBRAE e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) e, desde então, vêm revelando as características marcantes do empreendedorismo no país. Em pesquisa realizada no período de 2014/2015, foi constatado que o Brasil ocupava a primeira posição quanto à abertura de novos empreendimentos.

Essa mesma pesquisa, conduzida em 2017 (GEM, 2017), indicou que 1/3 da população brasileira ativa tem o seu próprio negócio, ou seja, cada dez brasileiros com idade entre 18 a 64 anos, três têm um empreendimento ou estão trabalhando no desenvolvimento de suas próprias empresas. Neste cenário, 81% desses empreendimentos são representados por microempresas, de pequeno, médio e grande porte. Cabe ressaltar que o empreendedorismo não significa apenas o surgimento de novos negócios, mas também atuação dentro de empresas já existentes.

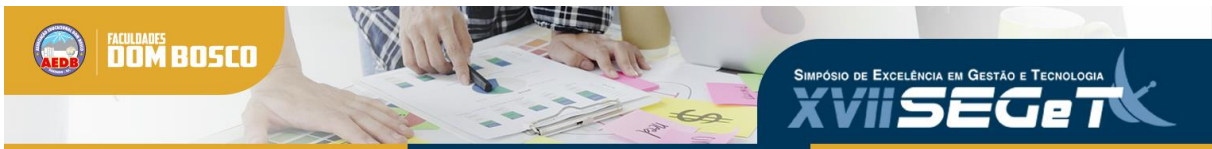
Ainda de acordo com essa pesquisa, o empreendedorismo no Brasil pode ser iniciado por duas causas principais: por necessidade ou por oportunidade. É iniciado por necessidade quando os empreendedores são forçados a iniciar seus próprios negócios por não terem outras opções de trabalho ou por essas opções serem inadequadas. O empreendedorismo por oportunidade acontece quando os empreendedores são movidos pela busca de autonomia pessoal, independência e desafios, ou seja, acreditam em seus projetos. Estipula-se que o grande crescimento do empreendedorismo por necessidade no Brasil ocorra devido a forte desaceleração econômica enfrentada em 2014, seguida, em 2015 e 2016, da maior recessão já registrada nos últimos 25 anos no país (SEBRAE, 2018). Já no período de 2008 a 2014, o destaque foi para o empreendedorismo de oportunidade, que representou 71% do total. Em relação as regiões brasileiras, a maior concentração de empreendimentos encontra-se na Região Sudeste, onde localizam-se 51% das empresas em funcionamento. Os outros 49% estão concentrados na Região Sul (22%), Nordeste (15%), Centro Oeste e Norte (12%).

No Brasil, instituições que apoiam e ajudam a subsidiar a criação de empreendimentos, como o FINEP (Financiamento de Estudos e Projetos) e BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social), facilitam a aquisição de capital a taxas de juros menores e com maior período para quitação do empréstimo. Destaca-se ainda o SEBRAE, que oferece suporte ao empreendedor em aspectos gerenciais e financeiros.

3. O EMPREENDEDORISMO FEMININO E SUA IMPORTÂNCIA NO CENÁRIO ATUAL

Os episódios mais importantes que marcaram a inserção e permanência das mulheres no mercado de trabalho foram a Primeira e a Segunda Guerra Mundial, ocorridas entre os anos 1914-1918 e 1939-1945, respectivamente. Devido ao elevado número de homens que se ausentaram, tanto por mortes quando por atuação nos combates, foi inevitável a contratação de mulheres nas fábricas. Após esse episódio, as mulheres se reuniram e passaram a lutar cada vez mais pela defesa de seus direitos e igualdade de sexo, movimentos que se fortaleceram graças ao Iluminismo e a Revolução Francesa (BARROS, 2010).

No Brasil, o protagonismo feminino no mercado de trabalho se fortaleceu por meio da Constituição de 1988, que igualou os direitos e deveres de mulheres e homens, permitindo, por exemplo, a presença feminina no mercado de trabalho. Mesmo com tal respaldo jurídico, a figura da mulher ainda está fortemente associada às atividades domésticas. Segundo dados do IBGE (2014), a desigualdade de rendimento entre homens e mulheres brasileiros é resultado, em grande medida, de uma inserção diferenciada por sexo e gênero no mercado de trabalho. Ainda é comum a presença majoritariamente feminina em atividades precárias, de baixa qualificação, pouco formalizadas e predominantemente no setor de serviços como, por exemplo, o trabalho doméstico. Jonathan (2011) aponta que a construção social dos papéis de gênero atribuídos às mulheres, a representação social da maternidade e a multiplicidade e acúmulo de tarefas são alguns fatores que dificultam o trânsito das mulheres do espaço



privado (casa) para o público (trabalho). Essa situação de reprodução da dominação masculina coloca as mulheres numa posição desfavorável do ponto de vista de seu reconhecimento social, além de contribuir para a divisão injusta de tarefas (STROBINO e TEIXEIRA, 2014) e ajudar a perpetuar e maximizar as diferenças culturais, sociais, educacionais e econômicas entre homens e mulheres.

Pesquisa realizada pelo GEM (2017) apontou que, a nível mundial, 163 milhões de mulheres brasileiras iniciaram um empreendimento, entre 2015 e 2017. Quando analisadas as taxas de empreendedorismo total por gênero, verifica-se que os homens são ligeiramente mais empreendedores que as mulheres, com uma diferença de quase três pontos percentuais. Entretanto, quando analisadas apenas novos empreendedores, as mulheres são maioria, superando os homens em quase um ponto percentual (GEM, 2017).

No cenário brasileiro, pesquisa conduzida pelo Sebrae (2017), em parceria com o GEM, apontou que mais da metade dos novos negócios abertos em 2016 foi fundado por mulheres, o que representa 51,5% do total de empreendimentos abertos. As principais áreas de atuação dessas empreendedoras são no setor de alimentação (16%), como restaurantes, em serviços domésticos (16%), serviços de cabeleireiro (13%) e comércio de cosméticos (9%).

São muitos os atributos que tornam a gestão empreendedora feminina com estilo diferenciado. As mulheres empreendedoras chamam atenção pelo poder de autonomia, formação técnica e continuada e capacidade de desenvolver, concomitantemente, suas responsabilidades profissionais, familiares e pessoais. Souza et al (2016) afirmam que a gestão feminina é consolidada por características de partilha de poder, de informação, valorização, motivação, tornando a competição de mercado menos rígida, burocrática e agressiva. Ademais, a alta capacidade de persuasão, a preocupação com os clientes e fornecedores, a capacidade intuitiva, a sensibilidade, a criatividade, o senso de organização, a justiça, a paciência e a resiliência são características que balizam a gestão feminina em detrimento o estilo de gestão masculina (VILLAS BOAS, 2010).

Fato é que o empreendedorismo feminino se tornou motor de crescimento que molda o ambiente econômico ao empoderar (PINHO e THOMPSON, 2016). Programas como, por exemplo, o Itaú Mulher Empreendedora, criado em 2013 pelo Banco Itaú Unibanco, buscam promover ações para aumentar a visibilidade e participação das mulheres na economia e nos diferentes espaços da sociedade, contribuindo, assim, para o empoderamento feminino e a igualdade de gênero em atividades de empreendedorismo. Dentre os motivos que as mulheres têm para empreender estão: sobrevivência, insatisfação com a liderança masculina, descoberta de um nicho de mercado, satisfação em fazer as próprias decisões, percepção do desafio, prazer, contentamento e sororidade (JONATHAN, 2011). Sororidade pode ser entendida como a união e aliança, estando diretamente relacionado ao estabelecimento de vínculos entre mulheres de diferentes culturas, classes sociais e níveis de escolaridade (SUZANA GAMBA, 2017). Ao não tratar as diferenças de forma preconceituosa, convertendo-as em rejeição e obstáculos, é possível que surjam semelhanças de identidade e empatia entre essas mulheres, facilitando a multiplicação dos feitos.

4. METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como pesquisa quantitativa e qualitativa, por meio de estudo bibliométrico. Segundo Pritchard (1969), a bibliometria é uma técnica estatística e quantitativa com o objetivo de apresentar índices de produção e de disseminação de um conhecimento científico. Embora não haja consenso sobre como desenvolver um estudo bibliométrico, Silva et al (2016) propõem alguns passos, como: definir as palavras-chave e os critérios de busca, como, tempo de pesquisa (ano), área e subárea, se serão amostrados artigos publicados em periódicos ou em anais de eventos ou em ambos; realizar a busca em si; exportar os dados e analisar do dados.

Assim, o presente estudo procedeu-se com os seguintes passos. Primeiramente, foram estipulados os seguintes critérios de busca: (1) incluir apenas as revistas de administração brasileiras com o maior fator de impacto no Brasil, utilizando, para tal, a classificação Qualis A2, no quadriênio 2013-2016, da Plataforma Sucupira da Capes; (2) selecionar apenas revistas com diretrizes editoriais gerais em áreas de administração; (3) selecionar apenas publicações escritas na língua portuguesa. Seguindo esses critérios, as revistas selecionadas foram: Revista de Administração de Empresas (RAE), Revista de Administração Pública (RAP), Revista Organizações & Sociedade (O&S), Revista de Administração Contemporânea (RAC) e Cadernos EBAPE.BR, como mostra a Tabela 1. Os periódicos *Brazilian Administration Review* (BAR) e Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP), embora tenham a classificação A2, não foram consideradas por terem publicações apenas na língua inglesa.

Tabela 1: Lista de Revistas Selecionadas

Periódico	Site
Revista de Administração de Empresas (RAE)	https://rae.fgv.br/rae
Revista de Administração Pública (RAP)	http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap
Organizações & Sociedade (O&S)	https://portalseer.ufba.br/index.php/revistaoes
Revista de Administração Contemporânea (RAC)	https://rac.anpad.org.br/index.php/rac
Cadernos EBAPE.BR (FGV)	http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019), com base na Classificação Qualis, Plataforma Sucupira. Disponível em <<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>> Acesso em 28.11.2019.

Antes de realizar um estudo bibliométrico é importante entender um pouco sobre o tema que será pesquisado para definição refinada das palavras-chave (QUEVEDO-SILVA et al, 2016). Assim, com base no referencial teórico descrito no tópico 2 desse estudo, foi possível determinar os seguintes termos-chave: empreendedorismo; “empreendedorismo feminino”; empreendedor; empreendedora; “mulheres empreendedoras”, mulher + empreendimento; mulher + empresa.

A seguir, entrou-se no site de cada um desses periódicos e buscou-se, por meio de uma pesquisa sistemática e abrangente, pelos termos-chave acima. Não foi estipulada delimitação temporal. Dessa busca, resultaram 31 artigos, cujos resumos foram lidos para a certificação de que abordavam o tema empreendedorismo feminino. Com esse filtro, resultaram 10 artigos, que abordavam o tema empreendedorismo feminino e estavam publicados nas revistas selecionadas.

Procedeu-se, então, a leitura integral dessas 10 publicações, sendo os dados organizados e tabulados, com a ajuda de tabela de Excel. Assim, foi possível identificar pontos comuns entre os dados desses artigos, estipulando, assim, as categorias de análise do estudo. Adotou-se, portanto, a técnica de Análise de Conteúdo, que consiste em um conjunto de técnica de análise das comunicações que visa descrever as mensagens, assim como fazer inferências sobre os dados coletados (BARDIN, 2011).

A coleta e análise dos dados foram realizadas em novembro de 2019. A Tabela 2 demonstra, sucintamente, as etapas do estudo bibliométrico da presente pesquisa. O processo de Análise de Conteúdo foi conduzido em consonância com o esquema proposto por Bardin (2011), composto por três fases: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados por inferência e interpretação, os quais correspondem, respectivamente, aos passos 4, 5 e 6, da Tabela 2. As categorias de análise definidas foram: ano de publicação; periódico; tipo de pesquisa (estudo empírico, teórico ou teórico-empírico); tipo de abordagem utilizada

(estudo quantitativo, qualitativo ou misto); ferramenta de coleta de dados utilizada (entrevista, questionários, grupo focal, etc.); foco temático; local de estudo; perfil das empreendedoras; principais motivações para empreender; e principais desafios encontrados por elas.

Tabela 2: Etapas do Estudo Bibliométrico

Passo	Descrição	Resultado
1	Estipular critérios de busca: revistas de administração, A2, em português.	Buscar apenas nas revistas RAC, RAE, RAP, Cadernos EBAPE.BR e O&S.
2	Determinar os termos-chave para busca, com base no referencial teórico do presente estudo.	Buscar pelos termos-chave: empreendedorismo; “empreendedorismo feminino”; empreendedor; empreendedora; “mulheres empreendedoras”, mulher + empreendimento; mulher + empresa.
3	Realizar a busca, sem delimitação temporal.	Entrar no site das revistas selecionadas (passo 1) e buscar pelos termos-chave (passo 2).
4	Fazer leitura fluente dos artigos resultantes do passo 3.	Ler o resumo os 31 artigos resultantes do passo 3, para certificar-se de que abordavam o tema.
5	Fazer leitura profunda dos 10 artigos resultantes do passo 3.	Ler integralmente os artigos, organizar e tabular os dados da leitura em tabela Excel.
6	Determinar as categorias de análise.	Identificar comunalidades entre os dados coletados no passo 5 e estipular as categorias de análise.
7	Apresentar e discutir os dados.	Apresentar e interpretar as categorias de análise.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2019)

5. DISCUSSÃO DOS DADOS

A seguir são apresentadas as categorias de análise definidas para apresentação e discussão dos dados dos 10 artigos sobre empreendedorismo feminino. Primeiramente são apresentados dados quantitativos sobre os anos de publicação e periódicos, as classificações dos estudos (estudo empírico, teórico ou teórico-empírico); os tipos de abordagem utilizados (estudo quantitativo, qualitativo ou misto); e as ferramenta de coleta de dados empregadas (entrevista, questionários, grupo focal, etc.). A seguir, são apresentados dados qualitativos sobre os focos temáticos dos artigos, os locais onde foram conduzidos, os perfis das empreendedoras estudadas, suas principais motivações para empreender; e os principais desafios enfrentados por elas.

5.1. DADOS QUANTITATIVOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO

O Gráfico 1 demonstra a periodicidade dos artigos amostrados. Nota-se uma inconstância em relação aos anos de publicação destes artigos, não existindo nenhum ano com mais de uma publicação.

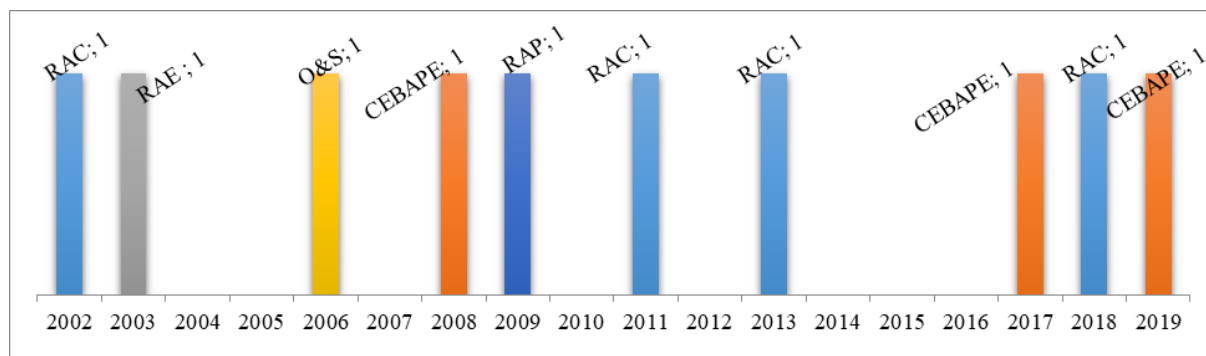


Gráfico 1: Ano de publicação

Busenitz et al. (2014) afirmam que publicações em importantes periódicos acadêmicos são uma indicação relevante da qualidade e legitimidade da pesquisa para uma disciplina ou

área de conhecimento. Ou seja, quando a presença de uma área em periódicos tradicionais é limitada ou não possui uma constância, questões relativas à precisão, limites conceituais e aceitação como tema acadêmico se tornam questões emergentes e importantes oportunidades para estudos futuros.

Junior et al (2018) realizaram trabalho similar ao presente estudo, ao analisar as pesquisas conduzidas sobre o tema empreendimento, também nas principais revistas brasileiras de administração, no período de 2000 a 2014. O Gráfico 2 mostra o comparativo entre os artigos encontrados por esse estudo e por Junior et al (2018). Cumpre ressaltar que, para elaboração desse gráfico, foram desconsiderados os artigos da BAR e RAUSP listados por Junior et al (2014), que, por serem em inglês, não foram considerados pelo presente estudo. Do mesmo modo, foram desconsiderados os artigos do Caderno EBAPE, por não terem sido listados no estudo de Junior et al (2014). Ainda, considerou-se apenas o período de 2002 a 2014, período no qual a comparação se faz pertinente a ambos os estudos. Nota-se que, enquanto as pesquisas sobre empreendimento, de modo geral, apresentam um crescimento a partir do ano de 2006, aquelas dedicadas ao tema de empreendedorismo feminino permanecem incipientes.

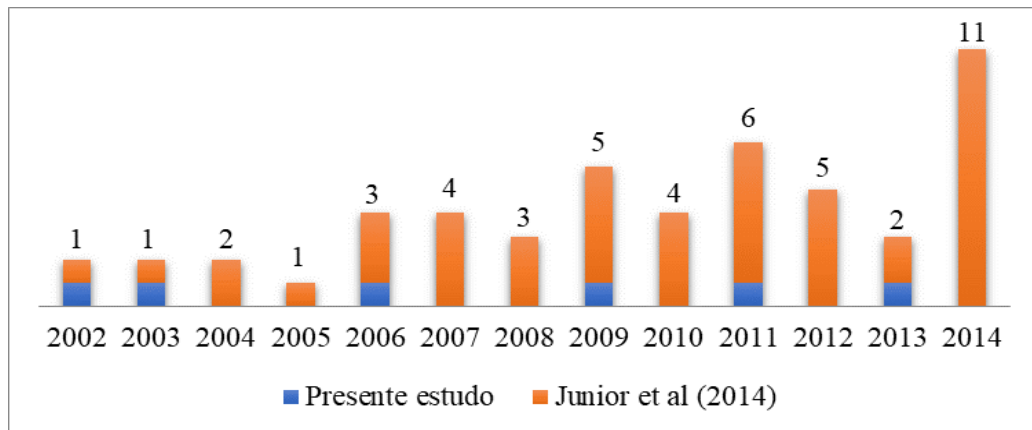


Gráfico 2: Comparativo entre os artigos encontrados por Junior et al (2018) e pelo presente estudo

O Gráfico 3 e 4 apresentam, respectivamente, o tipo de abordagem e de pesquisa utilizados nos artigos amostrados. Em relação ao tipo de abordagem, evidenciou-se um equilíbrio, com 40% dos artigos utilizando uma abordagem quantitativa, 40% dos artigos utilizando uma abordagem qualitativa e 20% utilizando ambas as abordagens. Quanto ao tipo de pesquisa, os artigos são em sua grande maioria empíricos, o que representa 70% do total, seguido por 2 artigos teórico-empíricos (20%) e apenas 1 teórico (10%).

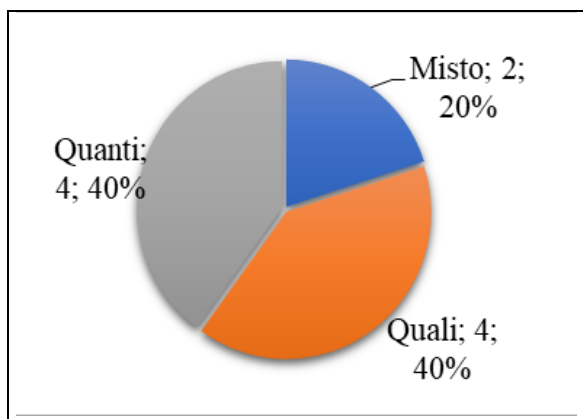


Gráfico 3: Abordagem utilizada

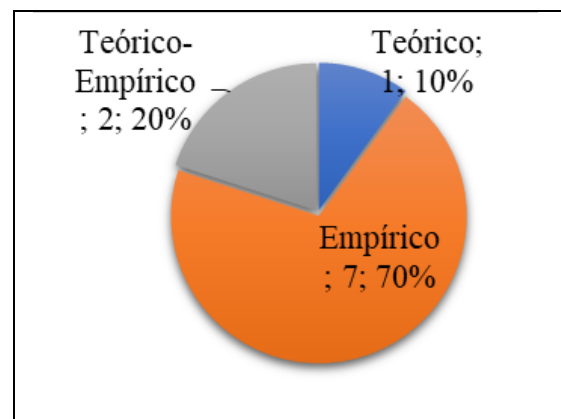


Gráfico 4: Tipo de pesquisa

Quanto a ferramenta de coleta de dados utilizada (Gráfico 5), observou-se que 60% dos artigos coletou dados por meio ou de pesquisa bibliográfica e documental ou de entrevistas ou de questionários. Em seguida, 40% utilizaram ou grupo focal ou questionário e entrevista ou abordagem de redes ou modelos econométricos.

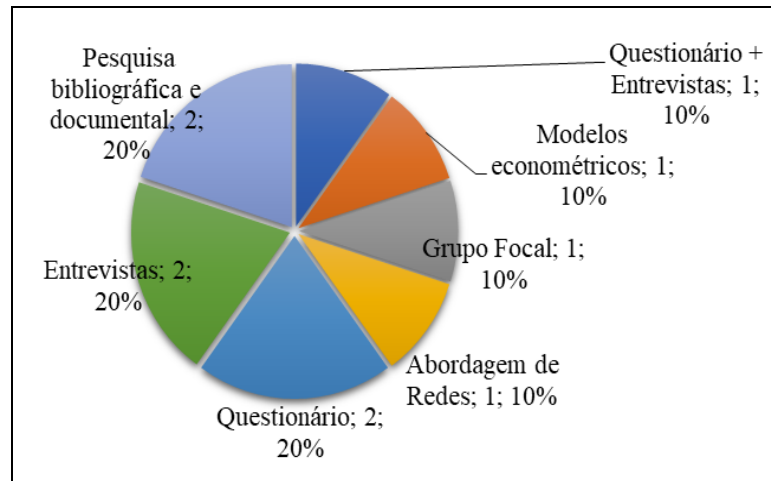


Gráfico 5: Coleta de Dados

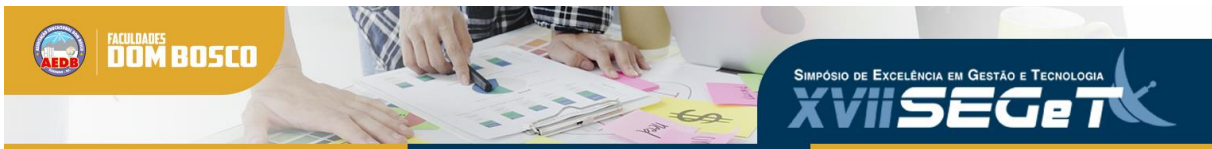
5.2. DADOS QUALITATIVOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO

5.2.1. FOCOS TEMÁTICOS DOS ARTIGOS

A partir do percurso de participação da mulher brasileira no espaço empreendedor, Natividade (2009) buscou identificar a real contribuição das políticas públicas vigentes ou postas em prática para uma relação profissional mais equânime para essa mulher, tomando como referencial temporal os anos de 2002 a 2007. Foi dado destaque às condições sociais desse grupo, com um olhar mais atento às empreendedoras por necessidade, assim como no estudo de Corcetti e Loreto (2017), que analisa lógicas, pressupostos e crenças presentes no contexto do programa Mulheres Mil, verificando sua influência na construção social dos papéis profissionais atribuídos às mulheres desfavorecidas.

O estudo realizado por Mione et al (2003) busca entender a criação de empresas por mulheres e suas implicações, envolvendo os motivos e outros fatores que contribuíram para sua decisão de iniciar uma empresa. Ainda sobre a criação de empresas por mulheres, Vale, Serafim e Teodósio (2011), realizaram através de uma pesquisa de campo, um estudo a qual analisou o processo de criação de empresas femininas, comparando-as com aquelas criadas por homens, e concluiu que existem diferenças quanto a dedicação a empresa e a maneira como as mulheres utilizam suas redes e contatos pessoais na construção favorável de seus empreendimentos e no estabelecimento de laços para informações e suporte. A comparação entre empresas geridas por mulheres e homens é tratada também por Bertolami et al (2018), que constataram que mulheres enfrentam maiores barreiras na gestão de novos empreendimentos do que os homens, o que exige, portanto, a adoção de estratégias para gerir tais barreiras e aumentar a probabilidade de sobrevivência das empresas.

Dentro do tema “sucessão familiar”, Grzybovski, Boscarin e Migott (2002) identificaram o estilo feminino de gerenciamento de empresas familiares, correlacionando-o ao perfil de executivas gerentes. Machado, Wetzel e Rodrigues (2008) fazem a junção dos temas “sucessão familiar” e “gênero”, buscando entender por que o fenômeno da sucessão feminina nas empresas familiares está se tornando cada vez mais comum. Ainda sobre gênero, Vieira et al (2019) buscaram entender como valores e atributos socialmente relacionados ao gênero feminino estão associados as escolhas profissionais de estudantes universitárias.



Ferreira e Nogueira (2013) identificaram os elementos que impactam a subjetividade de mulheres empreendedoras, utilizando como base a teoria proposta por González Rey (2009). Por fim, Takahashi, Graeff e Teixeira (2006) buscaram identificar estudos práticos que tivessem o empreendedorismo feminino como base.

5.2.2. LOCAIS ONDE OCORRERAM OS ESTUDOS

Esses estudos apresentam variados locais de estudo. Machado, Wetzel e Rodrigues (2008) pesquisam sete herdeiras de empresas cariocas diversas, como prestadores de serviço, rede de hotéis, bares e restaurantes. Alunos dos cursos de engenharia e saúde da Universidade Federal de Minas Gerais, em Belo Horizonte, são os sujeitos de pesquisa do estudo de Vieira et al (2019). Ainda em Belo Horizonte, porém na região metropolitana, empresas femininas recém-nascentes são objetos de estudos de Vale, Serafim e Teodósio (2011). Alunos de 13 escolas particulares do Paraná foram pesquisados por Takahashi, Graeff e Teixeira (2006).

A Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP) tomado como local de estudo por Bertolami et al (2018). Mulheres empreendedoras atuantes em Curitiba (PR) são pesquisadas por Ferreira e Nogueira (2013). Grzybovski, Boscarin e Migott (2002) pesquisam o gerenciamento de empresas familiares na cidade de Passo Fundo, no Estado do Rio Grande do Sul. O Programa Mulheres Mil, no Nordeste do Brasil, foi estudado por Corcetti e Loreto (2017). Natividade (2009) faz uso de dados obtidos pelo GEM (2005) e IBGE (2004). Além do Brasil, Mione et al (2003) buscam seus sujeitos de estudos também no Canadá e França.

5.2.3. PERFIS DAS EMPREENDEDORAS ESTUDADAS

As mulheres empreendedoras são retratadas de diferentes modos pelos artigos amostrados. Natividade (2009) destaca autonomia e alto poder de decisão como as principais qualidades das mulheres brasileiras no espaço empreendedor. Segundo a autora, a mulher busca oportunidades de empreender que, em sua avaliação, podem lhe oferecer maior segurança financeira. Esse perfil coincide com o apontado por Vieira et al (2019), uma vez que as empreendedoras, nesse estudo, buscam segurança e estabilidade financeira.

No estudo de Machado, Wetzel e Rodrigues (2008), cautela, sensibilidade, detalhismo e preparação a longo prazo são características que se destacam dentre as mulheres no contexto de sucessão familiar. As sucessoras recebem preparação para assumir as atividades de gestão da empresa, como, por exemplo, formação em bons colégios, enquanto os sucessores homens são imediatamente convocados, tão logo atinjam a maior idade. Nesse mesmo contexto, Grzybovski, Boscarin e Migott (2002) identificam que as maiores presenças femininas nas atividades de sucessão, são em empresas de famílias italianas e alemãs, no setor de comércio, com predominância de mulheres com nível superior, estilo de liderança mais voltado para as pessoas do que tarefas e na faixa etária de 30 a 49 anos.

Essa faixa etária é coerente com a predominante nos estudos de Takahashi, Graeff e Teixeira (2006) e Ferreira e Nogueira (2013). O alto índice de escolaridade das empreendedoras pesquisadas é apontado em seis dos estudos amostrados (GRZYBOVSKI, BOSCARIN e MIGOTT, 2002; TAKAHASHI, GRAEFF e TEIXEIRA, 2006; FERREIRA e NOGUEIRA, 2013; BERTOLAMI et al, 2018; MIONE et al, 2003; VALE, SERAFIM e TEODÓSIO, 2011), estando diretamente relacionado a menor probabilidade de fechamento de empresas. Nesses estudos, ainda, há predominância de empreendedoras casadas, mas que iniciaram seus empreendimentos com capital próprio, e que possuíam experiências prévias de gestão empresarial, oriundas de empregos anteriores.

Por fim, no Programa Mulheres Mil, as empreendedoras aparecem atreladas a qualidade de pessoas com baixa estima e desfavorecidas (CORCETTI e LORETO, 2017).

5.2.4. PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES

As mulheres apresentam diversas motivações quando se envolvem na atividade de empreendedorismo. As principais motivações das mulheres brasileiras empreendedoras são o desejo de superar a desigualdade de gênero e possuir fonte própria de renda, destacadas no artigo de Natividade (2009) como forças propulsoras para buscar relações profissionais mais justas por meio do empreendedorismo.

Empregos anteriores aparecem como principal fonte de insatisfação das empreendedoras dos estudos de Takahashi, Graeff e Teixeira (2006), Ferreira e Nogueira (2013), Bertolami et al (2018), Mione et al (2003) e Vale, Serafim e Teodósio (2011), representando, juntamente com iniciativa e educação em nível superior, a força motriz para que essas mulheres iniciassem suas atividades de empreendedorismo. No contexto de sucessão empresarial, a principal motivação das empreendedoras é o forte laço familiar (MACHADO, WETZEL e RODRIGUES, 2008), assim como o amor e a carga simbólica que o empreendimento tem para a família (GRZYBOVSKI, BOSCARIN e MIGOTT, 2002).

Outras motivações são: desejo de possuir carreira sem a necessidade de influências sociais (VIEIRA et al, 2019), desejo de autoestima (CORCETTI e LORETO, 2017), o desejo de autorrealização, mudança da trajetória profissional e identificação de oportunidade de negócio (MIONE et al, 2003), busca de representatividade social (FERREIRA e NOGUEIRA, 2013), influência positiva de terceiros e desemprego (VALE, SERAFIM e TEODÓSIO, 2011) e a vocação para empreender (TAKAHASHI, GRAEFF e TEIXEIRA, 2006).

5.2.5. PRINCIPAIS DESAFIOS

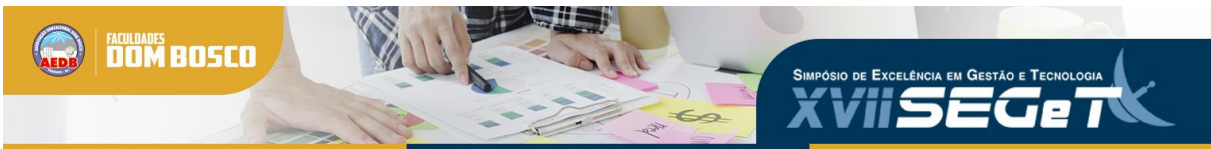
Assim como apresentam motivações diversas, essas empreendedoras enfrentam diversos desafios quando estão à frente de uma atividade empreendedora. As empreendedoras retratadas por Natividade (2009) esbarram no baixo nível educacional ou escolaridade, dificuldades financeiras e excesso de burocracia, fato decorrente da desigualdade de gênero que enfrentam. Tal desigualdade quanto a gênero, e conseqüentemente, quanto a carreira profissional, é apontada também por Vieira et al (2019). O preconceito de gênero é identificado ainda nos estudos de Ferreira e Nogueira (2013) e Grzybovski, Boscarin e Migott (2002). Segundo esses últimos autores, essas empreendedoras empregam um estilo rígido de gestão, buscando desvincular-se do rótulo de “sexo frágil” imposto a elas pela sociedade.

Bertolami et al (2018) identificam que as mulheres empreendedoras, quando comparadas aos homens, necessitam de maiores investimentos em capital humano, capital social e práticas gerenciais, o que evidencia a forte desigualdade de gênero da sociedade brasileira em geral. Esses autores apontam que a dedicação dividida entre trabalho e cuidados como a família e o maior tempo e esforço dispendido na realização de múltiplas tarefas simultaneamente contribuem para redução da probabilidade de essas empreendedoras encontrarem possíveis fornecedores e parceiros para seus negócios.

A forte concorrência do mercado, a mediação de conflitos e a falta de mão de obra qualificada são os principais desafios apontados nos estudos de Takahashi, Graeff e Teixeira (2006) e Vale, Serafim e Teodósio (2011). Outros desafios apontados são: a perda de laços sociais (MACHADO, WETZEL e RODRIGUES, 2008), a vulnerabilidade social (CORCETTI e LORETO, 2017), a inexperiência quanto à gestão (MIONE et al, 2003).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo buscou descrever e analisar como o tema empreendedorismo feminino é abordado nas principais revistas de administração brasileiras. Com base em bibliometria e análise de conteúdo de 10 artigos, publicados nas revistas RAC, RAE, RAP, Cadernos EBAPÉ.BR e O&S, no período de 2002 a 2019, foi possível chegar a dez categorias: ano de publicação; periódico; tipo de pesquisa (estudo empírico, teórico ou teórico-empírico); tipo de



abordagem utilizada (estudo quantitativo, qualitativo ou misto); ferramenta de coleta de dados utilizada (entrevista, questionários, grupo focal, etc.); foco temático; local de estudo; perfil das empreendedoras; principais motivações para empreender; e principais desafios enfrentados por elas.

De modo geral, o tema de empreendedorismo feminino apresenta uma periodicidade inconstante, não existindo nenhum ano, entre 2002 e 2019, com mais de uma publicação. Enquanto as pesquisas sobre empreendimento apresentam um crescimento a partir do ano de 2006 (JUNIOR et al, 2014), aquelas dedicadas ao tema de empreendedorismo feminino permanecem incipientes. Em relação ao tipo de abordagem utilizada nos artigos amostrados, nota-se um equilíbrio quanto ao uso da abordagem quantitativa e qualitativa, sendo, em sua grande maioria, trabalhos empíricos, com dados coletados por meio de pesquisa bibliográfica, entrevistas ou questionários.

Quanto ao foco temático, os estudos abordam temas como o percurso de participação da mulher brasileira no espaço empreendedor; as lógicas e pressupostos de programas e políticas públicas com o intuito de fomento do empreendedorismo feminino no Brasil; a criação de empresas por mulheres e suas particularidades quando comparadas a empresas criadas por homens; o fenômeno de sucessão familiar de empresas por herdeiras mulheres; e subjetividade de mulheres empreendedoras. Esses estudos foram conduzidos em estados brasileiros como Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul. Um artigo realizou estudo multinacional, abrangendo Brasil, Canadá e França.

Dentre as qualidades que se destacam nessas mulheres empreendedoras estão a autonomia, alto poder de decisão, busca por segurança e estabilidade financeira, cautela, sensibilidade, detalhismo e preparação em longo prazo. Essas empreendedoras estão na faixa etária de 30 a 49 anos e se destacam pelo alto nível de educação e escolaridade, pelo estilo de liderança mais voltado para as pessoas do que tarefas e por possuírem experiências prévias de gestão empresarial.

Suas principais motivações são desejo por autoestima, autorrealização e mudança da trajetória profissional, busca de representatividade social, influência positiva de terceiros e desemprego, vocação para empreender, desejo de superar a desigualdade de gênero e de possuir fonte própria de renda, insatisfação com empregos anteriores e, no caso de empresas familiares, o amor e a carga simbólica que o empreendimento tem para a família. Do mesmo modo, enfrentam diversos desafios quando estão à frente de uma atividade empreendedora, como dificuldades financeiras, vulnerabilidade social e excesso de burocracia, decorrentes dos preconceitos quanto a gênero, perda de laços sociais e inexperiência quanto à gestão empresarial. Quando comparadas aos homens, essas empreendedoras necessitam de maiores investimentos em capital humano, capital social e práticas gerenciais, o que evidencia a forte desigualdade de gênero da sociedade brasileira em geral.

Embora o tema de empreendedorismo feminino se apresente incipiente, ele é um campo com urgência de pesquisa, além de interessante, dado as muitas oportunidades que oferece. Sugere-se que sejam criadas chamadas para trabalhos com essa temática em especial, no intuito de fomentar pesquisas sobre o assunto e aumentar o impacto dessa temática dentro da área de Administração. Estudos futuros podem ter como objetivos detalhar a trajetória de empresas criadas e geridas por empreendedoras, o tempo entre a decisão de abrir o empreendimento e a efetiva abertura, as tentativas de obtenção de recursos junto a instituições financeiras, os detalhes relativos à implementação da empresa e o valor do capital inicial. Outras pesquisas podem buscar estudar a subjetividade dessas mulheres, aprofundar o entendimento sobre suas dificuldades e desafios frente à multiplicidade de papéis sociais que possuem. Ainda podem ser conduzidas pesquisas que explorem diferentes contextos, nos quais as mulheres se inserem, sejam eles recortados por classes sociais, setor de atuação ou mesmo traços da cultura regional.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, A. M. **Curso de Direito do Trabalho**. São Paulo: GEN, 2010.

BERTOLAMI, M.; ARTES, R.; GONÇALVES, P. J.; HASHIMOTO, M.; LAZZARINI, S. G. Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero. **Revista de Administração Contemporânea**, v.22, n.3, a.1, 2018.

BUSENITZ, L. W. et al. Entrepreneurship research (1985–2009) and the emergence of opportunities. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 5, p. 981-1000, 2014.

CORCETTI, E.; LORETO, M. D. S. **O discurso político sobre a qualificação profissional de mulheres desfavorecidas: emancipação ou hegemonia?**. Cadernos EBAPE.BR, v.13, n.2, p.364-376, 2017.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v.17, n.4, 2013.

GEM – **Global Entrepreneurship Monitor Executive Report**. 2017. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/gem/?gclid=CjwKCAiAob3vBRAUEiwAlbs5ThWzWWLXuOrAKYiXnC8kskXTC6yYcYZbt8RF4KYD15yXvmgC9x61xoCTKwQAvD_BwE> Acesso em 10 de jun. de 2019.

GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIN, R.; MIGOTT, A. M. B. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. **Revista de Administração Contemporânea**, v.6, n.2, 2002.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Informação Demográfica e Socioeconômica, número 33**. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br>>. Acesso em: 09 jun. 2019.

_____. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2014** Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3086/pnacm_2019_abr.pdf>. Acesso em 10 de abr. de 2019.

JONATHAN, E. G. **Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder**. Revista de Psicologia Clínica, v. 23, n. 1, 2011.

JUNIOR, A. B. O.; GATTAZ, C. C.; BERNARDES, R. C.; IIZUKA, E. S. Pesquisa em empreendedorismo (2000-2014) nas seis principais revistas brasileiras de administração: lacunas e direcionamentos. **Cadernos EBAPE.BR**, v.16, n.4, 2018.

MACHADO, R. M. C.; WETZEL, U.; RODRIGUES, M. E. A experiência de sucessão para herdeiras de empresas familiares do Rio de Janeiro. **Cadernos EBAPE.BR**, v.6, n.3, 2008.

MIONE, A.; MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; ALVES, M. C. M. **Revista de Administração de Empresas**, v.2, n.2, 2003.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista da Administração Pública**, v.43, n.1, 2009.

PINHO, J. C.; THOMPSON, D. Condições estruturais empreendedoras na criação de novos negócios: a visão de especialistas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 2, 2016.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>>. Acesso em 10 de abr. de 2019.

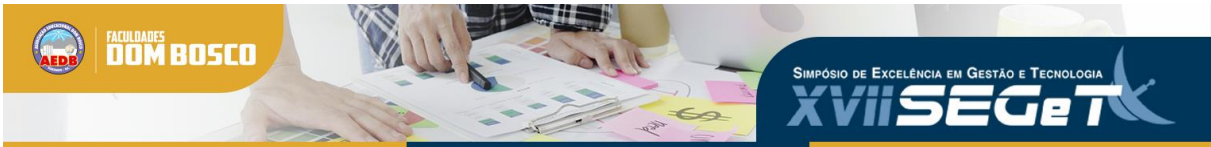
QUEVEDO-SILVA, F.; ALMEIDA SANTOS, E.; BRANDÃO, M.; VILS, L. Estudo Bibliométrico: Orientações sobre sua Aplicação. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 15, 2016.

SEBRAE – SERVIÇO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS. **Os Negócios Promissores em 2018**. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/\\$File/9950.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/$File/9950.pdf)>. Acesso em 10 de abr. de 2019.

_____. **Perfil do Microempreendedor Individual 2017**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/03/Perfil-do-Microempreendedor-Individual_2017>. Acesso em 10 de abr. de 2019.

SOUZA, A. M. R.; LIMA, A. O.; BARROS, C. S.; BEZERRA, E. P. Empreendedorismo Feminino – análise dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios. **IX Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 2016.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. “Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba. **Revista Administração da USP**, v. 49, n. 1, 2014.



TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F.; TEIXEIRA, R. M. Planejamento estratégico e gestão feminina em pequenas empresas: o caso das escolas particulares em Curitiba. **Revista Organizações e Sociedade**, v.13, n.39, 2006.

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

VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F.; TEODÓSIO, A. S. S. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, v.15, n.4, a.4, 2011.

VIEIRA, A. et al. Um estudo das relações entre gênero e âncoras de carreira. **Cadernos EBAPE.BR**, v.17, n.3, p.577-589, 2019.

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