



ESPACIO ABIERTO

Cuaderno Venezolano de Sociología



Separata: La cohesión Social. Un debate
entre la Sociología y el Derecho

Volumen 30
Nº 1
Enero-Marzo
2021

1

Auspiciada por la Internacional Sociological Association (ISA)
La asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)
y la Asociación de Sociología (AVS)



Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino¹

*Ariele Silva Moreira Rodrigues, Luisa Cavalcanti Santiago Gaspar,
Danielle Rezende Rodrigues y Herlander Costa Alegre da Gama Afonso*

Resumo

Este artigo traz uma análise sobre consistências dos fatores críticos associados a dinâmica do empreendedorismo feminino no Brasil. Tratam-se de fatores identificados na literatura sistemática e submetidos a apreciação de especialistas no assunto. Foi elaborado e aplicado um formulário estruturado sob as dimensões econômico-financeira, socioantropológica e gênero-psicológica. As informações e dados coletados foram tabulados e tratados, seguindo-se a verificação de sua consistência com o Coeficiente Alfa de Cronbach. Os resultados apontam não haver trabalhos publicados sobre a confiabilidade dos fatores críticos do empreendedorismo feminino e sugerem que a consistência das três dimensões é elevada, com destaque para a dimensão gênero-psicológica. A conclusão do estudo evidencia que o Brasil carece de ações do poder público que visam a atenção especial voltada para a promoção da mulher empreendedora.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; *Coeficiente Alfa de Cronbach*; Econômico-financeira; Socioantropológico, Gênero-psicológica

Centro Federal de Educação Tecnológica “Celso Suckow da Fonseca” (CEFET)

Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: rodrigues.arielle.sm@gmail.com

lsluisa@gmail.com

daniellerodrigues@gmail.com

herlander.afonso@cefet-rj.br

¹ A presente pesquisa foi realizada com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil - (CAPES) – Código de Financiamento 001 e do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ).

Critical Factors Related to Female Entrepreneurship

Abstract

This article provides an analysis of the consistencies of the critical factors associated with the dynamics of female entrepreneurship in Brazil. The factors identified in the systematic literature and submitted to the appreciation of specialists. A structured form was developed under the economic-financial, socio-anthropological and gender-psychological dimensions. The information and data collected were treated, followed by the verification of its consistency with Cronbach's Alpha Coefficient. Results indicate that there is no published work on the reliability of the critical factors of female entrepreneurship and suggest that the consistency of the three dimensions is high, with emphasis on the gender-psychological dimension. The conclusion of the study shows that Brazil lacks actions by the government that aim to pay special attention to the promotion of women entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship; Female Entrepreneurship; Cronbach's Alpha Coefficient; Economic-financial; Socio-anthropological, Psychological-gender.

Introdução

A mulher é, sem dúvidas, um autor relevante do processo de transformações históricas, socioeconômicas, científicas e culturais na dinâmica da sociedade, desde os tempos remotos até a contemporaneidade; embora o reconhecimento do seu papel e protagonismos nem sempre se dera explicitamente. Outrossim, memoráveis fotografias sobre o papel histórico desta na sociedade sempre remeteram às atribuições domésticas, familiares e objeto de exploração, desprovidas de direitos civis.

No mercado de trabalho, as circunstâncias históricas favoreceram a inserção e reconhecimento gradativo da mão de obra feminina. Vale mencionar, segundo Olivieri (2007), que a partir da Primeira Revolução Industrial, no século XIX, as ideologias socialistas se consolidaram fazendo com que o feminismo se fortalecesse como importante aliado do movimento operário. A partir da segunda metade do século XX, especialmente após a 2ª Guerra Mundial, assistiram-se mudanças constantes nos padrões sociais e no estilo de vida da população. O comportamento da mulher radicalmente, em prol de maior independência e mais visibilidade. Nesse período, nasceram os primeiros movimentos feministas e as mulheres começaram uma luta mais organizada por seus direitos e pela igualdade de oportunidades no trabalho.

Motivadas por vislumbrar oportunidades ou impulsionadas pelas necessidades, as mulheres empreendedoras escrevem atualmente um novo capítulo na história do empreendedorismo mundial. O Relatório sobre Mulheres e Empreendedorismo do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM (2017) mostra que as mulheres representam mais de

um terço de pessoas envolvidas em atividades empreendedoras formais, podendo esta estimativa ser muito mais expressiva se incluídas as que estão na informalidade. Neste novo ambiente é expressiva a carreira da mulher e o desenvolvimento do empreendedorismo feminino em diferentes aspectos. Com efeito, este novo fenômeno feminino suscitou a necessidade de pesquisas científicas voltadas para os fatores que mais impactam a atividade profissional feminina, tais como, as diferenças de gênero, o conflito trabalho-família, questões econômico-financeiras, socioculturais e psicológicas. Este fenômeno é bastante dinâmico e os fatores inerentes a ele varia de intensidades em suas relações causais de acordo com as peculiaridades do lugar ou região.

Diante dessa exposição, o presente estudo apresenta uma análise sobre a consistência dos fatores críticos associados a dinâmica do empreendedorismo feminino no Brasil. Tratam-se de fatores identificados na literatura sistemática e submetidos a apreciação de especialistas no assunto. Busca-se, portanto, abordá-los no âmbito das dimensões econômico-financeira, socioantropológico e de gênero-psicológica, e avaliar a sua confiabilidade técnica. Para isto, as informações e dados coletados foram tratados e submetidos análise de viabilidade interna pelo teste do *Coefficiente Alfa de Cronbach*, posto que se trata de uma pesquisa com elementos de Escala *Likert*. Portanto, além dessa introdução, o artigo contempla ainda uma seção referente a base teórica sobre o fenômeno do empreendedorismo feminino, seguindo as seções de metodologia, resultados e discussão, considerações finais e as referências.

Empreendedorismo Feminino

O particular destaque para o gênero feminino se dá devido os dados obtidos nos relatórios Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que apontam o gradativo crescimento da participação feminina nas frentes de trabalho, e que no campo do empreendedorismo, apesar da assimetria de gênero, o Brasil junto com a Malásia e a Indonésia, formam o grupo de três países onde a proporção de mulheres que abriram negócios foi maior que a proporção de homens (GEM, 2017). As mulheres empresárias aumentaram em 10% nos últimos anos, e correspondem, hoje, a 163 milhões de mulheres que criaram novas empresas em 74 países, vindo somar a outras 111 milhões de mulheres que já possuem seus próprios negócios. Este crescimento deve ao avanço histórico da mulher no mercado de trabalho e à discriminação sofrida em ambientes corporativos, onde desigualdade entre homens e mulheres ainda persiste (Gebran e Nassif, 2010; Machado et al., 2003). Ainda assim, em termos absolutos, este crescimento está abaixo se comparado com a participação e representação de empreendedores de sexo masculino. De acordo com Hapsari e Soeditaningrum (2018), a fraca participação de empresárias se deve aos estereótipos de gênero e fatores culturais que inibem o desenvolvimento do empreendedorismo.

O empreendedorismo feminino é definido como o envolvimento de mulheres na tomada decisão e gestão de negócios independentes cujo intuito é assumir seu próprio negócio, e desta forma contribuir para a redução da pobreza, para o aumento das receitas locais e, conseqüentemente, no desenvolvimento econômico local (Hapsari e Soeditaningrum, 2018).

Por outro lado, Cavada, Bobek e Maček (2017) afirmam que as mulheres são motivadas e influenciadas por uma combinação de fatores, tais como os traços pessoais dos empreendedores, fatores sociais e econômicos. Por enfrentar diversas dificuldades, as mulheres tendem a enxergar o empreendedorismo como solução para as suas necessidades,

decorrentes do desemprego ou de péssimas condições de trabalho formal. As mulheres também conseguem enxergar o empreendedorismo como oportunidade para o aumento de renda e para a conquista de independência financeira.

Com isso, as mulheres viram em seu próprio trabalho informal condições mais favoráveis do que as oferecidas pelo emprego formal, reduzindo a segregação, discriminação salarial, entre outros motivos. Portanto, este engajamento e protagonismo da mulher no campo de negócios trazem impactos no crescimento econômico local e regional, conforme estudos de Mehtap, Ozmenekse e Caputo (2019); González e Ballesta (2018); Cavada, Bobek e Maček (2017); Capitán e García (2017); Pérez e Hernández (2016); Saeed *et al.* (2014).

Pérez e Hernández (2016) destacam que as características socioeconômicas das mulheres (idade, escolaridade, renda, experiência profissional etc.) são consideradas como fatores individuais que influenciam o empreendedorismo feminino. Além disso, como essa atividade está diretamente ligada ao meio em que se encontram as mulheres, a sua família pode exercer total influência sobre a disposição de empreender, por conta da flexibilidade de tempo de trabalho, conforme ressaltaram Kirkwood (2007) e Aldrich e Cliff (2003).

No processo de desenvolvimento do empreendedorismo nos países em desenvolvimento foi atribuído às mulheres um papel especial, devido ao crescimento da sua inserção no meio dos negócios, tornando-se muitas vezes a provedora principal do lar. Aliás, cada vez mais vem sendo recorrente a mulher assumir papel único em família e o aumento de famílias chefiadas por mulheres em todo o mundo (Horrell e Krishnan, 2007). Muitas vezes, o sucesso de uma mulher empreendedora está atrelado ao fator família, principalmente se a mulher já for mãe. Criar uma empresa tem certas atrações para a mulher que é mãe, pois permite controlar a própria agenda, gerir o tempo, ter mais liberdade e flexibilidade e independência para atender às necessidades da família (Pérez e Hernández, 2016).

Nichter e Goldmark (2009) relatam que as mulheres empreendedoras e chefes de família tendem a gastar mais em saúde, nutrição e educação do que os homens, e tendem a empregar proporcionalmente mais mulheres do que as empresas chefiadas por homens. Por essa razão, os países em desenvolvimento têm apoiado o movimento de empreendedorismo feminino e constatado o rápido aumento da proporção de mulheres empreendedoras (Kevane e Wydick, 2001). Por outro lado, conciliar as atividades empreendedoras com as responsabilidades familiares e tarefas domésticas constituem sérias restrições para as mulheres, impactando-a profissionalmente.

As desvantagens da mulher em relação ao homem no que tange ao ofício de empreender decorre não apenas do medo do fracasso, da habilidade com negócios, mas sobretudo da influência negativa dos papéis da família; isto é, decorre principalmente do fato desta ser dona de casa, denotando a incompatibilidade entre as responsabilidades de empreendedorismo e a preocupação com os cuidados familiares (Robin, Astorga e Martínez, 2017). Outro empecilho sofrido pela mulher que deseja empreender é o preconceito sociocultural. Esta constatação fora denunciada por Pérez e Hernández (2016), segundo o qual, a mulher que criar o seu negócio não tem uma carreira socialmente aceita.

Este preconceito sociocultural tem seu alicerce nos padrões dos costumes e valores que tipificam o que é moral de cada lugar, e consolidado, norteando as diferenças de papéis de gêneros. Mas, conforme Castrillon *et al.* (2012), os fatores de índole social, familiar ou

institucional têm a mesma importância para homens e mulheres, destacando haver ausência de relação entre gênero e características pessoais, como idade e formação e necessidades financeiras do empreendedor. Alguns autores abordam com frequência o levantamento de perfil, na tentativa de definir traços comuns à maioria das empreendedoras. Para Román e Brändle (2016), saber as características do perfil feminino aplicadas ao empreendedorismo é importante, pois os elementos individuais de personalidade permitem a execução bem-sucedida ou não de tarefas e manejos de determinadas situações.

Do ponto de vista da economia e desenvolvimento, Hapsari e Soeditaningrum (2018) destacam que as mulheres exercem um papel fundamental para melhorar o ambiente social, criando uma sociedade mais educada e evoluída e, por meio do empreendedorismo, desenvolver habilidades para impactos positivos no setor econômico. À luz dessas razões, apoiar e expandir o empreendedorismo feminino tornou-se fundamental não apenas evidenciar o empoderamento da mulher, mas sobretudo como aposta para reduzir a pobreza nos países em desenvolvimento. Esse é, dentre outros fatores, uma motivação importante por trás do aumento extensivo no microcrédito direcionado para mulheres empreendedoras nos países em desenvolvimento nos últimos anos (Kevane e Wydick, 2001).

Efeito do Protagonismo Feminino Na Economia

Experiências bem-sucedidas em vários cantos do mundo demonstram que a mulher empreendedora proporciona ganhos substanciais no acréscimo de valor ao produto nacional, e promove a equidade social. Segundo Quiñones (2016), o relatório produzido pela *Fundación Rafael del Pino*, mostra que um aumento no emprego das mulheres resultaria num impacto direto no PIB dos países, com uma estimativa de 5% nos Estados Unidos, 9% no Japão, 12% nos Emirados Árabes Unidos, 34% no Egito, 9% no Brasil, 27% na Índia, 6% na Espanha e até 5% no Reino Unido; proporcionando um aumento imediato da renda nacional (PIB) além de outros benefícios.

Com efeito, se houvesse compromisso em políticas públicas que assegurassem que mulheres contribuíssem com o PIB no mesmo ritmo que os homens, o impacto adicional à riqueza seria de US \$ 28 trilhões ao PIB global até 2025, segundo a Organização Internacional do Trabalho - OIT. De igual modo, conforme OIT, se houvesse uma redução da diferença de gênero em 25%, o PIB global aumentaria em US \$ 5,8 trilhões até 2025, e grande parte desse crescimento ocorreria nas economias emergentes, onde a diferença de gênero é mais expressiva (Whitehouse, 2019).

No caso do Brasil, a OIT estimou que a injeção de capital resultante da inserção feminina na economia poderia acrescentar R\$ 131 bilhões em receita tributária à União brasileira ao longo dos oito anos. Nesse período de 2017-2025, a economia brasileira também expandiria em R\$ 382 bilhões, se houvesse maior inserção das mulheres no mercado de trabalho (Wentzel, 2017).

Foi reconhecendo esse potencial ocultado pelo imperativo da desigualdade de gêneros, que Organização para Cooperação e Desenvolvimento – OCDE vem implementado um conjunto de iniciativas em políticas públicas com vistas a promover o empreendedorismo feminino entre os países-membros. Tais iniciativas buscam fomentar a neutralidade entre gêneros na estrutura jurídica de negócios, redução de encargos administrativos para empresas, bem como restrições regulatórias em excessos, acesso

equitativo ao financiamento para mulheres e homens empreendedores, serviços de alfabetização financeira, consultoria, redes de apoios para acesso ao aconselhamento profissional em questões jurídicas, fiscais e etc (GEM, 2014).

Empreendedorismo Feminino no Brasil

No contexto brasileiro, a mulher ingressou no mercado de trabalho mais intensamente a partir da década de 1970. Em meados de 1980, o sexo feminino ganha maior visibilidade dentro do movimento sindical devido a criação do Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora na Central Única dos Trabalhadores (CUT). O avanço dos direitos e do protagonismo feminino se torna ainda mais proeminente em 1988, quando a Constituição Federal passa a garantir a igualdade jurídica das mulheres, fazendo com que elas sejam consideradas tão capacitadas quanto os homens (Amorim e Batista, 2010). Desde então, o empreendedorismo tem se mostrado uma alternativa importante para a mulher brasileira.

Como já foi apontado, desde à sua primeira pesquisa realizada no Brasil, em 2000, o programa GEM mostra que o país se destaca no ranking de maiores empreendedores mundiais e que as mulheres assumem um papel significativo nesse processo. Em 2018, por exemplo, o Brasil teve a sétima maior proporção de mulheres entre os Empreendedores Iniciais (GEM, 2018). A participação crescente das mulheres na economia brasileira é também destacada em pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, que registrou um crescimento médio de ocupação de 2,1% ao ano, chegando a 40,7 milhões de mulheres ocupadas em 2012 (Sebrae, 2014). Em 2018, as mulheres “donas de negócios” já respondiam por 34% de próprio negócio no Brasil. (Sebrae, 2018).

Esse aumento da participação das mulheres empreendedoras, em muitos casos, não esteve vinculado à uma ação profissional formalizada, e ainda com pouca ou nenhuma orientação de gestão, minimizando a possibilidade de empoderamento, mas presente e em busca de crescimento, ponderou Natividade (2009). Conforme esse autor, as constatações feitas ainda encontram certa ressonância quando se analisam as iniciativas em políticas públicas específicas vigentes. De acordo com Costa, Azevedo e Souza (2012), as políticas públicas de estímulo ao empreendedorismo feminino são, de um lado, uma tentativa de construção de uma política sistêmica governamental de trabalho e renda e, de outro lado, uma institucionalização de políticas sociais setoriais e transversais, o que possibilita um maior envolvimento das mulheres. No entanto, identifica-se o desafio de incorporar a teoria de gênero na prática governamental, sobretudo aquelas em situação de maior vulnerabilidade, no que tangem às oportunidades econômicas.

Em síntese, o empreendedorismo feminino é gerenciado e influenciado por diversos fatores, como o ambiente psicológico, social, econômico, físico, técnico e jurídico. Portanto, apesar de toda riqueza literária sobre o assunto e suas contribuições multifacéticas ao conhecimento, julgou-se pertinente averiguar a validade e a consistência interna dos fatores críticos afetos ao empreendedorismo feminino, conforme procedimentos a seguir.

Metodologia

Esta pesquisa contempla duas partes. A primeira, fez-se a revisão sistemática da literatura, conforme proposto por Galvão, Pansani e Harrad (2015) e a na segunda parte,

analisam-se a confiabilidade dos dados e informações, identificados como sendo os fatores críticos do empreendedorismo feminino. Nesse sentido, trata-se de uma pesquisa exploratória, qualitativa e aplicada (Vergara, 2016). A coleta de dados foi realizada em janeiro de 2020, por meio da aplicação de um formulário de questões estruturadas aos especialistas. Essa aplicação foi feita remotamente, utilizando a ferramenta *Google Forms*.

As questões foram elaboradas com base nos fatores críticos identificados na revisão sistemática da literatura sobre a temática do empreendedorismo feminino, e depois foram organizadas e cuidadosamente classificadas segundo as dimensões (econômico-financeira, socioantropológica, de gênero-psicológica), como mostrado no quadro 1. Ao todo 34 especialistas responderam aos questionários. Os especialistas respondentes foram classificados segundo três grandes expertises ou vivências: puramente acadêmico, puramente do mercado de trabalho, e acadêmica e mercado. Os especialistas com expertises na área acadêmica (AA) são os profissionais envolvidos em estudos, na propagação do conhecimento ou na atividade sobre empreendedorismo feminino, por meio da educação formal ou informal; como por exemplo, os professores universitários e os empreendedores de instituição de ensino. São especialistas da área do mercado de trabalho (AMT), os profissionais que possuem e/ou participam formalmente ou informalmente de algum negócio empresarial, mas que tem relação com às questões do empreendedorismo feminino; como por exemplo, empresários e consultores. Por último, os especialistas da área acadêmica e do mercado de trabalho (AAMT) todos os profissionais que estejam envolvidos com ambas as áreas, simultaneamente ou não, sobre o empreendedorismo feminino.

A segunda fase trata da abordagem técnica e da aplicação do *Coefficiente Alfa de Cronbach*, apresentada em 1951 por Lee J. Cronbach (Hora, Monteiro e Arica, 2010), a fim de avaliar a confiabilidade das respostas obtidas pelo questionário de pesquisa, e desse modo, diminuir os erros aleatórios por meio da variância associada. Isto confere maior precisão nas medições e confiabilidade dos questionários aplicados. Segundo Melo, Silva e Almeida (2019:284), “a confiabilidade representa a precisão com que um indicador mensura ou se associa a um conceito que se pretende representar”. Este método mede a correlação média entre os perfis respostas de um questionário (padrão e com mesma escala de medição) em pesquisas de opinião. Embora este método seja muito utilizado em pesquisas sociais aplicadas, a confiabilidade *Alfa de Cronbach* não é um teste estatístico propriamente dito e representar resultados mascarados. O número de itens na escala, as intercorrelações dos itens e a dimensionalidade constituem algumas das principais limitações do *Alfa de Cronbach*, segundo Vaske, Beaman e Sponarski (2017). A formulação do modelo da equação do *Coefficiente Alfa de Cronbach* – CAC é dada pela seguinte equação:

Equação 1 - *Coefficiente Alfa de Cronbach* – CAC

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \times \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Fonte: Hora, Monteiro e Arica, 2010.

Onde o k significa o número de itens do questionário, s_i^2 significa a variância de cada item e s_t^2 significa a variância total do questionário, resultando assim, na soma de todas as variâncias. Alfa varia de 0 a 1, e para que a consistência interna dos dados seja válida, CAC deve ser situar no intervalo de 0,7 a 0,9. (Venegas *et al.*, 2015 e Pestana, 2015; Hora, Monteiro e Arica, 2010).

Outros autores como Vamvaka *et al.*, (2020) sugerem que as medidas para os construtos são altamente confiáveis, e recomendam 0,7 como o limite válido para o CAC. Apesar da falta de consenso sobre a dimensionalidade deste coeficiente, neste estudo considera-se como válida a consistência interna superior a 0,8.

Resultados e Discussão

Na primeira fase do estudo, o levantamento sistemático bibliográfico identificou 794 resultados nas bases pesquisadas, sendo 33 na *Scielo*, 343 na *Web of Science* e 418 na *Scopus*. Após a aplicação dos critérios de inclusão (acesso aberto/livre e do estudo somente do tipo artigo científico) e exclusão (idiomas que não seja o inglês, espanhol e português) e, também das análises das produções elegíveis (análise de título e resumo e o cruzamento entre as bases para retirar os duplicados), resultaram 16 artigos na base *Scielo*, 12 na base *Web of Science* e 14 na *Scopus*, totalizando 42 artigos científicos incluídos e analisado na revisão. Após uma análise minuciosa dos mesmos, elaborou-se um quadro – Quadro 1, com dimensões e fatores referente as convergências encontradas nos estudos e, posteriormente, esse quadro serviu de base para a formulação de questionários e aplicado na fase seguinte do estudo.

Quanto as dimensões, a primeira é a Dimensão Econômico-Financeira (DEF) e engloba as políticas-públicas. Sua natureza econômica refere a preocupação “com o desenvolvimento de uma economia que tenha por finalidade gerar melhor qualidade de vida para as pessoas, com padrões que contenham o menor impacto ambiental possível”, conforme Garcia (2016:151). A atividade econômica é, segundo Correa (2015:79) um “conjunto de atividades desenvolvidas pelos homens visando à produção, distribuição e o consumo de bens e serviços necessários à sobrevivência e à qualidade de vida”. A natureza financeira desta dimensão, segundo Reis *et al.* (2014), refere as estruturadas das receitas e grau de comprometimento destas para com as despesas e obrigações. Nesse sentido, essa dimensão trata do envolvimento do dinheiro (aporte financeiro) no negócio.

Na segunda dimensão - Dimensão Socioantropológica (DSA), o capital humano é tratado por sua natureza social, conforme Beni (2012); ou seja, os aspectos sociais são inerentes as qualidades humanas, tais como, habilidades, experiências e dedicação, podendo ser internamente às organizações e externamente em relação à comunidade, bem como os direitos humanos. Já a sua natureza antropológica refere a interação social proporcionada pela cultura, elaborando seus modos de sentir e pensar, a construção de valores, o manejo das identidades e diferenças, e ainda, estabelecendo as rotinas (Botelho, 2001). Nesse sentido, para Fernandes (2007), a dimensão antropológica é interpretada como pequenos mundos construídos pelos indivíduos, que possam garantir-lhes, no convívio social, a estabilidade e o equilíbrio.

Por fim, a terceira dimensão analisada - Dimensão de Gênero-Psicológica (DGP), refere à convergência entre a natureza psicológica e a natureza de gênero. Heilborn (1994)

afirma que um dado decisivo de pesquisa é a questão de gênero, estabelecendo duas instâncias: a classificação ordenadora do mundo social e a característica da identidade do sujeito de pesquisa. Nagem e Amaral (2005), mencionam que a natureza de gênero é determinada pelos papéis sociais atribuídos culturalmente às pessoas, sendo usualmente relacionado a identidade sexual dos indivíduos. Porém, as características biológicas não são a regra, visto que os papéis de homem e de mulher, em cada contexto específico, são atribuições sócio-histórico-culturais. Logo, a natureza psicológica trata das atitudes e dos sentimentos aprendidos em relação aos outros e a nós mesmos, envolvendo a ética (Marinho, Anastácio e Carvalho, 2011).

O quadro 1 apresenta essas dimensões, bem como as descrições dos fatores críticos. Foi a partir deste quadro que se elaborou o formulário de questões e aplicado na fase seguinte do estudo.

Quadro 1. Dimensões e Fatores Críticos relacionados ao Empreendedorismo Feminino.

| Fatores Críticos | Descrição | Referências |
|--|---|--|
| Dimensão Econômico-financeira (DEF) | | |
| Informalidade | As mulheres viram em seu próprio trabalho informal condições mais favoráveis do que as oferecidas pelo emprego formal; reduzindo a segregação, a discriminação salarial, entre outros fatores. | Mehtap, Ozmenekse e Caputo (2019); Pisani (2018); González e Ballesta (2018). |
| Impacto econômico | O empreendedorismo feminino proporciona um crescimento econômico local e regional, ao promover maiores condições de desenvolvimento econômico, devido a atividade desenvolvida por essas mulheres; além de possíveis processos de inovação, que possam impactar no mercado daquele produto. | Pinkovetskaia <i>et al.</i> (2019); Santos e Haubrich (2018); Lin <i>et al.</i> (2018); Bobrowska e Conrad (2017); Ruiz e Peñalver (2017); González (2016); Arroyo, Fuentes e Jiménez (2016); Riaga, Morales e Paime (2014); Saeed <i>et al.</i> (2014); Martínez e Carrasco (2013). |
| Necessidade | Por enfrentar dificuldades, vê o empreendedorismo como solução para superar o desemprego ou péssimas condições de trabalho formal. Frequentemente, o empreendedorismo é a única opção para combater a fome e a pobreza; uma questão de sobrevivência. | Santos e Haubrich (2018); González (2016); Pérez e Hernández (2016) |
| Aumento da renda | Algumas mulheres empresárias iniciam os seus negócios para aumentar a renda familiar ou simplesmente para ganhar dinheiro para uso pessoal, podendo ser por necessidade ou oportunidade. O trabalho por conta própria é utilizado como meios de empoderamento econômico, além de contribuir para superar barreiras e desafios relacionados à meios tradicionais de emprego. | Mehtap, Ozmenekse e Caputo (2019); Saeed <i>et al.</i> (2014). |
| Poder público | Atuação do Estado, por meio de programas, atividades e ações que auxiliam ou dificultam o empreendedorismo feminino, podendo contribuir ou não para a vulnerabilidade feminina. | Pinkovetskaia <i>et al.</i> (2019); Lin <i>et al.</i> (2018). |
| Dimensão Socioantropológica (DAS) | | |
| Família/Maternidade | As rotinas de vida de uma mulher, como casamento, maternidade e viuvez, têm um papel importante na decisão de trabalhar, nas opções disponíveis e escolhas empreendedoras que podem fazer. | Lieshout <i>et al.</i> (2019); Teixeira e Bonfim (2016); Strobino e Teixeira (2014). |
| Rede de contatos | Possibilidade de ampliar o convívio e relacionamento com outras pessoas, iniciar um negócio com o auxílio da rede de contatos. | Dastourian <i>et al.</i> (2017); Vale, Serafim e Teodósio (2011). |
| Experiência profissional | A partir de experiências adquiridas enquanto colaboradoras de outras organizações, a insatisfação com o trabalho foi motor para a saída dessa estrutura. | Machado <i>et al.</i> (2003). |

| | | |
|---|--|--|
| Educação formal | Análise sobre a diferença de escolaridade entre gêneros e a relevância da educação formal nas atividades da mulher empreendedora. | Ferri <i>et al.</i> (2018); Pappas <i>et al.</i> (2018); Capitán e García (2017). |
| Oportunidade | Identificação de demandas e carências no mercado de determinado produto ou serviço. Com isso, as mulheres viram em seu próprio trabalho uma oportunidade de acessar o mercado de trabalho em condições mais favoráveis do que as oferecidas pelo emprego formal. | Pinkovetskaia, Nikitina e Gromova (2019); Mehtap, Ozmenekse e Caputo (2019); Ng e Fu (2018); Cavada, Bobek e Maček (2017); Teixeira e Bonfim (2016); Machado <i>et al.</i> (2003); |
| Dimensão De Gênero-psicológica (DGP) | | |
| Identidade feminina | Contexto que a mulher enquanto ser, não apenas um ser biológico, está inserida, ante uma sociedade histórico culturalmente masculina. | Yunis, Hashim e Anderson (2019); Santos e Haubrich (2018); Saeed <i>et al.</i> (2014). |
| Comparações entre gêneros | Comparação das características físicas, fisiológicas, sociais, emocionais etc.; entre os gêneros masculino e feminino. | Melo, Silva e Almeida (2019); Eib e Siegert (2019); Hablich, Bermúdez e Espinoza (2018); Robin, Astorga e Martínez (2017); Arroyo, Fuentes e Jiménez (2016); Román e Brändle (2016); Monteiro, Silveiro e Daniel (2015); Gomes <i>et al.</i> (2014); Castrillon <i>et al.</i> (2012); Fairlie e Robb (2009). |
| Autorrealização | Opção por empreender para realizar um sonho, um propósito de vida ou desenvolver sentimentos de confiança e capacidade de realizar algo. | Ferreira, Bastos e D'Angelo (2018); Machado <i>et al.</i> (2003). |
| Autonomia | Capacidade de governar-se pelos próprios meios, com liberdade de tempo e a responsabilidade de fazer suas escolhas. | Ferreira, Bastos e D'Angelo (2018); Strobino e Teixeira (2014). |
| Perfil empreendedor | Levantamento de traços e características pessoais da personalidade que auxiliam ou dificultam a atividade empreendedora. | Khyareh (2018); Capitán e García (2017); Silva, Mainardes e Lasso (2016); Navarro e Jiménez (2016); Cisneros (2015); Carreira <i>et al.</i> (2015). |

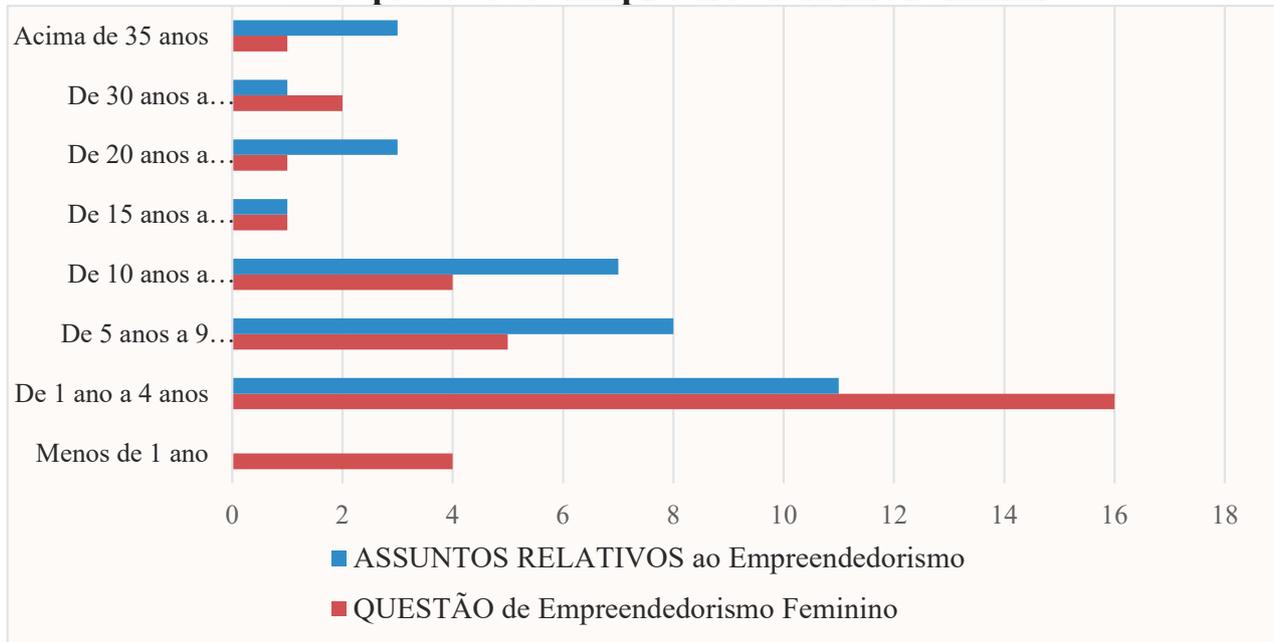
Fonte: Elaboração própria.

Centro Federal de Educação Tecnológica “Celso Suckow da Fonseca”

Na segunda fase, no levantamento de dados da pesquisa de campo, 34 especialistas responderam as questões do formulário, inclusive dois do exterior. Apesar da pesquisa ser aberta para ambos sexos, as respostas obtidas foram somente do sexo feminino. Parte dos respondentes acumulam alguma vivência acadêmica e ou profissional fora do Brasil, o que permite que as respostas sejam mais holísticas. Quanto aos perfis profissionais, 12% atuam na área acadêmica (AA), 38% do mercado de trabalho (AMT) e 50% da área acadêmica e do mercado de trabalho (AAMT), e a faixa etária predominante é entre 35 e 49 anos.

Quando comparado o tempo de envolvimento entre o assunto empreendedorismo e as questões do empreendedorismo feminino, conforme gráfico 1; observa-se que, dentre as entrevistadas, a maioria delas apresentam um envolvimento recente, entre 1 e 4 anos, demonstrando assim que houve um crescimento do interesse pelas questões do empreendedorismo feminino na última década. Dessa forma, reafirmando o apontamento do GEM (2017), no que diz respeito, ao crescimento gradativo da participação feminina nas frentes de trabalho. Evidenciando, conforme Gebran e Nassif (2010) e Machado *et al.* (2003), que esse crescimento sucede ao avanço histórico da mulher no mercado de trabalho e à discriminação sofrida em ambientes corporativos, onde desigualdade entre homens e mulheres ainda persiste.

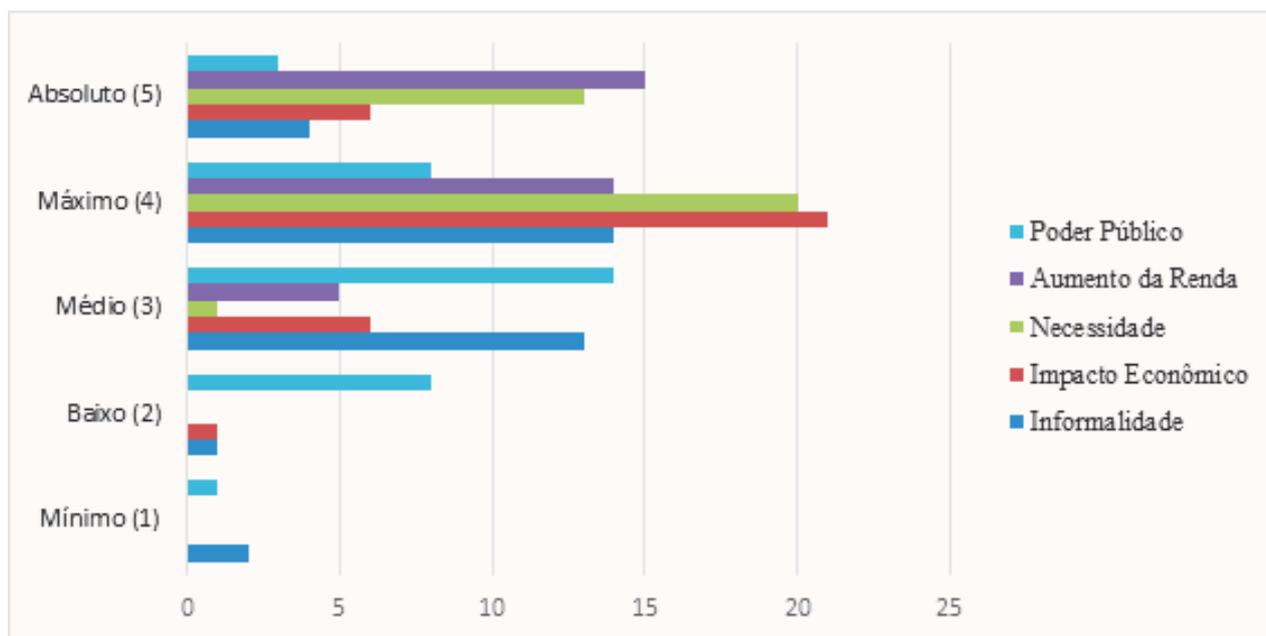
Gráfico 1. Envolvimento em relação ao assunto Empreendedorismo e as questões do Empreendedorismo Feminino.



Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo.

Na Dimensão Econômico-Financeira (DEF), ilustrada no gráfico 2, destaca-se pelo fato de que todos os fatores críticos levantados foram considerados com relevância entre média e absoluta; demonstrando o alto grau de importância dessa dimensão nas vidas das profissionais envolvidas com empreendedorismo feminino. A exceção está no fator do poder público, como sendo o único a receber respostas significativas de grau 2 (baixo) e o maior fator de grau 3 (médio), inferindo uma baixa relevância nesse quesito. Os fatores que receberam mais respostas no grau 5 (absoluto) foram o ingresso no empreendedorismo por necessidade e busca por aumento de renda, configurados fatores mais preponderantes. Este atributo corrobora o fato de que muitas mulheres iniciam seu próprio negócio com o intuito de contornar problemas conjunturais como o desemprego e péssimas condições de trabalho; evidenciando, muitas vezes, a única opção para combater a fome e a pobreza na família, fato também mencionado nos seus estudos Ozmenekse e Caputo (2019); Santos e Haubrich (2018); González (2016); Pérez e Hernández (2016) e Mehtap, Saeed *et al.* (2014).

Gráfico 2. Grau de importância em relação ao Empreendedorismo Feminino na Dimensão Econômico-Financeira (DEF).

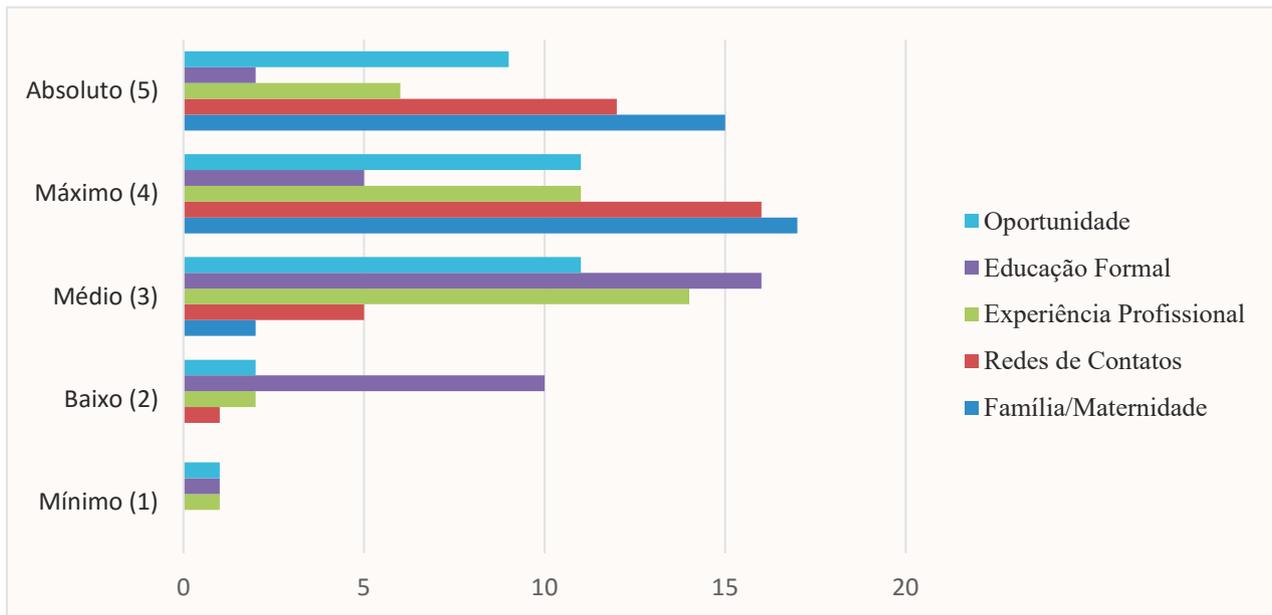


Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo.

Na Dimensão Socioantropológica (DAS), conforme gráfico 3, os fatores críticos avaliados no grau 1 (mínimo) não caracterizam relevância no estudo. Nos dois graus seguintes (baixo e médio) há um destaque no fator educação formal, onde se pode concluir que tratar-se de um atributo de baixa relevância, isto é, o grau de escolaridade não interfere na iniciativa empreendedora feminina; mesmo com a disposição que tendem a gastar mais com educação, saúde e nutrição do que os homens, mencionado por Nichter e Goldmark (2009).

Em contrapartida, os fatores família/maternidade e rede de contatos destacam-se por serem considerados de maior importância, figurando entre os mais respondidos nos graus 4 e 5 (máximo e absoluto), denotando alta influência no que diz respeito à estrutura familiar e como opção de atividades disponível para esse público. Demonstrando, conforme Horrell e Krishnan (2007), a recorrência do papel que a mulher assumi dentro da família e, também, o aumento de famílias chefiadas por mulheres em todo o mundo. Onde, muitas vezes, o sucesso de uma mulher empreendedora está atrelado à este fator específico, ou seja, a família; principalmente se a mulher já for mãe (Pérez e Hernández, 2016).

Gráfico 3. Grau de importância em relação ao Empreendedorismo Feminino na Dimensão Socioantropológica (DSA).

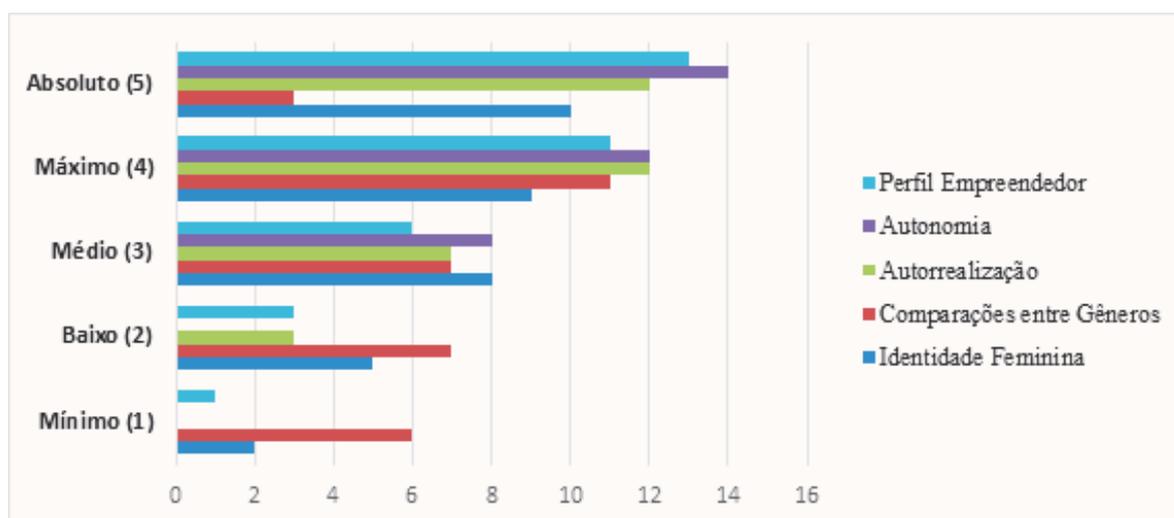


Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo.

Na Dimensão de Gênero-Psicológica (DGP) observou-se uma predominância de quase todos os fatores críticos avaliados nos graus mais elevados (máximo e absoluto), demonstrando a alta relevância dessa dimensão para o empreendedorismo feminino. A exceção nesse caso é a comparação entre gêneros, pois, apesar do quantitativo elevado de artigos citando as diferenças entre o empreendedorismo masculino e feminino, esse não demonstrou ser um fator relevante para as respondentes da pesquisa. Nesse sentido, reforçando o estudo de Castrillon *et al.* (2012), que ao contrário do estabelecido na maior parte da literatura, os fatores de índole social, familiar ou institucional têm a mesma importância para mulheres, quanto para homens; destacando haver ausência de relação entre gênero e características pessoais do empreendedor.

Já a autonomia é o fator de maior grau de importância, capaz de suscitar outros valores como a disponibilidade de tempo e a tomada de decisão, isto é, a capacidade de governar-se pelos próprios meios, com liberdade de tempo e a responsabilidade de fazer suas escolhas, conforme os estudos de Ferreira, Bastos e D'Angelo (2018) e Strobino e Teixeira (2014). O gráfico 4, a seguir, apresenta a fotografia dos graus atribuídos aos fatores nesta dimensão.

Gráfico 4. Grau de importância em relação ao Empreendedorismo Feminino na Dimensão De Gênero e Psicológica (DGP).



Fonte: Elaboração própria com base na pesquisa de campo.

Analisando as três dimensões em simultâneo, constata-se que a necessidade de liberdade/autonomia é um aspecto relacionado ao impacto da estrutura familiar e de maternidade nas atividades das empreendedoras femininas, utilizadas como forma de aumento de renda e autorrealização, fatores também indicados como preponderantes nas escolhas laborais desse público.

Posta esta intercorrelação entre as dimensões, apresenta-se a confiabilidade interna da pesquisa por meio da técnica do *Coefficiente de Alfa de Cronbach*, vide tabela 1.

Tabela 1 – *Coefficiente Alfa de Cronbach*.

| Dimensões | K | ΣS_i^2 | S_t^2 | | | α | Parecer |
|------------------------|---------------|----------------------|------------------|---------------|----------------|------------------|-------------------------------|
| | Especialistas | Variância individual | Variância Total | | | Alfa de Cronbach | |
| Econômico Financeira | 34 | 86,00713012 | 395,1836007 | 1,0303 | 0,7824 | 0,80607 | Consistência Boa |
| Socio Antropológica | 34 | 74,23975045 | 337,8796791 | 1,0303 | 0,7803 | 0,80392 | Consistência Boa |
| Gênero-psicológica | 34 | 91,78698752 | 568,8957219 | 1,0303 | 0,8387 | 0,86407 | Consistência Boa |
| Todas Dimensões | 34 | 252,0339 | 2608,0463 | 1,0303 | 0,90336 | 0,93074 | Consistência Excelente |

Fonte: Elaboração própria.

Identificou-se que o questionário respondido por especialista na área de empreendedorismo feminino possui alto grau de confiabilidade, já que o valor de 0,93 para o coeficiente da escala total corresponde a uma excelente consistência. Para as diferentes

dimensões do questionário, os valores permaneceram entre 0,80 e 0,86 aproximadamente, indicando também boa consistência interna. Estes resultados mostram que os objetivos desta pesquisa foram alcançados e estão dentro dos parâmetros de alfa superior a 0,8 estabelecidos na seção 2.

Conclusão

Na revisão sistemática, identificou-se que os artigos analisados, em sua maioria, abordam os aspectos históricos e conceituais sobre essa temática, e principalmente, as questões referentes ao gênero; em sua quase totalidade os artigos são internacionais, evidenciando uma leve carência de estudos no território brasileiro. Dentre os artigos analisados nessa revisão sistemática, nenhum trouxe como contribuição a aplicação do *Coefficiente de Alfa de Cronbach*, como forma de análise da confiabilidade interna dos pontos de vistas e opiniões dos especialistas.

A presença e participação da mulher na produção de bens e serviços é um fato observado em várias regiões do mundo conforme atestam os relatórios do GEM e SEBRAE, trazendo impactos significativos na geração de riquezas. Esse fenômeno, designado empreendedorismo feminino, tem sido objeto de inúmeras pesquisas, em grande parte de natureza qualitativo-explicativas, conforme se verificou na revisão sistemática apresentada no quadro 1.

Nesta pesquisa buscou-se realizar uma discussão sobre o fenômeno do empreendedorismo feminino, identificando a confiabilidade e convergências entre os estudos publicados e a opinião coletada de especialistas sobre o assunto, por meio de um questionário. Os especialistas respondentes foram classificados em três critérios de expertises/experiências profissionais; isto é, exclusivamente acadêmicos, exclusivamente de mercado e o *mix* (atuante em ambos campos). De igual modo, os fatores considerados críticos e que afetam a dinâmica do empreendedorismo feminino foram agrupados em três dimensões: socioantropológica, econômico-financeira e de gênero-psicológica. Na avaliação da consistência interna, o *Alfa de Cronbach* das dimensões conjuntamente foi de 0,93; é um nível elevado de confiabilidade e esta nova abordagem agrega contribuição relevante para o conhecimento científico.

Na dimensão econômico-financeira, denominada como DEF, as informações identificadas na literatura foram confirmadas pelos especialistas, segundo os quais, a mulher empreendedora contribui para o aumento da renda familiar, provoca impacto econômico positivo na sociedade e beneficia a diminuição de trabalhadoras na informalidade.

Na dimensão socioantropológica (DAS), convergiram para o ponto de que mulheres que atuam como donas dos seus próprios negócios têm maiores possibilidades de ampliar o convívio e relacionamento com outras pessoas, ter mais disponibilidade para cuidar da família e filhos. Portanto, o *motivo necessidade* é um fator muito mais decisivo que leva a mulher empreender do que outros “menos” relevantes, tais como a falta de experiência profissional, a educação formal e o reconhecimento de uma oportunidade.

No aspecto psicológico, os especialistas confirmam as evidências da literatura, segundo as quais as mulheres empreendem com o propósito de adquirir autonomia, para conduzir sua vida por seus próprios meios, se autorrealizarem profissionalmente e poder trabalhar com o que realmente as fazem felizes ou as levam à realização de um sonho ou

projeto de vida. Neste caso, a questão de gênero é menos relevante.

Por fim, ficou evidente que o Brasil carece de ações do poder público que visam a atenção especial voltada para a promoção da mulher empreendedora, nos moldes dos protocolos adotados em países-membros da OCDE. A construção de uma estrutura institucional (vertical e horizontal) de prestação de serviços para ajudar as mulheres a atingir seus objetivos de negócios e assim contribuir de forma mais efetivas na geração de riquezas e equidade social, faz-se necessário. A vertical implica que o governo federal crie diretivas, junto a órgãos de fomento como Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES para viabilizar linhas de financiamentos especiais, campanhas pró-formalização de negócios, em níveis estaduais. Em nível horizontal, a criação de núcleos de suportes ou apoios para capacitação profissional de empreendedores, por meios de secretarias municipais do desenvolvimento da mulher e pelo Sebrae.

Em suma, o assunto pesquisado mostrou-se bem complexo e abrangente, de modo que, pretende-se dar continuidade a investigação mais profunda, testar algumas hipóteses, e construir abordagens multicritérios e não paramétricos.

Referências

ALDRICH, H. E. e CLIFF, J. E. (2003) “The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective”. **Journal of business venturing**. Volume 18, No. 5, 573-596, doi: 10.1016/S0883-9026(03)00011-9.

AMORIM, R. e BATISTA L.E. (2010) “Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendimento”. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**. Volume 3, No. 3, 1-13. Disponível em http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf> Consultado em 10/01/2020.

ARROYO, M. R., FUENTES, M. D. M. F. e JIMÉNEZ, J. M. R. (2016) “An international study of the factors explaining high-growth expectation in new ventures: a gender perspective”. **Revista brasileira de gestão de negócios**. Volume 18, No. 60, 171. Doi: 10.7819/rbgn.v18i60.1947.

BENI, M. C. (2012) **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Editora Manole. ISBN: 978-85-204-3654-7.

BOBROWSKA, S. e CONRAD, H. (2017) “Discourses of female entrepreneurship in the Japanese business press—25 years and little progress”. **Japanese Studies**. Volume 37, No. 1, 1-22. Doi: 10.1080/10371397.2017.1293474.

BOTELHO, I. (2001) “Dimensões da cultura e políticas públicas”. **São Paulo em Perspectiva**. Volume 15, No. 2, 73-83. Doi: 10.1590/S0102-88392001000200011.

CAPITÁN, A. O. e GARCÍA, P. O. (2017) “Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: una investigación cualitativa en clave competencial”. **Barataria: revista castellano-manchega de ciencias sociales**. Volume 22, 51-66. Doi: 10.20932/barataria.voi22.335.

CARREIRA, S. S., FRANZONI, A. B., ESPER, A. J. F., PACHECO, D. C., GRAMKOW, F. B. e CARREIRA, M. F. (2015) “Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico”. **NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia**. Volume 5, No. 2, 6-13. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/3504/350450617002.pdf> Consultado em 10/01/2020.

CASTRILLON, M. D., CANTO, A. G., CANTORNA, A. S. e CERRADELO, L. B. (2012) “Turismo rural, empreendedorismo e gênero: um estudo de caso na comunidade autônoma da Galiza”. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. Volume 50, No. 2, 371-381. Doi: 10.1590/S0103-20032012000200010.

CAVADA, M. C., BOBEK, V. e MACEK, A. (2017) “Motivation factors for female entrepreneurship in Mexico”. **Entrepreneurial Business and Economics Review**. Volume 5, No. 3, 133-148. Disponível em <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=569960> Consultado em 13/01/2020.

CISNEROS, M. E. E. (2015) “Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género”. **Contaduría y administración**. Volume 60, No. 2, 468-485. Doi: 10.1016/S0186-1042(15)30010-3.

CORREA, R. (2015) “A Dimensão Econômica E O Desenvolvimento Sustentável Sob A Ótica De Juarez Freitas”. **Revista Direito à Sustentabilidade**. Volume 1, No. 2, 73-81. Disponível em <http://e-revista.unioeste.br/index.php/direitoasustentabilidade/article/view/12354> Consultado em 04/01/2020.

COSTA, D. M.; AZEVEDO, P. e SOUZA, R. (2012) “Políticas Públicas, empreendedorismo e mulheres: olhares que se encontram”. **Rio de Janeiro: IBAM**. Volume único, 1-170. Disponível em http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/trabalho_emprend.pdf Consultado em 14/01/2020.

DASTOURIAN, B., KESIM, H. K., AMIRI, N. S. e MORADI, S. (2017) “Women entrepreneurship: effect of social capital, innovation and market knowledge”. **AD-minister**. Volume 30, 115-130. Doi: 10.17230/ad-minister.30.6.0.

EIB, C. e SIEGERT, S. (2019) “Is female entrepreneurship only empowering for single women? Evidence from France and Germany”. **Social Sciences**. Volume 8, No. 4, 128. Doi: 10.3390/socsci8040128.

FAIRLIE, R. W. e ROBB, A. M. (2009) “Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey”. **Small Business Economics**. Volume 33, No. 4, 375. Doi: 10.1007/s11187-009-9207-5.

FERNANDES, T. (2007) “Fronteiras das políticas culturais baianas”. **III Enecult - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador-Bahia-Brasil, 1-14. Disponível em <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/TaianeFernandes.pdf> Consultado em 15/01/2020.

FERREIRA, G. F., BASTOS, S. A. e D'ANGELO, M. J. (2018) “A Look at Women’s Transition from formal labor to self-employment based on endogenous stimuli”. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**. Volume 19, No. 2, 1-26. Doi: 10.1590/1678-6971/eramg180086.

FERRI, L., GINESTI, G., SPANO, R. e ZAMPELLA, A. (2018) “Exploring the Entrepreneurial Intention of Female Students in Italy”. **Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity**. Volume 4, No. 27, 1-10. Doi: 10.3390/joitmc4030027.

GALVÃO, T. F., PANSANI, T. D. S. A. e HARRAD, D. (2015) “Principais itens para relatar revisões sistemáticas e Meta-análises: A recomendação Prisma”. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**. Volume 24, No. 2, 335-342. Doi: 10.5123/S1679-49742015000200017.

GARCIA, D. S. S. (2016) “Dimensão econômica da sustentabilidade: uma análise com base na economia verde e a teoria do decrescimento”. **Veredas do Direito: Direito Ambiental e Desenvolvimento Sustentável**. Volume 13, No. 25, 133-153. Doi:

10.18623/rvd.v13i25.487.

GEBRAN, M. E. e NASSIF, V. M. J. (2010) “Empreendedorismo Feminino: Em um mundo masculinizado, como as mulheres conquistam seu espaço?”. **XIII SEMEAD**. São Paulo. Disponível em <http://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhosPDF/75.pdf> Consultado em 03/01/2020.

GONZÁLEZ, B. M. e Ballesta, J. A. C. (2018) “Caracterización del emprendimiento femenino en España: una visión de conjunto”. **Revesco: Revista de estudios cooperativos**. Volume 129, 39-65. Doi: 10.5209/REVE.61936.

GONZÁLEZ, E. G. C. (2016) “El emprendedurismo femenino rural”. **Entramado**. Volume 12, No. 1, 30-36. Doi: 10.18041/entramado.2016v12n1.23107%20.

GOMES, A.F., SANTANA, W. G. P., ARAÚJO, U. P. e MARTINS, C. M. F. (2014) “Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa”. **Revista Brasileira de Gestão De Negócios**. Volume 16, No. 51, 319-342. Doi: [10.7819/rbgn.v16i51.1508](https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i51.1508).

HABLICH, F., BERMÚDEZ, C. e ESPINOZA, E. (2018) “Determinantes de la actividad emprendedora en la mujer de hispanoamérica”. **Revista Universidad y Sociedad**. Volume 10, No. 5, 106-112. Disponível em http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000500106 Consultado em 04/01/2020.

HAPSARI, N. R. e SOEDITIANINGRUM, N. (2018) “Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review”. **E3S Web of Conferences, EDP Sciences**. Volume 73, 11018. Doi: 10.1051/e3sconf/20187311018.

HEILBORN, M. L. (1994) “De que gênero estamos falando”. **Sexualidade, gênero e sociedade**. Volume 1, No. 2, 1-6. Disponível em http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/99_1042_dequegeneroestamosfalando.pdf Consultado em 02/01/2020.

HORA, H. R. M., MONTEIRO, G. T. R. e ARICA, J. (2010) “Confiabilidade em questionários para qualidade: um estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach”. **Produto & Produção**. Volume 11, No. 2, 85-103. Doi: 10.22456/1983-8026.9321.

HORRELL, S. e Krishnan, P. (2007) “Poverty and productivity in female-headed households in Zimbabwe”. **The journal of development studies**. Volume 43, No. 8, 1351-1380. Doi: [10.1080/00220380701611477](https://doi.org/10.1080/00220380701611477).

KEVANE, M. e WYDICK, B. (2001) “Microenterprise lending to female entrepreneurs: sacrificing economic growth for poverty alleviation?”. **World development**. Volume 29, No. 7, 1225-1236. Doi: 10.1016/S0305-750X(01)00032-8.

KHYAREH, M. M. (2018) “Determinants of Female Entrepreneurship in Iran: An Institutional Approach”. **Economic Annals**. Volume 63, No. 216, 111-130. Doi: 10.2298/EK1816111K.

KIRKWOOD, J. (2007) “Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered?”. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**. Volume 13, No. 1, 39-49. Doi: 10.1108/13552550710725174.

LIESHOUT, C. V., SMITH, H., MONTEBRUNO, P. e BENNETT, R. J. (2019) “Female entrepreneurship: business, marriage and motherhood in England and Wales, 1851–1911”. **Social History**. Volume 44, No. 4, 440-468. Doi: 10.1080/03071022.2019.1656929.

LIN, T. L., LU, T. Y., HSIEH, M. C. e LIU, H. Y. (2018) “From Conception to Start-Up: Who and What Affect Female Entrepreneurship”. **Contemporary Management Research**. Volume 14, No. 4, 253-276. Doi: 10.7903/cmr.17957.

MACHADO, H. V., CYR, L. S., MIONE, A. e ALVES, M. C. M. (2003) “O processo de criação de empresas por mulheres”. **RAE-eletrônica**. Volume 2, No. 2, 1-22. Doi: 10.1590/S1676-56482003000200007.

MARINHO, S., ANASTÁCIO, Z. e CARVALHO, G. S. D. (2011) “Desenvolvimento e implementação de projetos de Educação Sexual: análise das dimensões biológica, psicológica e social da sexualidade”. **VI Congresso Internacional de Saúde, Cultura e Sociedade**, 140-166. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/12639> Consultado em 13/01/2020.

MARTÍNEZ, I. B e CARRASCO, I. (2013) “Mujer, actividad emprendedora y desarrollo rural en América Latina y el Caribe”. **Cuadernos de desarrollo rural**. Volume 10, No. 72, 21-45. Disponível em http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-14502013000300003&script=sci_abstract&tlng=fr Consultado em 03/01/2020.

MEHTAP, S., OZMENEKSE, L. e CAPUTO, A. (2019) “I’m a stay at home businesswoman: an insight into informal entrepreneurship in Jordan”. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**. Volume 11, No. 1, 44-65. Doi: 10.1108/JEEE-10-2017-0080.

MELO, F. L. N. B. D., SILVA, R. R. D. e ALMEIDA, T. N. V. D. (2019) “Gender and Entrepreneurship: a comparative study between the Causation and Effectuation approaches”. **BBR - Brazilian Business Review**. Volume 16, No. 3, 273-296. Doi: 10.15728/bbr.2019.16.3.5.

MONTEIRO, R., SILVEIRO, C. e DANIEL, F. (2015) “Representações sociais do empreendedorismo no feminino e no masculino: investigação com estudantes”. **Psicologia em Estudo**. Volume 20, No. 1, 107-116. Doi: 10.4025/psicoestud.v20i1.25539.

NAGEM, R. e AMARAL, S. (2005) “Analogias e Metáforas na Educação Afetivo-Sexual”. **V Encontro Nacional De Pesquisa Em Educação Em Ciências, Bauru**. Volume 5, No. 1, 1-12. Disponível em <http://www.nutes.ufrj.br/abrapec/venpec/conteudo/artigos/3/doc/p806.doc> Consultado em 11/01/2020.

NATIVIDADE, D. R. D. (2009) “Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise”. **Revista de Administração Pública**. Volume 43, No. 1, 231-256. Doi: 10.1590/S0034-76122009000100011.

NAVARRO, M. J. P. e JIMÉNEZ, A. M. (2016) “Moderators elements of entrepreneurship. Gender differences”. **Suma de Negócios**. Volume 7, No. 15, 47-53. Doi: 10.1016/j.sumneg.2016.02.002.

NICHTER, S. e GOLDMARK, L. (2009) “Small firm growth in developing countries”. **World development**. Volume 37, No. 9, 1453-1464. Doi: 10.1016/j.worlddev.2009.01.013.

NG, K.S. e FU, P.P. (2018) “Factors Driving Foreign Women Entrepreneurship in China”. **Entrepreneurial Business and Economics Review**. Volume 6, No. 4, 49-69. Disponível em <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=788995> Consultado em 11/01/2020.

OLIVIERI, A. C. (2007) “Mulheres: uma longa história pela conquista de direitos iguais”. **Da Página 3 Pedagogia & Comunicação**. Disponível em <https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/mulheres-uma-longa-historia-pela-conquista-de-direitos-iguais.htm> Consultado em 03/01/2020.

PAPPAS, M., DRIGAS, A., PAPAGERASIMOU, Y., DIMITRIOU, H., KATSANOU, N., PAPAKONSTANTINO, S. e KARAVATZAKI, Z. (2018) “Female entrepreneurship and

employability in the digital era: The case of Greece”. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**. Volume 4, No. 2, 15. Doi: 10.3390/joitmc4020015.

PÉREZ, C. P. e HERNÁNDEZ, M. A. (2016) “Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements”. **Suma de Negocios**. Volume 7, No. 15, 25-31. Doi: 10.1016/j.sumneg.2015.12.004.

PINKOVETSKAIA, I., NIKITINA, I. e GROMOVA, T. (2019) “Actividad empresarial femenina, motivación y brecha de género”. **Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores**. Volume 6, Edición Especial 08/2019. Doi: 10.46377/dilemas.v27i1.1549.

PINKOVETSKAIA, I. S., KRYUKOVA, L. I., CAMPILLO, D. F. A. e BAHAMON, M. J. R. (2019) “Female Entrepreneurship: Types of Economic Activity”. **Journal of History Culture and Art Research**. Volume 8, No. 2, 253-265. Doi: 10.7596/taksad.v8i2.2153.

PESTANA, M. F. F. (2015) “Customer Engagement: Um estudo comparativo entre diferentes tipos de serviços”. **Dissertação de Mestrado. Porto: FEP – Economia e Gestão**. Disponível em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/80158/2/36386.pdf> Consultado em 09/01/2020.

PISANI, M. J. (2018) “Contemporary Female Entrepreneurship in Nicaragua”. **AD-minister**. Volume 33, 5-20. Doi: 10.17230/ad-minister.33.1.

QUIÑONES, P. G. (2016) “Female entrepreneurs: adding a new perspective to economic growth”. **Madrid: Fundación Rafael del Pino. Pridobljeno**. Volume 14, No. 9, 136. Disponível em <https://frdelpino.es/investigacion/wp-content/uploads/2020/02/FEMALE.pdf> Acesso em 15/01/2020.

REIS, L. G., GERIGK, W., TARIFA, M. R. e CLEMENTE, A. (2014) “Aspectos financeiros, econômicos, sociais e de gestão dos pequenos municípios paranaenses – uma abordagem multivariada”. **Revista de Estudos Contábeis**. Volume 5, No. 8, 55-81. Disponível em <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/rec/article/view/16761> Consultado em 15/01/2020.

RIAGA, C. O., MORALES, M. E. e PAIME, E. F. L. (2014) “Trayectorias y condiciones para la innovación en empresas de propiedad femenina: análisis comparativo de dos ciudades colombianas”. **Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión**. Volume 22, No. 2, 159-184. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/909/90933005010.pdf> Consultado em 11/01/2020.

ROBIN, C. F., ASTORGA, P. S. e MARTÍNEZ, D. Y (2017) “Entrepreneurial constraints on women in Chile: an empirical approach”. **Dimensión Empresarial**. Volume 15, No. 2, 57-72. Doi: 10.15665/rde.v15i2.969.

ROMÁN, S. M. e BRANDLE, G. (2016) “Abilities and skills as factors explaining the differences in women entrepreneurship”. **Suma de Negocios**. Volume 7, No. 15, 38-46. Doi: 10.1016/j.sumneg.2016.02.001.

RUIZ, J. P. A. e PEÑALVER, A. J. B. (2017) “Study of female entrepreneurship: an empirical evidence in the Municipality of León in Nicaragua”. **Tourism & Management Studies**. Volume 13, No. 3, 73-82. Doi: 10.18089/tms.2017.13308.

SANTOS, E. D. D. e HAUBRICH, G. F. (2018) “Portal Rede Mulheres Empreendedoras: empreendedorismo, cultura e imagens de si”. **Letras de Hoje**. Volume 53, No. 3, 412-421. Doi: 10.15448/1984-7726.2018.3.30670.

SAEED, S., Malik, N., Sohail, M. M., Tabassum, A. e Anwar, H. N. (2014)

“Factors Motivating Female Entrepreneurs: a study conducted in major urban area of punjab”. **Mediterranean Journal of Social Sciences**. Volume 5, No. 4, 669-675. Doi: 10.36941/mjss.

SILVA, M. S., MAINARDES, E. W. e Lasso, S. V. (2016) “Característica do empreendedorismo feminino no Brasil”. **Gestão e Desenvolvimento**. Volume 13, No. 2, 150-167. Doi: 10.25112/rgd.v13i2.370.

STROBINO, M. R.C. e TEIXEIRA, R. M. (2014) “Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba”. **Revista de Administração**. Volume 49, No. 1, 59-76. Doi: 10.5700/rausp1131.

TEIXEIRA, R. M. e BOMFIM, L. C. S. (2016) “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**. Volume 10, No. 1, 44-63. Doi: 10.7784/rbtur.v10i1.855.

VALE, G. M. V., SERAFIM, A. C. F. e TEODÓSIO, A. S. S. (2011) “Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?”. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**. Volume 15, No. 4, 631-649. Doi: 10.1590/S1415-65552011000400005.

VAMVAKA, V., STOFOROS, C., PALASKAS, T. e BOTSARIS, C. (2020) “Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences”. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**. Volume 9, No. 1, 5. Doi: 10.1186/s13731-020-0112-0.

VASKE, J.J., BEAMAN, J. e SPONARSKI, C. C. (2017) “Rethinking Internal Consistency in Cronbach’s Alpha”. **Leisure Sciences**. Volume 39, No. 2, 163-173. Doi: 10.1080/01490400.2015.1127189.

VERGARA, S. C. (2016), **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16ª Edição. São Paulo: Atlas, ISBN: 978-85-970-0747-3.

VENEGAS, M. E., ALVARADO, O. S., ELIZONDO, N. R. e CARRILLO, K. S. (2015) “Validação do construto e da confiabilidade de uma escala de inteligência emocional aplicada a estudantes de enfermagem”. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**. Volume 23, No. 1, 139-147. Doi: 10.1590/0104-1169.3498.2535.

WENTZEL, M. (2017) “Maior participação feminina traria R\$ 382 bilhões à economia brasileira até 2025”. **OIT, BBC- Brasil, Basileia-Suíça**. Consultado em 15/01/2020 em <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40281756>.

WHITEHOUSE, Whitehouse of the United States government (2019) “Relationship Between Female Labor Force Participation Rates and GDP”. **Economy & Jobs**. Consultado em 14/01/2020 em <https://www.whitehouse.gov/articles/relationship-female-labor-force-participation-rates-gdp/>.

YUNIS, M. S., Hashim, H. e Anderson, A. R. (2019) “Enablers and Constraints of Female Entrepreneurship in Khyber Pukhtunkhawa, Pakistan: Institutional and Feminist Perspectives”. **Sustainability**. Volume 11, No. 1, 27. Doi: 10.3390/su11010027.

Documentos oficiais e institucionais

GEM, Global Entrepreneurship Monitor (2018) “Empreendedorismo no Brasil”. Consultado na internet em 22/12/2019 em https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor (2017) “Empreendedorismo no Brasil”. Consultado na internet em 22/12/2019 em [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf).

GEM, Global Entrepreneurship Monitor (2014) “Empreendedorismo no Brasil”. Consultado na internet em 22/12/2019 em http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/GEM_2014-Livro-Empreendedorismo-no-Brasil.pdf.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2014) “Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas – 2013”. **SEBRAE/ DIESE** 2.ed. Brasília, DF. Disponível em https://www.go.agenciasebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario_Mulheres_Trabalhadoras.pdf Consultado em 15 de janeiro de 2020.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2018) “Data Sebrae”. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em <http://datasebrae.com.br/> Consultado em 12/11/2019.