

Empreendedorismo e Empoderamento Feminino: uma análise de casos no setor de acessórios e semijoias de Uberlândia

Fabiane Melo Martins - fabiane.martins@ufu.br

Universidade Federal de Uberlândia

Michelle Castro Carrijo – michellecarrijo@ufu.br

Universidade Federal de Uberlândia

Resumo

Ao longo dos anos, o empreendedorismo feminino se tornou cada vez mais frequente no mercado de trabalho, evidenciando o crescimento constante de empreendimentos dirigidos por mulheres e apontando a importância do seu papel tanto no mundo dos negócios quanto no cenário econômico. Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo analisar quais são os principais desafios e as principais vantagens da mulher empreendedora e como o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do fenômeno do empoderamento feminino. Para isso, foi elaborada uma pesquisa qualitativa com caráter descritivo a partir da execução de uma pesquisa de campo com mulheres empreendedoras, do segmento de acessórios e semijoias, da cidade Uberlândia - MG, por meio da coleta de dados retiradas de um questionário estruturado para o estudo de caso. Como conclusão, observou-se que o perfil da mulher respondente do questionário é o de mulheres maduras com experiência acadêmica. Além disso, os dados indicam que a maioria dessas mulheres acreditam que um dos principais desafios do empreendedorismo está relacionado com a conciliação de responsabilidades de sua vida pessoal e profissional e uma das principais vantagens é que o empreendedorismo pode possibilitar a estabilidade financeira. Ademais, os dados mostram que essas mulheres compreendem que o empreendedorismo contribui para que elas se libertem das amarras da opressão de gênero, no qual permite o fortalecimento do empoderamento feminino. Como contribuição, a pesquisa buscou auxiliar na identificação do perfil da mulher empreendedora residente da cidade de Uberlândia e entender quais são as suas aspirações e impasses.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Empoderamento feminino; Semijoias; Mulheres.

1 Introdução

Com o passar do tempo, o avanço da globalização, o crescimento econômico e a integração mundial propuseram diversas modificações no mercado de trabalho e na tradição cultural das famílias. Diversas mulheres passaram a utilizar de suas características empreendedoras para construir seu próprio negócio buscando uma possibilidade de inclusão ou estabilidade no mercado de trabalho. Segundo Franco (2014), as mulheres persistiram na busca de seu espaço na sociedade economicamente ativa do país e o aumento na participação no mundo dos negócios não decorreu apenas dentro das corporações, mas também na criação de seus próprios negócios.

Desde o século XX, houve um crescimento considerável na inserção das mulheres no mercado de trabalho devido à expansão da economia e ao avanço da indústria proporcionando um cenário favorável para a entrada feminina. Conforme Bruschini (2000), gradativamente a mulher brasileira começou a investir em sua formação e a conquistar seu lugar em diferentes tipos de cargos dentro das empresas. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) realizada em 2021, as mulheres compõem 51,1% da população brasileira, sendo que essas mulheres correspondem a 46% dos empreendedores iniciais com até 3,5 anos de empresa segundo o relatório de 2020 da *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (SEBRAE, 2021).

Com a grande contribuição das mulheres na geração de empregos e renda no país e a fundamental representatividade do gênero feminino no processo empreendedor brasileiro, esse estudo tem como objetivo geral analisar quais são os principais desafios e as principais vantagens da mulher empreendedora e como o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do fenômeno do empoderamento feminino. Os objetivos específicos são: compreender o que é inovação para as mulheres entrevistadas do ramo de acessórios e semijoias e qual a sua relação com o termo empreendedorismo; analisar se as mulheres entendem a diferença entre empreendedora e empresária; verificar se as respondentes compreendem a diferença entre empoderamento feminino e feminismo; e, quais problemas elas acreditam que ainda são existentes no ambiente empresarial.

Para isso, foi feita uma pesquisa qualitativa, de natureza descritiva, com a realização de uma pesquisa de campo com mulheres empreendedoras do ramo de acessórios e semijoias da cidade de Uberlândia - MG por meio de um questionário elaborado para a coleta de dados.

Essa pesquisa justifica-se devido ao crescimento do empreendedorismo no Brasil e à sua importância no impacto econômico do país ao longo dos anos, assim como do empreendedorismo feminino, fazendo-se necessário analisar aspectos que se modificaram, seja de forma positiva ou negativa, com esse fenômeno. Com o avanço da participação da mulher no mercado de trabalho muito tem se falado sobre empoderamento feminino, e no caso do presente estudo, sua importância baseia-se na tentativa de explicar como o empreendedorismo pode ser uma ferramenta essencial para o desenvolvimento desse empoderamento. Essa compreensão pode contribuir para o avanço da construção social do papel de uma mulher empoderada e determinada a se inserir e permanecer no mercado de trabalho e cada vez mais buscar novas conquistas em sua carreira profissional.

A pesquisa encontra-se estruturada nesta Introdução; no Referencial Teórico apresentando conceitos de empreendedorismo e empoderamento feminino. Em Metodologia, a qual expõe o método de pesquisa utilizado para a realização deste estudo. Análise de Resultados; e, por fim, nas Considerações Finais.

2. Referencial teórico

2.1 O conceito de Empreendedorismo

Embora muitos acreditem que o campo de pesquisa em empreendedorismo seja novo e tenha adquirido mais destaque apenas nas últimas décadas, as concepções pioneiras sobre o termo são antigas. Segundo Landström, Harirchi e Aström (2012), essa atividade é tão antiga quanto o comércio entre os indivíduos da sociedade e o intercâmbio, porém somente depois do crescimento dos mercados econômicos, os pensadores se interessaram em entender o fenômeno do empreendedorismo.

No século XII, a definição correspondia a indivíduos que incentivavam brigas. Já no século XVII, o empreendedor estava relacionado a pessoa que era responsável e coordenava uma operação militar. No século XVIII, o termo empreendedor passou a ser utilizado ao indivíduo que “criava e conduzia empreendimentos” e foi, então, diferenciado da função de capitalistas. No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram constantemente confundidos com os administradores ou gerentes, o que ocorre até os dias atuais, além de que começou a estarem diretamente associados com inovações (FILION, 1999; DORNELAS, 2008; HIRICH, PETERS, 2009; LANDSTRÖM, HARIRCHI, ASTRÖM, 2012).

Nesse contexto, é válido ressaltar que existem muitas definições para o termo empreendedor, mas, uma das mais antigas e mais utilizadas como base para os estudos dos autores por melhor refletir o espírito empreendedor é de Joseph Schumpeter (1949), no qual afirma que empreendedor é aquele indivíduo que transforma a ordem econômica presente pela inserção de novos produtos e serviços, pela elaboração de diferentes maneiras de organização ou pela procura de novos recursos e materiais.

Além disso, segundo Schumpeter (1942) o empreendedor é o executor do processo de destruição criativa, sendo este um estímulo essencial que dá início e sustenta em progresso o motor capitalista constantemente, estruturando novos produtos, novas técnicas de produção, novos mercados e rigidamente sobrepondo-se aos antigos mecanismos menos eficientes e de maior valor.

Para Foster & Kaplan (2002) o processo de “destruição criativa”, tratado por Schumpeter, é determinante para a promoção das empresas inovadoras, pois são elas que impulsionam as novas solicitações do mercado e direcionam os agentes econômicos para as novas preferências dos consumidores. Assim, a concorrência legítima ocorre entre as organizações inovadoras que criam produtos ao mesmo tempo que retiram do mercado os antigos por terem perdido a importância.

Com isso, é notório que os empreendedores possuem características específicas como: são visionários, sabem tomar decisões, fazem a diferença, exploram ao máximo as oportunidades, são determinados, dinâmicos, dedicados, persistentes, otimistas, apaixonados pelo que fazem, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados (*networking*), organizados, assumem riscos calculados, fazem planejamentos, criam valor para a sociedade e possuem conhecimento (DORNELAS 2016).

Ademais, outro ponto essencial refere-se aos tipos de empreendedor. Segundo Dornelas (2007), 8 tipos de empreendedores são identificados, quais sejam: 1) o nato (aquele que nasce com as características empreendedoras); 2) o que “aprende” ou inesperado (normalmente, um indivíduo que se deparou com uma boa oportunidade de negócio, não possui características empreendedoras e não está apto a assumir riscos); 3) o serial (fascinados por abrir novos negócios, mas não se contentam em permanecer apenas nesse negócio); 4) corporativos (que

empreendem dentro do negócio já existente); 5) o social (indivíduo que cria negócios relacionados com o lado humanitário, ou causas sociais); 6) por necessidade (indivíduos que criam um próprio negócio por falta de alternativa para sustentar a si mesmo e sua família); 7) o herdeiro (que recebe o negócio de herança da família); 7) o normal ou planejado (possuem como objetivo direcionar os próximos passos da organização e minimizar os riscos do negócio).

Dessa forma, como possuem diferentes tipos de empreendedores, pôde-se observar que as finalidades da ação de empreender são específicas de cada pessoa. Segundo a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2009) existem aqueles que se motivam por oportunidade ou necessidade. O primeiro é referente a aquele que decide iniciar o próprio negócio independente de possuir boas possibilidades de emprego, pretendendo, por exemplo, desfrutar de uma oportunidade no comércio ou aumentar a renda. Já o segundo, por não ter opções de emprego, decide abrir um negócio para sustentar a si ou a família.

Portanto, nesse contexto, o fenômeno do empreendedorismo pode ser definido como um processo de transformação de ideias em oportunidades a partir da criação de negócios de sucesso. Segundo Morris (1998), o empreendedorismo é um movimento pelo qual, tanto pessoas quanto equipes, abarcam recursos e competências para investigar possíveis oportunidades no ambiente, buscando a criação de valor independente de qual for o contexto organizacional, com consequências que englobam novos negócios, produtos, serviços, processos, tecnologias e mercados.

2.2 Empreendedorismo feminino

No mundo inteiro o empreendedorismo tem se tornado uma atividade comum entre a população. No entanto, os estudos que tangem ao empreendedorismo feminino também estão em constante crescimento, o qual muito estão relacionados com as políticas públicas voltadas para mulheres que abrem seus próprios negócios.

Desde o século XX, percebe-se o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho. Segundo Beauvoir (2009), este crescimento não ocorre devido a um ideário de independência, mas sim em decorrência da precária situação econômica e a necessidade de complementação da renda familiar.

Em contrapartida, de acordo com Lindo et al. (2007), destacam que a partir da década de 1970 esta evolução intensifica-se por causa das transformações culturais da época, principalmente as conquistas do movimento feminista, e outros aspectos como o aumento do nível de escolaridade das mulheres, o controle de maternidade e a transição de uma economia industrial para uma fundamentada na prestação de serviços. Entretanto, essas mudanças não foram capazes de alterar o cenário de soberania masculina. Nesse sentido, conforme apontam Lopez-Claros e Zahidi (2005), a humanidade ainda tem uma longa trajetória a percorrer na realização da equidade de gênero.

O avanço das iniciativas empreendedoras por parte das mulheres tem sido observado mundialmente. Segundo Capowski (1992, apud LINDO, et al. 2004) afirma que o empreendedorismo tem se tornado uma alternativa interessante de geração de trabalho e renda para as mulheres, visto que as organizações teriam fracassado em lhes conceder oportunidades de trabalho que garantissem flexibilidade e estabilidade. Diante disso, o empreendedorismo se tornaria uma opção para que as mulheres conseguissem ter controle sobre o seu tempo e destino profissional.

Ademais, segundo Jonathan (2011), cuidar da família, administrar a casa e ter atividades fora do lar são outras características típicas muito relevantes das mulheres contemporâneas. No entanto, mesmo que pouco se compreende essa característica de multiplicidade das mulheres e como elas conseguem manejar diversas atividades simultaneamente, esse fato apresenta-se como um ponto positivo, pois elas mostram uma maneira única de administrar, utilizando diferentes formas para o alcance da sintonia entre a vida profissional e pessoal (AMORIM; BATISTA, 2012).

Nesse sentido, atualmente as mulheres são reconhecidas por exercerem um papel essencial na jornada de crescimento de um país. Assim, nota-se que a sua participação tem o poder de fortalecer a diversidade dos agentes econômicos relacionados à motivação e o reconhecimento de oportunidades que são extremamente importantes para a aceleração econômica (MICOZZI; LUCARELLI, 2016).

Portanto, a presença das mulheres no último século em atividades de geração de renda foi observada em diversos setores, conseqüentemente, os países em desenvolvimento e os países desenvolvidos estão se esforçando para realizar medidas concretas que possam maximizar as atividades empresariais das mulheres (ISMAIL et al., 2012).

2.3 Empoderamento feminino

Traduzida do termo inglês “empowerment”, a palavra empoderamento está relacionada com a atribuição de poderes para si próprio ou a alguém. Segundo Kleba e Wendhausen (2009, p. 735), essa palavra estaria na literatura direcionada para “melhorar a situação de grupos mais vulneráveis”. Na língua portuguesa, esse termo é considerado “novo” e ainda não tem um significado unânime, porém, no texto, será utilizado na concepção feminina.

Segundo Kleba e Wendhausen (2009), existem dois sentidos do termo empoderamento que são mais utilizados no Brasil, sendo eles: um é referente ao processo de mobilizações e práticas que visam propiciar e estimular comunidades e grupos no melhoramento de suas condições de vida buscando aumentar sua autonomia; já o outro está relacionado a ações designadas a viabilizar a integração dos excluídos, carentes e demandatários de bens elementares à sobrevivência, serviços públicos etc. Em situações, na maioria das vezes precárias, os sistemas não colaboram para organizá-los devido ao fato de os atenderem de forma individual a partir de projetos e ações de cunho assistencial.

No Brasil, o termo empoderamento foi adaptado por Paulo Freire e utilizado em 1986 na obra *Medo e Ousadia - o cotidiano do professor*. Apesar de que o termo já tinha um significado na língua inglesa, a definição de empoderamento para o educador está vinculada a ideia de que o indivíduo ou grupo empoderado é aquele que realiza as mudanças necessárias para a evolução e fortalecimento de si mesmo.

Segundo Luttrell et al. (2009), afirmam que as dimensões do termo empoderamento são manifestações para encorajar e fortalecer o gênero feminino. Além disso, conforme Baquero (2012), a definição dessa palavra tem raízes na Reforma Protestante, desde as lutas pelos direitos sociais do movimento feminista, sobretudo nos países desenvolvidos durante o século XX.

Dessa forma, é válido salientar que empoderar mulheres e contribuir com o movimento feminista para promover a equidade de gênero em todas as atividades sociais e econômicas são fatores que garantem o efetivo fortalecimento da economia que impulsionam os negócios e melhoram a qualidade de vida das mulheres (ONU, 2010).

Nesse contexto, em 2010, a parte responsável pelas mulheres na Organização das Nações Unidas (ONU), chamada ONU Mulheres, atuante como secretariado da Comissão da ONU sobre a Situação das Mulheres (CSW), criou os Princípios de Empoderamento das Mulheres (Quadro 1), com o objetivo de estabelecer e praticar seus propósitos para promover a equidade de gênero e empoderar as mulheres nas atividades sociais e econômicas.

Princípio 1	Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gerente, no mais alto nível.
Princípio 2	Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação.
Princípio 3	Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa.
Princípio 4	Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres.
Princípio 5	Apoiar empreendedorismo das mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing.
Princípio 6	Promover a igualdade de gênero através das iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social.
Princípio 7	Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero.

Quadro 1 - Princípios do Empoderamento Feminino. Fonte: Elaborado pela autora a partir da Cartilha ONU Mulheres (2017).

Com isso, esses princípios são um conjunto de considerações que cooperam para a comunidade empresarial a proporcionar a incorporação nos negócios a partir de valores e práticas que visem a equidade de gênero e o empoderamento feminino (ONU, 2010). Além disso, os Princípios do Empoderamento das Mulheres também englobam os interesses dos governos, da sociedade civil e das interações com as partes envolvidas, visto que para alcançar a equidade de gênero e o empoderamento feminino requer a presença e a contribuição de todos (UN WOMEN, 2019).

Contudo, é importante salientar que existem diferenças entre os termos feminismo e empoderamento feminino, mesmo que sejam complementares. Feminismo é um movimento que busca a igualdade de gênero em todos os âmbitos, social, político e econômico. Já o empoderamento feminino é a consciência coletiva demonstrada por meio de ações e manifestações para fortalecer as mulheres e promover a equidade de gênero.

O movimento feminista luta por direitos iguais entre homens e mulheres em todas as esferas. Conforme Sorj (2005), o feminismo, distintivamente de outros movimentos políticos, como por exemplo, o nacionalismo, fascismo e o comunismo, proporcionou uma excepcional modificação de comportamentos direcionada para a promoção de mais liberdade e igualdade entre os gêneros, sem ambicionar a tomada do poder, sem usar da força e sem despejar uma gota de sangue. As alterações aconteceram no âmbito da persuasão e do convencimento por meio da realização de manifestações e campanhas, das postagens de ideias nas mídias e pela renovação das leis. Além disso, o feminismo instituiu-se como um movimento plural, que não possui dono ou um sistema de controle centralizado, sem excomungados, renegados ou dissidentes.

Em contrapartida, segundo Lisboa (2008), a expressão empoderamento feminino surgiu como uma afirmação, valorização e reconhecimento das mulheres. Deste modo, conforme Costa (2004), esse termo apresenta-se em oposição e resistência às relações patriarcais, tanto no ambiente profissional quanto no ambiente familiar. Com isso, de acordo com Melo e Lopes

(2012), requerem-se pelo fim da dominação masculina e seus privilégios sobre as mulheres, assegurando-as controle e autonomia de seus direitos, ideologias, corpos e sexualidade.

Portanto, empoderar é referente a uma ação que sempre esteve evidenciada no movimento feminista, pois tem como função expor que o poder e a autonomia de si são possíveis tanto para homens quanto para mulheres. Nesse sentido, dentre as diversas concepções de empoderamento feminino, uma análise feminista que menciona o termo de forma categórica, é dada por Cecília Sardenberg (2006) ao apontar que para as mulheres feministas, o empoderamento feminino é um processo que apresenta a conquista da autodeterminação, além de ser, para essas mulheres, um instrumento/meio e um fim em si próprio. Sendo assim, empoderamento feminino acarreta para as mulheres a libertação das amarras da opressão de gênero e do patriarcado.

3. Procedimentos Metodológicos

Segundo Lakatos e Marconi (1991, p.80), a ciência é “uma sistematização de conhecimentos, um conjunto de proposições logicamente correlacionadas sobre o comportamento de certos fenômenos que se deseja estudar”. Nesse sentido, o objetivo geral proposto pela pesquisa é analisar quais são os principais desafios e as principais vantagens da mulher empreendedora e como o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do fenômeno do empoderamento feminino, sendo que seus objetivos específicos são: compreender o que é inovação para as mulheres entrevistadas do ramo de acessórios e semijoias e qual a sua relação com o termo empreendedorismo; analisar se as mulheres entendem a diferença entre ser empreendedora e empresária, verificar se as respondentes compreendem a diferença entre empoderamento feminino e feminismo e quais problemas elas acreditam que ainda são existentes no ambiente empresarial; averiguar qual o perfil da mulher e aspectos do seu negócio próprio.

Dessa forma, a presente pesquisa se enquadra como sendo de natureza descritiva, a qual tem por objetivo descrever as características de uma determinada população por meio de estudos de campo a partir do levantamento de dados colhidos (GIL, 2002). As pesquisas também podem ser classificadas de acordo com o formato de abordagem do problema, sendo esta, uma pesquisa qualitativa, possibilitando a interpretação dos dados.

Além disso, as pesquisas possuem diferenças relacionadas aos procedimentos técnicos usados. Nesse estudo foi utilizado uma pesquisa de campo com mulheres empreendedoras do segmento de acessórios e semijoias em Uberlândia-MG, no qual foi feito uma coleta de dados por meio de um questionário estruturado. Este questionário foi enviado, de forma online, em 6 rodadas de envio, nos meses de dezembro de 2022 e janeiro de 2023, para 32 mulheres e foram obtidas 15 respostas.

No que tange à escolha do segmento para tema desse estudo, esta se deu devido ao interesse da pesquisadora, mas também pelo fato do ramo vivenciar um momento de acelerado crescimento nos últimos anos. De acordo com o presidente, Raymundo Vianna, do Sindicato das Indústrias de Joalherias, Ourivesarias, Lapidações e Obras de Pedras Preciosas, Relojoarias, Folheados de Metais Preciosos e Bijuterias no Estado de Minas Gerais (SINDIJOIAS), indica que tanto as atividades de vendas internas quanto as de exportação, tiveram um aumento de 20% no primeiro semestre do ano de 2022, quando comparado ao mesmo período do ano de 2021. Segundo o dirigente, a perspectiva do segmento é de vender no mínimo 40% a mais em 2022 (SINDIJOIAS, 2022).

A seleção das mulheres para participarem da pesquisa, ocorreu de forma aleatória a partir de contatos que a própria pesquisadora possuía ou havia identificado em suas redes sociais. A

intenção inicial do trabalho era realizar um estudo de caso com uma única empresária, reconhecida na cidade, como inovadora e de grande sucesso, mas devido à sua falta de tempo em participar de entrevistas pessoais, optou-se por ampliar a amostra de pesquisa e buscar um maior número de mulheres envolvidas no segmento, para avaliar a visão sobre empreendedorismo de um número maior de mulheres. Então, após 6 rodadas de envio do questionário para 32 mulheres, e com o prazo para efetivação da pesquisa ter se esgotado, fechou-se a quantidade de mulheres pesquisadas com um total de 15 respondentes.

Portanto, a presente pesquisa se caracteriza como qualitativa de caráter descritivo, a qual utilizou-se de um levantamento de dados colhidos como ferramenta do estudo de caso.

4. Análise de resultados

O objetivo da pesquisa é analisar quais são os principais desafios e as principais vantagens da mulher empreendedora e como o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do fenômeno do empoderamento feminino. Para tanto, nesta etapa serão analisadas as informações obtidas por meio de 15 questionários respondidos por mulheres, empreendedoras e/ou empresárias, do segmento de acessórios e semijóias na cidade de Uberlândia.

Para isso, a análise será dividida em seis seções conforme a estrutura do questionário, sendo elas: perfil da entrevistada, empreendedor e empresário, empreendedorismo, empreendedorismo feminino, empoderamento feminino e negócio próprio.

4.1 Perfil da entrevistada

A primeira seção visa verificar qual é o perfil das mulheres que participaram da pesquisa, por isso, elas foram questionadas quanto a idade, escolaridade, área de formação, estado civil, se possui filho(s) e qual a quantidade. Nesse sentido, após a coleta dos dados por meio dos questionários enviados, foi possível perceber que o perfil predominante das entrevistadas é de mulheres mais maduras na faixa etária entre 38 a 45 anos, possuem maior nível de instrução, sendo que a maioria delas já possui graduação completa e pós-graduação (60%), são casadas (71,4%) e possuem filhos (60%).

Esse perfil da mulher presente na pesquisa pode estar relacionado ao fato de que, em grande parte das vezes, as mulheres conseguem empreender quando já estão em um período mais estável da vida pessoal e familiar, no qual já são graduadas, casadas e possuem filhos relativamente mais velhos, sendo assim encontram condições para tentar buscar uma nova fonte renda, realizar um sonho, investir em uma recolocação no mercado, aproveitar uma oportunidade, entre outros fatores.

Nesse sentido, é interessante notar que as características do perfil da mulher empreendedora se assemelham bastante com aquelas identificadas no relatório do Sebrae elaborado em 2019 sobre Empreendedorismo Feminino no Brasil, no qual afirma que a maioria das mulheres possuem a faixa etária de 35 a 45 anos, tem maior escolaridade e possuem filhos (SEBRAE, 2019). Além disso, outra pesquisa confirma esses atributos femininos, relatório GEM (2018), na qual os dados mostram que as mulheres apresentam maior escolaridade (médio completo + superior), maior proporção de mulheres casadas e faixa etária entre 35 e 54 anos (GEM, 2018).

4.2 Empreendedor e empresário

Nesta seção, o objetivo é analisar se as mulheres compreendem as diferenças existentes entre os conceitos de empreendedor e empresário. Os resultados apresentaram que 12 mulheres, ou seja, 80% da amostra compreende que a definição de empreendedor e empresário são distintas pelo fato de possuírem habilidades e competências diferentes. Com isso, percebe-se que a maior parte, 14 das respondentes, entendem que um empresário não é sempre um empreendedor.

Dessa forma, esses dados indicam que a maioria das respondentes conhecem as diferenças entre os termos, o que pode indicar que elas estão bem-informadas e atualizadas quanto aos conceitos e os papéis que cada um exerce, ou seja, é possível perceber o impacto de serem mulheres mais instruídas, pois diversos indivíduos criam uma confusão entre essas definições ou até mesmo acreditam que sejam conceitos semelhantes, muitas das vezes, por falta de conhecimento.

No que tange à abertura de uma empresa, nota-se que 13 (86,7%) das mulheres compreendem que o processo de abrir uma empresa tradicional, ou seja, sem inovações, torna o indivíduo um empresário e não um empreendedor. Esse cenário pode indicar que as respondentes compreendem os diferentes modelos de negócios que são necessários para cada estilo de organização, ou seja, para aquela que será aberta e dirigida por um empresário e para aquela que será iniciada e orientada por um empreendedor.

Nesse sentido, é importante considerar que os termos empreendedor e empresário são popularmente utilizados para aqueles que irão abrir uma organização, entretanto esses profissionais possuem funções diferentes e demandam competências e habilidades distintas dentro de uma empresa. Com isso, torna possível entender que nem todo empresário é um empreendedor, assim como nem todo empreendedor é um empresário. Um empresário tem o papel de gerenciar/administrar seu negócio, buscando sempre sua evolução e o lucro, sem tentar grandes mudanças e inovações, além de manter um padrão de gerenciamento. Já um empreendedor, possui o papel de implementar ideias inovadoras em seu empreendimento, seja em seus produtos, em sua equipe, nos processos realizados, entre outros. Ele busca colocar em prática as criações e inovações, sem se preocupar constantemente com o risco, ou seja, promover as iniciativas para gerar transformações no cotidiano de seu ambiente de trabalho.

Além disso, é válido salientar que, para o mercado de trabalho atual, que tem se tornado cada vez mais competitivo, a união de competências e habilidades de um empresário e de um empreendedor, pode contribuir para uma gestão mais eficiente dos negócios, pois além de ser administrado corretamente, é viável estabelecer adequados planejamentos inovadores e criativos para o potencial crescimento do empreendimento.

4.3 Empreendedorismo

A terceira seção, por sua vez, busca evidenciar se as mulheres respondentes compreendem o conceito de empreendedorismo e compreendem sua importante relação com a inovação.

Foi constatado que, 93,3% que corresponde a 14 mulheres, compreendem a concepção de empreender ao entenderem que, empreendedorismo e inovação estão diretamente relacionados, pois sem inovação não existe empreendedorismo. Com isso, é possível perceber que os dados sinalizam um ponto positivo pelo fato das mulheres estarem bem instruídas quanto ao fenômeno do empreendedorismo e sua essencial relação com as inovações para o alcance do sucesso do negócio. Além disso, essa seção auxilia na confirmação do objetivo da seção anterior, pois os

dados mostram que a maioria das 15 mulheres respondentes compreendem, de maneira geral, a temática do empreendedorismo.

É essencial destacar que para empreender é necessário colocar em prática as ideias e ter a iniciativa de inovar, buscando definir o diferencial para o negócio e proporcionar novas e melhores experiências para os consumidores. Empreendedorismo e inovação precisam estar estritamente alinhados para possibilitar o crescimento de uma empresa a partir da manutenção de produtos, equipes, processos, ideias e solução de problemas. Atualmente, em um mercado extremamente competitivo e com o frequente surgimento de novas tecnologias, a estruturação de ideias que viabilizam uma oportunidade dentro de uma organização, permite que o empreendimento obtenha crescimento e se destaque entre seus concorrentes a partir do reconhecimento de seus consumidores.

Conforme a pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI), realizada, em 2021, pelo Instituto FBS Pesquisa, oito em cada dez indústrias de médias e grandes brasileiras inovaram nos anos de 2020 e 2021, apresentando crescimentos em suas produtividades, competitividades e resultados financeiros (CNI, 2021). Além disso, de acordo com a pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI), realizada pelo Instituto FBS Pesquisa em 2021, 82% das indústrias de pequeno porte inovaram pelo menos uma vez nos últimos três anos (CNI, 2021).

No que tange ao empreendedorismo feminino especificamente, a pesquisa mostrou que 100% das mulheres concordam que o empreendedorismo feminino possibilita a busca por estabilidade financeira; 93,3% das mulheres acreditam que o empreendedorismo feminino permite ter flexibilidade de horários para melhor organização de suas responsabilidades e obtenção de independência e autonomia; 86,7% das mulheres entendem que o empreendedorismo feminino proporciona a autorrealização profissional e conciliação da vida familiar e profissional; 80% das mulheres pensam que o empreendedorismo feminino contribui para a realização de um sonho; e 33,3% das mulheres julgam que o empreendedorismo feminino assegura o trabalho em família. Ao contrário disso, apenas uma mulher (6,7%) compreende que o empreendedorismo feminino propicia trabalhar menos.

Ademais, os resultados indicaram que, para as mulheres os principais desafios do empreendedorismo são: estabelecer o negócio (60%); falta de apoio e incentivo (46,7%); conciliar responsabilidades (86,7%); discriminação fundamentada em estereótipos de gênero (6,7%); e falta de autoconfiança e a dificuldade em fazer networking (26,7%). Dessa maneira, nota-se que os dados apresentam uma tendência de que, mesmo que para a maioria dessas mulheres, o empreendedorismo não proporciona uma jornada de trabalho menor, fato que ajudaria na conciliação de suas responsabilidades, isso não afasta as mulheres desta atuação profissional, pelo fato de possibilitar que as mulheres tenham estabilidade financeira e flexibilidade de horários, os quais são fatores que contribuem para a melhor organização da vida pessoal e profissional da mulher, pois esta, conforme os dados indicam, já é uma mulher madura, casada, com filhos e com um empreendimento para administrar.

No que tange aos desafios, a pesquisa mostra que, um dos principais é a conciliação de responsabilidades, fato que pode ser justificado pelas características do perfil da mulher. Outra dificuldade que merece destaque é o estabelecimento do próprio negócio.

Sendo assim, é possível analisar que, atualmente, o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho ocorre constantemente e o empreendedorismo é uma opção bastante escolhida, pois permite a geração de renda e a autonomia para as mulheres, fazendo com que seja possível ter controle de sua carreira profissional e de seu tempo. Além disso, outro ponto fundamental que está entre os atributos da mulher contemporânea, é o fato delas conseguirem,

mesmo que seja um desafio, gerenciar múltiplas funções simultaneamente, no qual se enquadra todos os âmbitos da vida pessoal e da vida profissional. Com isso, é possível perceber o motivo do crescimento do empreendedorismo feminino, pois este permite que a mulher se realize profissionalmente e pessoalmente.

Conforme os dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor - GEM 2020/2021, o Brasil é o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras no mundo, sendo que dos 52 milhões de empreendedores, 30 milhões são mulheres, ou seja, cerca de 57% (SEBRAE, 2023).

4.4 Empoderamento feminino

Esta seção tem como objetivo compreender se as mulheres conhecem o fenômeno do empoderamento feminino, quais são os seus princípios e seus desafios. Sendo assim, observa-se que 13 mulheres (86,7%) entendem que empoderamento feminino e feminismo são termos que não possuem o mesmo conceito e, diante disso, a maior parte das mulheres (73,3%), o qual significa 7 das respondentes, compreendem a correta definição do termo empoderamento feminino, ou seja, é uma consciência coletiva que busca o fortalecimento, autonomia e liberdade. Além disso, é possível perceber que essas mulheres são mais instruídas pelo fato de terem um melhor conhecimento sobre esses termos e sobre as questões sociais que estão envolvidas nessa temática.

Quanto aos princípios do empoderamento feminino, nota-se que, mesmo que a maior parte das mulheres saibam o conceito de empoderamento feminino, apenas 4 (26,7%) conhecem os princípios do empoderamento feminino criados pela ONU Mulheres e o Pacto Global. Para tanto, este é um fato negativo, pois os princípios do empoderamento ajudam as mulheres a se conscientizarem de forma crítica dos seus direitos e de seus valores, o que contribui para o avanço da igualdade entre gêneros e para a união entre mulheres, na qual uma pode dar suporte a outra em diversas situações cotidianas.

Além disso, 13 mulheres, ou seja, 86,7% acreditam que atualmente, no ambiente empresarial, ainda existe preconceito entre gêneros, sendo que 100% das mulheres concordam que um dos principais problemas encontrados dentro deste ambiente é o assédio moral e sexual e 11 respondentes (73,3%) acreditam que seja a cultura machista e patriarcal. Conforme os dados do Tribunal Superior de Trabalho (TST), somente em 2021, ocorreram mais de 52 mil casos vinculados a assédio moral e mais de 3 mil casos relacionados a assédio sexual, o qual comprova as diversas violências que acontecem no ambiente de trabalho (TST, 2022).

Também é notório que 100% das mulheres acreditam que o empreendedorismo contribui para o empoderamento feminino ajudando as mulheres a se libertarem das amarras da opressão de gênero proporcionando autonomia e poder a elas. Sendo assim, é possível observar que os dados apresentam que a maioria das 15 mulheres respondentes do questionário entendem sobre o empoderamento feminino e o quanto o empreendedorismo ajuda no desenvolvimento desse fenômeno, porém não conhecem seus princípios, no qual é um ponto negativo, pois a maioria dessas mulheres concordam que ainda existe o preconceito entre gêneros e um dos problemas mais recorrentes no ambiente de trabalho é o assédio moral e sexual.

Mesmo que para a língua portuguesa o termo empoderamento feminino seja considerado recente, ele já teve grandes contribuições para o público feminino, sendo responsável por proporcionar uma melhora nos grupos e comunidades, além de estimular a união em busca da independência e reconhecimento perante a sociedade. Com isso, criou-se a possibilidade de

melhorar a qualidade de vida das mulheres e propiciar a evolução da luta a favor da equidade de gênero fazendo com que estas tenham mais acesso e liberdade nas atividades sociais e econômicas.

Nesse sentido, a partir do questionário, foi possível observar que o empreendedorismo vem contribuindo gradativamente para a ascensão do empoderamento feminino e, conseqüentemente, para o fortalecimento das mulheres, pois empreender assegurou o espaço da mulher no mercado de trabalho e viabilizou sua autonomia por meio da estabilidade financeira, flexibilidade de horários e conciliação de responsabilidades pessoais e profissionais. Sendo assim, esses fatores permitiram que, mesmo que ainda exista preconceito entre gêneros e diversos problemas que são enfrentados diariamente no ambiente de trabalho, as mulheres conseguem unir forças para lutar e persistir por seu espaço em todos os âmbitos da sociedade.

Conforme uma pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Economia e da Fundação Getúlio Vargas (FGV-IBRE), a taxa de participação feminina, entre os anos de 2014 e 2019, cresceu continuamente e chegou a 54,3% em 2019, além de que, mesmo com o recuo devido a pandemia, em 2021, houve uma melhora e o índice atingiu 51,56% (CNN, 2022).

4.5 As principais características do negócio próprio

Aqui, busca-se identificar quais são as características do negócio próprio de cada mulher respondente do questionário. Dessa forma, percebe-se que a maior parte (80%), que corresponde a 12 mulheres, realizam inovações pelo menos uma vez ao ano em suas empresas, enquanto o restante não realiza inovações com tanta frequência, sendo que 73,3% desenvolvem inovação de produto, 60% de marketing, 40% de processo e 33,3% organizacional. Com isso, nota-se que realizar inovações nas empresas, mesmo que fundamental, não é uma estratégia fácil, pois é necessário disponibilizar tempo para planejamento das ideias e recursos financeiros.

Ademais, destaca-se que 80%, ou seja, 12 mulheres acreditam que inovação se trata de melhorar algo já existente e/ou mudar a percepção do consumidor quanto ao produto, enquanto isso, 73,3%, que condiz a 11 respondentes, concordam que para inovar é necessário criar algo totalmente novo.

Além disso, 9 mulheres (60%) não aplicam os princípios do empoderamento feminino em suas empresas. Dessa forma, é válido salientar que esta seção confirma a conclusão da seção anterior (5), pois a maioria das mulheres, por não terem conhecimento dos princípios do empoderamento feminino, não aplicam em seus empreendimentos, sendo também, um ponto negativo, pelo fato de que implementar os princípios seria uma forma de difundir ainda mais essa consciência coletiva que busca fortalecer e dar mais autonomia para as mulheres, além de reforçar os direitos e valores que as mulheres possuem para a sociedade como um todo.

Dessa forma, os dados indicam que a maioria das mulheres buscam seguir os princípios do empreendedorismo a partir do desenvolvimento e seleção de ideias para implementação de inovações constantes em seus empreendimentos, sendo que as principais realizadas são as de produto e de marketing, no qual mostra que as empreendedoras estão acompanhando o setor de moda e suas respectivas atualizações, pois tanto o mercado quanto o perfil do consumo estão passando por mudanças. Conforme o site do Sebrae, ano de 2022, uma pesquisa realizada pela união da Google e a Worth Global Style Network (WGSN) para verificar quais as principais tendências para o futuro da moda, apresentaram cinco pilares estipulados pela relação entre moda e sociedade, sendo eles: identidade, conteúdo, protagonismo, influência e negócio.

No entanto, um fator negativo, é a não aplicação dos princípios do empoderamento feminino em seus respectivos negócios, pois ainda há muito pelo que lutar e, por isso, é necessário que o empoderamento esteja presente em todos os âmbitos da sociedade, no meio corporativo, na política, no esporte, no econômico e no social para que não ocorram retrocessos e as conquistas sejam mantidas.

5. Considerações finais

Conforme Pelogio et al. (2011), o termo empreendedorismo ascendeu consideravelmente, no âmbito acadêmico, apenas nos últimos vinte anos, mesmo que este já era reconhecido e estava presente há mais de dez séculos, e especialmente no Brasil, somente conquistou mais importância a partir da abertura econômica da década de 1990. Nesse sentido, houve um crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho, mesmo que, segundo Bruschini (2007), esta atuação seja marcada por progressos e atrasos.

No Brasil, a quantidade de mulheres associadas ao empreendedorismo tem aumentado aos longos dos anos e, estudar essa atual realidade, permite analisar as motivações e dificuldades tanto no aspecto econômico quanto no aspecto social. Sendo assim, o objetivo do presente artigo é analisar quais são os principais desafios e as principais vantagens da mulher empreendedora e como o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do fenômeno do empoderamento feminino.

Constatou-se que a maioria das profissionais respondentes são mulheres maduras, com faixa etária entre 38 e 45 anos, casadas, possuem filhos e com ensino superior completo, além de terem feito pós-graduação. Ademais, percebeu-se que o empreendedorismo feminino permite que elas tenham estabilidade financeira e a possibilidade de conciliação da vida profissional e familiar em decorrência da flexibilidade de horários, independência, autonomia e realização de sonhos. Contudo, destacou-se que a principal dificuldade do empreendedorismo para estas mulheres é a conciliação das responsabilidades, pois são diversas tarefas envolvidas na vida da mulher, sendo elas pessoais e trabalhistas, e como consequência disso, um outro desafio é o estabelecimento do negócio.

Outro fator observado é que a maioria dessas mulheres ainda sofrem com o preconceito entre gêneros no ambiente empresarial, sendo que o principal problema enfrentado por elas está relacionado com o assédio moral e sexual, além da presença da cultura machista e patriarcal. Dessa forma, é notório que todas as mulheres acreditam que o empreendedorismo pode auxiliar na evolução do empoderamento feminino fazendo com que estas mulheres se libertem das amarras da opressão de gênero assegurando poder a elas.

Além disso, referente aos seus negócios, as mulheres buscam realizar inovações em suas empresas pelo menos uma vez ao ano na qual o principal tipo é de produto. Também foi evidenciado que, por não conhecerem os princípios do empoderamento feminino criados pela ONU Mulheres, a maioria das mulheres não os aplicam em suas organizações.

Com isso, esta pesquisa buscou contribuir para a identificação do perfil da mulher empreendedora residente da cidade de Uberlândia e compreender quais são as suas aspirações e impasses. Procurou contribuir também para o melhor entendimento do seu progresso e suas razões para empreender relacionando como esta ação impacta no fenômeno do empoderamento feminino.

Como limitação, pode-se afirmar que houve uma dificuldade de comunicação com as empreendedoras, visto a ausência de canais que conectem veementemente essas mulheres com a população uberlandense.

Por fim, sugere-se a execução de mais pesquisas qualitativas para a melhor especificação da características e compreensão do perfil da mulher empreendedora, apresentando a essencialidade do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento de uma consciência coletiva que propõe o fortalecimento e a liberdade das mulheres. Ademais, também é sugerido a realização de pesquisas em setores diferentes visando possibilitar a comparação dos perfis, comportamentos e entendimentos das diversas mulheres empreendedoras da cidade de Uberlândia.

6. Referências bibliográficas

- ALVES, Bianca. Setor de joias estima um crescimento de 40% neste ano. **Diário do Comércio**, 2022.
- ALPACA, Nathalie. **CNN Brasil**, 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/participacao-de-mulheres-no-mercado-de-trabalho-e-20-inferior-a-dos-homens/#:~:text=Em%202021%2C%20houve%20uma%20leve,71%2C64%25%20em%202022>>.
- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da Finan**, v. 3, n. 3, 2012.
- BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- BRUSCHINI, Cristina. **Trabalho feminino no Brasil: novas conquistas ou persistência na discriminação?** 2000.
- BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 37, n. 132, p. 537-572, set./dez. 2007.
- CAPOWKI, G. S. Be your own boss? Millions of women get down to business. **Management Review**, v. 81, n.3, p. 24-31, 1992.
- CNI: 82% das pequenas indústrias já inovaram pelo menos uma vez. **Agência Brasil**, 2021. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-11/cni-82-das-pequenas-industrias-ja-inovaram-pelo-menos-uma-vez>>. Acesso em: 20 mar. 2023.
- COSTA, A. **Gênero, Poder e Empoderamento das Mulheres**. A Química das Mulheres. Salvador: p. 20 - 21, mar. 2004.
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Education, 2009.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: **Transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- FILLION, L. J. Empreendedorismo: empreendedorismo e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun. 1999.
- FOSTER, R.; KAPLAN, S. **Destruição criativa**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FRANCO, M.M.S. **Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas**. 2014.

GARANTIR OS DIREITOS HUMANOS DAS MULHERES NO BRASIL E NO MUNDO. **Onu Mulheres**, 2021. Disponível em: <<https://www.onumulheres.org.br/onu-mulheres/sobre-a-onu-mulheres/>>. Acesso em: 11 jan. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2009). Curitiba: IBQP, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2018). Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20-%20Brasil%202018%20-%20web.pdf>>.

HISRICH, R.D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

IBGE. QUANTIDADE DE HOMENS E MULHERES. **IBGE Educa**, 2021. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html#:~:text=Segundo%20dados%20da%20PNAD%20Cont%C3%ADnu,51%2C1%25%20de%20mulheres>>.

ISMAIL, H. C.; SHAMSUDIN, F. M.; CHOWDHURY, M. S. An exploratory study of motivational factors on women entrepreneurship venturing in Malaysia. **Business and Economic Research**, v. 2, n.1, p.1-13, 2012.

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

KLEBA, Maria Elisabeth; WENDAUSEN, Agueda. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde soc.**, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 733-743, dez. 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**. v. 41. p. 1154-1181, 2012.

LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **RAC-Eletrônica**, v. 1, n. 1, p. 1-15, 2007.

LISBOA, T. K. **O empoderamento como estratégia de inclusão das mulheres nas políticas sociais**. Fazendo gênero 8 – Corpo, Violência e Poder. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2008.

LOPEZ-CLAROS, A.; ZAHIDI, M. Empoderamento das Mulheres: avaliação das disparidades globais de gênero. UNIFEM, 2005.

LUTTRELL, C. et al. **Understanding and operationalising empowerment**. London, UK: OverseasDevelopmentInstitute, 2009.

MELO, M.C.O. LOPES; A. L.M. Empoderamento de mulheres gerentes: a construção de um modelo teórico de análise. **Revista Gestão e Planejamento**, v.12, n.3, p.648-667, set/dez, 2012.

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

Modesto, Celina. **Justiça do Trabalho**, 2022. Disponível em:<<https://www.trt13.jus.br/informe-se/noticias/em-2021-justica-do-trabalho-registrou-mais-de-52-mil-casos-de-assedio-moral-no-brasil#:~:text=Dados%20do%20Tribunal%20Superior%20do,numerosas%20no%20mundo%20do%20trabalho>>.

MORRIS, Michael H. *Entrepreneurial Intensity : Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*. Westport, CT, USA: Greenwood Publishing Group, ncorporated, 1998.

ONU MULHERES. ENTIDADE DAS NAÇÕES UNIDAS PARA IGUALDADE DE GÊNERO E EMPODERAMENTO DAS MULHERES. **Cartilha Princípios de Empoderamento das Mulheres – Igualdade Gera Negócios**. Disponível em: < https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_ONU_Mulheres_Nov2017_digital.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2021.

PELOGIO, E. A.; ROCHA, L. C. S.; MACHADO, H. V.; AÑEZ, M. E. M. **Criação de Empresas à Luz do Modelo de Decisão effectuation: Um estudo com mulheres empreendedoras no município de Currais Novos/RN**. Rio de Janeiro: XXXV Encontro do ANPAD, 2011.

SARDENBERG, M. B. Cecília. **Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista**. 2006. 12 f. Artigo – NEIM/UFBA, Bahia, 2006.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory Of Economic Development** Cambrigde, Mass.; Harvard University. 1949.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Nova York: Harper and Brothers, 1942.

SEBRAE. O QUE VEM POR AÍ? MUDANÇAS QUE VÃO IMPACTAR O SETOR DA MODA.2022. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-vem-por-ai-mudancas-que-vaio-impactar-o-setor-da-moda,9a14d5a0b0642810VgnVCM100000d701210aRCRD>>.

SEBRAE. As características das mulheres empreendedoras. 2023. Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-caracteristicas-das-mulheres-empendedoras,83f2c79a303f4810VgnVCM100000d701210aRCRD>>.

SEBRAE. QUAL A QUALIDADE DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL? **Sebrae**, 2021. Disponível em:<<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-a-realidade-do-empendedorismo-feminino-no-brasil>>.

SEBRAE. *Empendedorismo Feminino no Brasil - Relatório Especial (2019)*. Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf>.

SORJ, Bila. O estigma das feministas. **O Globo**, maio. 2005.

UN WOMEN. **OSAGI Gender Mainstreaming - Concepts and definitions**. Disponível em: <http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>. Acesso em: 11 nov. 2021.