



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ CAMPUS VII
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ALÍCIA LUZIA CORDEIRO PALMEIRA

**O PROTAGONISMO FEMININO NO ENFRENTAMENTO À CRISE: ANÁLISE DAS
CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DAS MULHERES
EMPREENDEDORAS**

Patos - PB

2022

Alicia Luzia Cordeiro Palmeira

**O PROTAGONISMO FEMININO NO ENFRENTAMENTO À CRISE: ANÁLISE DAS
CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DAS MULHERES
EMPREENDEDORAS**

Trabalho de conclusão de curso
(artigo) apresentado a/ao
coordenação /departamento do
curso de Bacharelado em
Administração da Universidade
Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título
de Bacharel em Administração.

Orientadora: Me. Angélica Catarine da Mota Araújo

PATOS-PB
2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

P172p Palmeira, Alicia Luzia Cordeiro.
O protagonismo feminino no enfrentamento à crise [manuscrito] : análise das características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras / Alicia Luzia Cordeiro Palmeira. - 2022.
29 p.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2022.
"Orientação : Profa. Ma. Angélica Catarine da Mota Araujo, Coordenação do Curso de Administração - CCEA."
1. Empreendedorismo feminino . 2. Comportamento empreendedor. 3. Mulher. 4. Pandemia. I. Título

21. ed. CDD 650.1

Alicia Luzia Cordeiro Palmeira

**O PROTAGONISMO FEMININO NO ENFRENTAMENTO À CRISE: ANÁLISE
DAS CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DAS MULHERES
EMPREENDEDORAS**

Trabalho de Conclusão de Curso
(artigo) apresentado a coordenação do
curso de Bacharelado em
Administração da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel
em Administração.

Aprovada em: 24/03/2022.

BANCA EXAMINADORA



Prof.ª. Me. Angélica Catarine da Mota Araújo (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Dayane Renaly Lopes de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Francisco Anderson Mariano da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico este trabalho à minha família, ao meu pai e à minha mãe. Que vem me apoiando e me dando todo suporte necessário para crescer diante das escolhas tomadas. Minha eterna gratidão.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo amor e misericórdia derramada sobre mim, bem como iluminar a minha mente nos momentos difíceis, dando-me força e coragem para seguir.

Aos meus pais, Adriana e Hevaldo que, com humildade e honestidade fizeram-me melhor. A vocês todo o meu amor e a minha gratidão.

A meu filho, Thomaz, a quem eu darei mil motivos para sorrir, por trazer luz e aprendizado a minha vida.

A meu esposo, Daniel, por está sempre me apoiando em minhas decisões.

A minha orientadora, Angélica Catarine, que me auxiliou e esteve presente sempre que precisei, contribuindo com o desenvolvimento do trabalho e ajudando-me a acreditar na minha ideia.

As minhas colegas de graduação, Karini Medeiros e Rayssa Araújo as quais devo total gratidão, levarei vocês sempre comigo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
2.1 Empreendedorismo feminino.....	10
2.2 Características comportamentais empreendedoras.....	11
2.3 Motivações Comportamentais empreendedoras.....	14
2.4 Desafios comportamentais empreendedores.....	16
3. METODOLOGIA.....	19
4. METODOLOGIA	21
4.1 Perfil das empreendedoras.....	21
4.2 Análise das características das mulheres empreendedoras.....	22
4.3 Análise das motivações das mulheres empreendedoras.....	30
4.4 Análise dos desafios das mulheres empreendedoras.....	31
4.5 O protagonismo feminino no enfrentamento à crise.....	31
5 CONCLUSÃO	33
REFERÊNCIAS	34

O PROTAGONISMO FEMININO NO ENFRENTAMENTO À CRISE: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Alícia Luzia Cordeiro Palmeira

RESUMO

Nos últimos anos o empreendedorismo feminino tem crescido cada vez mais rápido. A literatura tem apontado que esse crescimento é devido a diversos fatores, tais como: busca de melhoria financeira, autorrealização, afinidade com a área, ser reconhecida, busca de oportunidades no mercado de trabalho e influência familiar. Mesmo em meio à crise gerada pela Pandemia por Covid-19, muitos negócios surgiram motivados por algum desses fatores supracitados. Face ao exposto, essa pesquisa objetiva analisar as características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras no contexto de crise pela Covid-19. Metodologicamente, este trabalho possui abordagem quantitativa, descritiva, sob a forma de levantamento através de um questionário online, que obteve 134 respostas de mulheres empreendedoras. Como resultado, verificou-se que a maioria dos desafios impostos às mulheres empreendedoras estão relacionados a própria construção histórica do papel atribuído à mulher durante muitos anos em nossa sociedade. Além disso, segundo os dados coletados, a dificuldade em separar vida pessoal e profissional, assim como o planejamento do tempo, tem sido um dos grandes desafios das empreendedoras atualmente. Apesar dos desafios as mulheres que empreendem são satisfeitas com suas escolhas e ocupações, e buscam conquistar espaços cada vez maiores.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Comportamento Empreendedor. Pandemia.

ABSTRACT

In recent years female entrepreneurship has grown faster and faster. The literature has pointed out that this growth is due to several factors, such as: the search for financial improvement, self-fulfillment, affinity with the area, being recognized, seeking opportunities in the job market and family influence. Even in the midst of the crisis due to the Covid-19 Pandemic, many businesses emerged motivated by any of these aforementioned factors. In view of the above, this research aims to analyze the characteristics, motivations and challenges of women entrepreneurs in the context of the Covid-19 crisis. Methodologically, this work has a quantitative, descriptive approach, in the form of a survey through an online questionnaire, which obtained 134 responses from women entrepreneurs. As a result, it was found that most of the challenges imposed on women entrepreneurs are related to the historical construction of the role assigned to women for many years in our society. In addition, according to the data collected, the difficulty in separating personal and professional life, as well as time planning, has been one of the great challenges for female entrepreneurs today. Despite the challenges, women who undertake are satisfied with their choices and

occupations, and seek to conquer ever greater spaces.

Keywords: Female entrepreneurship. entrepreneurial behavior. Pandemic.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia causada pela Covid-19 provocou uma crise sanitária e econômica sem precedentes, dentre as consequências dessa crise estão os impactos nos negócios, em especial daqueles que são liderados por mulheres, conforme dados publicados pelo relatório da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2020).

O empreendedorismo feminino desempenha um papel importante na sociedade, pois traz diversos impactos positivos, dentre eles estão a geração de empregos e renda (impacto econômico), maior equilíbrio entre trabalho e família (impacto social), aumento da autonomia e da independência feminina (impacto político), dentre outros efeitos (BANDEIRA, AMORIM; OLIVEIRA, 2020; BULLOUGH, et al., 2021), o que

reforça a importância de estudos sobre essa temática, para melhor compreender sobre o protagonismo feminino no enfrentamento da crise.

O número de mulheres empreendedoras cresceu no Brasil, mesmo em meio à crise sanitária em que o mundo se encontra. De acordo com uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo, em 2020 houve um aumento de 40% no número de micro e pequenas empresas abertas por mulheres. Os dados do Sebrae superam o ano anterior. Uma pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor*, mostra que o país tem cerca de 30 milhões de mulheres empreendedoras, ou seja, esse número representa cerca de 48,7% de todo o mercado empreendedor (MEIRE, 2021).

Na literatura sobre empreendedorismo, dentre as principais características comportamentais empreendedoras, destacam-se a busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; qualidade e eficiência; correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento; persuasão e rede de contatos; a independência e a autoconfiança do empreendedor (MINELLO, 2017; McCLELLAND, 1961).

As principais motivações para empreender estão relacionadas a necessidade financeira, falta de emprego, necessidade de conciliar trabalho com vida privada, desenvolvimento pessoal, auto-realização, entre outras motivações (MARTINHO, 2012; GEM, 2019).

No que se refere aos desafios enfrentados por empreendedoras, fatores como discriminação em relação ao gênero, problemas de liquidez no negócio, financiamento, falta de experiência e conhecimento de gestão empresarial, são citados como alguns obstáculos na atividade empreendedora (MINELLO, 2017; GEM, 2019).

Em meio à crise pandêmica instaurada, os desafios impostos às mulheres empreendedoras se tornam ainda mais evidentes, principalmente em relação à dificuldade de conciliar o tempo entre trabalho e família. Por isso, fomentar o debate de modo a buscar melhores condições e oportunidades para as mulheres que estão à frente do seu negócio, torna-se cada vez mais importante e necessário, tendo em vista que a crise do novo coronavírus atingiu diversos empreendimentos no Brasil e no mundo, impactando especialmente aqueles liderados por mulheres.

Nesse sentido, a problemática dessa pesquisa é: quais são as características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras no contexto de crise? Para responder a esse questionamento, essa pesquisa objetiva analisar as características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras no contexto de crise pela Covid-19.

A escolha por mulheres empreendedoras justifica-se devido à importância para a atividade empreendedora na perspectiva de geração de renda familiar, e do impacto social do empreendedorismo perante a sociedade, visto que muitas mulheres empreendem devido à necessidade de ter outra fonte de renda, sustentar suas famílias, ou até mesmo adquirir sua independência financeira.

Assim, espera-se que contribua para o desenvolvimento teórico e prático da área, visto que alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres está no quinto objetivo dentre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030, e o incentivo ao empreendedorismo feminino pode contribuir para atingir esse objetivo.

O trabalho está estruturado em cinco seções. Além desta introdução, é apresentado na seção dois o aporte teórico com a evolução do campo de pesquisa sobre empreendedorismo feminino no contexto brasileiro, as principais características, motivações e desafios enfrentados por empreendedoras, contextualizando com o cenário atual de crise pandêmica e o impacto para os negócios. Na seção três, descreve-se o percurso metodológico adotado neste estudo. Na sequência, são apresentadas as análises dos dados sobre o protagonismo feminino no enfrentamento à crise, e por fim, as considerações finais são apresentadas na última seção.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo feminino

O empreendedorismo feminino se tornou objeto de estudos acadêmicos desde os anos de 1980 e tem atraído atenção nos últimos anos devido ao expressivo crescimento da atividade empreendedora iniciada por mulheres, indicando que se trata de um fenômeno sustentável (BANDEIRA, AMORIM; OLIVEIRA, 2020; FOSS, 2018), o que requer o desenvolvimento de políticas e programas de apoio ao empreendedorismo feminino.

O empreendedorismo é identificado como um fenômeno propulsor do desenvolvimento econômico, visto que está positivamente relacionado à criação de novas empresas e à geração de empregos (BANDEIRA, AMORIM; OLIVEIRA, 2020; BULLOUGH, et al., 2021; MONTEIRO, 2014).

Segundo Dornelas (2005) “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”, (p.39). De forma complementar, Hisrich e Peters, 2004, p. 29) afirmar que

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Durante a pandemia, a maioria dos negócios foram impactados em seu funcionamento, 47% dos negócios liderados por mulheres continuaram funcionando com limitações e 20% tiveram paralisação completa das atividades, porém 85% dos negócios liderados por mulheres retomaram seu funcionamento de forma integral ou parcial, com a flexibilização das medidas de distanciamento social (REDE MULHER EMPREENDEDORA, 2020)

Entre as medidas tomadas pelos empreendedores para lidar com os impactos da pandemia, mulheres e homens tomaram medidas semelhantes, tais como:

digitalização, trabalho remoto, redução de despesas e mudanças estratégicas, porém as mulheres deram foco a mudanças estratégicas em seus negócios enquanto os homens buscavam cortar gastos e obter empréstimos. (EMPREENDEDORAS E SEUS NEGÓCIOS 2020: RECORTE DOS IMPACTOS DA PANDEMIA)

O número de mulheres empreendedoras tem crescido três vezes mais, em comparação com a taxa de crescimento das empresas globais dos Estados Unidos da América, segundo o Centro de Pesquisa de Mulheres de Negócios desse país, conforme ressalta Dickson (2010). Na pesquisa, observa-se o aumento do número de jovens empreendedoras que iniciam suas empresas ainda na faculdade, principalmente em universidades com programas voltados ao empreendedorismo.

Conforme Hobsbawn (2004) observa que a Revolução Francesa trouxe uma nova perspectiva do papel da mulher na sociedade, tendo em vista que as mulheres passaram a lutar por seus direitos em busca de melhores condições de vida e por equiparação de gêneros, primando pelo princípio de isonomia, bem como a luta por algo que lhe é justo. A inovação, os riscos e a criação de riqueza são exemplos dos critérios que foram aprimorados na proporção que evoluía o estudo da criação de novos empreendimentos (HISRICH; PETERS, 2004).

O Brasil passou por um processo de transformação no contexto econômico, seguido por uma diminuição social referente à desigualdade de gêneros entre homens e mulheres, um marco histórico, devido ao advento do empreendedorismo, sendo uma ferramenta estratégica, possibilitando o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho (BARRETO, 2014).

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), mostra que a mulher revela profissionalismo e identidade no meio empresarial, o Brasil tem a sétima maior proporção de mulheres entre os Empreendedores Iniciais, com base em 49 países pesquisados (SEBRAE, 2019).

Portanto, o estudo sobre empreendedorismo feminino no cenário atual de crise causada pela pandemia da Covid-19, é crucial para fornecer informações relevantes sobre os fatores determinantes e restritivos para a atuação profissional de mulheres empreendedoras, tais como características, motivações e desafios enfrentados pelas empreendedoras, conforme serão expostos na seção a seguir.

2.2 Características comportamentais empreendedoras

As características empreendedoras contribuem para que o empreendedor seja um ator social dinâmico quanto ao seu comportamento (MARINHO, 2016). A teoria de McClelland (1972) se sobressai dentre as demais pela facilidade de abordagem, sendo considerada ainda hoje uma das teorias mais importantes, conhecidas e complexas dentre as teorias comportamentais da motivação humana psicológica. O autor referência na área é o McClelland (1972) que procurou estabelecer uma relação entre a necessidade de realização e o desenvolvimento econômico de determinadas sociedades (CHYNG; KITAHARA, 2015), valendo-se de um método denominado “*Thematic Aperception Test*” (T.A.T) e testes de resolução de problemas. McClelland e seus colaboradores concluíram que três grupos de características empreendedoras são essenciais e insubstituíveis, sendo elas, sucesso, afiliação e poder (MCCLELLAND, 1972).

Para Souza (2001) desenvolver o comportamento empreendedor é capacitar o sujeito para que ele crie, conduza e execute o processo de elaborar novos planos devida. Nessa perspectiva, Lorentz (2015) evidencia que o indivíduo empreendedor manifesta uma série de características que o identifica, distinguindo-o de acordo com

o conjunto de habilidades que mais se aproxima da sua forma de ser. Para Engelma e Fracasso (2013) às características comportamentais empreendedoras de McClelland podem contribuir para o sucesso dos empreendimentos. Razão pela qual tais características ganham relevância, podendo ser desenvolvidas (RAUPP; BEUREN, 2011).

Em seu estudo, McClelland (1972), destaca o comportamento das pessoas com seu vínculo de trabalho, organizações e mercado de trabalho, traz ainda as mudanças do século XX evidenciando os temas relacionados ao empreendedorismo, empreendedor e comportamento empreendedor, o que evidencia a importância de estudar e fomentar o empreendedor diante de sua importância no desenvolvimento econômico.

Segundo Câmara e Andalécio (2012), é vasta a literatura sobre o que são os empreendedores e suas características mais marcantes. A personalidade foi amplamente estudada por McClelland (1961), que demonstrou que a necessidade específica de realização é presente e gera uma estrutura motivacional diferenciada no empreendedor (MCCLELLAND, 1961).

McClelland (1972), tendo como premissas o enfrentamento de desafios e a percepção de oportunidades dos indivíduos, classificou a sociedade em dois grupos, os que apresentam predisposição para empreender e os que não se dispõem a correr riscos de tal natureza. O estudo das características do primeiro grupo, permitiu a McClelland traçar um perfil empreendedor, que está continuamente em busca de realização profissional e pessoal. Zampier e Takahashi (2014) salientam que este perfil é marcado por ações empreendedoras, sendo que tais ações refletem o comportamento empreendedor, o que corrobora a ideia de McClelland (1987), que segmentou estas características em três categorias: realização, planejamento e poder. Esses conjuntos apontam uma série de características, definida pelo comportamento empreendedor frente aos desafios vivenciados em seu cotidiano.

Segundo Minello (2010), é a partir do nível de habilidades que os alunos apresentam maior propensão de desenvolver características empreendedoras, podendo estas ser moldadas e estimuladas. As principais características empreendedoras estão sintetizadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Características comportamentais empreendedoras

	Características	Descrição
Realização	Busca de oportunidade e iniciativa	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes de forçado pelas circunstâncias; age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; e aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio e obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
	Correr riscos calculados	Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; e coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
	Persistência	Age diante de um obstáculo significativo; age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.

	Qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato; age de modo a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; e desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
	Comprometimento	Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos; colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; e esmera-se em manter os clientes satisfeitos e coloca, em primeiro lugar; a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo.
Planejamento	Busca de informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como

		fabricar um produto ou fornecer um serviço; e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
	Estabelecimento de metas objetivas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo, claras e específicas; e estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.
	Planejamento e monitoramento sistemáticos	Organiza uma grande tarefa em tarefas menores. Arquia registros financeiros para futuramente tomar decisões. Revisa seus trabalhos para atender as normas estabelecidas.
Poder	Persuasão e redes de contatos	Usar diversas estratégias para persuadir e influenciar outras pessoas. Usa seus contatos pessoais e de negócios para alcançar seus objetivos.
	Independência e autoconfiança	Busca autonomia e controle das regras. Demonstra confiança em realizar tarefas e desafios difíceis.

Fonte: Adaptado de Minello (2017) e McClelland (1961).

Tais características podem ajudar os indivíduos a enfrentar os desafios de empreender (MCCLELLAND, 1987), assim como sua inexistência pode inviabilizar a formação de um negócio. Nesse sentido, ressalta-se que o ensino do empreendedorismo pode auxiliar a aprimorar tais características e habilidades de gestão, promovendo a aprendizagem empreendedora (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014; LEIVA; ALEGRE; MONGE, 2014) e diminuindo os casos de insucessos empresariais, situação essa ratificada por Mizumoto et al. (2010), quando coloca que uma das principais razões para o insucesso empresarial é a falta de práticas de gestão, particularmente de planejamento e busca de informações.

As características que compõem a dimensão da Realização estão ligadas aos desafios pessoais dos indivíduos; no conjunto de Planejamento, as CCEs referem-se à forma de efetuar cada trabalho ou tarefa; e no conjunto Poder estão dispostas as características relativas à influência ou persuasão nas pessoas, na manutenção de

relações comerciais, etc. (MINUZZI, VARGAS, FIALHO, 2016).

2.3 Motivações Comportamentais empreendedoras

A motivação pode ser definida como um processo psicológico básico ativado por necessidades, afetos, valores, metas e expectativas que levam um indivíduo à ação (LOIOLA; GONDIM; PEREIRA; FERREIRA, 2016). As motivações para o empreendedorismo são consideradas complexas e contextuais e, portanto, de difícil definição (Bianchi et al., 2016; Borges, Lima, & Brito, 2017).

As pesquisas na área fazem duas distinções a respeito da motivação para abrir uma empresa: oportunidade ou necessidade (GEM, 2018; Machado et al., 2003). A motivação por oportunidade corresponde a uma decisão livre, feita em função de uma análise de mercado ou escolha deliberada, enquanto a motivação por necessidade ocorre em função da falta de espaço de inserção no mercado de trabalho. Segundo Martí et al. (2014), o empreendedorismo feminino pode ser considerado uma maneira de as mulheres enfrentarem o desemprego ou a pobreza aos quais são mais vulneráveis, especialmente no caso das classes econômicas menos favorecidas. No Brasil, 47% do empreendedorismo feminino é motivado por necessidade – para os homens, esse índice é de 34%, indicando uma das dificuldades enfrentadas por empreendedoras brasileiras (GEM, 2017).

Nos casos em que a escolha é feita por oportunidade, o desejo por autonomia ea percepção de oportunidade de negócio são citados na literatura como os principais motivadores para o empreendedorismo entre homens e mulheres.

Conforme Hisrisch e Peters (2004) ressaltam que as empreendedoras são estimuladas pelo fato de almejamem a satisfação tanto pessoal quanto profissional, com isso pode-se observar que o gênero feminino desenvolve o seu projeto motivadas por uma paixão por empreender, em contrapartida se deparam com uma mínima experiência, sendo mais algo de satisfação pessoal do que profissional diferente dos homens mesmo tendo um emprego empreende para aumentar a rendasalarial. As principais motivações empreendedoras estão sintetizadas no Quadro 2.

Quadro 2 - Motivações comportamentais empreendedoras

Motivações
Necessidade financeira/rendimento complementar
Necessidade de emprego
Insatisfação na qualidade de empregado
Necessidade de conciliar trabalho com vida privada
Desenvolvimento pessoal
Auto-realização
Status social e poder
Rede de contatos
Oportunidade de mercado

Para continuar uma tradição familiar
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta
Para fazer diferença no mundo
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos

Fonte: Adaptado de Martinho (2012) e *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM,2019).

2.4 Desafios comportamentais empreendedores

Na esfera econômica brasileira são encontrados muitos desafios para constituir o próprio negócio, como os tributos cobrados que são muito altos e a necessidade de ter capital de giro são elementos que prejudicam principalmente as pequenas atividades empresariais conforme ressaltado pelo SEBRAE (2000).

No Brasil 2019 70,8% dos empreendedores iniciais indicaram mais do que uma motivação para a abertura do negócio. Entre os nascentes foram cerca de 80%, 14 pontos percentuais a mais do que entre os novos com 66%. Isso reforça o argumento que fundamenta a nova modelagem, de que a decisão para empreender é uma resposta a múltiplos fatores aos quais os indivíduos são expostos. (GEM, 2019)

O particular destaque para o gênero feminino se justifica também, diante de estatísticas, pois o empreendedorismo por mulheres vem se alastrando pelo país e pelo mundo. Um crescimento que, em grande parte, se deve ao avanço da mulher no mercado de trabalho e também em resposta à discriminação sofrida em ambientes corporativos (Machado, 2012; Gebran & Nassif, 2010), onde a não equidade entre homens e mulheres ainda persiste. Machado (2012) resalta que essa capacidade de conciliar múltiplos papéis é reconhecida pelos próprios homens que a percebem como uma característica inerente à mulher.

No Brasil, as pesquisas mais recentes abordam o tema “empreendedorismo feminino” de forma a contribuir com a existência de estereótipos quando se limitam a fazer comparações entre os sexos (Gomes; Santana & Araújo, 2009). No entanto, como explicitam Vale, Serafim e Teodósio (2011), é quase que inevitável fazer comparações como a anterior, diante da percepção de que as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço em diversas áreas, afirmando que a mulher vem conquistando lugares de destaque nas esferas social, econômica, cultural e política. No campo do empreendedorismo, também se reflete essa evolução, no entanto, há evidências de existência de preconceito.

Financiamento Concorrência Credibilidade Factores macroeconômicos/ Recessão econômica Carteira de clientes insuficiente Problemas de liquidez Problemas de crescimento do negócio Legislação Falta de experiência Falta de conhecimento de gestão empresarial Infra-estruturas deficientes com baixa capacidade de funcionamento Falta de recursos humanos adequados Discriminação em relação ao gênero (MARTINHO, 2012) que têm enfrentado alguns entraves para a ascensão profissional devido a barreiras como: BANDEIRA et al. 2020:

Além da discriminação sexual e do assédio no ambiente organizacional, a expectativa social pelo cuidado com os filhos, o apoio a pais idosos, as demandas pessoais e as questões

amorosas, fazem com que, com frequência, mulheres busquem novas modalidades de contratos de trabalho, ou optem pelo desligamento da empresa (ALMEIDA; MOTA-SANTOS, 2018; BRAUN et al., 2016).

Quadro 3 - Desafios comportamentais empreendedoras

Desafios
Discriminação em relação ao gênero
Concorrência
Credibilidade
Factores macroeconômicos/ Recessão econômica
Carteira de clientes insuficiente
Problemas de liquidez
Legislação
Falta de experiência
Falta de conhecimento de gestão empresarial
Infra-estruturas deficientes com baixa capacidade de funcionamento
Falta de recursos humanos adequados
Financiamento
Localização do negócio
Circunstâncias da criação
Localização do negócio

Fonte: Adaptado de Minello (2017), McClelland (1961), Martinho (2012), e *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019)

Contudo Marques (2016) aponta que as mulheres ainda enfrentam alguns desafios como o de superar os preconceitos que a sociedade ainda impõe sobre o trabalho feminino, falta de apoio até mesmo do marido e da família, ter flexibilidade em conciliar o ambiente familiar e empresarial, encontrar o empreendimento que realmente irá satisfazê-la, pois segundo a GEM a mulher não constitui network que é rede de contatos no qual possibilita estabelecer parcerias para desenvolver um negócio bem sucedido.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo deste estudo é analisar as características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras no contexto de crise pela Covid-19. Quanto à abordagem caracteriza-se como pesquisa quantitativa visto que seu interesse está em coletar dados das empreendedoras. Em relação aos objetivos, caracteriza-se como pesquisa descritiva, pois objetiva analisar as características de uma população e suas relações (GIL, 2017), descrevendo as características comportamentais, motivações e desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no contexto da pandemia.

O instrumento para coleta de dados foi através de um questionário online enviado para mulheres empreendedoras, com perguntas abertas e fechadas. Inicialmente, apresentou questões para coletar dados sociodemográficos dos respondentes, sobre o perfil das mulheres empreendedoras participantes da pesquisa, tais como idade, formação profissional, renda familiar, tempo que empreende, abrangência de atuação do empreendimento. Na segunda sessão foram coletados dados sobre as características comportamentais empreendedoras, tais como busca de oportunidade e iniciativa, riscos calculados, persistência, qualidade e eficiência e comprometimento, já nas sessões seguintes foram abordadas questões sobre motivações e desafios, tais como o que influenciou colocar o negócio em prática e obstáculos enfrentados para empreender em meio a crise.

No que se refere às características comportamentais das mulheres empreendedoras, as questões foram elaboradas com base em Minello, Bürger e Krüge (2017), que se divide em características de Realização, Planejamento e Poder. Na dimensão realização engloba as seguintes categorias: busca de oportunidade e iniciativa, correr riscos calculados, persistência, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento.

Na dimensão planejamento envolve categorias como busca de informações, estabelecimento de metas objetivas, planejamento e monitoramento sistemático. E por fim a dimensão poder envolve a persuasão e redes de contatos, independência e autoconfiança. Em relação às questões sobre motivações e desafios para empreender foram adaptadas de Martinho (2012)

A amostra utilizada foi não probabilística por acessibilidade, cujo foco foram mulheres empreendedoras donas do seu próprio negócio residentes no Brasil. Os questionários foram enviados de forma online para as empreendedoras, foram obtidas 134 respostas. A coleta de dados foi de 07 de maio de 2021 a 06 de julho de 2021. Após a aplicação dos questionários, as respostas foram reunidas, tabuladas e analisadas a partir dos dados coletados. A técnica de análise dos dados foi através da frequência relativa e absoluta, onde teve o auxílio do Software Microsoft Excel para a elaboração dos gráficos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste tópico será apresentado a descrição e análise dos dados coletados por meio de questionário online (google forms) sendo este aplicado para 134 empreendedoras em quatro regiões do Brasil, sendo elas, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste.

Inicialmente, os resultados foram organizados por gráficos ilustrativos, seguindo com comentários explicativos acerca dos resultados obtidos, permitindo assim, a compreensão dos dados e as conclusões quanto aos objetivos deste estudo.

A primeira pergunta teve como objetivo entender as consequências que a crise sanitária e econômica que surgiu no decorrer da expansão da COVID-19, o

quanto impactou nos negócios das empreendedoras e quais suas estratégias para o enfrentamento à crise, nessa questão foram obtidas 120 respostas, sendo que umas destacaram-se mais que outras, muitas citaram que permaneceram o mesmo valor de suas mercadorias ou serviços, pois em meio a crise que estamos vivenciando manter o preço foi citado por algumas empreendedoras como uma alternativa para não perder os clientes.

4.1 Perfil das empreendedoras

Na primeira parte serão apresentados os resultados dos perfis de cada empreendedora relacionados à idade, estado civil, filhos, formação acadêmica, região, renda, quem a apoia, há quanto empreende, área de atuação, funcionários, estruturação do negócio e abrangência do empreendimento.

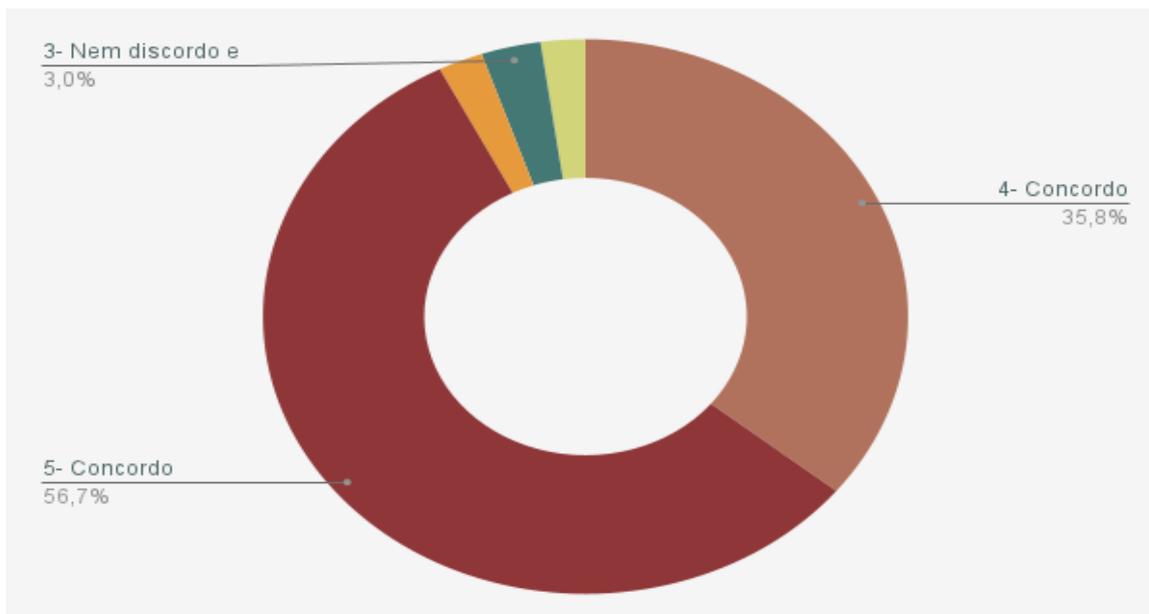
A idade média das empreendedoras é de 18 a 29 anos, contabilizando 40,3% dos dados coletados, em relação ao estado civil, 48,5% são casadas, 38,1% são solteiras, 9,7% vivem em união estável e 3,7% são separadas. Foi perguntado em uma escala de 0 a 5 quantos filhos tinham, 38,8% não tinham nenhum filho, 32,1% tinham 1 filho, 23,1% tinham 2 filhos, 4,5% as que disseram ter 3 filhos, 1,5% contabilizou as que tinham 4 filhos.

Em um número bem interessante vimos que 32,8% das empreendedoras têm ensino superior completo, 20,9% ensino superior incompleto, 20,1% têm pós - graduação, contabilizando assim um percentual de 73,8% de empreendedoras que tem uma base de ensino superior, e apenas 0,7% tem ensino fundamental incompleto.

O questionário foi aplicado em quatro regiões do Brasil, tendo sua maior parte derespostas da região nordeste somando 83 respostas das 134, ou seja, 61,9% das empreendedoras são da região nordeste, 24,6% da região Sudeste, 11,2% da região Sul e 2,2% da região Centro - Oeste.

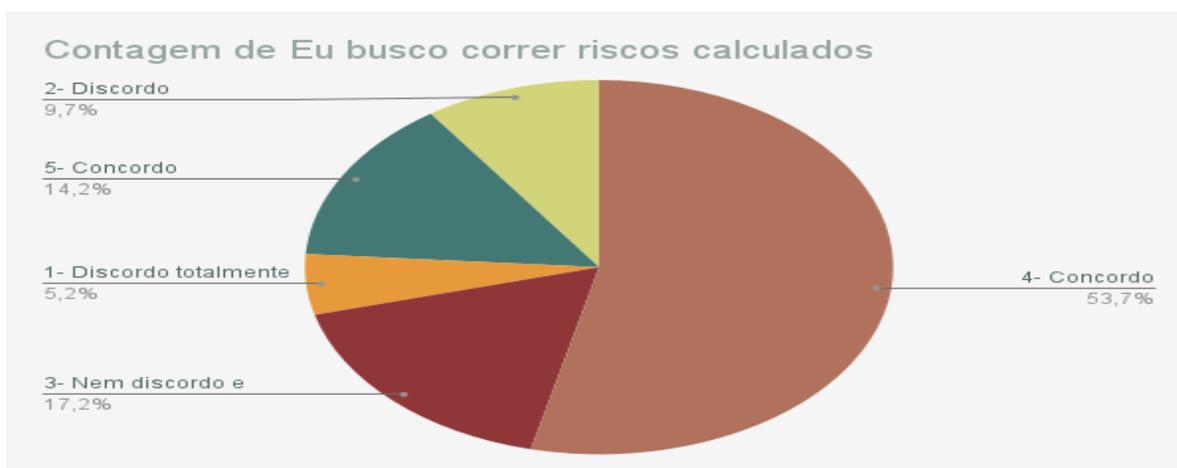
4.2 Análise das características das mulheres empreendedoras

Com base nas dez características apontadas por McClelland em uma escala de 0a 5, o quanto as empreendedoras concordavam ou discordavam que tinham tais características, onde uma das primeiras a ser trabalhada é a busca de oportunidades e iniciativa, o resultado obtido foi de que 56,7% concordam totalmenteque possuem este quesito, e que apenas 2,2% discordam totalmente, ou seja, nos estudos de McClelland o empreendedor que obtém estes quesitos ele vai agir com proatividade, antecipando as situações, estará sempre buscando a possibilidade de expandir seu negócio e aproveitará de diversas oportunidades para progredir. Identificar oportunidades, mais do que simplesmente ter ideias, é fundamental para quem deseja ser empreendedor, e consiste em aproveitar todo e qualquer momento para observar negócios. Além de identificar as oportunidades, o empreendedor deveter iniciativa, que é a capacidade de se antecipar às situações, agindo de maneira oportuna e adequada sobre a realidade, apresentando soluções e influenciando os acontecimentos futuros. Não haverá empreendimento sem iniciativa. Esta é a característica de coragem do empreendedor de sucesso. Coragem de encarar o desconhecido, pois agem antes de serem forçados pelas circunstâncias. Os empreendedores são pessoas visionárias, se preocupam com os problemas do futuro.



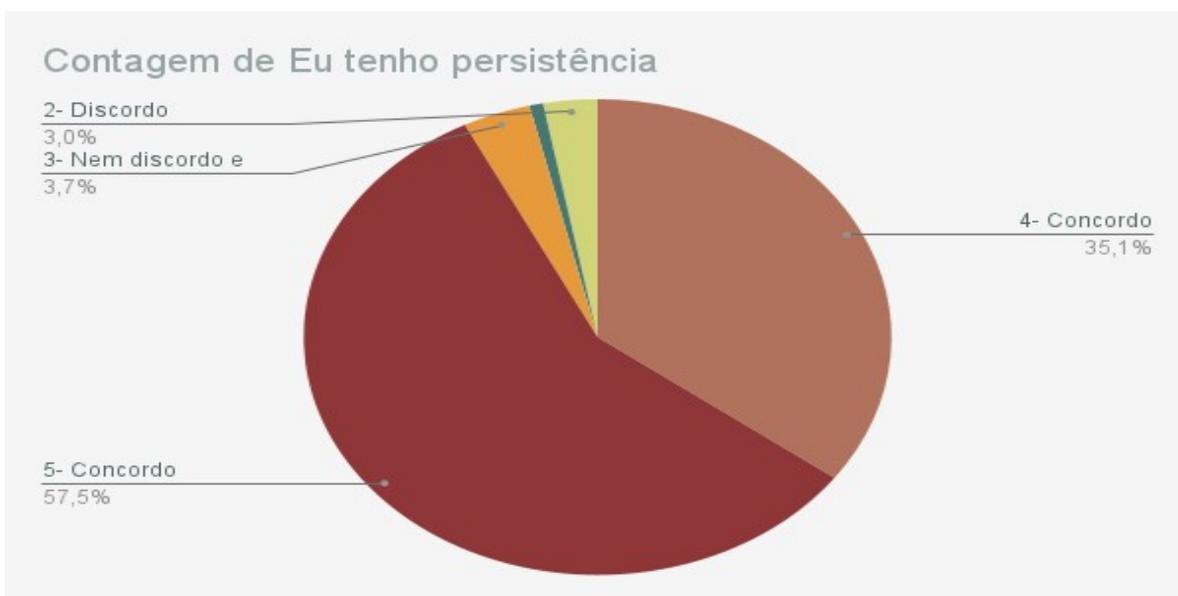
Fonte: dados da pesquisa

Na questão sobre Correr riscos calculados envolve a disposição de assumir desafios e responder por eles, 53,7% das empreendedoras concordam que correm riscos, e 5,2% discordam totalmente, já as que correm riscos buscam procurar e avaliar alternativas para a tomada de decisões, neste caso buscam reduzir as chances de errar e aceitam desafios moderados, com boas chances de sucesso.



Fonte: dados da pesquisa, 2021

Em relação à característica sobre Persistência, segundo os dados da pesquisa, as empreendedoras responderam que desenvolvem a habilidade de enfrentar obstáculos para alcançar o sucesso, dos 134 dados coletados no gráfico 57,5% concordam totalmente que possuem esta habilidade, e apenas 0,7% discordam totalmente que não costumam ser persistentes em seus negócios, ou seja, aquele empreendedor que persiste tem mais chances de não desistir diante dos obstáculos, ele busca reavaliar, insistir ou mudar seus planos para superar seus objetivos e esforça-se além da média para atingir seus objetivos.



Fonte: dados da pesquisa 2021

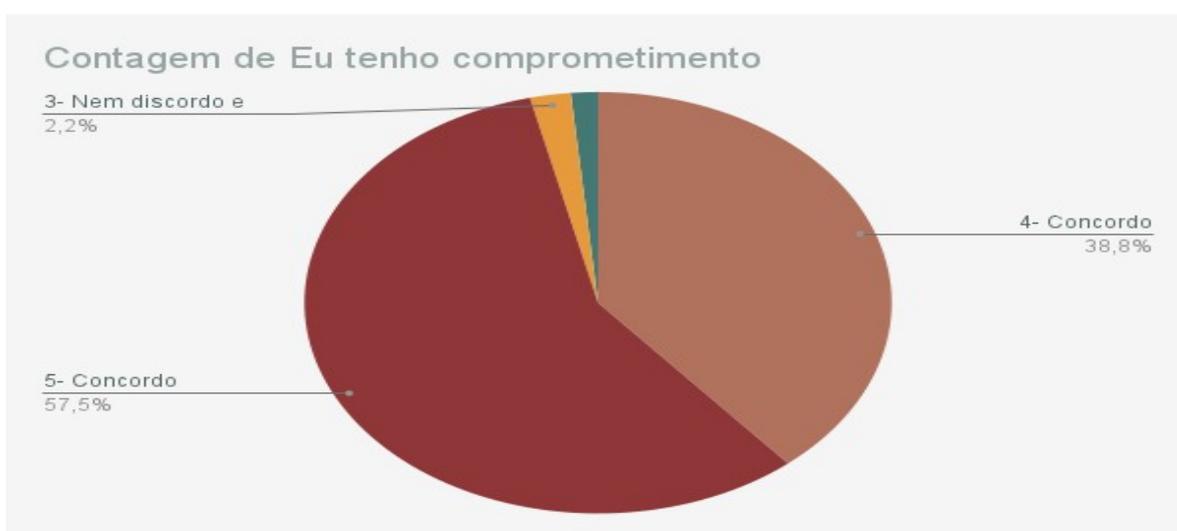
Na questão sobre Qualidade e eficiência que está relacionada com a disposição e a inclinação para fazer sempre mais e melhor, constatou-se que 67,2% das empreendedoras concordam totalmente que buscam qualidade e eficiência, 32,1% concordam e 0,7% nem discordam e nem concordam. No entanto, a literatura aponta que o empreendedor que busca tais resultados em seus negócios, podem melhorar sua gestão ou seus produtos, satisfaz ou excede as expectativas dos clientes e cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.

Segundo McClelland, significa encontrar maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido, ou mais barato; agir de maneira a fazer as coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; e desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente combinados. Esta característica é a paixão dos empreendedores exitosos. Eles sempre buscam uma forma de melhorar o que fazem, diminuir o tempo, reduzir os custos. Eles sempre estão insatisfeitos com o que fazem. A insatisfação é a energia da mudança. É uma característica contínua.



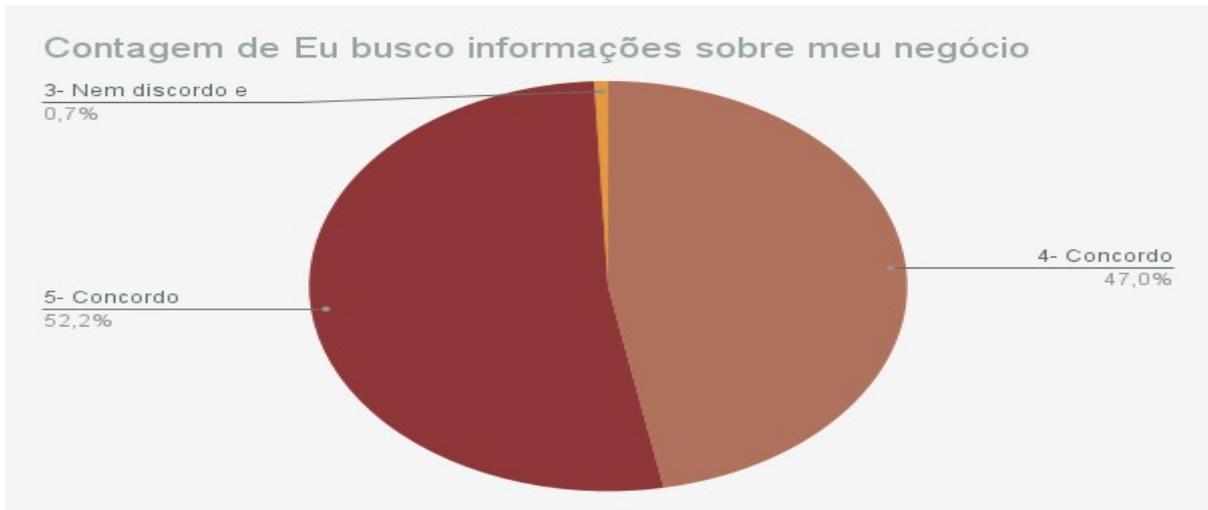
Fonte: dados da pesquisa, 2021

Pode-se observar grande representatividade do comportamento comprometido, com 57,5% das empreendedoras concordando totalmente, 38,8% concordam, 2,2% nem discordam e nem concordam. Esta característica envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes, conforme descrito McClelland. De acordo com McClelland, implica fazer um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa; colaborar com os empregados ou se colocar no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; e se esmerar em manter os clientes satisfeitos, colocando em primeiro lugar a boa vontade, a longo prazo, acima do lucro, a curto prazo. Comprometimento é muito mais do que envolvimento, pois consiste em assumir responsabilidades com o empreendimento, dedicando-se quase que exclusivamente a ele.



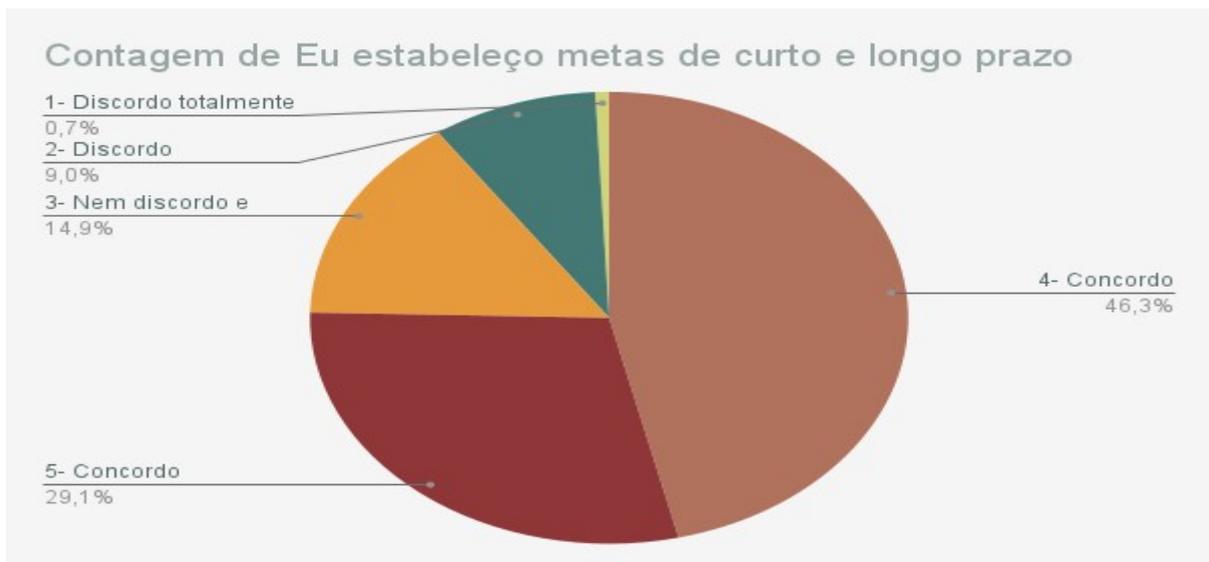
Fonte: Dados da pesquisa, 2021

Em relação à característica sobre a busca de informações sobre o negócio, observou-se que 52,2% das empreendedoras concordam totalmente que buscam informações, 47% concordam e 0,7% nem discordam e nem concordam. Portanto, o empreendedor está sempre se atualizando sobre seu negócio, analisando as preferências de seus clientes e as novas tendências que estão chegando. A informação é uma ferramenta muito utilizada para sobressair-se no mercado e o empreendedor, para McClelland, dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

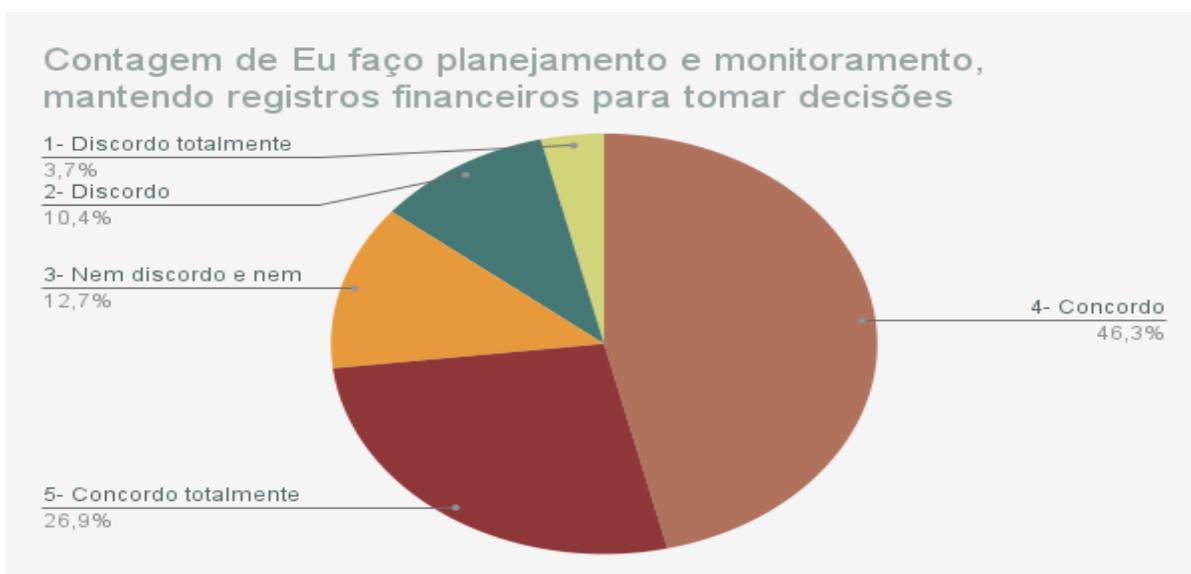
A característica empreendedora de estabelecer Metas de curto e longo prazo: está relacionada ao estabelecimento de metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal, tem visão de longo prazo, clara e específica e estabelece objetivos de curto prazo mensuráveis, observa-se no gráfico que 46,3% das empreendedoras pesquisadas concordam que buscam metas de curto e longo prazo, 29,1% concordam totalmente, 14,9% nem discordam e nem concordam, 9% discordam parcialmente e 0,7% discordam totalmente. De acordo com McClelland, implica fazer um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa; colaborar com os empregados ou se colocar no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; e se esmerar em manter os clientes satisfeitos, colocando em primeiro lugar a boa vontade, a longo prazo, acima do lucro, a curto prazo.



Fonte: dados da pesquisa, 2021

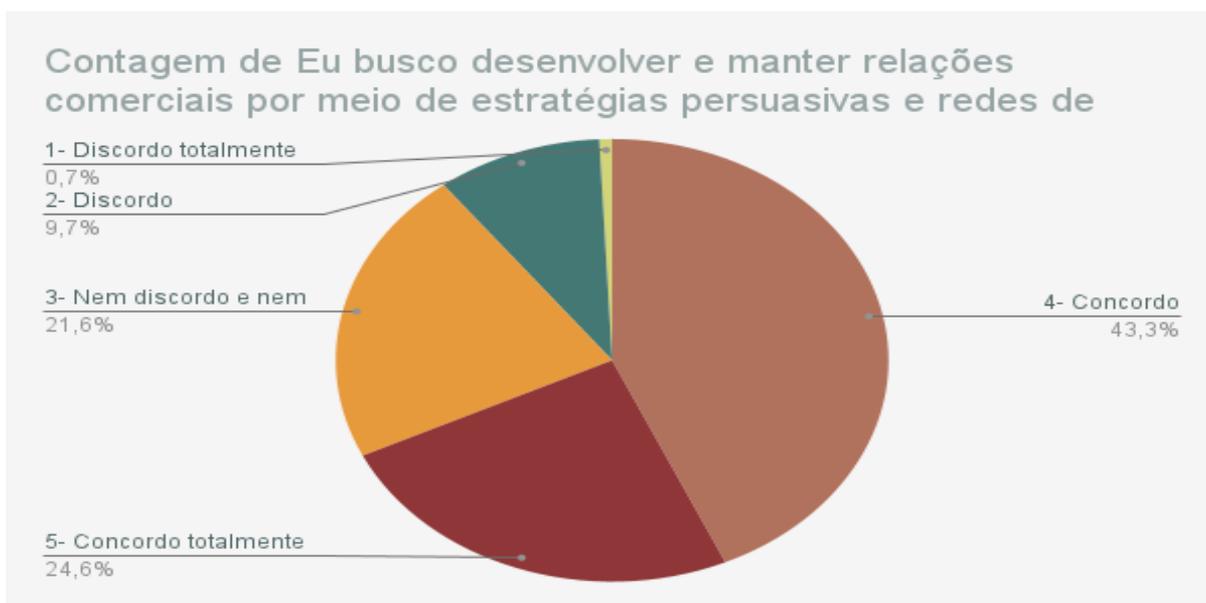
No que diz respeito a característica empreendedora relacionada a Planejar dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos, revisar os planos frente aos resultados obtidos, usar registros financeiros para tomada de

decisões; considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais, conforme exposto no gráfico, observa-se que 46,3% concordam que cumprem com esta característica, 26,9% concordam totalmente, 12,7% nem discordam nem concordam, 10,4% discordam parcialmente e 3,7% discordam totalmente. O planejamento é um dos principais pontos que um empreendedor deve ter, pois para aqueles que buscam obter os melhores resultados, tem que planejar e estar na linha de frente analisando e planejando dentro da empresa. Segundo McClelland, através dessa característica, o empreendedor é capaz de dividir tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; revisar seus planos constantemente, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; e mantém registros financeiros, utilizando-os para tomar decisões.



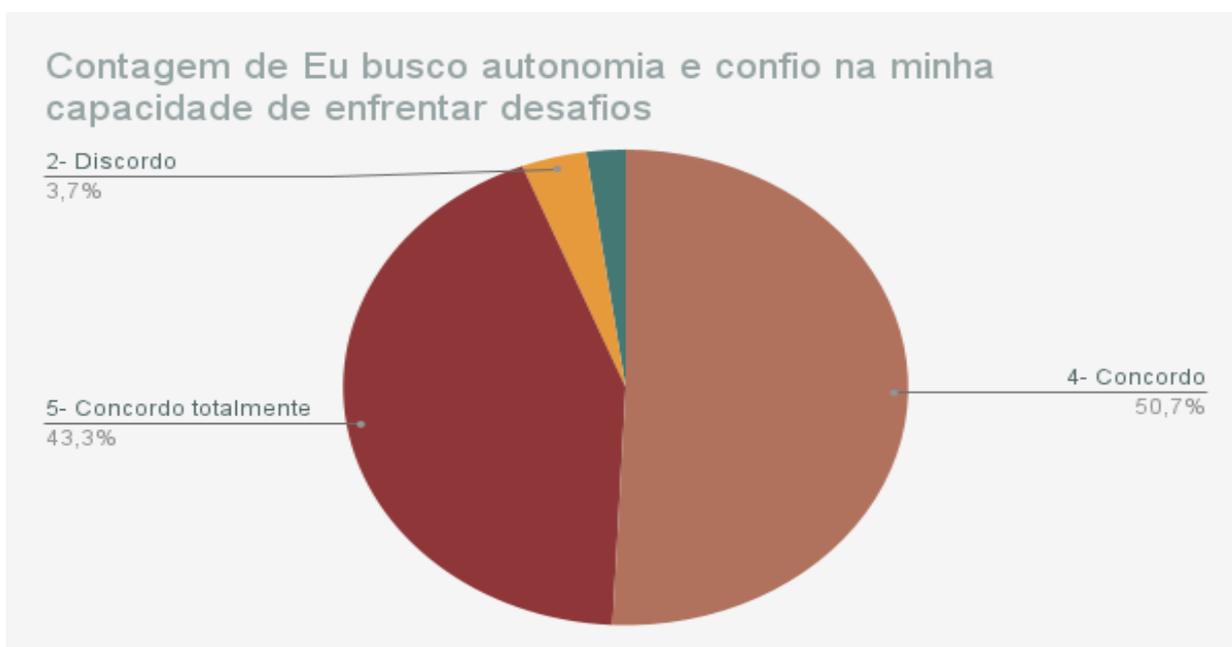
Fonte: dados da pesquisa. 2021

Utilizar estratégias para influenciar ou persuadir os outros; utilizar pessoas-chave como agentes para atingir os objetivos e atuar para desenvolver e manter relações comerciais. O empreendedor de sucesso está sempre em contato com pessoas e mantém com vínculos na rede humana. No gráfico observa-se que 43,3% das empreendedoras concordam, 24,6% concordam totalmente, 21,6% nem discordam e nem concordam, 9,7% discordam parcialmente e 0,7% discordam totalmente. Com tal característica o empreendedor utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; e age para desenvolver e manter relações comerciais, segundo McClelland. O empreendedor busca ampliar sua rede de relações e manter contato constante com todos os membros, pois nunca se sabe quando irá precisar deles. Vê nas pessoas uma das suas mais importantes fontes de aprendizagem, e não se prende somente a fontes reconhecidas, como autores da literatura, cursos, profissionais especialistas, etc. Busca tirar das pessoas informações, aconselhamentos, experiências já vividas (para não cometer os mesmos erros), obter parcerias, influências, etc.



Fonte: dados da pesquisa, 2021

Sobre a característica de Buscar autonomia em relação a normas, processos sistêmicos e procedimentos; manter os pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores; expressa confiança na própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar desafios, observou-se que 50,7% concordam que obtém esta característica, 43,3% concordam totalmente, 3,7% discordam parcialmente e 2,2% nem discordam e nem concordam. Segundo McClelland, é a capacidade de buscar autonomia em relação a normas e controles de outros; manter seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores; e expressar confiança na própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio. Autoconfiança é ter consciência de seu valor, sentir-se seguro em relação a si mesmo e, com isso, poder agir com firmeza e tranquilidade. A crença em si mesmo, ou seja, a autoconfiança faz o indivíduo arriscar mais, ousar, oferecer-se para realizar tarefas desafiadoras. O desejo de liberdade/independência, associado à autoconfiança, leva o empreendedor a trocar a segurança do salário, pelo risco de um negócio próprio.



Fontes: dados da pesquisa, 2021

Ainda foi perguntado quais são as características ou comportamentos que ainda precisam ser desenvolvidas, 45,5% das empreendedoras pesquisadas disseram que precisam separar negócio e vida pessoal, 52,2% que precisam colocar as ideias em prática, 10,4 que tem que ser mais persistente, 32,1% que precisam ter mais conhecimento e habilidade com a tecnologia, 36,6% serem menos inseguras, 9% flexibilidade, 17,2% agilidade.

4.3 Análise das motivações das mulheres empreendedoras

Conforme Hisrisch e Peters (2004) ressaltam que as empreendedoras são estimuladas pelo fato de almejam a satisfação tanto pessoal quanto profissional, com isso pode-se observar que o gênero feminino desenvolve o seu projeto motivadas por uma paixão por empreender, em contrapartida se deparam com uma mínima experiência, sendo mais algo de satisfação pessoal do que profissional diferente dos homens mesmo tendo um emprego empreende para aumentar a renda salarial.

Pesquisas foram realizadas sobre os fatores que motivaram mulheres a se tornarem empreendedoras, a saber: independência, desenvolvimento pessoal, melhoria em seu bem-estar, benefícios indiretos, incluindo, por exemplo, dedução de impostos. Concluíram que o empreendedorismo forneceu os benefícios libertadores para permitir que as mulheres alcancem maior satisfação profissional e crescimento de carreira (BUTTNER e MOORE, 1997).

No gráfico observa-se que 60,4 das empreendedoras afirmam que sua maior motivação é a independência pessoal e poder gerir seu tempo melhor, 57,5% que a autorrealização é sua maior motivação, 43,3% afinidade com a área/ramo do negócio, 41% fazer a diferença no mundo, 29,9% dificuldades financeiras, 17,2% já trabalhava no ramo e criou seu próprio negócio, 15,7% surgimento de uma ideia inovadora, 6,7% influência da família.

Com base no tema do artigo perguntou-se o que significa ser empreendedora,

diante de todas as respostas a maioria disse que ser empreendedora é ser persistente, ter coragem, correr riscos, ter liberdade, ser resiliente e estar sempre em grande transformação.

4.4 Análise dos desafios das mulheres empreendedoras

Qualquer pessoa que tenha seu próprio negócio enfrenta desafios significativos. Para as mulheres empresárias, em particular, existem dificuldades adicionais. Além dos desafios habituais de gestão, pelo simples fato de serem mulheres, encontram resistência. O conflito trabalho-família envolve o embate entre as atividades tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, tais como o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos, e o empreendimento.

Dependendo da profissão que escolheram, a discriminação contra a mulher tem se mostrado mais forte, como tem sido constatado em numerosos estudos e pesquisas. Em geral, essa discriminação não é explícita, o que torna mais difícil para as mulheres identificá-la e reagir a ela. Invariavelmente a discriminação parte dos homens, normalmente, dos colegas de profissão que estão no mesmo nível. Uma das causas é o receio de que a colega venha a competir com eles por melhores posições na empresa.

4.5 O protagonismo feminino no enfrentamento à crise

Para identificar as estratégias que as empreendedoras estavam adotando no enfrentamento da crise, foi feito o seguinte questionamento: “A pandemia de Covid-19 provocou uma crise sanitária e econômica. Entre as consequências dessa crise estão os impactos nos negócios. Quais são as suas estratégias para o enfrentamento da crise?”

Dentre as respostas, a maioria das empreendedoras pesquisadas destacou que suas estratégias principais foram: a busca por aperfeiçoamento profissional, conhecer sobre marketing digital, as estratégias de vendas, atendimento ao cliente, migrar para digital, inovar na oferta de serviços e produtos, redução de custos, fazer promoções, oferecer entrega gratuita, vender online, realizar promoções, descontos e oferecer brindes, além de oferecer a opção de atendimento a domicílio.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi analisar as características, motivações e desafios das mulheres empreendedoras. Ao identificar os principais fatores motivacionais e suas respectivas relevâncias, percebeu-se que a maioria das empreendedoras desta pesquisa possuíam diversas motivações, as quais ocorriam simultaneamente.

Assim, a influência da família, a auto realização, a afinidade com o ramo, a motivação financeira e o reconhecimento de oportunidades estão dentre os mais relevantes fatores motivacionais reconhecidos por este trabalho. Ao se tratar das características comuns e o significado atribuído ao termo empreendedorismo, este trabalho reconheceu diversas características psicológicas e comportamentais das empreendedoras entrevistadas.

Dentre as principais, estão a persistência, a coragem, o planejamento, a visão diferenciada e a inovação. Sobre os desafios e dificuldades ao longo da jornada das empreendedoras, constatou-se que a gestão do tempo, a dificuldade em separar vida profissional e pessoal, desvalorizações ocorridas no mercado de trabalho e o sentimento de sobrecarga foram os principais.

O estudo concluiu que essas mulheres escolheram a atividade empreendedora devido a flexibilidade e a autonomia proporcionada. Verificou-se também que as empreendedoras pesquisadas enfrentam diversos desafios, como dificuldade em separar vida pessoal e profissional, assim como o planejamento do tempo, tem sido um dos grandes desafios das empreendedoras. Apesar das dificuldades enfrentadas mesmo diante do cenário de crise, as mulheres que empreendem são satisfeitas com suas escolhas e ocupações, e buscam conquistar espaços cada vez maiores nos negócios.

No entanto, o alcance desses objetivos específicos, permitiu que o objetivo geral da pesquisa, que era caracterizar as motivações e desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, fosse atingido.

Com essa pesquisa, espera-se ter contribuído para essa área tão promissora. Sendo assim, essa pesquisa vem aprofundar o conhecimento sobre comportamento, motivações, perfil das mulheres empreendedoras e seus principais desafios. Além disso, serve como subsídio para formulação de futuras políticas públicas na área do empreendedorismo feminino.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Patrícia Bock; AMORIM, Marcos Vinicius; OLIVEIRA, Manoela Ziebell de. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, v. 20, n. 3, p. 1105-1113, 2020.

BORGES, Nathália. A evolução recente da mulher no mercado de trabalho brasileiro: perspectiva social e econômica. Instituto de Economia, Unicamp, 2009.

BULLOUGH, Amanda et al. Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Business Economics*, p. 1-12, 2021.

BEAUVOIR, S. O segundo sexo: fatos e mito. 10.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999 a. v1.

_____. O segundo sexo: a experiência vivida. 9.ed. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1999 b. v.2.

BELLE, I. Executivas: quais as diferenças na diferença? In: CHANLAT, J.F. (coord). O indivíduo na organização; dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1994.

BOLINA, Laís. Empreendedorismo Feminino: o papel da mulher no mundo dos negócios.

BARRETO, L. Mulheres comandam os novos negócios no Brasil.

CAPELLE, M. C.; MELO, M. C. O. L. A. Mulheres policiais, relações de poder e de gênero na Polícia Militar de Minas Gerais. *Revista de Administração Mackenzie*, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 71-99, maio/jun. 2010. (Edição Especial)

CÂMARA, E.; ANDALÉCIO, A. M. L. Características empreendedoras: um estudo de caso com farmacêuticos utilizando o modelo de McClelland. REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. v. 1, n. 3, 2012.

CEZARINO, Luciana Oranges; AVEIRO, Patrícia Lima Denipotti; MACINI, Nayele; AMUI, Lara Bartocci Liboni; CALDANA, Adriana Cristina Ferreira. ANÁLISE DA DIVERSIDADE EM EMPRESAS QUE RELATAM GLOBAL REPORTING INITIATIVE. XLANPAD 2016.

CHING, H. Y.; KITAHARA, J. R. Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. Revista de Ciências da Administração. v. 17, n. 43, p. 99-111, dezembro, 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

DICKSON, A. Mulheres no trabalho. Porto Alegre: Globo, 2010.

ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M. Contribuição das incubadoras tecnológicas na internacionalização das empresas incubadas. R. Adm. v. 48, n. 1, p. 165-178, jan./fev./mar. 2013.

FOSS, Lene et al. Women's entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence. Small Business Economics, v. 53, n. 2, p. 409-429, 2019.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GOMES, A. F. Mulheres Empreendedoras. Vitória da Conquista: UESB, 2006.

GEM –Global Entrepreneurship Monitor (2013). “O Empreendedorismo no Brasil. 2013” Curitiba: IBPQ, 2013.

Gebran, M. E. & Nassif, V. M. J. (2010). “Empreendedorismo Feminino: Em um mundo masculinizado, como as mulheres conquistam seu espaço?” In: SEMEAD. 13. São Paulo. Anais... SP: 2010.

Gomes, A. F.; Santana, W. G. P. & Araújo, U. P. (2009). “Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte”. In: Anais do Encontro da ANPAD. 33. São Paulo.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KANAN, L. A. Poder e Liderança de mulheres nas organizações de trabalho. Organizações e Sociedade, v.17, n.53, art 1, p.243-257, 2010.

KOTLER, Philip. Marketing 4.0. Do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017

LORENTZ, M. H. N. O Comportamento Empreendedor de Diretores da UFSM e sua percepção quanto à Universidade Empreendedora. Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Organizações Públicas do Programa de Pós-Graduação em Administração, 2015.

MACHADO, R. Por uma genealogia do poder. Introdução. In Foucault, M. Microfísica do poder. 11a ed. Rio de Janeiro: Graal, 1993.

MACHADO, H.P.V. Tendências do Comportamento Gerencial da Mulher Empreendedora. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. Foz do Iguaçu, 1999.

Machado, F. B. (2012). "Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes". In: Anais do Encontro da ANPAD. 36, Rio de Janeiro.

MARQUES, J.R. Quais os principais desafios das mulheres empreendedoras.

MARINHO, E. S. Processo de incubação, características empreendedoras e aprendizagem empreendedora: uma perspectiva interativa. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-graduação em Administração. 2016. 161 p.

MACHADO, H. V., ST-CYR, L., MIONE, A., & ALVES, M. C. M. O processo de criação de empresas por mulheres. RAE eletrônica, v. 2, n. 2, p. 1-22, 2003.

MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL (MSI). Final Report: entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. 1990

MCCLELLAND, D. C. The achieving society. Princeton, N. J.: Van Nostrand, 1961.

MCCLELLAND, D. C. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. The Journal or Creative Behavior, v. 21, n. 3. p. 219-233, 1987

MINELLO, I. F. Resiliência e insucesso empresarial: um estudo exploratório sobre o comportamento resiliente e os estilos de enfrentamento do empreendedor em situações de insucesso empresarial, especificamente em casos de descontinuidade do negócio. Tese de doutorado (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, SP. 2010.

MINELLO, I. F. Resiliência e Insucesso empresarial: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios. 1. Ed. Curitiba. Paraná: Editora e Livraria Appris Ltda. 2014.

MONTEIRO, M. J. V. Efeito do empreendedorismo no desemprego em Portugal. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Trás-os-Montes e Alto, Vila Real. 2014.

OBSCHONKA, Martin; STUETZER, Michael. Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the Entrepreneurial Personality System (EPS). **Small Business Economics**, v. 49, n. 1, p. 203-231, 2017.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

RAGO, Margareth. Trabalho Feminino e sexualidade. In: PRIORE, Mary. História das mulheres no Brasil. 10.ed. São Paulo: Contexto, 2011.

RODRIGUES, Júlia de Arruda. A construção histórica e cultural do gênero feminino e a valorização do trabalho da mulher. In: 17º Encontro Nacional da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre a Mulher e Relações de Gênero, 2012, João Pessoa. 17º Encontro Nacional da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisa sobre a Mulher e Relações de Gênero, 2012.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Perfil do suporte oferecido pelas incubadoras brasileiras às empresas incubadas. REAd. Rev. eletrôn. adm. vol.17, n.2, p. 330- 359, Porto Alegre, 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Os desafios da mulher empreendedora.

SCHUMPETER, J. A. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. In A teoria do desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultura, 1985.

SOUZA, E. C. L. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília, DF: ANPROTEC, p. 28-41, 2001.

VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F. & TEODÓSIO, A. S. C. (2011). Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes? *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, 15 (4): 631-649.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências e aprendizagem empreendedora em MPE's educacionais. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*. v. 8, n. 3, 2014.