

## EDUCAÇÃO, DIVERSIDADE E O EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA REVISÃO DA LITERATURA COM BASE EM PUBLICAÇÕES GERADAS NOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL

*Francisco dos Santos Carvalho*

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

*Vanessa Nascimento Nunes Portela*

Faculdade Independente do Nordeste

*Nadir Blatt*

Universidade Estadual do Sudoeste Bahia

*Juliana Menezes de Moraes*

Universidade Estadual do Sudoeste Bahia

**Resumo:** As mulheres têm aumentado sua representatividade no mercado de trabalho de forma significativa e, muitas delas, utilizam do empreendedorismo para ingressar em negócios já criados e/ou para participar da criação de um novo negócio. O empreendedorismo vem sendo pesquisado em vários cursos de graduação e pós-graduação. No Brasil, o Curso de Administração tem um papel relevante nessas pesquisas realizadas. Considerando o exposto, este artigo teve como objetivo realizar uma análise qualitativa e quantitativa dos principais dados presentes nessas publicações acadêmicas do mencionado curso. Para tanto, foram realizadas pesquisa exploratória e descritiva. Inicialmente, realizou-se uma pesquisa exploratória acerca das publicações no formato de artigos, monografias, dissertações e teses. Em seguida, procedeu-se a uma descrição da situação encontrada, valendo-se da análise quantitativa sobre as informações coletadas no navegador Chrome, a partir de palavras-chave escolhidas por conveniência. Ao final desta investigação, chegou-se a conclusão de que a hipótese central que norteou o processo investigado foi confirmada, conforme evidências obtidas. Constatou-se também que os objetivos da pesquisa foram alcançados, uma vez que foi possível: traçar um perfil das publicações científicas e apresentar informações numéricas sobre essas categorias com base em análise de aspectos metodológicos e de conteúdo presentes nas publicações.

**Palavras-chave:** Educação. Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho.

### 1 Introdução

A educação e a diversidade são essenciais para promover mudanças em aspectos tradicionais que têm dificultado a inserção das mulheres no mercado de trabalho. É preciso trilhar por caminhos investigativos ainda poucos estudados e que estão repletos de desafios e possibilidades. Neste sentido, este trabalho apresenta resultados de uma investigação sobre o

empreendedorismo feminino, a partir de análises de publicações originadas de Cursos de Administração no Brasil, abrangendo a Graduação e a Pós-graduação.

A inserção das mulheres no mercado de trabalho tem sido acompanhada por vários estudiosos do assunto e institutos de pesquisa. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), menos de 14% das mulheres tinha emprego nos anos 1950. No último censo realizado, (IBGE, 2010), registra-se que essa inserção passou para 49,9%. Porém, a luta dessas mulheres não é fácil, pois as mulheres além da atividade profissionais (formal ou informal), muitas vezes, também exercem atividades de cuidados com o lar e com a família, bem como sofrem preconceitos em um mercado de trabalho que ainda muito centrado na força de trabalho masculina.

O empreendedorismo pode ser entendido como a disposição ou capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, ocorrendo por necessidade ou por oportunidade. A palavra é também muitas vezes definida como a habilidade em criar e implementar mudanças, inovações e melhorias a um mercado ou negócio.

Em virtude das guerras que ocorreram na primeira metade do século 20, muitas mulheres assumiram os negócios de suas famílias, mantendo, como mencionado, uma dupla jornada de trabalho. O empreendedorismo se coloca uma possibilidade de conquista e independência, principalmente nos últimos anos, face ao aumento do número de empreendedoras. São mais de 7 milhões de mulheres que tocam seus próprios empreendimentos, e a tendência é que esse número continue a crescer (GEM, 2017a). Ademais, segundo Relatório Executivo do Sebrae (GEM, 2010b), 34% das empresas do Brasil são de mulheres. Só em 2018, em torno de 51% dos novos negócios criados no país pertenciam a mulheres (GEM, 2019). Esse incremento percentual tem contribuído para mudar a composição dos empreendedores brasileiros, gerando, evidentemente, mudanças socioeconômicas significativas.

Considerando essa breve descrição da problemática associada ao empreendedorismo feminino, esta pesquisa buscou resposta para a seguinte questão central de pesquisa: O que revelam algumas publicações originadas em Cursos de Graduação ou Pós-graduação em Administração que tiveram como temática o empreendedorismo feminino no Brasil, considerando uma análise com base em categorias, aspectos metodológicos e conteúdos presentes?

Para nortear o processo investigativo para responder a questão formulada, estabeleceu-se a seguinte hipótese: as categorias de análise das publicações analisadas revelam que há um

escopo abrangente para as pesquisas, englobando desde estudos que tratam do perfil dessas mulheres empreendedoras, quanto das características e motivações empreendedoras, das dificuldades, dos desafios impostos e da gestão empreendedora nas organizações, com prevalência estatística nos estudos exploratórios e descritivos, de abordagem qualitativa e quantitativa, nas pesquisas de levantamento e estudos de casos, usando dos questionários e entrevistas como instrumentos de pesquisa.

Assim, o objetivo geral foi buscar respostas para a questão que subsidiou o desenvolvimento da pesquisa, ou seja, conhecer as categorias, aspectos metodológicos e conteúdos presentes nas publicações que foram objeto do presente estudo. Ademais, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: traçar um perfil das publicações científicas que serão escolhidas para compor a amostra que norteará o processo investigativo, a partir de um conjunto de categorias que forem consideradas relevantes na análise de conteúdo; apresentar informações numéricas sobre essas categorias com base em análise de aspectos metodológicos e de conteúdo presentes nas publicações.

Ressalta-se que este trabalho possui relevância acadêmica e socioeconômica. No âmbito acadêmico, poderá servir para integrar conhecimentos teóricos e práticos em um caso real. No âmbito socioeconômico, poderá contribuir para descrever os aspectos positivos e negativos inerentes ao empreendedorismo feminino e sua inserção no mercado de trabalho.

## **2 Referencial teórico**

### **2.1 Empreendedorismo: em busca de uma conceituação**

O empreendedorismo não é um tema novo. Segundo Dolabela (2008) e Dornelas (2001), ações empreendedoras buscaram otimizar as relações ente os homens e destes com a natureza. Trata-se de uma função muito antiga, presente, inclusive, no intercâmbio e o comércio entre os indivíduos (LANDATRÖM; HARIRCHI: ASTRÖM, 2012).

A palavra empreendedorismo surgiu da tradução do termo inglês *entrepreneurship*, originado do verbo francês *entrepreneur* e quer dizer, aquele que começa algo novo e assume os riscos. Dornelas (2005) afirmou que na década de 1990 o empreendedorismo ganhou uma maior relevância no Brasil, especialmente em decorrência pela criação de entidades de suporte

técnico e gerencial, a exemplo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Nesse sentido, o empreendedorismo pode ser definido como uma habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada (BARRETO, 1998). Leite e Melo (2008) asseveraram que o empreendedorismo está aliado à inovação e busca a criação de valor para as pessoas e para as organizações.

Assim, um(a) empreendedor(a) é uma pessoa que tem iniciativa e que promove o empreendimento a partir de atitudes criativas e inovadoras, sabe transformar situações, estimular a colaboração, criar relacionamentos pessoais e gerar resultados, se dedicando a fazer o que gosta, com entusiasmo, autoconfiança e otimismo. Schumpeter (1985) afirmou que o empreendedor promove a inovação, sendo essa radical, pois destrói e substitui esquemas de produção vigentes.

O(a) empreendedor(a) pode identificar oportunidades e cria um negócio, assumindo riscos, tanto por necessidade ou por oportunidade (DORNELAS, 2003; DORNELAS, 2008; SHANE; VENKATARAMAN, 2008).

Muitas ações de empreendedores(as) por necessidade são marcadas pela informalidade e pela falta de um planejamento mais adequado.

## 2.2 Empreendedorismo Feminino

A partir de um recorde temporal considerando, inicialmente, os doze anos, registra-se que o Brasil, em 2009, contava com 18,8 milhões de empreendedores com menos de 42 meses de existência. Além disso, é possível apontar que desse total, 53% eram mulheres e 47%, homens (GEM, 2010a). Ainda de acordo com GEM (2010a), em 2002, o número de novos negócios empreendidos por mulheres não chegava a 38,4%, e passou para 53,4% em 2009.

Em um dos estudos do IBGE, constatou-se que, em 2010, o setor de serviço era aquele que mais gerava empregos formais, sendo muito significativo pela participação das mulheres (VIEIRA, 2011). Em outro estudo, realizado pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), conclui que, em 33% dos casos, as mulheres optam por atividades associadas ao comércio varejista; 20% investem em alimentação; e 12% apostam na indústria de transformação.

Em conformidade com o Jornal Correio (2019), entre as áreas que mais favoreciam ao empreendedorismo feminino, encontravam-se as de venda de vestuários e acessórios, beleza e estética, alimentação e comércio varejista de mercadorias em geral (supermercados).

Osório (2011 apud GIMENES et al., 2018) afirmou que as mulheres ganharam destaque em vários setores da economia, a exemplo do comércio, indústria, serviços terceirizados, confirmando um grande potencial empreendedor. Por conseguinte, em 2011, o empreendedorismo feminino assumiu um forte dinamismo. Conforme dados do SEBRAE, no ano supracitado, no Estado de São Paulo, em uma amostra de 430 mil Microempreendedores Individuais (MEI), mais da metade da amostra pesquisada era composta por mulheres, equivalente a um percentual de 53,41% (SEBRAE, 2011).

Villas Boas (2010) anotou que as mulheres são capazes de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades. Elas cuidam do lar, do marido, dos filhos e do trabalho fora, pois possuem uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam em atender bem as pessoas e instituições que se relacionam com as organizações onde atuam.

Gomes, Guerra e Vieira (2011) buscaram entender as motivações que as levam ao empreendedorismo feminino. Identificaram, por exemplo, a realização pessoal, a percepção de uma oportunidade de mercado, a dificuldade de ascensão na carreira profissional, a necessidade de sobrevivência e por último a possibilidade de conciliar trabalho e família.

Segundo dados de pesquisas do IBGE (2010), há uma predominância das mulheres no Brasil, pois dos 207 milhões de habitantes do Brasil, mais de 105 milhões são mulheres. No Censo Demográfico de 2010, identificou-se que em famílias do nível superior, 37,3% têm a mulher como responsável, sendo que a média do percentual do rendimento das mulheres na família em relação ao rendimento familiar total é de 40,9%.

Essa é uma problemática que merece ser bem estudada, em relação à inserção das mulheres empreendedoras no mercado de trabalho brasileiro. Conforme relevam pesquisas *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, realizadas entre 2011 a 2017, em ação do Sebrae e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), foi registrado um aumento de aproximadamente 78% no empreendedorismo no Brasil (GEM, 2011; GEM, 2017a). Em torno de 36% dos brasileiros possuem relataram ter um negócio ou desenvolver algum tipo de atividade visando empreender (GEM, 2017a).

### 3 Metodologia

Para nortear o processo investigativo, foi necessário estabelecer uma metodologia baseada em pesquisas de natureza exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa, quantitativa e bibliométrica mediante um estudo de revisão da literatura sobre publicações sobre o empreendedorismo feminino originadas de Curso de Administração, no âmbito da graduação e pós-graduação no Brasil.

Inicialmente, considerou-se necessário pesquisar na internet, usando o navegador Google Chrome. A pesquisa considerada foi baseada nas seguintes palavras-chaves: empreendedorismo feminino, Curso de graduação em Administração, Cursos de Administração e Mulheres empreendedoras.

Usando o critério de busca por exaustão, identificada a partir da décima página de busca no navegador mencionado, foram identificadas 47 publicações que atenderam aos critérios de busca estabelecidos. Assim, realizou-se, inicialmente, uma pesquisa exploratória para obter essas informações.

Em seguida, realizou-se a leitura de todas essas 47 publicações e a descrição do que foi identificado, considerando uma visão quantitativa (números) e outra qualitativa (conteúdo). A análise quantitativa foi realizada no software MS Excel, enquanto que a análise de conteúdo (análise qualitativa) foi construída com o software Visual Paradigm Online.

A abordagem bibliométrica trata-se de uma revisão sistêmica da literatura, a qual foi desenvolvida partindo de levantamento de dados de um material já existente constituído por artigos científicos publicados, trabalhos de conclusão de curso na graduação e dissertações.

Destaca-se que a estratégia escolhida tem fundamento, portanto, em uma revisão sistemática da literatura. Segundo Okoli (2015) este tipo de revisão consiste em uma associação de estudos primários, que contém informações sobre aspectos metodológicos de uma publicação científica. Conforto, Amaral e Silva (2011) afirmaram ser recomendável a utilização de critérios de inclusão e exclusão de estudos que compõem a amostra a ser analisada. Por conseguinte, devem ser definidos os critérios para escolha dos estudos, geralmente a partir de rigorosa análise e compreensão da literatura a respeito do tema, análise, síntese e avaliação de resultados para geração de resultados alusivos ao processo investigativo na revisão sistemática da bibliografia.

Desse modo, inicialmente foram selecionadas as publicações em conformidade com esses critérios. Em seguida, procedeu-se à categorização e análise, segundo indicado por Bardin (2011).

## 4 Resultados e discussões

Foram identificadas três modalidades em relação as 47 publicações que comporam a amostra desta pesquisa. A primeira categoria identificada foi em relação aos tipos e quantidades de publicações acadêmicas. Foram identificados 19 (dezenove) artigos; 21 (vinte e um) trabalhos de conclusão de curso de graduação; e 7 (sete) dissertações.

A exploração das 47 publicações resultou na definição de categorias (sistemas de codificação) e na identificação das unidades de registro (unidade de significação a codificar corresponde ao segmento de conteúdo, fundamentada na descrição analítica do material coletado). Em resultado desse processo, pôde-se proceder à codificação, à classificação e à categorização, consoante preconizado por Bardin (2002).

Uma segunda categoria foi denominada neste trabalho de Gênero dos(as) autores(as) das publicações. Registrou-se a presença de 32 publicações apenas elaboradoras pelo gênero feminino; 1 pelo masculino; e 14 por ambos os gêneros mencionados.

Quanto ao número de pessoas que elaboraram as publicações em tela, constatou-se a existência de 25 publicações individuais e 22 coletivas.

Após essas categorias apresentadas, o Quadro 1 exhibe as quantidades de publicações por ano.

**Quadro 2** – Categoria 3: Quantidade de publicações por ano.

Ano de Publicação	Quantidade	Percentual
2019	8	17,02
2018	9	19,15
2017	3	6,38
2016	8	17,02
2015	4	8,51
2014	3	6,38
2013	4	8,51
2012	1	2,13
2011	2	4,26
2010	3	6,38
2008	1	2,13
2005	1	2,13

**Fonte:** Autoria própria, 2020.

A pesquisa revelou que a amostra selecionada para análise ficou circunscrita ao período de 2005-2019. Verificou-se que a partir do ano de 2005 há um crescimento gradual da

quantidade de publicações na área do Empreendedorismo Feminino. O período de 2015 a 2019 representa 68,08% das publicações.

Em relação ao País, Estado e/ou Cidade das publicações, na Categoria análise por local de publicação, os resultados obtidos podem servir de suporte para outros trabalhos futuros que desejem dar continuidade as pesquisas já realizadas, bem como podem ajudar de algum modo na investigação que contenham outros olhares sobre a problemática do empreendedorismo feminino com os grupos e nas cidades que foram objetivo de pesquisa.

A Categoria País, Estado e/ou Cidade das publicações revelou que foram identificadas publicações cujo universo amostral abrangeu vários estados e cidades do Brasil, perfazendo amostral de 47 publicações. A cidade Fortaleza – CE foi objeto de estudo de 3 publicações. As Curitiba – PR, João Pessoa – PB, Aracaju – SE, Natal – RN, Belo Horizonte – MG, Chapecó - SC e Estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais foram objeto de 2 publicações cada uma delas, perfazendo um subtotal de 16 publicações. Cada uma das demais cidades a seguir supracitadas foram alvo de apenas uma publicação: Iturama – MG, Fortaleza – CE, Brasília – DF, Rolim de Moura – RO, Goiânia – GO, Capanema – PA, Cacoal – RO, Seara – SC, Campina Grande – PB, Solânea – PB, Aracruz – SE, Juazeiro do Norte – CE, Nossa Senhora Socorro – SE, Neópolis – SE, Delmiro Gouveia – AL, Paulo Afonso – BA, Governador Mangabeira – BA, João Pinheiro – MG, Vitória da Conquista – BA, Caxias do Sul e Nova Roma do Sul – SC, Rondonópolis – MG, Santo André – SP e Lagoa Seca – PB, bem como os Estados do Rio de Janeiro, Alagoas, Paraná, Ceará e Rio Grande do Norte.

A amostra pesquisa relevou que há pesquisas que tiveram abrangência nacional, especialmente as pesquisas de revisão bibliográfica. Ademais algumas pesquisas tiveram como escopo estadual e a maior parte das pesquisas foram direcionadas para estudos de casos em uma determinada cidade-alvo.

Outro dado significativo para este trabalho foi identificar o tipo de pesquisa das 47 publicações. Registrou-se uma preponderância das pesquisas de natureza descritiva (37), seguida da exploratória (29). Constatou-se, porém, que entre as publicações analisadas algumas utilizaram ambas os tipos de pesquisa quanto mencionados.

Em relação à abordagem, anotou-se uma relação de equilíbrio no quantitativo desse tipo de pesquisa. Ressalta-se que há trabalhos que foram quali-quantitativos, enquanto ou 29 publicações qualitativas e 26 quantitativas. Outras tiveram abordagem distinta. Desse modo, conforme Alves-Mazzotti e Gewandsznajder (2002), o emprego da abordagem quali-quantitativa aponta para uma maior segurança nas pesquisas, pois gera uma maior

fidedignidade e validação destas. As abordagens múltiplas, de natureza central, geram um melhor equilíbrio, pois deixam de lado os conflitos entre as visões dos extremos continuum – positivismo versus interpretativismo.

Quanto aos procedimentos técnicos, identificou-se uma diversidade de escolhas, com destaque para os estudos de casos (único e múltiplos), pesquisas de levantamento, de campo e bibliográfica, a partir do que pode ser visto no Quadro 2.

**Quadro 2** – Categoria : Tipo de Pesquisa quanto aos Procedimentos Técnicos.

Tipo de Pesquisa quanto aos Procedimentos Técnicos	Quantidade
Estudo de Caso Único	9
Estudo de Casos Múltiplos	7
Pesquisa Documental, Pesquisa de Campo e Pesquisa de Levantamento	3
Pesquisa de levantamento (entrevista)	11
Pesquisa de levantamento (formulário)	2
Pesquisa de levantamento (questionário)	17
Pesquisa de Campo	18
Pesquisa bibliográfica	12
Pesquisa bibliométrica	1
Ex-post facto	1

**Fonte:** Autoria própria, 2020.

Identificou-se que os questionários e as entrevistas foram os principais instrumentos de pesquisa utilizados a amostra analisada. Gil (2008) por em destaque que os instrumentos de pesquisa são fundamentais para que o pesquisador obtenha os dados iniciais em conformidade com a problemática da investigação e os objetivos que pretende alcançar. Foram identificados: 25 questionários; 3 observações, 26 entrevistas, 5 pesquisas documentais, 1 formulário e 2 bases de dados disponíveis na internet.

A presente investigação também buscou conhecer o tipo de análise realizada nas 47 publicações. Constatou-se que as análises de natureza estatística e temática/conteúdo foram as mais usadas, presentes em 28 e 21 trabalhos, separadamente ou de modo integrado. Segundo Gil (2008), as análises em questão são muito relevantes, uma vez que permitem conhecer aspectos quantitativos e qualitativos sobre o objeto de estudo.

Quanto a Categoria tipo de análise, foram identificados: 28 análise estatística, 21 análises temática/conteúdo, 1 análise epistemológica qualitativa, 1 cross-case analysis e 1 análise de decisão multicritério.

Com a finalidade de detalhar ainda mais a natureza metodológica das publicações em questão, a Categoria referente aos tipos de pesquisados, mostra que mesmo tendo as mulheres empreendedoras como objetivo central de investigação, entre as publicações analisadas, verificou-se empreendedoras que atuam em diferentes segmentos da economia, a exemplo de mulheres que atuam na iniciativa privada quanto no âmbito público.

Muitas das empreendedoras disseram que eram estudantes de graduação, professoras, consultoras, comerciantes, empresárias, profissionais das áreas de saúde, serviços, tecnologia, construção civil, segurança patrimonial, contabilidade, por exemplo. Entretanto, ressalta-se que alguns das publicações foram de revisão bibliográfica e não deram ênfase à qualificação específica das mulheres empreendedoras.

Em conformidade com pesquisas realizadas no Brasil, pessoas que frequentaram cursos de qualificação profissional apresentam melhores resultados em termos de emprego e remuneração. Porém, de um modo geral, a maioria das pessoas devem desenvolver competências para estrutura bem um negócio (COSTA; AZEVEDO; SOUZA, 2012).

Em relação a Categoria Tipos de pesquisados a prevalência foi de 30 publicações para o tema mulheres empreendedoras, 3 para alunos(as) do curso de Administração, 2 para mulheres empreendedores que são docentes. Verificou-se presença de investigações focando em consultoria, mulheres empresarias, ensino e pesquisa em empreendedorismo.

Concluída essa primeira etapa, passou-se para análise das outras Categorias. Foram encontradas três categorias centrais em relação ao Objetivo Geral, representadas pelos verbos: analisar, compreender e conhecer.

A Figura 1 exibe na ação analisar que o escopo das publicações selecionadas teve uma abrangência significativa, pois contém análises que vão, por exemplo, desde o perfil e características das mulheres empreendedoras perpassando por questões associadas com desafios enfrentados, estilo e conhecimento de gestão, motivações empreendedoras, uso de estratégias empreendedoras e trajetória histórica do empreendedorismo no Brasil.

**Figura 1** – Categoria 11: Objetivos Gerais das publicações: ação analisar.

Analisar
Processo de empreendedorismo feminino, relevância das mulheres empreendedoras, modelo de gestão, empreendedorismo no Brasil, características empreendedoras, perspectivas empreendedoras, estratégias de crescimento, implementação de planos de negócio,

conciliação de trabalho de família, motivações das empreendedoras, desafios encontrados, participação das mulheres no MEI, crescimento das organizações, comportamento das empreendedoras, dificuldades superadas, estilos de gestão empreendedora, desenvolvimento de competências empreendedoras e perfil das empreendedoras.

Fonte: Autoria própria, 2020.

No que tange ao objetivo geral Conhecer, a Figura 1, buscou-se conhecer os efeitos da ação empreendedora, desafios encontrados, perfil das empreendedoras, estratégias, razões para abertura dos negócios e modos de interação. E por fim, Compreender as Motivações para empreender, expectativas, trajetórias, participação das empreendedoras nas associações, papel das empreendedoras e perfil dos alunos(as).

Foram identificados objetivos específicos, a saber: conhecer a percepção (impressão) sobre os negócios; traçar o perfil acadêmico dos coordenadores de curso de administração; identificar como as mulheres estão se tornando empreendedoras; conhecer a percepção do aluno com relação aos fatores que são determinantes para o ingresso na vida profissional; e identificar as pretensões profissionais dos alunos.

Além dos assuntos exibidos na Figura 1, foram identificados também nas publicações analisadas outros assuntos correlatos, a saber: Autoconfiança, bem-estar psicológico das mulheres, estilos de liderança, fatores de sucesso, flexibilidade de horários, conceito de empreendedorismo e empreendedorismo feminino, participação empresarial, lei de incentivo ao Microempreendedor Individual, empreendedorismo corporativo, participação das mulheres nas organizações, Resistências ao perfil empreendedor feminino, carreira profissional das mulheres empreendedoras, intraempreendedorismo, subjetividade e as empreendedoras, conflito maternidade versus trabalho; realização pessoal, cursos de Administração, ensino superior, setores da economia, redes sociais e empreendedoras e redes.

Quanto a Categoria Conclusão constatou-se que as publicações analisadas contêm achados científicos muito relevantes, alguns dos quais são relacionados a seguir:

a) Há uma lacuna significativa em relação aos estudos de empreendedorismo feminino no Brasil; b) É preciso investigar a influência dos pais, da estrutura familiar e da renda familiar no momento que os ingressantes fazem a escolha do curso como meio para se tornarem empreendedores ou gestores; c) A procura pela realização pessoal, autonomia, independência financeira, desejo de mudar de vida, qualidade de vida, vontade de crescimento no ramo e proporcionar oportunidades de trabalho para outras pessoas motivos são alguns dos motivos para a inserção dessas mulheres no meio empreendedor; d) Falta conhecimentos das

empreendedoras na área gestão de negócios, a exemplo de finanças e tributação; e) As mulheres empreendedoras buscam conciliar família e trabalho e enfrentam conflitos e dificuldades financeiras para gerar um crescimento em seus negócios. Muitas delas não têm uma autoestima alta quanto as suas competências enquanto empreendedoras; f) Muitas empreendedoras não sofreram influência direta de membros da família no momento de decidir por abrir um negócio próprio; g) Algumas mulheres empreendedoras buscam participar de capacitação em empreendedorismo; h) Muitas empreendedoras buscam inovar, aproveitar oportunidades, agir com motivação, superar dificuldades com comprometimento e determinação, autoconfiança e habilidade de adaptação em seus negócios; i) Em relação aos aspectos organizacionais, a estrutura dos negócios geridos por empreendedoras é simples, com baixo formalismo e flexível. Em relação aos aspectos institucionais, é baixa a importância do suporte oriundo das políticas públicas para as decisões orientar o processo decisório dos negócios. As empreendedoras estão sensíveis as mudanças oriundas do mercado e para tanto buscam agir com adaptação, flexibilidade, criatividade e inovação; j) A maior parte das mulheres empreendedoras informais age individualmente e apresenta um perfil empreendedor, compatível com o descrito na literatura especializada no assunto, mesmo elas possuindo em sua maioria um grau médio de escolaridade e não dispor de uma ampla rede de contatos; k) Falta nessas mulheres conhecimento sobre plano de negócios e há presença de problemas para encontrar colaboradores(as) que se adéquem ao perfil do negócio e para participar de capacitação em empreendedorismo feminino; l) As empreendedoras do Micro Empreendedor Individual (MEI), em sua maior parte, não possuía formação anterior em empreendedorismo; m) As mulheres empreendedoras buscam reconhecimento e crescimento pessoal, profissional e financeiro; n) A configuração subjetiva do empreendedorismo feminino está apoiada em sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade empreendedora é desenvolvida, marcada pela superação de desafios q) Muitas mulheres empreendedoras deixam o emprego corporativo e começaram a empreender após a maternidade, pois buscam maior autonomia profissional e conciliação do trabalho com a família; r) Observou-se que as empreendedoras necessitam de conhecimentos em habilidades gerenciais e tecnológicas; s) A dedicação, a coragem e a autodeterminação presentes nas mulheres entrevistadas, fazem referência ao fator subjetivo, onde a estrutura psicológica é determinante para uma gestão criativa e vitoriosa. Ademais, os fatores cognitivos (educação continuada), cultural (rompimento com a tradição de mulheres do lar para mulheres empreendedoras), social (inserção no mercado e reconhecimento), econômico (busca da independência financeira) e político (uso de estratégias de alianças com os homens

para alcançar conquistas no âmbito profissional); t) Estudantes que elaboraram planos de negócios nem sempre por em prática esses planos. Porém, é muito alto o grau de sucesso do negócio do grupo de estudantes que implantam esses planos; u) A participação em rede (associações de mulheres) contribui para ampliação das vendas, estabelecimento de ações conjuntas, acesso ao crédito, formação de lideranças, formação de grupos de suporte e ampliação da rede contatos; v) percebeu-se que, em sua maioria, as mulheres pesquisadas estão abertas à aprendizagem, em busca de conhecimentos que as auxiliem no desempenho de suas atividades, evidenciando assim, pontos que são indispensáveis para a permanência dessas mulheres em um setor.

Diante do exposto, percebe-se que as mulheres estão empreendendo cada vez mais cedo, procurando tanto a satisfação profissional quanto a independência financeira, para depois pensar em constituir uma família, e os desafios enfrentados pelas mesmas são enfrentados em todos os gêneros, pois é uma questão mundial, desde a concorrência exacerbada, às crises mundiais.

## **5 Conclusão**

Após apresentar os resultados obtidos na investigação, é preciso retomar a questão de pesquisa, a hipótese central e os objetivos estabelecidos.

Conforme consta a seção de introdução ao presente trabalho, a questão de pesquisa foi: O que relevam algumas publicações originadas em Cursos de Graduação ou Pós-graduação em Administração que tiveram como temática o empreendedorismo feminino? Constatou-se que a hipótese central foi confirmada, pois as publicações analisadas revelaram as categorias de análise revelaram que há um escopo abrangente para as pesquisas, englobando desde estudos que tratam do perfil dessas mulheres empreendedoras, quanto das características e motivações empreendedoras, das dificuldades, dos desafios impostos e da gestão empreendedora nas organizações, com prevalência estatística nos estudos exploratórios e descritivos, de abordagem qualitativa e quantitativa, nas pesquisas de levantamento e estudos de casos, usando dos questionários e entrevistas como instrumentos de pesquisa.

Constatou-se também na pesquisa que os objetivos da pesquisa foram alcançados, uma vez que foi possível: traçar um perfil das publicações científicas e apresentar informações numéricas sobre essas categorias com base em análise de aspectos metodológicos e de conteúdo presentes nas publicações.

Todavia, em razão das limitações naturais de todo processo investigado, é recomendável que trabalhos futuros sejam realizados. Sugere-se: a) replicar a presente pesquisa em outros cursos de graduação e pós-graduação, comparando, em seguida, os resultados obtidos; b) realizar estudos de casos únicos ou múltiplos para aprofundar conhecimentos acerca de algumas conclusões gerais que são recorrentes nas publicações analisadas.

## REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F. **O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e qualitativa**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

AMORIM, Rosane Oliveira<sup>1</sup>; BATISTA, Luiz Eduardo. **Mulheres empreendedoras: conquistando espaço no setor empreendedor**. 2011. Disponível em: <[http://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf)>. Acesso em: 22 jul. 2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

CONFORTO, E. C.; AMARAL, D. C.; SILVA, S. L. D. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO – CBGDP, 8. **Anais** [...], Porto Alegre. p.1–12, 2011.

COSTA, Dalaine Martins; AZEVEDO, Patrícia; SOUZA, Rosimere de. **Políticas públicas, empreendedorismo e mulheres: olhares que se encontram**. Rio de Janeiro: IBAM, 2012.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Cultura Editores, 2003.

\_\_\_\_\_. **O segredo de Luisa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GIMENES et. al. Mulheres empreendedoras: conquistando espaço no setor empreendedor a **Revista Eletrônica Saber**. v. 41, n. 1, Jan./fev./mar. 2018

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo feminino**: razão do empreendimento. 2010a. Disponível em: <  
[http://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf)>. Acesso em: 1 jul. 2020.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2010b

\_\_\_\_\_. **GEM Global Report 2016/17**. 2017a Disponível em:  
<http://www.gemconsortium.org>. Acesso em 2 jul. 2020.

\_\_\_\_\_. **GEM Policy briefs**, 2017b. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org>. Acesso em 5 jul. 2020 .

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo. 2019. Disponível em:  
<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, D. T; GUERRA, P. V. & VIEIRA, B. N. (2011). Desafio do empreendedorismo feminino. In: ENCONTRO DA ANPAD, 35. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **População feminina no Brasil**. 2010. Disponível em: < <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/populacao-feminina-no-brasil.htm#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20censo,de%20jovens%20do%20sexo%20masculino.> >. Acesso em: 06 nov. 2020.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7, p.1154-1181.

LEITE, Elaine da Silveira; MELO, Natália Maximo e. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, nov. 2008. Disponível em: < [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782008000200005&script=sci\\_abstract&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782008000200005&script=sci_abstract&tlng=pt)>. Acesso em: 10 set. 2020.

OLIVEIRA, Priscila. Donas do próprio negócio: mais da metade dos MEIs baianos são mulheres. **Jornal Correio**. 2019. Disponível em:  
<<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/donas-do-proprio-negocio-mais-da-metade-dos-meis-baianos-sao-mulheres/>>. Acesso em: 18 de dez. de 2020.

OKOLI, Chitu. A guide to conducting a standalone systematic literature review. **Communications of the Association for Information Systems**, v. 37, n. 43, p. 879–910,

nov. 2015. Disponível em: < <https://aisel.aisnet.org/cais/vol37/iss1/43/>>. Acesso em: 08 dez. 2020.

SCHUMPETER, Joseph A. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. *In*: SHUMPETER, Joseph A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA. **Perfil do Microempreendedor Individual 2012**: Série Estudos e Pesquisas. Disponível em acesso em:

[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/perfil\\_MEI\\_2012.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/perfil_MEI_2012.pdf). Acesso em: 27 maio 2020.

26 de setembro de 2014.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**. v. 25. n. 1. p. 217-226. Disponível em: <<https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/Shane%2520%252B%2520Venkat%2520-%2520Ent%2520as%2520field.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2020.

VIEIRA, João Luiz. Especial: Mulheres **Empreendedoras**. 2011. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI272006-18512,00-ONDE+E+QUE+EU+ME+ENCAIXO.html>. Acesso em: 27 out 2020.

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

Sobre os autores/as:

#### **Francisco dos Santos Carvalho**

Doutor pela Universitat de Barcelona (UB); professor titular da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Vitória da Conquista, Bahia, Brasil; Programa de Pós-graduação em Gestão Universitária; Coordenador do Grupo de Pesquisa em Inovação e Modernização e rojeto de Pesquisa Adoção de TI como ferramenta provedora de agilidade aos processos organizacionais, Projeto de Pesquisa Adoção de TI como ferramenta provedora de agilidade aos processos organizacionais, Projeto de Pesquisa Adoção de TI como ferramenta provedora de agilidade aos processos organizacionais, E-mail: franciscoscarvalho@uesb.edu.br

#### **Vanessa Nascimento Nunes Portela**

Graduada em Administração pela Faculdade Independente do Nordeste. Atua na TSJ Transportes de Cargas Ltda. Colaboradora do de Pesquisa em Inovação e Modernização. Vitória da Conquista, Bahia, Brasil;. E-mail: nessaanunes@hotmail.com

#### **Nadir Blatt**

Doutora pela Universitat de Barcelona (UB); Atua na Universidade Estadual do Sudoeste Bahia (UESB). Vitória da Conquista, Bahia, Brasil; Docente do Programa de Pós-graduação em Gestão Universitária; Colaboradora do Grupo de Pesquisa em Inovação e Modernização. E-mail: nadirblatt@uesb.edu.br

### **Juliana Menezes de Moraes**

Especialista em Ensino Remoto, Ensino a Distância e Metodologias Ativas pela Universidade Metropolitana, São Paulo, Brasil. Técnica Universitária da Universidade Estadual do Sudoeste Bahia. Colaboradora do Programa de Pós-graduação em Gestão Universitária; Colaboradora do Grupo de Pesquisa em Inovação e Modernização e Projeto de Pesquisa Adoção de TI como ferramenta provedora de agilidade aos processos organizacionais,. E-mail: [Juliana.morais@uesb.edu.br](mailto:Juliana.morais@uesb.edu.br)