



VALÉRIA GOMES AGUIAR

Empreendedorismo feminino e redes de apoio: oportunidades e desafios no Município de Vitória da Conquista-BA.

CAMPO LIMPO PAULISTA

2023

CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO DAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS

VALÉRIA GOMES AGUIAR

Empreendedorismo feminino e redes de apoio: oportunidades e desafios no Município de Vitória da Conquista-BA.

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestre do Programa de Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas do Centro Universitário Campo Limpo Paulista.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Hashimoto.

Linha de Pesquisa: Empreendedorismo feminino.

CAMPO LIMPO PAULISTA
2023

Ficha catalográfica

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Unifaccamp

A233e

Aguiar, Valéria Gomes

Empreendedorismo feminino e desafios no Município de Vitória da Conquista (BA) / Valéria Gomes Aguiar. Campo Limpo Paulista, SP: Unifaccamp, 2023.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Hashimoto

Dissertação (Programa de Mestrado Profissional em Administração) – Centro Universitário Campo Limpo Paulista – Unifaccamp.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Redes de apoio. 3. Nucleação. I. Hashimoto, Marcos. II. Centro Universitário Campo Limpo Paulista. III. Título.

CDD – 658.42

VALÉRIA GOMES AGUIAR

Empreendedorismo feminino e redes de apoio: oportunidades e desafios no Município de Vitória da Conquista-BA

Dissertação de Mestrado aprovada em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcos Hashimoto
Orientador Instituição

Profa. Dra. Cida Sanches
Convidada Instituição

Profa. Dra. Vânia Maria Jorge Nassif
Convidada Instituição

DEDICATÓRIA

Dedico a conquista do mestrado a todos que contribuíram de alguma forma com a concretização desse sonho. A caminhada foi feita de mãos dadas com muitos; por isso, sei que o resultado do esforço carece ser compartilhado com quem esteve de mãos dadas comigo e, para não ser injusta, não nomeio individualmente, mas agradeço, com todo o respeito pelo apoio que tive, a essas pessoas de forma presencial.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a cada um que me estendeu a mão e não permitiu que desistisse do sonho que carrego dentro de mim há muito tempo. A lista é vasta, mas citarei alguns sem prejuízo aos que não serão nomeados aqui.

Aos meus pais, meu alicerce, sempre me apoiando nas decisões e sempre prontos para me receber. Também àqueles que, ao longo da vida, me ajudaram e seguir em busca desse objetivo.

Ao meu estimado orientador, prof. Marcos Hashimoto, que me apoiou e me deu toda sorte de suporte. Aos meus colegas do curso que fizeram com que o mestrado tivesse uma área de construção de conhecimento justificada pela humildade e pelo companheirismo. Aos professores que nos ajudaram na construção de um ser melhor e mais sensível para discutir ideias, enriquecendo minha compreensão.

Aos membros da banca auditora – prof.^a Cida Sanches, prof.^a Vânia Nassif, e prof. Marcos Hashimoto por aceitarem o desafio de avaliar o meu trabalho e contribuírem com análises e sugestões.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo eficaz acompanhamento e desenvolvimento dos programas stricto-sensu brasileiros. O processo de avaliação contínua mantido pela entidade é peça fundamental ao desenvolvimento dos grupos de pesquisa, bem como dos conhecimentos especializados no que se refere à Gestão das Micro e Pequenas Empresas, disponíveis nos programas de mestrado e doutorado em Administração da UNIFACCAMP.

Por fim, agradeço a todas as pessoas que colaboraram para a conquista do meu desejado mestrado. Espero que a dedicação a esse estudo possa contribuir com a sociedade.

Obrigada!

EPÍGRAFE

“Se vi mais longe foi por estar sobre os ombros de gigantes”
Isaac Newton

RESUMO ESTRUTURADO

Objetivo: investiga a importância da nucleação das redes de apoio ao empreendedorismo feminino promovidas pelos programas governamentais, tendo-se como premissa que mulheres à frente de negócios podem ser agentes de transformação e progresso na economia.

Método: para o desenvolvimento do estudo, foi realizada uma pesquisa qualitativa, exploratória, valendo-se das técnicas de pesquisa por meio de entrevistas em profundidade, aplicação de questionários e interpretação dos dados pela análise de conteúdo.

Resultados encontrados: a pesquisa constatou que as mulheres empreendedoras reconhecem a importância de participar dos programas de políticas públicas e das redes de apoio, essas em destaque por fatores de atratividade das realidades vivenciadas e que obtêm muitos resultados a partir do apoio que recebem dos programas e das redes, embora ainda sintam falta de capacitações específicas para o negócio.

Implicações práticas: a construção e validação do artefato aparece como sugestão para o desenvolvimento futuro de um modelo prático, aplicado à realidade da mulher de negócios na sociedade com o papel de empreendedora. O modelo sugerido tem a premissa de dar suporte às mulheres sob os aspectos detectados na pesquisa, sobretudo, quanto ao empoderamento da mulher diante dos desafios encontrados no dia a dia.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Redes de Apoio; Nucleação.

ABSTRACT

Objective: to investigate the importance of nucleating support networks for female entrepreneurship promoted by government programs, based on the premise that women at the head of businesses can be agents of transformation and progress in the economy.

Method: for the development of the study, a qualitative, exploratory research was carried out, using research techniques through in-depth interviews, application of questionnaires and interpretation of data through content analysis.

Results found: the research found that women entrepreneurs recognize the importance of participating in public policy programs and support networks, these highlighted by attractiveness factors of the realities experienced and that they obtain many results from the support they receive from programs and networks, although they still feel a lack of specific training for the business.

Practical implications: the construction and validation of the artifact appears as a suggestion for the future development of a practical model, applied to the reality of businesswomen in society with the role of entrepreneur. The suggested model has the premise of supporting women in the aspects detected in the research, above all, regarding the empowerment of women in the face of the challenges encountered in everyday life.

Keywords: Female Entrepreneurship; Support Networks; Nucleation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Domínios do Ecosistema empreendedor.....	60
Figura 2 - Panoramas.....	66
Figura 3 - Desenvolvimento da pesquisa baseado em Bardin (1977).....	78
Figura 4 - Classificação Hierárquica Descendente (CHD).....	80
Figura 5 - Nuvens de palavras.....	81
Figura 6 - Distribuição de termos por classes.....	87
Figura 7 - Participação mulheres – redes de apoio.....	95

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - BRASIL – Distribuição dos empreendedores(as) por região.....	34
Gráfico 2 – Palavras de classe 1.....	76
Gráfico 3 – Palavras de classe 2.....	77
Gráfico 4 - Palavras da classe 3.....	78
Gráfico 5 - Palavras da classe 4.....	79
Gráfico 6 - Plano cartesiano.....	80
Gráfico 7 - Plano cartesiano 2.....	81
Gráfico 8 - Entrevistada: Rosi.....	82
Gráfico 9 – Entrevistada: Sonete.....	83
Gráfico 10 - Entrevistada: Lila.....	84
Gráfico 11 – Entrevistada: Rosilene.....	85
Gráfico 12 – Entrevistada: Yasmin.....	86
Gráfico 13 - Entrevistada: Cintia.....	87

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Situações adversas à ação de empreender por autores.....	37
Tabela 2 – Definições de Ecosistema por autores.....	47
Tabela 3 – Dos aspectos metodológicos.....	64
Tabela 4 - Análise de CHD.....	73
Tabela 5 - Hub Conquista e à Sala da Mulher Empreendedora.....	90

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
PNADC	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TEA	Sigla em inglês para Taxa de Empreendedorismo Inicial
TTE	Sigla em inglês para Taxa de Empreendedorismo Total

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	29
1.1	Empreendedorismo no Brasil.....	29
1.1.1	Empreendedorismo feminino	32
1.1.2	Desafios enfrentados	33
1.1.3	Programas de políticas públicas e redes de apoio	34
1.2	Objetivos do estudo	36
1.3	Justificativa da pesquisa	37
1.4	Estrutura da dissertação	39
2	REVISÃO DE LITERATURA	40
2.1	Empreendedorismo.....	40
2.2	Empreendedorismo feminino	42
2.2.1	Empreendedorismo feminino no mundo.....	45
2.2.2	Empreendedorismo feminino no Brasil	47
2.3	Dificuldades para mulheres empreendedoras.....	50
2.3.1	Aspectos sociais de impacto no comportamento da mulher empreendedora	54
2.3.2	Ecosistema empreendedor	58
2.3.3	Redes de apoio para mulheres empreendedoras.....	61
3	METODOLOGIA.....	67
3.1	Instrumentos para coleta de dados	72
3.1.1	População	72
3.2	Procedimento para coleta de dados	73
3.3	Procedimento de análise dos dados	75
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS DA COLETA DE DADOS	77
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	98
5.1	Sugestões para Futuras Pesquisas	99
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
	APÊNDICE A – Roteiro de Entrevistas com Mulheres Empreendedoras.....	115
	APÊNDICE B – Questionário – Redes de Apoio – Coordenadoras de Redes de Apoio - https://forms.gle/tQihF6LSWfAx5zBVA	120
	APÊNDICE C – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	123
	Vitória da Conquista, ____ de junho de 2023.....	123
	Apêndice D – Programa e Redes de Apoio - BRASIL PARA ELAS e COMITÊ DE EMPREENDEDORISMO FEMININO (ÂMBITO FEDERAL – MINISTÉRIO DA ECONOMIA)	124
3	METODOLOGIA.....	62

3.1	Instrumentos para coleta de dados.....	Erro! Indicador não definido.
3.1.1	População	72
3.2	Procedimento para coleta de dados	73
3.3	Procedimento de análise dos dados	75
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS DA COLETA DE DADOS	72
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
5.1	Sugestões para Futuras Pesquisas	93
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	Erro! Indicador não definido.
	APÊNDICES.....	Erro! Indicador não definido.
	Apêndice A - Roteiro de Entrevistas com Mulheres Empreendedoras	Erro! Indicador não definido.
	Apêndice B - Questionário – Redes de Apoio – Coordenadoras de Redes de Apoio - ...	Erro! Indicador não definido.
	Apêndice C - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ..	Erro! Indicador não definido.
	Apêndice D - Programa e Redes de Apoio - BRASIL PARA ELAS e COMITÊ DE EMPREENDEDORISMO FEMININO (âmbito federal – MINISTÉRIO DA ECONOMIA).....	120
	Apêndice E - Programas e redes de apoio – SEBRAE DELAS (âmbito nacional).....	121
	Apêndice F - Programas e redes de apoio – ÂMBITO ESTADUAL – BAHIA – CredBahia - MULHER.....	122
	Apêndice G - Programas e redes de apoio – Qualifica Bahia	123
	Apêndice H - Programas e Redes de Apoio - ÂMBITO MUNICIPAL – HUB CONQUISTA.....	124
	Apêndice I - Programas e Redes de Apoio - SALA DA MULHER.....	125
	Apêndice J - Programas e Redes de Apoio – REDE DE APOIO CLUBE DE EMPREENDEDORAS.....	126

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho é resultado de uma inquietação relacionada ao campo do empreendedorismo feminino e das redes de apoio que surgem dos programas de políticas públicas direcionadas às mulheres empreendedoras. Diante da crescente importância dada ao empreendedorismo feminino e da atenção que é dada a essas mulheres que empreendem, por meio das redes de apoio, vislumbra-se que os estudos alcancem os objetivos propostos e que, ao final, seja dada luz ao que é importante para as mulheres empreendedoras quanto às redes de apoio a elas voltadas como força sustentável para o desenvolvimento econômico.

1.1 Empreendedorismo no Brasil

A ação empreendedora tem sido analisada como um fenômeno que está presente no mundo todo e que traz impactos para a sociedade em situações políticas, econômicas e sociológicas. A importância do ato de empreender tem chamado a atenção de pesquisadores que se dedicam a estudar o perfil dos empreendedores, as condições em que se desenvolvem, o que criam e como trazem resultados econômicos e sociais. Alguns desses pesquisadores estarão presentes no embasamento dos argumentos neste estudo.

Por conta da relevância do tema para a sociedade, sua investigação envolve as questões relacionadas ao contexto brasileiro e os resultados que empreendedoras apresentam para a economia e suas influências sociológicas. Nesse sentido, acerca do assunto empreendedorismo, autores, como Silva e Silva (2018), destacam que deve ser dada atenção a alguns fatores, tais como: inovação, criatividade, invenção, liderança, cultura, decisão, visão de futuro, riscos, julgamento, valores, crenças e a forma de gerenciar recursos que fazem parte do negócio. Frisa-se que o presente estudo se debruçará sobre alguns dos aspectos, quais sejam: julgamento, valores e formas de gerenciar recursos.

Segundo Gimenez *et al.* (2017), estudos sobre empreendedorismo no Brasil têm sido cada vez mais frequentes, já que o tema “(...) parece ter atraído mais fortemente a atenção dos pesquisadores brasileiros”. Evidência disso é que, em busca realizada em três bases de dados (a saber: SPELL, SciELO Brasil e Google Acadêmico), no ano de 2016, foram encontrados pouco mais de 1.000 textos publicados em 307 periódicos brasileiros.

Para Vieira, Ribeiro e Melatti (2011), o empreendedorismo vem assumindo papel de destaque tanto na sociedade como na Academia, fazendo com que a busca por iniciativas empreendedoras fomenta e estimule a geração de novos negócios, disparando-se, assim, os gatilhos necessários para a promoção de um ambiente mais fértil.

Assim, o conceito de empreendedorismo que referencia o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) é o seguinte:

“[...] qualquer tentativa de criação e desenvolvimento de novos negócios ou criação de novas empresas, como o trabalho por conta própria, uma nova organização empresarial, ou a expansão de uma empresa já existente, por um indivíduo, uma equipe de pessoas, ou um negócio estabelecido” (GEM, 2016).

A partir da compreensão acerca do empreendedorismo, faz-se sobre o tema um recorte em torno do alto crescimento que emerge como um fenômeno crucial em razão de seu impacto notadamente positivo na criação de empregos, de forma sustentável e, em última instância, no desenvolvimento econômico (CAPELLERAS; CONTÍN-PILLAT; LARRAZA-KINTANA; MARTIN-SANCHEZ, 2016).

Dessa forma, Peter Drucker (2005) faz um recorte sobre empreendedorismo nos EUA expondo que foi uma tecnologia específica que viabilizou a economia empreendedora – a “Administração” em suas “novas aplicações” – capaz de desenvolver e criar “novos empreendimentos, comerciais ou não, enquanto que a maior parte das pessoas até agora tem considerado a Administração aplicável apenas a empresas existentes” (DRUCKER, 2005, p. 20).

O autor faz uma ligação entre empreendedorismo e inovação, sugerindo que nem todos os negócios são empreendedores – para sê-lo, é preciso criar ou mudar algo, ou ainda transformar valores (DRUCKER, 2005).

Num outro entendimento, o GEM, *op. cit.*, apresenta o empreendedorismo segundo etapas do processo empreendedor, que começa com a intenção dos

indivíduos em iniciar um negócio, prossegue até a criação do empreendimento, passa pelas fases iniciais de seu desenvolvimento (nascentes e novos) e termina quando o empreendimento é considerado estabelecido.

Em entendimento sobre o empreendedorismo no Brasil, para além do conceito de empreendedor, conhecer o conceito de empreendedorismo se mostra importante para um delineamento mais coerente neste estudo.

Para entender como o Brasil é percebido nos estudos realizados pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), observa-se a classificação dada ao País, que corresponde àquela de países impulsionados pela eficiência, mais especificamente: “[daqueles] caracterizados pelo avanço da industrialização e de ganhos em escala, com predominância de organizações intensivas em capital” (GEM, 2016).

Consoante ao relatório do GEM (2016) sobre a colocação do País no ranking de empreendedorismo, o Brasil passou do décimo para o oitavo lugar no ranking dos 31 países de economias impulsionadas pela eficiência, com uma TEA (Taxa de Empreendedorismo Inicial) de 17,2% em 2014 e 21,0% em 2015.

Mais recentemente, os estudos trazem a classificação do Brasil quanto à taxa de empreendedorismo total (TTE) no ano de 2019, que foi de 38,7%, representando, aproximadamente, 53 milhões de brasileiros adultos que realizavam alguma atividade empreendedora, como o envolvimento na criação ou na consolidação de um novo negócio ou na manutenção de um empreendimento já estabelecido.

Os motivos que demonstram a elevação da taxa de empreendedorismo brasileiro no último estudo do GEM aparecem explicados pela reforma trabalhista ocorrida em 2017, que trouxe flexibilização nas relações de contratação de mão de obra, na reforma tributária, além da taxa de desemprego, que se manteve tímida, como comprova dados PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) Contínua do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística): a taxa média de desocupação no Brasil caiu de 12,3% em 2018 para 11,9% em 2019. Em 2019 representou um contingente de 12,6 milhões de pessoas desocupadas. A TEA do Brasil (23,3%) ocupou a 4ª posição entre todas as economias participantes do GEM.

Uma característica presente nos estudos sobre empreendedores brasileiros é que a parcela que empreende sozinha, ou seja, sem sócios, é consideravelmente alta.

Em 2019 três quartos dos empreendedores eram os únicos proprietários do negócio (GEM, 2019), mas esse dado foi maior nos anos anteriores.

Entendendo a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento global por meio da criação de novos negócios, com aumento dos níveis de produtividade e da renda em todos os países, algumas questões podem ser mais bem exploradas com o objetivo de se entender o cenário de mulheres empreendendo e, mais ainda, por que mulheres permanecem menos tempo com o negócio, como demonstram os dados do GEM (2019). Essas são abordagens que se seguirão ao longo deste trabalho.

1.1.1 Empreendedorismo feminino

A despeito do número de empreendedores ser maior que o de empreendedoras, nos últimos tempos tem sido verificado um aumento significativo do empreendedorismo feminino, não só no Brasil, como em outros lugares do mundo, segundo GEM (2020), informação que amplia o mérito do empreendedorismo feminino nos cenários econômico, social e político. A pesquisa realizada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas) (2023), a partir dos dados do PNAD, confirma que a participação das mulheres no empreendedorismo cresceu 30% entre 2021 e 2022.

Dados levantados do mesmo estudo do GEM (2020) mostram que, na América do Norte, o índice de empreendedorismo feminino corresponde a 13% e, em realidades mais próximas à do Brasil, a América Latina tem um índice médio de 30%. O mesmo estudo leva à observação de que o empreendedorismo feminino brasileiro se apresenta sob o fator “necessidade”, argumento que corrobora com dados referentes ao empreendedorismo feminino no Brasil que reportam que 47% é por razões de necessidade, enquanto que, para os homens, é de 34% (GEM, 2020).

Para estratificar os dados, estudos realizados pela PNAD (2021), pesquisa essa feita pelo IBGE, deixam claro que, numa amostra de domicílios brasileiros, em torno de três milhões de empreendedoras estão na formalidade – 35% do empreendedorismo total do país. Já na informalidade, o número é de 6,3 milhões de empreendedoras – 32,2% do empreendedorismo informal.

Em virtude dessa informação e do propósito do estudo sobre a mulher empreendedora é preciso examinar o cenário do empreendedorismo feminino e,

então, averiguar as condicionantes que estão presentes para o exercício do papel da empreendedora.

Paridade encontrada nos estudos realizados por De Oliveira Rodrigues (2022), anuindo ao pensamento sobre o crescimento da atividade empreendedora por mulheres que vêm tendo destaque no Brasil todos os anos, ressalta uma atenção maior desse assunto na economia. Isso considerando que as donas de negócio são, cada vez mais, “chefes de domicílio” (45%), conforme GEM (2019).

Isso posto, compreender que o campo do empreendedorismo tem características multi e transdisciplinares desperta interesse a respeito de como o fenômeno do empreendedorismo feminino deve ser acompanhado e desenvolvido, assim como afirma Santos *et al.* (2020).

Apesar de existir a vontade de empreender, existem também as situações contrárias, como bem discorre Bertolami *et al.* (2018), ao dizer que a empreendedora precisa ter mais capacidade técnica, formação e experiência melhores, para que consiga vencer desafios diante da situação comum de dispor de menos tempo para se dedicar ao empreendimento.

1.1.2 Desafios enfrentados

Lançando-se olhar sobre a questão de que as mulheres sejam vistas como “aventureiras” em algumas situações, ou como inconstantes e desfocadas, ainda assim, as mulheres empreendedoras assumem responsabilidades tanto quanto os homens empreendedores. (AHMAD *et al.*, 2010).

Acerca dos desafios que a mulher empreendedora encontra, é conveniente trazer à baila o pensamento de Alperstedt *et al.* (2021), que destaca que, na maioria das vezes, a mulher empreendedora assume múltiplas responsabilidades, tendo de conciliar o papel de mãe e/ou esposa, com as atividades de casa e as atividades do negócio. Por essa razão, compreende-se que a atuação dela não é circunscrita às condicionantes no âmbito social, uma vez que, para a mulher, é necessário assumir mais responsabilidades – ser multitarefa – o que, possivelmente, explica o número menor de mulheres empreendedoras em relação aos homens empreendedores.

Como se não bastasse, conforme versa o estudo de Versiani, Fernanda *et al.* (2021), para além da mulher multitarefa, pelas pesquisas realizadas, notou-se a

resistência por parte do público masculino quando se defrontavam com negócios que tinham empreendedoras à frente. As empreendedoras viram surgir o questionamento da capacidade de uma mulher ocupar a posição de responsável pelo negócio. Uma parte das empreendedoras disse não ter habilidade para lidar com essa situação e eis que surge, então, a questão da não previsibilidade no contexto: não estava no *script* que era preciso um homem à frente do negócio para prover garantias e obter respeito.

Diante das razões que levam empreendedoras a apresentarem menor crescimento do negócio, para o PNADC (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) de 2023, constata-se que mulheres engajadas no mercado de trabalho pelo lado informal da economia, ocupadas por conta própria, devem ser foco de ações de políticas públicas de formalização, além de, obviamente, outras ações e programas que objetivem enfrentamento da pobreza e superação de vulnerabilidades socioeconômicas.

Assim, os programas de políticas públicas municipais que facilitem e estimulem o processo de formalização são bem-vindas. Além da óbvia redução da burocracia existente para formalização, o que reverbera em um menor tempo mínimo necessário para a abertura de empresas, o estímulo à formalização pode vir acoplado como contrapartida de benefícios econômicos e sociais existentes em outras políticas públicas.

1.1.3 Programas de políticas públicas e redes de apoio

Ante a necessidade de debruçar-se sobre o empreendedorismo feminino nas pesquisas consideradas para este estudo, é importante conhecer os programas de políticas públicas direcionadas às mulheres empreendedoras, sobretudo, do ponto de vista do alicerçamento dessa importante atuação feminina no processo de desenvolvimento da economia e da sociedade como um todo, em concordância com os estudos de Brush *et al.* (2019).

Para dar início à abordagem sobre os programas de políticas públicas, cabe trazer entendimentos que nortearão os presentes estudos, como os de Martilla (2018), que sugerem que a legitimidade do empreendedorismo como projeto social envolve a dissolução da distinção entre racionalidades econômicas e não econômicas da ação social.

Os autores Bernasconi *et al.* (2020) analisam que o Estado, por meio de suas políticas públicas, pode buscar a intervenção cultural, promovendo um discurso sobre o valor do empreendedorismo como uma pretensão da verdade. O mesmo estudo considera que, para políticas públicas, o conceito de "mudança social" é incorporado, sugerindo que não há área na sociedade para o qual o empreendedorismo não possa contribuir.

Os autores concluem que a realidade construída exclui do seu discurso os efeitos inesperados das políticas que originam e disseminam essa realidade. Por exemplo, a política é simplificada ao incentivar um tipo de empreendedorismo que aumentaria a coesão social, diminuiria o hiato de desigualdade e, mesmo entre os pobres, operaria por meio de um "gotejamento", atenuando o fenômeno da exclusão ao incorporar essa população como demanda agregada.

Com relação à importância do empreendedorismo feminino e à necessidade de apoio que vem sendo percebido pelos estudos levantados, tendo em mente o cenário de desafios encontrado pela mulher empreendedora, conclui-se que ela deva estar amparada para que as chances de insucesso sejam mitigadas. Para tanto, essas mulheres devem, precisam e podem ter o apoio das políticas públicas voltadas a elas e essas, por sua vez, precisam ser elaboradas e acessadas de forma a contribuir com a melhor performance empreendedora que se possa esperar.

Não é por mera coincidência que cada vez mais estão sendo criadas redes de apoio direcionadas às mulheres empreendedoras através de políticas públicas, conforme SEBRAE (2022). Para além dos instrumentos tradicionais, como o crédito e o apoio financeiro, outras formas de apoio foram adaptadas ou criadas, sendo que instrumentos tradicionais como o crédito, por exemplo, são inadequados porque, devido ao seu curto histórico de vida, muitas ainda não têm renda ou não dispõem de ativos tangíveis como garantia para a realização de negócios. Por outro lado, a criação de um ambiente de interação, aprendizado e disseminação do conhecimento, aliada ao desenvolvimento sistemático do empreendimento, torna-se uma opção importante. O destaque no estudo aponta que o aprendizado constante para gerar confiança e deixá-las preparadas para o sucesso no negócio é necessário e, para isso, as redes de apoio de políticas públicas contribuem sobremaneira no processo de capacitação, tendo empreendedoras de sucesso como replicadoras de experiências e conhecimentos, promovendo, assim, a representatividade.

Dar luz às redes de apoio é interessante para perceber o que de fato é retratado por mulheres que fazem parte do atendimento de políticas públicas, uma vez que surgem grupos que se entrelaçam e essas redes de apoio e se apresentam como um espaço em comum para o diálogo e o debate de ideias, a fim de combater os desafios estabelecidos pelo contexto presente e pensar em questões que favoreçam um futuro próspero a todas (ESTEVANS, 2020).

No estudo realizado pelo SEBRAE (2021), a PNADC aponta que algo em torno de 10 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil. Logo, com mais mulheres empreendendo e buscando conhecimento, a formação técnica profissional para a área de atuação pode advir das políticas públicas originadas para dar apoio às empreendedoras.

Versiani *et al.* (2021) faz reflexões que atestam o olhar direcionado neste estudo para compreender as nuances que existem e que impactam o empreendedorismo feminino no sentido do apoio ao ato de empreender, assim como os reflexos que existem para a empreendedora. Um destaque para o que as políticas públicas podem oferecer como forma de potencializar o processo do empreendedorismo feminino revela-se nos levantamentos feitos, que têm confirmado que a adoção de práticas gerenciais pode reduzir a taxa de mortalidade da empresa e estimular crescimento em empresas recém-inseridas no mercado (CALDERON & JUAREZ, 2016).

1.2 Objetivos do estudo

Para entender como acontece o empreendedorismo feminino e os aspectos tratados na presente pesquisa, inicialmente, foi abordada a questão dos programas de apoio às empreendedoras relacionados ao efeito desses programas no apoio das redes que as mulheres fazem parte e sobre como se dá o acesso a essas políticas, além da questão de como as mulheres são capacitadas para empreender.

Decerto, a pauta da capacitação técnica precisa estar entre as prioridades governamentais para o setor empresarial em razão das perdas econômicas e sociais ocasionadas pelo encerramento das atividades de uma empresa (LIMA; I. E. S, 2021). Do ponto de vista da gestão empresarial, outro problema a ser considerado para o

alto índice de insucesso, se dá em função de erros de planejamento para entrar no mercado (SOUSA, 2019).

Nessa vertente, o desenvolvimento da pesquisa tem um apelo social cunhado na área do empreendedorismo feminino, conforme apontado pelos índices do GEM (2022) e do SEBRAE (2021) como fonte de renda de inúmeras famílias, e, por fim, busca fazer notórias as redes de apoio para as mulheres que empreendem.

Diante disso, o objetivo geral deste trabalho foi investigar a importância de se implementarem redes de apoio que tenham reflexo positivo nos negócios de mulheres empreendedoras, tendo-se como premissa que mulheres à frente de negócios podem ser agentes de transformação e progresso na economia.

Como objetivos específicos, podem-se elencar:

1. Identificar os principais desafios existentes;
2. Conhecer quais são os meios de acesso às redes de apoio;
3. Identificar se estão presentes os condicionantes para a efetiva implementação das políticas públicas e das redes de apoio que advêm dessas políticas.

Portanto, a inquietude repousou em saber quais são os motivos pelos quais, embora as redes de apoio possam fornecer recursos, como acesso a financiamento, treinamento e mentoria, pode haver casos em que esses recursos não sejam suficientes ou não atendam às necessidades específicas das empreendedoras.

Afinal, qual a importância das redes de apoio na nucleação do empreendedorismo feminino?

Logo, esse trabalho vislumbra responder à questão de pesquisa, bem como alcançar as respostas que inquietam e levaram a desenvolver essa pesquisa com vistas a dar luz às lacunas que podem existir e, por consequência, poder chamar a atenção para mudanças positivas e ajudar a promover o desenvolvimento econômico e financeiro, oportunizando o sucesso do negócio.

1.3 Justificativa da pesquisa

O estudo se concentrou no empreendedorismo feminino e nas redes de apoio existentes e implementadas no município de Vitória da Conquista – BA, uma vez que, para a sociedade, é interessante conhecer as redes de apoio e ter acesso a elas, mas,

mais ainda, saber se são concebidas para atender, de fato, a quem vai usufruir delas – neste caso, as mulheres empreendedoras.

Em defesa da necessidade deste estudo e apesar da crescente inserção feminina no mercado de trabalho, como aponta Salles Toro (2018), da evolução do sistema capitalista até os dias atuais, pudemos verificar a permanência e manutenção das desigualdades entre sexos em todas as esferas da sociedade.

Assim, o contexto social, econômico e político imprime atenção ao ambiente do empreendedorismo como um todo, mas, sobretudo, ao empreendedorismo feminino, que é revestido de características sensíveis às condutas existentes na sociedade, em destaque nas mais conservadoras, que trazem traços patriarcais, tratando a mulher com discriminação, como quanto ao acesso a serviços de financiamento, de apoio à gestão, daqueles voltados aos filhos menores (como creches), dentre outros, como expõem os autores:

O número de empresas pertencentes a mulheres tem aumentado significativamente nas últimas décadas, e assim as anomalias e complicações relacionadas aos negócios que eles operam também são a área de preocupação mais importante para os formuladores de políticas. Apesar de como essas empresas fazem contribuições notáveis para as economias em que operam, as empresas pertencentes a mulheres em geral e as pequenas empresas em particular, enfrentam vários gargalos financeiros e não financeiros que os inibem, (SINGH; SUMANJEET; DASH; BISHNU MOHAN, 2021).

Contudo, mesmo diante das dificuldades financeiras impostas, cumpre ressaltar a importância que a mulher empreendedora tem, posto que mulheres à frente dos negócios podem modificar a estrutura de todo o núcleo familiar, elevando a condição financeira e possibilitando transformações sociais, como considerado por Alperstedt *et al.* (2021), assim como Hussain *et al.* (2018), quando destacam a função social do empreendedorismo feminino, que realça fatores motivacionais e representativos, conquanto os cenários não se apresentem favoráveis, como já relatado anteriormente com o acúmulo de funções, por exemplo.

Daí se sustenta que políticas públicas devem ser entendidas, compreendidas, disponibilizadas para que ofereçam o apoio necessário a quem delas depende, sendo essa situação tão importante que sobrepõe interesses pessoais individuais.

Desse modo, o cumprimento do papel social que o empreendedorismo feminino tem diz respeito não somente à mulher como indivíduo, mas ao conjunto composto pelos reflexos que ela produz no contexto familiar, escolar, empresarial e social como

um todo. Cumprir a função social é ter a certeza de que as ações desenvolvidas reverberam para uma ampla quantidade de pessoas envolvidas, direta ou indiretamente, no processo de empreender e, por isso, é salutar, sim, conhecer as políticas públicas e saber se estão, essencialmente, alicerçadas para atender ao propósito da sua existência, que é dar apoio ao público em que focam.

Neste estudo, o recorte feito às empreendedoras de uma região do país (Vitória da Conquista - BA) se mostra interessante porque esse cenário local tem recebido uma crescente atenção da sociedade civil organizada e do meio político. Assim, a imagem encontrada no município do interior da Bahia pode trazer contribuições demonstrando dificuldades, desafios e barreiras atitudinais presentes.

Porquanto existam situações regionalizadas, dado o tamanho que o Brasil tem, as condicionantes tendem a aparecer nos mais diferentes lugares, tendo em vista que a construção da sociedade tem uma base sociológica que pressupõe haver superioridade do homem sobre a mulher, ainda que em regiões com mais desenvolvimento econômico.

Porém, não é possível desconsiderar que tem havido, atualmente, um movimento mais favorável ao papel da mulher como ser atuante, ativo e participativo, com capacidades iguais aos homens, mesmo que incipientes do ponto de vista da sociedade moderna. Diante do exposto, o presente trabalho tem relevância dada a conjuntura econômica que o país atravessa, especialmente, quanto à emancipação feminina e à geração de emprego.

Logo, cumpre honrar as questões relacionadas aos estudos já realizados e buscar atender às expectativas quanto à pesquisa aqui desenvolvida.

1.4 Estrutura da dissertação

Para responder à questão de pesquisa e alcançar os objetivos propostos, o estudo está fundamentado em uma pesquisa bibliográfica que atende aos requisitos descritos na metodologia, correspondendo ao desenvolvimento do objetivo geral e dos objetivos específicos e respaldados pelos autores que estão envolvidos com o tema; outrossim, acaba por abarcar áreas das ciências sociais, humanas, exatas.

Após as seleções dos artigos, foi feita uma classificação de acordo com os assuntos tratados, como: empreendedorismo, empreendedorismo feminino, políticas públicas e redes de apoio, acesso e barreiras a essas políticas.

Assim, a sequência desse trabalho se apresenta com a introdução contextualizando o tema e mostrando a problemática do tema empreendedorismo feminino, destacando, ainda, a relevância e o propósito da pesquisa, e definindo os objetivos e a questão de pesquisa.

Logo após, a revisão de literatura faz a análise abrangente das teorias, estudos anteriores e literatura relevante relacionados ao tema, a fim de apresentar uma base teórica sólida e destacar as lacunas de conhecimentos existentes que esta dissertação pretende preencher. A seguir, a metodologia descreve o desenho da pesquisa, a abordagem metodológica escolhida, os métodos de coleta de dados aplicados, bem como as limitações da pesquisa.

Posteriormente, há uma apresentação e a análise dos resultados obtidos por meio da pesquisa empírica, relacionando os objetivos e a questão de pesquisa estabelecidos na introdução. E, então, a interpretação e a discussão são aprofundadas, contextualizando-as em relação à revisão da literatura e fornecendo *insights* sobre as implicações teóricas e práticas acerca do tema abordado.

Na sequência, as conclusões recapitulam os principais pontos abordados na dissertação, respondendo às questões de pesquisa e destacando as contribuições originais do estudo. Nesse ponto, também, são abordadas as limitações e as sugestões para futuras pesquisas.

Ao final, as referências bibliográficas estão dispostas numa relação completa de todas as fontes usadas ao longo do trabalho, seguindo o formato da citação conforme Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Os apêndices estão disponibilizados na parte final do trabalho, contendo materiais complementares utilizados na dissertação e que podem ajudar na compreensão da pesquisa realizada.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Empreendedorismo

À luz dos estudos de autores que tratam do tema empreendedorismo, encontra-se que empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões (FILLION, 1999a, 1999b), e que empreendedorismo é definido como o processo pelo qual se faz algo novo (algo criativo) e algo diferente (algo inovador) com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e de agregar valor para a sociedade (FILLION, 1998, 1999a).

O empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, quais sejam: 1) "introdução de um novo bem"; "introdução de um novo método de produção" 3) "abertura de um novo mercado"; 6) "conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados; 7) constituição ou fragmentação de posição de monopólio" (SCHUMPETER, 1985, p. 49). Ramos e Valdisser (2019), mais recentemente, consideram que o termo empreendedor(a) passou a se referir àquela pessoa que é vista como capaz de enfrentar riscos e ser criativa, a ponto de propor novas alternativas para solucionar determinados problemas de mercado.

Logo, entre as definições de Fillion (1998, 1999a) e de Schumpeter (1985, p.49), encontra-se a linha congruente da criatividade, existindo, ainda, a necessidade de recursos financeiros, próprios ou de terceiros, como uma condição de efetivação do empreendedorismo.

Já para Zhao e Wang (2020), o empreendedorismo é visto como expressão do valor da inovação e esse valor se traduz na transformação da tecnologia em produtividade, obtendo-se o empreendedorismo através dessa transformação.

Destarte, pela definição, empreendedorismo pode ser tido como:

Inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade, território, onde o empreendedor atua: novo ciclo de crescimento, capaz de promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo, tal como descrito pela teoria econômica neoclássica. A inovação não pode ocorrer sem provocar mudanças nos canais de rotina econômica. (SCHUMPETER, 1985, p. 46)

Silva (2013) recorre à compreensão de que empreendedorismo é o processo de criar algo novo e com valor, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes, e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independências econômica e pessoal.

A conotação de importância que a temática do empreendedorismo tem e a constância com que é abordada na literatura mundial ocorrem em decorrência da relevância que tem para a economia das nações, conforme discorre Baumol e Strom (2007), já que, apesar de o governo ser um agente fundamental para a coordenação dos mecanismos que favoreçam o mercado em favor do crescimento econômico, há um fator muito importante relacionado ao crescimento que é a contribuição do empreendedor para o desenvolvimento do mercado.

Por isso, uma relação importante para o entendimento do empreendedorismo em diferentes realidades é o que acontece em países que estão em desenvolvimento e apresentam taxas mais elevadas de trabalhadores por conta própria, fazendo crescer a taxa de empreendedorismo, países como Equador, Uganda e Peru, como é apresentado no relatório do GEM (2021). Todavia, no cenário em que se apresentam países considerados desenvolvidos, as taxas de empreendedorismo são mais baixas, como acontece na Suécia, no Japão e na Alemanha.

Nesse sentido, para economias emergentes, a temática do empreendedorismo tem um relevo de destaque considerando que pode ser a força motriz para o crescimento econômico e desenvolvimento social, pensamento esse alusivo ao de Nassif *et al.*, (2009); em um cenário econômico como o que se vive atualmente, onde há forte presença da globalização e da competitividade, a atividade empreendedora tem se apresentado como uma das mais importantes forças impulsionadoras e estimuladoras de mudanças socioeconômicas.

Ademais, tem sido foco de vários governos nacionais e organizações internacionais a melhoria do ambiente de negócios e o investimento em empreendedorismo como parte de seus programas de redução de pobreza, de desenvolvimento e de crescimento econômico. Daí tem-se a preocupação em promover ações que mobilizem ações empreendedoras, com destaque para os países asiáticos e a América Latina.

2.2 Empreendedorismo feminino

Desde a antiguidade, a mulher teve sempre um papel bem definido na sociedade: o de dona de casa, de responsável pelo zelo e bem-estar dos filhos e da casa, invariavelmente submissa aos pais ou ao marido, não tendo direito de expressar suas vontades ou de realizar seus sonhos (BOLSON; SAIONARA BRANCO; DE OLIVEIRA; LÍBIA MARIA PAIVA; DO VALE, MARIA PÁSCOA, 2018).

Com o término da guerra e a consolidação do capitalismo através da Revolução Industrial, houve crescimento do número de mulheres no chão de fábrica, considerando que a mão-de-obra era mais barata e mais atrativa para os empregadores (FERREIRA, 2017). Outro motivo foi, principalmente, o fato de os homens serem convocados para lutarem na linha de frente da Guerra, diferentemente das mulheres, o que tornava o retorno deles bastante incerto (TEIXEIRA *et al.*, 2021).

A partir de então, o crescimento dos índices de empreendedorismo feminino se torna mais influente e poderoso ao longo do tempo (CAVADA *et al.*, 2018). Esse recorte, quando se trata de uma ação empreendedora feminina, apresenta-se uma importante relevância de cunho social, como também de cunho econômico para toda a sociedade, justificado não só pelo conhecido e destacado potencial criativo da mulher, mas porque gera condições de igualdade de oportunidades (MICOZZI, 2016).

Santos *et al.* (2014) afirmam em seu estudo que o empreendedorismo feminino gera serviço e promove novidade, contribuindo para a ampliação socioeconômica dos países. Já Loiola (2016) assevera que ele é observado como uma opção para a geração de trabalho e renda, para que as mulheres possam se satisfazer em termo de tempo, de futuro e de destino profissional. A mesma ideia é assimilada por Quiñones (2016), destacada no relatório produzido pela *Fundación Rafael del Pino*, que mostra que um aumento na força de trabalho das mulheres resultaria num impacto direto no PIB dos países, com uma estimativa de 5% nos Estados Unidos, 9% no Japão, 12% nos Emirados Árabes Unidos, 34% no Egito, 9% no Brasil, 27% na Índia, 6% na Espanha e até 5% no Reino Unido, proporcionando um aumento imediato da renda nacional (PIB) além de outros benefícios.

No que diz respeito às definições, o empreendedorismo feminino é entendido como o envolvimento de mulheres na tomada decisão e na gestão de negócios independentes cujo intuito é assumir seu próprio negócio e, dessa forma, contribuir para a redução da pobreza, para o aumento das receitas locais e, conseqüentemente,

para o desenvolvimento econômico local, ainda que, segundo Hapsari e Soeditaningrum (2018), exista o entendimento de se considerar que as definições de empreendedorismo valem para ambos os gêneros.

Entretanto, o que os diferencia é o modo como o gênero feminino é disposto no mundo, na sociedade, e como os agentes sociais atuantes na construção desse gênero funcionam, pois a liderança das empresas por muito tempo foi vista como papel designado ao gênero masculino e somente a ele (SILVA *et al.*, 2019). Daí, existirem categorizações de características específicas às mulheres, que fazem com que a forma de empreender seja diferenciada, como a capacidade de ser multitarefa, que mais a frente será detalhadamente explorada, assim como outras que serão apresentadas no decorrer desta pesquisa.

Então, para entender o espectro do empreendedorismo feminino, cumpre refletir acerca de algumas situações ditas estratégicas, como o fato de, muitas vezes, o sucesso de uma mulher empreendedora está atrelado ao fator família, principalmente se a mulher já for mãe, uma vez que criar uma empresa tem certas atrações para a mulher que é mãe, pois permite controlar a própria agenda, gerir o tempo, ter mais liberdade e flexibilidade e também independência para atender às necessidades da família (PÉREZ e HERNÁNDEZ, 2016).

Dada a conotação de importância que tem sido percebida, como destacado até aqui, estudos têm sido direcionados para o tema sob diversos pretextos de compreensão do cenário que abarca o empreendedorismo feminino, como bem considera De Oliveira Rodrigues (2022), quando diz que o empreendedorismo feminino ocupa espaço na literatura nacional e internacional devido a importância que exerce na construção do desenvolvimento mais sustentável; do mesmo modo, Bianchi, Parisi e Salvatore (2016) sustentam que, desde os anos 1980, o aumento expressivo do exercício da atividade empreendedora por mulheres tem sido verificado ao redor do mundo, motivando o interesse de pesquisadores sobre o tema e indicando que se trata de um fenômeno sustentável, e não uma tendência passageira.

Ainda no que diz respeito ao interesse acerca do tema empreendedorismo feminino, na literatura internacional, os estudos surgiram em meados da década de 1970 e cresceram significativamente na década de 1980 (GOMES *et al.*, 2014) e conforme o que assegura Duarte (2018), pesquisas que tratam da inserção das

mulheres em empreendimentos vêm aumentando em quantidade, importância e área de atuação.

Não obstante, aspectos ligados à divisão sexual do trabalho e expectativas sociais associadas à responsabilidade pelo cuidado com a família e com o lar exercem influência na escolha do empreendedorismo por mulheres (CARLOTO & NOGUEIRA, 2019; SOUSA & GUEDES, 2016).

Considerando os dias atuais, dado o contexto em que se encontra a economia global, a realidade do empreendedorismo feminino se apresenta em expansão, segundo o GEM (2019), e isso pode proporcionar a inclusão de mulheres que se encontram à margem do processo de desenvolvimento, oportunizando a inclusão dessas mulheres através da criação de pequenos negócios. Nesse sentido, atendendo ao aspecto do empreendedorismo por mulheres, conhecer como ele está sendo observado em diferentes países pode auxiliar no desenvolvimento da pesquisa, tendo em vista que os reflexos da economia mundial impactam os cenários da economia interna.

2.2.1 Empreendedorismo feminino no mundo

Saliente-se que, do ponto de vista da intenção empreendedora, em levantamentos realizados sobre empreendedorismo feminino em outros países, o número de homens propensos a empreender é o dobro da probabilidade de mulheres empreenderem, como na Europa, conforme o GEM (2017). SILVA *et al.* (2019) confirmam a supremacia masculina na área de empreendedorismo, independentemente da época analisada.

Outrossim, observa-se que as mulheres que se inserem no empreendedorismo, assim como em outras áreas, ainda estão sujeitas à depreciação do seu trabalho, pois são mal remuneradas, ocupam cargos ou exercem atividades menos valorizadas que as dos homens e, por vezes, são marginalizadas porque o seu trabalho é destituído de algum valor (Jesus, 2016).

Mesmo com ambientes desfavoráveis, nos últimos tempos, tem sido verificado um aumento significativo do empreendedorismo feminino, não só no Brasil, como em outros lugares do mundo, segundo o GEM (2020), informação que amplia o mérito do empreendedorismo feminino no cenário econômico, social e político, ainda que os

dados sobre a participação da mulher na atividade laboral familiar e não remunerada continuam elevados, em torno de 42% em 2018, e sem previsão de mudanças até o ano de 2021 (OIT, 2018), contexto este que acaba levando muitas mulheres a se inserirem nos desafios da informalidade (OLIVEIRA; OLIVEIRA JÚNIOR & SILVA, 2018).

Apesar dos dados presentes no relatório do GEM (2017), percebe-se que empreendedoras vêm consolidando seu espaço (...), principalmente no que se refere ao número de mulheres à frente de seus negócios próprios, na última década (CAMARGO, LOURENÇO, & FERREIRA, 2018), pois cresce a cada ano o número de mulheres que tem buscado criar seu próprio negócio como forma de alavancar sua renda e serem mais independentes (SILVA, SILVA & SOUSA, 2019).

No que diz respeito à influência que a participação da mulher tem no processo do empreendedorismo - economia, Micozzi e Lucarelli (2016) também concordam que sua participação enriquece a economia do país.

Para ampliar a percepção sobre a realidade do empreendedorismo por mulheres, ainda com dados levantados pelo GEM (2020), na América do Norte o índice de empreendedorismo feminino corresponde a 13% e colocando em realidades mais próximas do Brasil, na América Latina tem-se um índice médio de 30%. Em outros estudos, o empreendedorismo feminino em Botswana foi afetado por uma multiplicidade de desafios, sendo os principais: a falta de acesso ao financiamento, o gênero, a discriminação, os limites socioculturais, a educação inferior e o equilíbrio entre trabalho e responsabilidades familiares.

De acordo com DHEER *et. al.* (2019), esses autores se basearam em literatura existente sobre o empreendedorismo feminino para analisar as questões socioculturais e identificaram que essas questões têm relação direta com a decisão de empreender nos mais diferentes países, porque a auto percepção das próprias habilidades impacta as decisões de criação de empreendimentos, da mesma forma que propõem “uma abordagem integrativa para o estudo do empreendedorismo feminino internacional”.

Compete destacar o ponto voltado para a linha da questão financeira, quando a cúpula do G-20, em 2010, percebeu a Inclusão Financeira (IF) como um dos pilares primordiais do progresso mundial. De fato, ela foi apontada como facilitadora de sete

dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS¹. O Banco Mundial considera IF como a chave para aumentar a prosperidade pela redução da pobreza e, para isso, Bhatia e Singh (2019) consideram que a formulação de mecanismo para alcançar o empoderamento das mulheres através serviços financeiros acessíveis é uma abordagem rigorosa para alcançar o crescimento sustentável globalmente.

Da percepção acerca do empreendedorismo feminino no mundo, é pertinente avaliar, sob o prisma do empreendedorismo no Brasil, o impacto que a ação gera e sob quais circunstâncias ocorre, especialmente quanto ao impacto social que exerce.

2.2.2 Empreendedorismo feminino no Brasil

A mulher é, sem dúvidas, um autor relevante do processo de transformações históricas, socioeconômicas, científicas e culturais na dinâmica da sociedade, desde os tempos remotos até a contemporaneidade, embora o reconhecimento do seu papel e protagonismos nem sempre se dera explicitamente. Outrossim, memoráveis fotografias sobre o papel histórico desta na sociedade sempre remeteram às atribuições domésticas, familiares e objeto de exploração, desprovidas de direitos civis (RODRIGUES *et al.*, 2021).

O empreendedorismo no Brasil, como em outros países, pode se revelar como uma alternativa para as mulheres, uma vez que elas enfrentam várias barreiras no mercado de trabalho, principalmente, para assumirem posições de maior status e poder de decisão (SILVA *et al.*, 2019).

Destarte, os dados a seguir refletem a realidade, podendo se perceber uma ampliação de 29,2% delas como empreendedoras em micro e pequenas empresas ante 25,3%, e de 21,2% para 26,1% nos demais portes de empreendimentos, o que indica, ainda, um crescimento da ordem de 7,7% a.a. para o número de empregos femininos no mercado de trabalho.

Aqui cabe um aparte sobre dados do empreendedorismo feminino no Brasil, como na pesquisa realizada em 2017 pelo GEM, compreendendo os anos de 2015-2016, que revela que a taxa de empreendedorismo inicial feminino no Brasil é de 19,9%. Mais recentemente, a participação de mulheres empreendedoras no Brasil

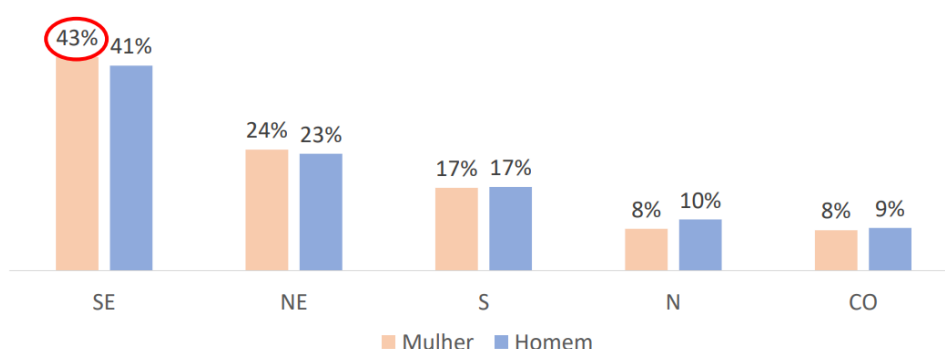
¹ Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade. Estes são os objetivos para os quais as Nações Unidas estão contribuindo a fim de que possamos atingir a Agenda 2030 no Brasil

aumentou em 30% entre os anos de 2021 e 2022, dados esses provenientes do estudo realizado pelo Sebrae a partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, do IBGE. Embora seja esse um número positivo, ainda existe o fato de que elas lideram sozinhas, na maioria das vezes, uma vez que o Brasil tem 1,3 milhão de mulheres empregadoras em um universo de 10,3 milhões de donas de negócios, segundo a pesquisa.

Afirmando a importância do empreendedorismo feminino, aparecem as pesquisas do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) apresentando que, apesar de a maioria das mulheres empreendedoras trabalharem sozinhas, quando empregam, tendem a contratar mais mulheres. Sendo que, entre as que empregam ao menos um funcionário, 44% têm um quadro totalmente feminino e 28% contam com uma equipe majoritariamente feminina.

Nesse tocante, há uma representação da distribuição de empreendedoras pelo Brasil no gráfico abaixo, contendo informações que podem ser relacionadas à qualidade de vida e provocar reflexões sobre potenciais de cada região, assim como as barreiras existentes e análise sobre a concentração de maior percentual numa área do território nacional em detrimento das demais.

Gráfico 1 - BRASIL – Distribuição dos empreendedores(as) por região



As mulheres empreendedoras estão em maior proporção no Sudeste (43%) e no Nordeste (24%)

Fonte: SEBRAE (2021), Empreendedorismo Feminino no Brasil. Nota: dado do III trim/2020.

Os dados podem remeter aos níveis de desenvolvimento de cada região, considerando que as regiões com maior disparidade foram a região Norte e a região Sul do país, sendo essa última favorável ao empreendedorismo feminino. Ainda é salutar trazer que a região Norte é menos povoada, com distâncias maiores entre as

localidades e com dificuldade de logística, além das questões sociodemográficas. Outro dado é que, nesse mesmo estudo, observa-se que o empreendedorismo feminino brasileiro se apresenta sob o fator necessidade, argumento que corrobora dados referentes ao empreendedorismo feminino no Brasil e que reporta que 47% se dão por razões de necessidade (GEM, 2017).

Com fito de estratificar os dados, em estudos realizados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (2021), que é uma pesquisa feita pelo IBGE, numa amostra de domicílios brasileiros, em torno de 3 milhões de empreendedoras estão na formalidade – 35% do empreendedorismo total do país. Já na informalidade, o número é de 6,3 milhões de empreendedoras – 32,2% do empreendedorismo informal.

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

Novamente e ainda sobre o que leva mulheres a empreender, de forma sintética, tem-se que as mulheres foram a maioria entre os que empreenderam devido à escassez de empregos (90,8%) e para fazer diferença no mundo (53,2%) (BOSMA; *et al.*, 2020). Evidente que movimentos em favor da mudança ocorrem no mundo, como os ODS da agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), que propõem, através dos líderes mundiais, o investimento em desenvolvimento de soluções para atender os 17 ODS como forma de melhorar a vida no planeta e, desses 17, uma parte pode ser alcançada através do empreendedorismo; logo, é compreensível que haja mais cenários favoráveis às mulheres empreendedoras. Ademais, pelo fato de que mais mulheres apontam que empreendem para ganhar a vida, o investimento em empreendedorismo feminino deve ganhar contornos de importância para reduzir a pobreza no mundo, já que os empregos são escassos em grande parte dos países, em destaque para os países em desenvolvimento.

Do exposto até o momento, um intenso envolvimento em atividades bem-sucedidas fora do lar, bem como a dedicação e a participação ativa na direção da casa e nos cuidados com a família, fazem parte da vida das mulheres modernas que trabalham tanto em casa como fora dela (LOIOLA, 2016), ainda que o

empreendedorismo feminino enfrente uma grande diversidade de preconceitos, bem como as mulheres estando à frente de suas empresas (BOLSON, DE OLIVEIRA e DO VALE (2018). Dessa forma, para abordar empreendedorismo de mulheres, é preciso reconhecer que elas enfrentam dificuldades extras, ao tentar equilibrar bem os seus múltiplos papéis sociais (TEIXEIRA & BOMFIM, 2016).

2.3 Dificuldades para mulheres empreendedoras

Autores como Robin, Astorga e Martinez (2017) evidenciam que a existência das desvantagens da mulher em relação ao homem no que tange ao ofício de empreender decorre não apenas do medo do fracasso ou da habilidade com negócios, mas, sobretudo, da influência negativa dos papéis da família, isto é, decorre principalmente do fato daquela ser dona de casa, denotando a incompatibilidade entre as responsabilidades de empreendedorismo e a preocupação com os cuidados familiares. Assimilando o que diz, também, Pérez e Hernández (2016), o empecilho sofrido pela mulher que deseja empreender é o preconceito sociocultural.

Diante desses aspectos, é interessante notar que, mesmo em um país em desenvolvimento, como é o Brasil, empreendedoras também estão cotidianamente sujeitas aos desafios advindos da discriminação ou do estigma relacionados às suas identidades sociais, ou seja, com aqueles referentes à orientação sexual, à raça, à classe, bem como os destinados ao gênero ou à sua nacionalidade, por exemplo (ALMEIDA, 2016).

Ainda nesse painel, Souza (2019) aponta que, justamente pelo fato de o setor empreendedor ser desenvolvido especificamente para indivíduos do sexo masculino, as empreendedoras passam por dificuldades muito particulares, sendo necessário o desenvolvimento de competências empreendedoras consistentes para que essas mulheres passem a aumentar suas possibilidades de sucesso. Trata-se da participação da mulher em um setor que não foi desenvolvido para a 'abertura de espaços' para o sexo feminino.

Para melhor expressar os desafios que existem no ambiente empreendedor, alguns autores expõem os motivos mais frequentes entre os estudiosos, como citado na tabela abaixo:

Tabela 1 – Situações adversas à ação de empreender por autores

FATORES	AUTORES
Preconceito	CABRERA; MAURÍCIO (2017)
Discriminação	FERNANDES; MOTA-RIBEIRO (2017)
Falta de reconhecimento dos atributos individuais	HUMBERT; BRINDLEY (2015)
Acesso aos serviços financeiros como o microfinanciamento	FRANCKY e NGONO (2020)
Dificuldade em encontrar trabalho qualificado	HASAN, ALMUBARAK (2016)
Baixo lucro	
Conflito entre trabalho e família	
Autoconfiança	SEBRAE (2021)
Medo da instabilidade do país	CAMARGO, Raquel. Et. al, 2018

Fonte: Própria autora, 2023.

Um ponto tomado como positivo exige atenção e pode ser chamado de flexibilidade na conciliação das atividades, pois as mulheres ainda têm que se preocupar com suas obrigações domésticas, procurando, através do emprego, organizar-se em seus múltiplos horários sem se preocupar com cargas horárias rígidas, podendo, assim, amenizar os conflitos entre sua vida familiar e sua vida profissional (LOIOLA, 2016).

Mas há que se destacar que o estudo ainda não revela um dado que diz respeito ao papel da mulher empreendedora, que é o total de horas dedicadas ao trabalho doméstico sem comercialização, aquela atividade de cuidar da família. O GEM (2017) retrata que as empreendedoras acabam se dedicando a seus negócios em tempo parcial, 30% a menos da dedicação. Isso acontece porque a participação da mulher na atividade laboral familiar e não remunerada continua elevada, em torno de 42% em 2018, e sem previsão de mudanças até o ano de 2021 (OIT, 2018). Mulheres trabalham semanalmente 10 horas a mais com afazeres domésticos; esse número aumenta em quase 02 horas semanais, se considerarmos apenas mulheres negras ou pardas (IBGE, 2019).

Essa é uma questão do equilíbrio que transita entre trabalho e família de forma harmônica. Ocorre que, no caso da mulher, é concomitante e em dupla ou tripla jornada, como bem retrata Monteiro, Freitas e Daniel (2017), que trazem uma reflexão acerca da condição que é atribuída à empreendedora: aquela de assumir uma carga maior de responsabilidades.

E tem que ser notada a necessidade, também, de se adequar todos os papéis desempenhados pela empreendedora. Esses papéis juntos fazem surgir sentimentos como sensação de impotência, frustração, culpa, entre outros. Por exemplo, em estudo no Rio Grande do Norte, SILVA *et al.* (2019) observaram que, na atuação de empreendedoras do RN, havia dificuldades relacionadas ao acesso a capital financeiro, à crise financeira, (...), à falta de credibilidade perante os fornecedores, à dificuldade no equilíbrio entre família e o negócio, à discriminação por serem mulheres à frente dos negócios, à má gestão, (...), entre outros (SILVA *et al.* 2019).

Num outro contorno sobre o entendimento da diferença entre engajamento das mulheres empreendedoras, para Caranza, Dhakal e Love (2018), estão presentes situações tais como diferenças nas preferências por aversão a risco, restrições internas (diferenças em habilidades socioemocionais), restrições externas (resposta a diferentes condições macroeconômicas e institucionais, por exemplo).

Esses sentimentos podem advir de longas crises econômicas, sociais e políticas vividas pela população que empreendedores passaram e passam no cenário brasileiro (CAMARGO, R. A. M. M. DE.; LOURENÇO, M. L.; FERREIRA, J. M. 2018). O argumento consubstancia a questão do preconceito já abordado, como a descredibilização da mulher quando é ela a responsável pelo negócio, uma vez que tanto homens, quanto mulheres estão sujeitos a passar pelos problemas das crises, contudo a desconfiança revestida de preconceito é frequente para a mulher, como os próprios autores referem.

Ainda com relação à leitura do ambiente empreendedor, para Cacciotti *et al.* (2016), o estudo da relação entre empreender e as dificuldades encontradas no processo revela que o medo de fracassar tem ligação direta com aspectos de afeto, da inteligência e do próprio comportamento em si.

Dessa vertente mais emocional, no campo do empreendedorismo, uma característica que os autores destacam diz respeito à capacidade de se relacionar e formar relações fortes, assim como também reportam outros estudiosos do tema (NELSON; REED, 2020). E isso não é diferente no âmbito do empreendedorismo feminino.

Assim sendo, é importante ter conhecimento de que, sob a vertente das relações sociais que se apresentam como importantes para empreendedores, indiferente de gênero, no tocante ao capital social, ou seja, a própria rede de contatos

estabelecida merece realce por permitir que aqueles empreendedores que estão no estágio inicial tenham mais possibilidades de minar barreiras e limitações de recursos, o que pode favorecer, também, em obter informações estratégicas para o negócio, sendo essa condição uma das características. (LIMA *et al.*, 2020).

Ao abordar a questão de capital social e correlacionar com os fatores que envolvem o empreendedorismo, o sentimento de medo está presente e pode se manifestar de diferentes formas, como pelo medo de não dar certo o negócio e pelo medo do fracasso. Diante da observação feita por Morgan e Sisiak (2016), de que existe uma relação entre o medo do fracasso e a decisão de iniciar um novo negócio e sob a ótica de Quian e Miao (2016) ainda está presente a questão cultural, que apresenta dados de que quando existe uma cultura que estimule o empreendedorismo, o medo de empreender pode ser reduzido.

No que concerne ao comportamento, existe uma ação de compartilhar na rede que faz parte os assuntos econômicos, da área de atuação, questões legais do setor, entre outros assuntos.

Dos desafios vivenciados no empreendedorismo feminino, além disso, as mulheres empreendedoras ainda acabam por investir com recursos próprios como forma de transpor a barreira do financiamento de bancos (SILVA; MAINARDES; & LASSO, 2016). Do mesmo modo, Teixeira e Bonfim (2016) ainda acrescentam que a sociedade impõe um padrão impossível às mulheres, dificultando ainda mais o processo de empreendimento.

E, ainda mais, situações de cunho emocional, o critério do pertencimento, por exemplo, aparece nos estudos de Nassif *et al.* (2018), relatando que as mulheres empresárias no Brasil enfrentam desafios no contexto profissional que passam pela aceitação delas como empresárias. Nesse contexto, podem ser entendidos como barreiras a falta de apoio em geral, os problemas de ordem financeira, a ausência de modelos de mulheres empreendedoras para se espelharem, bem como a falta de conhecimento e de dedicação para o sucesso, e a necessidade de equilibrar assuntos familiares e profissionais e outros aspectos emocionais envolvidos.

Além das dificuldades familiares, as mulheres enfrentam barreiras associadas com a preparação de empreendedoras (MACHADO *et al.*, 2016). Estudo desses autores corrobora o argumento da falta de qualificação, da falta de autoconfiança e do

perfil inovador como fatores que dificultam o desenvolvimento da atividade empreendedora.

Araújo; Gomes e Santana (2009) afirmam que os problemas que comprometem o êxito da empresa dirigida por mulher foram relacionados a dificuldades financeiras, falta de capacitação empreendedora e gerencial, restrições de mercado e distribuição, limitação de oportunidades e de participação em redes, baixo apoio governamental e institucional, ausência de *know-how* e de mecanismos de integração e por conta de corrupção em alguns países.

Nesse sentido, identifica-se que a atividade empreendedora feminina sofre a influência de questões de gênero, quais sejam: a postura submissa da mulher, que repercute a formação dos papéis de gênero na “família tradicional”; a falta de credibilidade da atividade empreendedora feminina, e a reprodução das normas sociais que privilegiam a iniciativa empreendedora dos homens, por parte da própria mulher empreendedora (FIGUEIREDO; MESQUITA, 2016). E soma-se a isso, ainda, o fato de que o modelo de comportamento é doutrinário sob os aspectos pessoais e profissionais nos grupos sociais tidos como estruturais – crenças, escolas, entre outros, o que é chamado de normas culturais, como bem apresenta Adisa *et al.* (2019).

2.3.1 Aspectos sociais de impacto no comportamento da mulher empreendedora

O fato de existir a diferenciação entre as tratativas presentes no processo de apoio às mulheres e aos homens que empreendem remonta ao tema do patriarcado, presente na estrutura da sociedade, como já abordado. O modelo do patriarcado está presente na família, no trabalho, na escola e em toda parte da sociedade. Em afinidade com Sueiro (2021), coloca-se que a mulher tem uma posição de subserviência, de subordinação como forma de garantir uma “segurança” a ela no meio de que participa, o que imposto pelo ambiente. Ainda nos estudos do mesmo autor,

“o patriarcado clássico, no qual as mulheres aceitam seu status subordinado em troca de proteção física, segurança econômica e respeitabilidade social é um sistema que encoraja a liderança, a dominação e o poder masculino no qual as mulheres estão sujeitas à dependência econômica, violência, domesticação e periféricos da tomada de decisões.” (SUEIRO, 2021).

Observa-se a partir dessa definição que existem muitas condicionantes impostas às mulheres para que possam ocupar lugares “permitidos” a elas.

O entendimento soa como possibilidade autorizada para que ela possa estar nessa condição de participação na sociedade. Então, a mulher passa a se comportar de maneira “treinada” para uma constante defesa desse espaço. Em harmonia com o trabalho de Adisa *et al.* (2019), existe um condicionamento organizacional, com uma quantidade de vieses que se conectam por meio de normas em compasso com essa cultura do patriarcado – domínio masculino –, tornando mais difícil o processo de a mulher se posicionar e coabitar, pacificamente, os mesmos espaços que o homem.

Assim, como consequência de um processo de aceitação, que muitas vezes é desgastante para as mulheres, acaba-se gerando uma desmotivação dentro de seu próprio negócio, tornando a experiência empreendedora tensa e negativa (BANDEIRA *et al.*, 2021).

Percebe-se a constante presença do cenário do patriarcado no pano de fundo do empreendedorismo feminino, dado que as dificuldades encontradas pelas mulheres convergem para, praticamente, os mesmos pontos: a dependência econômica, social e a representação; ou seja, a configuração do processo se repete e, para sobrepor essas dificuldades, a mulher pode ter que adotar posturas espelhadas nos comportamentos masculinos, levando mulheres empreendedoras a sentir que precisam replicar o comportamento empreendedor masculino para construção da sua identidade empreendedora (GIAZITZOGLU; DOWN, 2017). A mulher empreendedora, então, se utiliza de estratégias que permitem a ela adquirir confiança, respeito e autoridade, além de possibilitar abertura de portas para outras situações, espelhando figuras masculinas, como reforça Mota-Santos *et al.* (2019). Esse modelo patriarcal reforça o comportamento com características masculinas e os traços mais destacados são o de se comportar de maneira autoritária, controladora, agindo com mais rigidez.

Valendo-se desse modelo de espelhamento, as mulheres se adaptam, aprendendo a respeitar as coisas, as facilidades, as dificuldades, conversar mais etc., como os autores defendem no estudo realizado (MOTA-SANTOS *et al.*, 2019). Os autores ainda complementam que outros ensinamentos surgem no percurso, tais como os de desenvolver habilidades de negociação e de fazer gestão de pessoas.

Então, o comportamento da mulher empreendedora assume maneiras tidas como mais “masculinas”, ou seja, apresentando características de um estereótipo masculino, que vão se moldando ao longo do tempo e sendo aperfeiçoados.

Dessas análises prévias acerca do medo presente e da necessidade de assegurar meios de fortalecer o processo do empreendedorismo feminino no Brasil, recorre-se à necessidade de empoderamento como mecanismo de emancipação. E por emancipação entende-se que é o processo que leva indivíduos, sociedade a se posicionar, tendo voz e autonomia com capacidade de tomar decisões. Assim, empoderamento é tornar os sujeitos possuidores de autonomia nos assuntos que afetam suas vidas (LEONIR CASAGRANDE; *et al.*, 2018).

Harti (2021) destaca que o empoderamento pode ser entendido como um processo e transferência de controle sobre decisões e recursos. Dessa forma, o empoderamento feminino é afirmado como a capacidade das mulheres de gerenciar suas atividades diárias em termos socioeconômicos e políticos, sem qualquer interferência (GUPTA, 2021). Ao empoderar-se, a mulher desafia os papéis e as normas existentes, aumentando o controle sobre a própria vida (AGRAWAL; *et al.*, 2021).

Do que foi visto até então, a abordagem que lida com a condição do empoderamento traz à razão outra situação diretamente relacionada, que diz respeito à autoestima e à autoconfiança, que, por consequência, leva ao processo emancipatório da autonomia, conduzindo-se ao desenvolvimento pessoal. O empoderamento da mulher, em outras palavras, passa por uma transformação no conceito que tem dela mesma, de sua autoestima.

Para a mulher, a possibilidade de desenvolver atividades que lhe permitam ter renda e crescer na renda familiar, sem sombra de dúvidas, representa o empoderamento, em alinhamento com os estudos de Leonir Casagrande, *et al.* (2018). Ainda no mesmo estudo apresenta-se que

“as mulheres elaboram estratégias e executam ações, através da participação, para alcançarem objetivos coletivamente. Com isso é ampliada a consciência e são criadas identidades individuais e coletivas, que também tem como resultado o aumento da consciência individual e social.” (LEONIR CASAGRANDE; *et al.* 2018)

Com efeito, compreender que existe uma relação entre a ação de empoderar e de empreender denota uma lógica que contribui sobremaneira para o fortalecimento

do empreendedorismo feminino e, por derivação, para o fortalecimento da economia e do meio social em que a mulher está inserida. A analogia do crescimento econômico pode ser aludida, compreendendo que é estratégico que se criem novas atividades que gerem renda e que promovam o desenvolvimento da economia.

Outra situação relacionada à estrutura da sociedade se faz presente em Nassif; *et al.*, (2018), que aborda a situação de dificuldades da condição de ser mulher, colocando as questões que relacionam assédio frequente, o preconceito, o machismo, ameaças à situação de ser mulher na sociedade como mais empecilhos ao papel da mulher empreendedora. Então, a partir das contribuições dos autores que se dedicam ao tema – patriarcal – a construção de uma sociedade com evidências patriarcais enaltecem o poder masculino e, por consequência, impõem à parcela feminina da sociedade uma condição de ‘fragilização’, estabelecendo a dependência em todos os sentidos, em maior grau, a dependência econômica, além de carregar o fator da violência como dominação, e também de decompor os trabalhos, alguns como sendo trabalho de homem e outros como sendo trabalho de mulheres, mais uma vez uma segmentação que traz o forte traço de minorar a força feminina (ADISA; *et al.*, 2019).

Noor; Isa e Nor (2021) argumentam que o empreendedorismo feminino é a principal ferramenta para promover o empoderamento feminino e Yunis; Hashim e Anderson (2019) complementam afirmando que este é um fenômeno crescente e que contribui economicamente em termos de aumento e criação de empregos, melhorando a qualidade de vida e fonte de diversidade empresarial.

Por conseguinte, a mulher que empreende alcança um poder que lhe confere autoestima, como propõe Samuel (2014), ao discorrer que, para se empoderar, a mulher precisa reconhecer-se nesse direito. Sua autoestima é a base de tudo. Afinal, segundo Ferrari (2013, p. 3), luta por seus direitos quem os reconhece, mas, acima de tudo, quem se reconhece como digno deles.

Além disso, Da Silva, Juliana Soares *et al.*, (2018) afirmam que “o desenho do perfil da mulher empreendedora tem exigências que envolvem somar habilidades de convívio em ambientes de pressão e agregação de pessoas em torno de um resultado e ao papel da mulher na sociedade”. Em sentido semelhante, Guzman (2019), que trata o conceito de variedade de habilidades na literatura sobre empreendedorismo, argumenta que os empreendedores devem ser bons em uma variedade de tarefas para que o negócio seja bem-sucedido. Seguindo essa lógica, o empreendedorismo

é essencialmente um fenômeno multitarefa e requer um conjunto equilibrado de habilidades para configurar e gerenciar um novo empreendimento.

Dessa forma, trabalho, filhos e respeito próprio se constituem como fontes de altos e semelhantes índices de satisfação das gestoras brasileiras, sugerindo que os espaços profissional, familiar e pessoal cooperem de maneira equilibrada para o bem-estar psicológico dessas mulheres linhas (ANDRADE; *et al.*, 2018).

Para a existência dessa cooperação equilibrada, muitas vezes as mulheres empreendedoras se valem de apoios das mais diferentes origens, podendo obter dentro de casa, pelos familiares, conforme seu histórico de vida, com amigos ou mesmo através de outras empreendedoras. De acordo com Jonathan (2011), o exercício de empreender para as mulheres proporciona prazer e bem-estar, e para tanto precisam utilizar estratégias que equilibrem as demandas pessoais, familiares e profissionais.

Perante o exposto, o conhecimento da arquitetura das redes de apoio que sustentam ações empreendedoras femininas é pertinente dentro do contexto do estudo que se apresenta neste trabalho, para que se possa refletir sobre os cenários existentes para a mulher no empreendedorismo.

2.3.2 Ecosistema empreendedor

Como apontado acerca das redes de apoio para a mulher empreendedora, para tratar da interação que existe entre os atores que fazem parte do empreendedorismo, será destacado nesta seção o ecossistema do empreendedorismo para que as compreensões acerca do tema recebam a atenção necessária.

Uma das questões apontadas por Wu, Li e Zhang, (2019) afirma que a falta de conexões empresariais femininas combinadas com as altas exigências nos financiamentos iniciais, desempenham papéis importantes que influenciam negativamente no Empreendedorismo Feminino.

Então, compreendendo que mesmo pela importância que pequenas e médias empresas apresentam na economia, sendo responsáveis por 97% dos empregos em economias emergentes, o empreendedorismo, no entanto, precisa de um ambiente institucional saudável no qual seja estimulado e possa resultar em crescimento e

desenvolvimento econômico. Por isso, muitos governos tentam promovê-lo com inúmeras formas de suporte e políticas (JANSSEN; NINA, 2020).

Infere-se que o micro e o macro ambiente da mulher empreendedora são envolvidos de condicionantes que permeiam o que é chamado de ecossistema empreendedor. Nessa condição, segundo Cordova (2013), o ecossistema empreendedor são os fatores que dão suporte e alavancam a atividade empreendedora em uma região ou país, que valorizam o esforço individual, e facilitam o surgimento de potenciais novos empreendedores e empreendimentos.

Eminente se faz conhecer mais acerca do tema e, por isso, conforme Spigel (2017), a caracterização de um ecossistema empreendedor possui elementos intrínsecos ligados a elementos econômicos, políticos, sociais e culturais da região e país.

Por definições tem-se:

Tabela 2 – Definições de Ecossistema por autores

Definições	Autor
Ecosistema é articulação entre as intervenientes institucionais e individuais, de maneira a fomentar o espírito empresarial, a inovação e o crescimento das empresas.	(CARVALHO; VIANA; MANTOVANI, 2016)
Ecosistema de negócios pode ser entendido como uma comunidade econômica estruturada por organizações e indivíduos, incluindo fornecedores, fabricantes, concorrentes e outros grupos de interesse, numa dinâmica de interação entre os atores da rede.	MINEIRO, MIRANDA, OTTOBONI e PASIN, (2016)
Ecosistema empreendedor é uma estrutura que é estimulada e se desenvolve quando ocorre o que denomina de empreendedorismo autossustentável com regularidade e consistência.	ISENBERG (2011)

Fonte: Autoria própria, 2023.

Diante dessas definições, com vistas a abordar o tema em questão, os estudos de Isenberg (2011) formam base para entender melhor o que significa e, neles, encontrou-se que é o ambiente ou o conjunto de elementos que estão interconectados que influenciam e suportam a atividade empreendedora em uma dada comunidade. Fazem parte desse aglomerado empreendedores, recursos, investidores, instituições de ensino, organizações de apoio, governos, mentores, redes de networking, infraestrutura física e digital.

O autor propõe que não importa o país: cada ecossistema empreendedor é único. E Cordova (2013) argumenta que o desenvolvimento do ecossistema empreendedor deve focar nas interconexões dos diferentes componentes (entre as variáveis e os *players*) participantes desse ambiente.

Para contextualizar o ecossistema do empreendedorismo no Brasil, apoiado em Isenberg (2011) serão apresentados os principais fatores que contribuem para o progresso do empreendedorismo, seja em âmbito nacional ou regional, e relatar quais são os componentes participantes em cada um desses fatores. Ainda vale ressaltar, de acordo com mesmo autor, que até mesmo diferentes distritos de uma cidade podem ter ecossistemas de empreendedorismo com configurações distintas entre si (ISENBERG, 2013).

Figura 1 – Domínios do Ecossistema Empreendedor



Fonte: Isenberg (2013)

A integração entre esses elementos interagindo entre si e se complementando criará um terreno pavimentado para novos negócios ou mesmo para os negócios já existentes. E é nesse ambiente do ecossistema que surgem a colaboração, a troca de conhecimentos, a inovação e o desenvolvimento econômico.

Depreende-se que o ecossistema empreendedor deve ser saudável e dinâmico e, mais acentuadamente, caracterizado pela existência de interações positivas entre esses componentes, permitindo que empreendedoras tenham acesso a recursos, capital, conhecimento e suporte necessários para o desenvolvimento de suas ideias e negócios, o que é igualmente afirmado por Maroufkhani *et al.* (2018): um ecossistema empreendedor é um ambiente favorável ao empreendedorismo, onde um empreendedor tem os recursos e as ajudas necessárias para poder inovar e fazer prosperar o seu negócio. Além disso, a presença de um ecossistema empreendedor forte pode impulsionar o crescimento econômico, gerar empregos e promover a inovação em uma determinada região.

Por exemplo, fatores do ecossistema, como programas e apoio econômico para cuidados infantis, podem facilitar e encorajar mais mulheres a participar do empreendedorismo em todas as economias (BRUSH e GREENE, 2016). A atuação do poder público, fazendo uso de políticas públicas que visam apoiar as mulheres que não têm onde e com quem deixar seus filhos para poder se dedicar ao empreendimento, pode contribuir sobremaneira para que a mulher tenha a confiança em uma estrutura que cuida dos filhos enquanto se dedica e foca no negócio.

Dessa forma, autores como Holloway, Niazi e Rouse (2017) defendem a percepção dos determinantes presentes no contexto da mulher empreendedora, que podem ser a falta de apoio e as dificuldades de acesso às redes de apoio e aos sistemas criados para atendê-las. Essa percepção, que carece de atenção, faz com que sejam ofertados apoios que fomentem o desenvolvimento de habilidades necessárias para gerir com eficiência e eficácia o negócio.

2.3.3 Redes de apoio para mulheres empreendedoras

A ação de empreender é uma situação que, como já discorrido, requer uma carga de esforço muito grande, sobretudo, para a mulher que decide pelo empreendedorismo ou autoemprego.

E pelas somas de atribuições que envolvem esse cenário, por muitas vezes, é necessária a presença de outros atores no decurso da atividade. Esses atores podem promover condições de auxiliar a mulher em diferentes situações, como elevar a autoestima, dar confiança, tal qual expõe Welsh, Memili e Kaciak (2016), em que os familiares ajudam as mulheres a reconhecer e desenvolver suas habilidades gerenciais por meio do apoio moral e por meio das experiências em empregos anteriores.

Alguns estudiosos apontam em seus trabalhos desenvolvidos com mulheres no Nepal que elas escolhem parcerias com outras mulheres, a fim de conseguir gerir seu negócio com apoio na puericultura (XHENETI, KARKI e MADDEN 2019). Por outro lado, uma pesquisa desenvolvida em Uganda com mulheres que identificaram que o casamento faz parte da estratégia para os negócios apontou que, nesse País, o empreendimento é uma atividade que depende do apoio do parceiro. Após o estabelecimento da empresa, as mulheres buscam junto ao parceiro estabelecer relações sociais junto aos vizinhos, colegas e parentes para a viabilidade do negócio (MONTEITH; CAMFIELD (2019). É o que também retratam Xheneti, Karki e Madden (2019) que identificaram em sua pesquisa realizada no Nepal, que uma das estratégias comuns entre as mulheres empreendedoras é compartilhar a responsabilidade de administrar o negócio com maridos ou outros membros masculinos da família, os quais agem como intermediários com os fornecedores.

Gupta e Mirchandani (2018) sugerem, como consequência de seu estudo, que mulheres empreendedoras devem receber mais apoio, não só em termos de finanças, mas também em termos de infraestrutura e apoio moral da família, visando a sua realização profissional no empreendedorismo.

A condição de se relacionar, para empreendedores, independente de gênero, é reconhecida nos estudos já descritos, mas a ênfase que é dada nos relatos acerca da formação de redes para mulheres empreendedoras destaca a relevância e os desafios existentes, o que também é evidenciado na pesquisa em que Mathew (2019) aponta que, nos países do Golfo Pérsico, as mulheres apresentam dificuldades para a criação e a participação de redes por conta da falta de informação. Essa questão afeta a construção da reputação das mulheres no mercado de investidores, clientes e outras partes interessadas.

No que diz respeito a algumas estruturas formadas para apoiar mulheres em situação de empreender, Teare e Desmon (2016) pronunciam que, em cada posição associada com a incubadora, as mulheres são sub-representadas, inclusive na administração de alto nível (Presidentes, Diretores Executivos e Gerentes de Relacionamento), nos conselhos de administração, clientes da incubadora, especialmente os inquilinos e parceiros empresariais, como, empresas de contabilidade, escritórios de advocacia, bancos, empresas de capital de risco.

Alguns autores trazem propostas para melhor desenvolvimento de redes de apoios, como bem relata Gupta e Mirchandani (2018), que sugerem, como consequência de seu estudo, que as mulheres empreendedoras de pequenas e médias empresas devem partilhar as suas experiências em diferentes plataformas com outras mulheres empreendedoras, a fim de aprenderem as melhores práticas umas com as outras.

Mais ainda, outros autores abordam a expansão dos acessos a diferentes apoios como forma de fortalecer o processo do empreendedorismo feminino e, nessa vertente, podem ser citados os estudos de Jager *et al.* (2016), que enfatizam a importância dos grupos sociais e redes fora do grupo familiar e do trabalho, tais como grupos de amigos, grupos religiosos e voluntários.

E, dentro da realidade das redes de apoios, as mulheres empreendedoras na sociedade estão envoltas num processo em que estão presentes vários *stakeholders* – e a inter-relação de todos faz parte da configuração do empreendedorismo.

Reconhecer as redes de apoio e suas interações conduz ao interesse em saber como se dá a dinâmica desses *stakeholders* e como são viabilizadas as integrações entre eles. Do exposto, nasce a disposição em conhecer essa formação do ecossistema empreendedor, que tem importância para que situações constantes para empreendedores sejam percebidas e colocadas em destaque.

Voltando ao cenário brasileiro, em 1985 foi criado o Conselho dos Direitos da Mulher que, somente 2003, veio a ser incorporado à Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM), com a finalidade de propiciar discussões e atenção voltada às mulheres em todas as esferas do governo. Autores como Da Silva *et al.* (2018) comentam acerca da criação da SPM, que teve como característica a falta de perfil técnico adequado, a falta de recursos financeiros direcionados às políticas dirigidas

às mulheres e que, prioritariamente, fossem construídas pensando no território nacional diverso que é o Brasil.

Sugere, ainda, avaliar as políticas públicas em sua capacidade para enfrentar a injustiça socioeconômica, expressada na distribuição injusta de bens e recursos; nas injustiças legais e culturais, que se manifestam no domínio cultural; e na injustiça na representação na jurisdição do Estado (Observatório de Igualdade de Gênero da América Latina e o Caribe, 2023).

Do ponto de vista da questão financeira, a cúpula do G-20, em 2010, percebeu a Inclusão Financeira (IF) como um dos pilares primordiais do progresso mundial. De fato, ela foi apontada como facilitadora de sete dos 17 ODS. O Banco Mundial a considera como chave para aumentar a prosperidade pela redução da pobreza e, para isso, a formulação de mecanismo para alcançar o empoderamento das mulheres através serviços financeiros acessíveis é uma abordagem rigorosa para alcançar o crescimento sustentável globalmente (BHATIA e SINGH, 2019).

Outro olhar voltado ao empreendedorismo feminino mostra que, apesar de existir a vontade de empreender, existem também as situações contrárias, como bem discorre Bertolami *et al.* (2018), dizendo que a empreendedora precisa ter mais capacidade técnica, melhor formação e experiência, quando comparada ao empreendedor do sexo masculino, para que consiga vencer desafios diante da situação de ter menos tempo para se dedicar ao empreendimento.

Sobre relação a capacitação técnica, a pesquisa realizada pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora - IRME (2019) aponta que 45% das mulheres brasileiras já realizaram cursos de formação ou capacitação em empreendedorismo. Considerando que as mulheres correspondem a 46% dos empreendedores iniciais, ou seja, aqueles empreendimentos com até 3,5 anos de funcionamento, segundo dados do GEM, 2020, tem-se aí um número significativo.

Esse dado sobre a necessidade de capacitação é reforçado nos relatos do GEM (2020), pois um percentual importante de especialistas (34,3%) apresentou críticas à educação formal do país, situando este fator entre os três mais limitantes ao empreendedorismo. As principais considerações foram em torno do fato do Brasil ser um dos países mais desiguais em termos educacionais, afetando negativamente as possibilidades de desenvolvimento econômico e social.

De acordo com esse estudo, depreende-se que o investimento em educação para o empreendedorismo feminino é fator de destaque para estimular mais mulheres a se prepararem para empreender. Por esse posicionamento, aventar que a educação empreendedora deve percorrer por toda a vida da pessoa é como justificar a constante preparação para as mudanças que a sociedade vivencia, deixando cada vez mais as pessoas e, em destaque, as mulheres preparadas para empreender de forma independente e autossustentável, dada a conjuntura que vivenciam, com a assimetria já destacada não só pela capacitação, mas pelos outros pressupostos que serão ponto de observação a seguir.

Adentrando mais ainda no campo do empreendedorismo feminino no âmbito organizacional, a presença do Estado com políticas públicas que possam apoiar as mulheres que não têm onde e com quem deixar seus filhos para poder se dedicar ao empreendimento pode contribuir sobremaneira para que a mulher tenha a confiança em uma estrutura que cuida dos filhos enquanto se dedica e foca no negócio. Breen e Leung (2020) apontam em seus levantamentos, inclusive, que o fator maternidade pode ser visto como um empecilho à alavancagem do negócio, à dedicação ao empreendimento.

Essa é uma condição colocada que, após a maternidade, segundo Ceribeli e Silva (2017) os motivos que levam as mulheres a abandonarem suas carreiras estão relacionados às duplas jornadas (SILVA, 2017), à não existência de creche pública ou condições para arcar com os cuidados terceirizados, e à falta de práticas organizacionais de apoio a elas. No estudo também consta que, após deixarem suas carreiras, as mulheres também sofrem com pressões psicológicas de cobrança para um possível retorno ao mercado de trabalho e preocupações financeiras, porém, não encontram apoio para voltar às suas carreiras.

Somado ao preconceito da sociedade, a mulher ainda pode ter que passar pela ausência da família no apoio à sua condição de empreendedora, o que pode gerar impactos psicológicos negativos. Quando se veem em necessidade de abandonar o negócio, como bem tratado por Ceribeli e Silva (2017), as mulheres também sofrem com pressões psicológicas de cobrança para um possível retorno ao mercado de trabalho e preocupações financeiras; porém, não encontram apoio para voltar às suas carreiras.

Logo, políticas públicas se constituem em uma das formas de interação e de diálogo entre o Estado e a sociedade civil, por meio da transformação de diretrizes e princípios norteadores em ações, regras e procedimentos que (re)constroem a realidade.

Então, é salutar reconhecer redes de apoio como sendo:

As redes podem ser consideradas como um sistema de atores em que as fronteiras podem, ou não, possuir limites. Podem ser consideradas uma comunidade não geográfica; um sistema de apoio ou um sistema físico que se pareça com uma árvore ou uma rede., (RÉGIS, et al, 2006).

Mas não são só os fatores que dizem respeito à capacitação técnica, acesso aos meios de financiamento, dedicação do tempo ao negócio e outros que alcançam a empreendedora. Estudos que envolvem panoramas relacionados a agentes sociológicos vêm sendo realizados a fim de possibilitar meios de mitigar os cenários adversos da empreendedora.

Figura 2 - Panoramas



Fonte: Instituto Meio (<http://institutomeio.org/wordpress/fomento-ao-empendedorismo/>).

Em vista disso, é manifesto que estruturas que alicercem o empoderamento do empreendedorismo das mulheres podem contribuir de maneira produtiva, empoderando as mulheres, mesmo quando elas não acreditam no seu potencial (MACHADO; *et al.* 2016).

Isso posto, um olhar sobre políticas públicas em função do número de atribuições e responsabilidades assumidas pelas mulheres empreendedoras, outras políticas influenciam diretamente. Como exemplos das políticas, têm-se políticas de discriminação sexual, políticas de acesso à educação e políticas que promovem a saúde e o bem-estar como o provimento de creche ou da licença maternidade (FOSS

et al., 2019). Esses autores reforçam que isso é uma forma de as mulheres manterem suas participações no mercado de trabalho ou empreendendo de fato.

O argumento substancia a importância das instituições formais para contribuir com o empreendedorismo das mulheres (BUI *et al.*, 2018). Programas que oportunizem inclusão e igualdade às mulheres podem ser desenvolvidos por essas instituições formais (BRUSH *et al.*, 2017).

Percebida a importância que programas de políticas públicas representam para o cenário de desenvolvimento e crescimento econômico, apresentam-se, a seguir, algumas ações concretas realizadas pelo Poder Público no Brasil, distribuídas no âmbito federal, estadual e municipal:

ÂMBITO FEDERAL

BRASIL PARA ELAS e COMITÊ DE EMPREENDEDORISMO FEMININO
(ÂMBITO FEDERAL – MINISTÉRIO DA ECONOMIA) – Apêndice D

SEBRAE DELAS (ÂMBITO NACIONAL) – Apêndice E

ÂMBITO ESTADUAL – BAHIA

CrediBahia MULHER - Apêndice F

QUALIFICA BAHIA - Apêndice G

ÂMBITO MUNICIPAL – VITÓRIA DA CONQUISTA - BA

HUB CONQUISTA - Apêndice H

SALA DA MULHER - Apêndice I

CLUBE DE EMPREENDEDORAS - Apêndice J

3 METODOLOGIA

No ato de fazer Ciência, para Gil (2019), uma característica importante que difere o conhecimento científicos dos demais é a verificabilidade. E, para Freixo (2010), Método Científico é o fazer ciência que consiste em estudar um fenômeno o mais racional possível, procurando evidências para as ideias, afirmações, conclusões.

Nesta seção serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados com a finalidade de estruturar o trabalho de pesquisa. Primeiramente, empregou-se a revisão sistemática de artigos que abordaram o tema para contemplar as necessidades da pesquisa no tocante à discussão e à conclusão. Na sequência é descrito o modo como foram feitas as coletas de dados, respondendo-se como (grupo ou individual); quando (qual período); onde (local); quem (pelo pesquisador) e a quem vai ser aplicado o instrumento.

CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Sob os pressupostos epistemológicos, a pesquisa quanto aos fins é do tipo exploratória, qualitativa, do tipo de raciocínio indutivo. A escolha do estudo com a abordagem qualitativa se dá em razão de que tem sido frequentemente utilizada em estudos voltados para a compreensão da vida humana em grupos, em campos como sociologia, antropologia, psicologia, dentre outros das ciências sociais (DENZIN; LINCOLN, 2000).

Creswell (1994) destaca que, nos métodos de pesquisa qualitativos, existem diversos tipos e estratégias de coleta, análise e confecção de relatórios de resultados que se adaptam para a resolução de problemas de pesquisa nas ciências humanas e sociais. Por esse motivo, tendo que a pesquisa se desenvolve na área de conhecimento das ciências sociais aplicadas, confirmam-se as definições dos métodos adotados.

Com a escolha do tipo de pesquisa exploratória, o estudo está alicerçado no pensamento de Selltiz, Wrightsman e Cook (1987) que apresentam que o modelo de pesquisa exploratório se utiliza principalmente de técnicas de pesquisas qualitativas baseadas em observações e entrevistas. Ainda com relação ao tipo de pesquisa exploratória, Zikmund (2000) e Vergara (2005) afirmam que explora alternativas e descobre novas ideias.

Diante desse apontamento, a definição da técnica utilizada seguiu o pensamento dos autores acima, conduzindo o processo de coleta de dados por meio de entrevistas estruturadas focalizadas, levando em conta a formulação de perguntas predeterminadas que não diferenciam o entrevistado: são utilizadas as mesmas perguntas aos diferentes entrevistados. Essa escolha também está ancorada com Gil

(1987), que define que a entrevista é uma forma de diálogo em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação. Dessa maneira, segundo o autor, a entrevista:

a) possibilita a obtenção de dados referentes aos mais diversos aspectos da vida social;

b) é uma técnica muito eficiente para a obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano;

c) permite coleta de dados suscetíveis de classificação e, às vezes, de quantificação.

Quando o enfoque ocorre com o método qualitativo, para Sampiere; Collado e Lucio (2013) utiliza-se a coleta de dados sem medição numérica para descobrir ou aprimorar perguntas de pesquisa no processo de interpretação.

Logo, em uma pesquisa qualitativa, exploratória, a coleta dos dados está voltada a alcançar os pontos de vistas a partir dos sentimentos, das vivências de cada um, da exposição do que é prioridade e do que for colocado pelas entrevistadas como importante para elas.

A coleta visa, também, obter perspectivas e pontos de vista dos seus participantes a partir de emoções, prioridades, experiências e outros aspectos subjetivos. Creswell (2010) assegura, ainda, que o pesquisador qualitativo vê os fenômenos sociais holisticamente, explicando, assim, por que estudos de pesquisa qualitativa aparecem como visões amplas, e quanto mais complexa, interativa e abrangente for a narrativa, melhor será o estudo qualitativo.

Tabela 3 – Dos aspectos metodológicos

MÉTODO	QUALITATIVA
ABORDAGEM	Qualitativa
TIPO DE PESQUISA	Exploratória
PROCEDIMENTOS TÉCNICOS	Entrevistas
NATUREZA	Aplicada

Fonte: Adaptado de Gil (2019)

Para maior detalhamento, os objetivos estão distinguidos em geral e específico, de acordo com a provocação do estudo.

O Objetivo Geral é o de estudar a importância de implementar políticas públicas e redes de apoio que tenham reflexo positivo nos negócios de mulheres empreendedoras, na concepção de que mulheres à frente de negócios podem ser agentes de transformação e progresso na economia.

Surge, nessa etapa, a pergunta de pesquisa, que serve como fio condutor para a pesquisa a ser desenvolvida. De acordo com Gil (2002, p. 17) “A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não pode ser adequadamente relacionada ao problema”. Por meio da pergunta, o percurso desenhado na pesquisa foi seguido a fim de se obterem as respostas às perguntas que inquietam neste trabalho, a saber: os recursos e suportes que são disponibilizados por meio das políticas públicas e redes de apoio são adequados às necessidades das mulheres empreendedoras?

Seguinte à pergunta, surge a necessidade da busca de estudos já realizados com a abordagem da pesquisa que está sendo apresentada. E, para tanto, foi necessário realizar leituras de materiais produzidos com a temática para o referencial teórico. Esse processo é relevante, reiterando o que Fonseca (2002) traz acerca da pesquisa bibliográfica, que é realizada

[...] a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Para AMARAL (2007, p. 1) a pesquisa bibliográfica [...] é uma etapa fundamental em todo trabalho científico que influenciará todas as etapas de uma pesquisa, na medida em que dá o embasamento teórico em que se baseará o trabalho. Consistem no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas à pesquisa.

Desse modo, foram utilizados, para seleção dos critérios de relevância dos artigos originais e de revisão observada a partir do ano de publicação, definido a partir de 2016, os estudos publicados em *journals* internacionais, prioritariamente, salvo

quando as publicações nacionais eram oriundas de *journals* tidos com bom índice de avaliação da CAPES, *Qualis* A2 até B2. Para a busca dos artigos, foi adotado o *connected paper* (www.connectedpapers.com). Esse site possibilita localizar artigos de acordo com os critérios estabelecidos na busca a partir das informações fornecidas no processo de busca e as conexões que existem entre os trabalhos publicados.

Os critérios adotados para seleção foram palavras-chaves, conforme determina Ruiz (2009), a busca de obras já publicadas e confiáveis, o pesquisador poderá usar palavras-chave para encontrar as obras do *journal* publicado, do intervalo de tempo de publicação, do número de citações.

A organização dos artigos se deu por meio da utilização do EndNote e do Mendeley, que são ferramentas gerenciadoras de referências, permitindo a busca e organização das fontes de referência a serem citadas, dando suporte parcial à realização de uma seleção sistemática e leitura. Também foi utilizado o Excel como forma de detalhar o portfólio dos artigos. As duas ferramentas (EndNote e Mendeley) possibilitam:

Catálogo: o usuário cria o repositório de trabalhos, inserindo os dados de cada obra em uma base centralizada;

Seleção: o usuário seleciona as obras de acordo com critérios de adequação ao trabalho proposto;

Classificação: o usuário classifica as obras de acordo com uma taxonomia adequada ao domínio de conhecimento do trabalho;

Anotação: o usuário acrescenta a cada obra informações pertinentes à seleção sistemática e leitura em andamento.

A leitura dos artigos foi direcionada às seguintes partes dos artigos pré-selecionados: leituras do resumo; dos achados; da conclusão; da metodologia; das lacunas identificadas em cada estudo.

A exclusão dos artigos ocorre quando não identificada aderência ao objetivo da pesquisa, ou ainda quando identificadas situações que não se relacionam ao contexto, aplicando-se os seguintes procedimentos de filtro:

- Identificação do fator de impacto, do ano e número de citações;
- Organização dos artigos por meio do portfólio;
- Localização dos artigos em formato integral;
- Leitura e análise sistemática dos artigos.

Para essa pesquisa, foram excluídos os estudos que não atendiam aos critérios estabelecidos.

3.1 Instrumentos para coleta de dados

Foram utilizados dois instrumentos para o desenvolvimento de coleta de dados, sendo um roteiro de entrevistas – aplicado, presencialmente, com cada mulher empreendedora que participa de algum(uns) programa(s) de políticas públicas/redes de apoios. E também foi aplicado um questionário voltado às mulheres que coordenam esse(s) programa(s) de políticas públicas/redes de apoios que as mulheres fazem parte.

A elaboração do roteiro de entrevistas (Apêndice A) teve como premissa a caracterização das mulheres. A criação do roteiro visou a obtenção de respostas para a pesquisa envolvendo situações de cunho pessoal, cultural, econômico, social. Já a composição do questionário (Apêndice B) contemplou perguntas objetivas – fechadas e perguntas subjetivas – abertas.

As perguntas foram preparadas para levantar (I) os desafios que mulheres enfrentam no empreendedorismo, (II) quais são os programas de políticas públicas que participam, (III) de quais redes de apoio as mulheres que empreendem participam.

3.1.1 População

Definiu-se como população pertencente à pesquisa mulheres empreendedoras localizadas no município de Vitória da Conquista que participam do atendimento de pelo menos um programa das políticas públicas disponíveis no Município. São mulheres que foram escolhidas intencionalmente para participarem da pesquisa, tendo em vista que fazem parte do(s) programa(s) de políticas públicas/redes de apoios criados para mulheres empreendedoras. Essas mulheres foram identificadas em reuniões que ocorrem dentro de calendários divulgados nas redes sociais e meios de comunicação tradicionais – rádio e TV.

Com a finalidade de ter a perspectiva de quem oferece o apoio pelo programa de políticas públicas/redes de apoio pela coordenação do trabalho, essas mulheres

foram abordadas por meio de questionários com estratégia de aplicação, considerando quem está à frente de redes de apoio, cada um com um grupo de perguntas objetivas e subjetivas relacionadas à realidade da mulher que coordena o trabalho. Assim, almejou-se que as respostas pudessem desenhar o cenário que existe para essas estruturas de apoio voltadas às mulheres que empreendem em Vitória da Conquista – BA.

Sobre a quantidade de mulheres participantes na pesquisa qualitativa, foram convidadas no máximo 10 mulheres que fazem parte dos programas, mas para maior garantia da qualidade da pesquisa, o número mínimo de entrevistadas está definido com cinco mulheres, pois, de acordo Sempieri *et al.* (2013), depende da capacidade operacional de coleta, do entendimento e da natureza do fenômeno em análise. Então, considera-se que se trata de uma situação em que existe a pré-disposição das mulheres de participarem do processo investigativo e da disponibilidade, motivo da escolha intencional, tendo em vista o prazo para finalizar a pesquisa e defender o trabalho. Assim, as participantes da pesquisa se enquadram em uma descrição específica, necessária para conduzir o estudo. Foram aplicados entrevistas e questionários, tendo-se em mente o seguinte Requisito:

Mulheres empreendedoras

- a) mulheres participantes de, pelo menos, um programa de política pública presente no município de Vitória da Conquista – BA.

Coordenação do Programa

- b) mulheres que coordenam programas de políticas públicas - redes de apoios para mulheres empreendedoras no município de Vitória da Conquista – BA.

3.2 Procedimento para coleta de dados

Para a coleta dos dados, a entrevista é considerada como a ferramenta básica para a construção dos dados da história oral (MEIHY, 2002; SILVA *et al.*, 2007). Definida a entrevista em profundidade para a coleta de dados das mulheres empreendedoras para conhecer as histórias dessas mulheres com foco em obter dados relacionados de diferentes situações, que de acordo com SILVA, *et al.* 2006, é uma técnica muito eficiente para obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano. Para os devidos registros, a utilização de gravação para

garantia de fidelidade aos posicionamentos das mulheres entrevistadas foi uma evidência da busca do respaldo do trabalho.

Tendo a entrevista como instrumento de coleta de dados, ela é considerada como a ferramenta básica para a construção dos dados da história oral (MEIHY, 2002; SILVA et al., 2007), ratificando a escolha da seleção do instrumento mais adequado para alcançar os resultados para a pesquisa.

Para dar início à aplicação das entrevistas, primeiramente, foi realizado um teste com o roteiro das entrevistas – piloto – para análise e verificação de possíveis correções que podem surgir durante a abordagem à entrevistada. Foram identificados pontos de atenção e necessidade de modificação, retirando-se perguntas evasivas, perguntas repetidas e perguntas que fugiram ao objetivo da pesquisa. Foi dada uma atenção especial para a parte final de Políticas Públicas/Redes de Apoio, que é basilar para a devida compreensão da pesquisa.

O agendamento foi realizado por meio de telefone entre os dias 05/06/2023 e 10/06/2023 por meio de uma lista de participantes dos programas disponibilizada pela coordenação de cada programa, com anuência de todas as participantes dos programas. A aplicação da entrevista foi realizada entre os dias 26/06/2023 e 30/06/2023. Quanto à aplicação do questionário, ficou ajustado para ser posterior à aplicação das entrevistas, ocorrido entre os dias 03/07/2023 e 07/07/2023. O motivo se dá em razão de obter as perspectivas de quem faz uso e de quem disponibiliza o apoio às mulheres que empreendem em Vitória da Conquista – BA.

A seleção das participantes da pesquisa obedeceu ao critério de serem de ramos de atuação diferentes, logo, a seleção se deteve em escolhas de mulheres que estivessem disponíveis nas datas programadas, mas que estivessem, também, enquadradas no critério relacionado ao tipo de negócio e ao ramo de atuação e pertencentes a pelo menos um programa e/ou uma rede de apoio.

A aplicação do questionário se deu por meio eletrônico no *Google Forms*, com anuência de cada mulher que coordena o trabalho. O questionário é definido por Gil (1989) como uma técnica de investigação que, por indagações na forma escrita, procura-se captar crenças, opiniões, sentimentos do participante da pesquisa. A vantagem deste instrumento é permitir sua realização em momento julgado oportuno pelo participante, além de apresentar menos distorções nas respostas.

Para maior consistência, os questionários passaram por validação com o teste piloto. A validação de conteúdo tem como função propor uma análise profunda dos conteúdos do instrumento objetivando a percepção se tais questionamentos consistem numa amostra representativa do que se pretende desvendar (HERMINDA, 2005).

Ambos instrumentos passaram pela prova com participantes representantes dos grupos no qual a pesquisa se desenvolve. O roteiro de entrevista foi aplicado a uma das participantes que se dispôs a contribuir com esta parte da pesquisa e o questionário ficou acordado o envio via e-mail para agilizar o processo e por confirmar a proposta de utilizar o *Google Forms* para uma coordenadora do programa de políticas públicas do Município.

3.3 Procedimento de análise dos dados

Ressalta-se que a análise descritiva das respostas está correlacionada ao referencial teórico em conjunção com os objetivos da pesquisa. E, para que possa ser feita a análise das respostas, as entrevistas preveem transcrição na íntegra por meio do software gratuito IRaMuTeQ (Ratinaud, 2014; Camargo & Justo, 2013) para esse fim. O software permite a classificação hierárquica descendente, a análise fatorial, a formação de nuvem de palavras, a análise similar, *rapport*. Com o IRaMuTeQ, é possível fazer uma análise lexical. É um software gratuito que foi desenvolvido sob licença de software e código aberto, estando vinculado ao software estatístico R e a sua linguagem de programação é *python 1* (Ratinaud, 2014; Camargo & Justo, 2013; Camargo & Justo, S.d.). Já as respostas objetivas foram tratadas no Excel, para compilação e para gerar os dados relacionados.

Dois pontos devem ser observados para a produção de uma pesquisa qualitativa, a saber: a confiabilidade e a validade. Importante salientar que as pesquisas qualitativas são consideradas processuais, ou seja, devem acompanhar todo o desenvolvimento da pesquisa e não serem verificadas somente ao término do estudo (MORSE; et al., 2002).

Quanto ao aspecto da validade, refere-se à capacidade que os métodos utilizados numa pesquisa propiciam à consecução fidedigna de seus objetivos (PAIVA

JÚNIOR; LEÃO; MELLO, 2011). Ainda sob esse aspecto, há diversos critérios possíveis para avaliar a validade de uma pesquisa, de acordo com Johnson (1997):

a) Validade descritiva: associada à exatidão das informações descritas; pesquisadores costumam triangular dados para validar as informações coletadas;

b) Validade interpretativa: capacidade de trazer à pesquisa as interpretações de pontos de vista, pensamentos, sentimentos, intenções e experiências dos participantes de forma fidedigna. É possível apresentar aos participantes da pesquisa os casos descritos, solicitando-lhes leitura e confirmação das interpretações;

c) Validade teórica: em geral ocorre quando se verifica uma relação de causa e efeito no campo e passa-se a estudá-la. A melhor estratégia para alcançar essa espécie de validade é aumentar o campo investigado a ponto de saturar seus achados.

Já no tocante à confiabilidade, para Paiva Júnior, Leão e Mello (2007), a confiabilidade refere-se à garantia de que outro pesquisador poderá realizar uma pesquisa semelhante e chegará a resultados aproximados.

A organização do processo de análise se apresenta no seguinte formato, o primeiro momento de análise correspondeu a organizar o material para ser analisado, o segundo compreendeu a leitura das transcrições quantas vezes fosse necessário para o devido registro das informações, e o terceiro momento traduziu-se na correlação entre as respostas obtidas e o referencial teórico, na proposta de encontrar sustentação nos relatos, ou então outros direcionamentos que sejam manifestados no estudo em questão. Importante destacar que se trata de uma técnica de grande potencial para o tratamento de dados constituídos, apresentados na forma de textos, imagens e expressões que precisam ser vistos, lidos e compreendidos (COLBARI, 2014).

Sobre a etapa da análise, preconiza-se que preexista o levantamento do referencial teórico para a elaboração do questionário, para, então, caracterizar-se a pesquisa.

A partir do desenvolvimento da pesquisa com o método selecionado e o instrumento adotado, expectou-se que as mulheres ao responderem à entrevista pudessem dar subsídios ao *locus* deste trabalho, possibilitando encontrar decifrações das questões que envolvem as políticas públicas, sobretudo no que se refere às redes de apoio dirigidas às mulheres empreendedoras de Vitória da Conquista – BA, com a

formação de nucleação dessas mulheres, principalmente, que possa alcançar os objetivos propostos respondendo à pergunta de pesquisa.

Quanto à decisão de usar o Software IRaMuTeQ, alguns fatores são importantes de serem destacados para que a análise seja consistente e traga luz às questões apresentadas. Por questões de análise lexical foi atribuída a definição de exclusão de pronomes, adjetivos, advérbios, mantendo a classe gramatical do substantivo, dos verbos, com o intuito de evitar a repetição de expressões e com isso, depurar as respostas. Outro ponto importante é que as entrevistas tiveram previsão de aplicação com duração de uma hora, mas foi dada a liberdade das mulheres não se sentirem intimidadas.

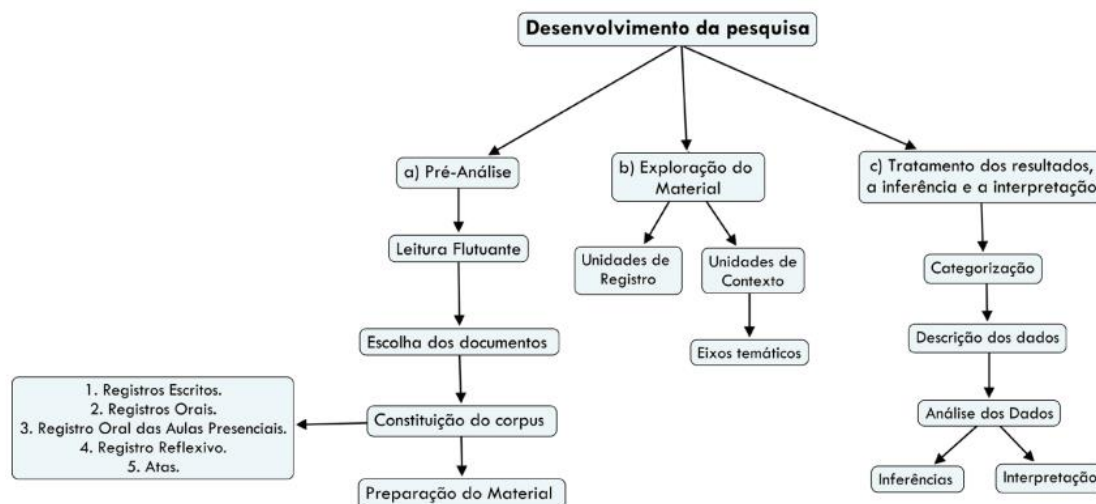
Para as conclusões é apresentada uma revisão das principais abordagens do tema, revelando novas contribuições para a geração de conhecimentos a partir do estudo desenvolvido e sugestão de pesquisas que venham a contribuir para novas descobertas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA COLETA DE DADOS

Com a leitura e a análise das histórias faladas, foi possível extrair os temas abordados comparativamente às categorias analíticas previamente definidas. Com base em BARDIN (1977), a análise do conteúdo das entrevistas representa o conjunto de técnicas variadas, que faz uso de procedimentos sistemáticos, que permite a descrição do conteúdo da mensagem, sendo possível extrair indicadores que permitem a inferência de informações das mensagens analisadas.

Nesse contexto, apresentamos, na figura 3, o desenvolvimento da pesquisa baseado em Bardin (1977):

Figura 3 - Desenvolvimento da pesquisa baseado em Bardin (1977)



Fonte: Baseado em Bardin (1977, p. 102)

Pela utilização do software IRaMuTeQ, ressalta-se que as análises estatísticas foram realizadas no âmbito textual pois as informações foram obtidas da análise de discurso das integrantes do grupo escolhido. Inicialmente o texto em forma de entrevista foi adaptado para interpretação do IRaMuTeQ 0.7, ou seja, foram criadas as variáveis interpretativas com os nomes das entrevistadas, sendo elas: Rosi, Rosilene, Yasmin, Cintia, Lila e Sonete. Cumpre ressaltar que todas as mulheres empreendedoras concordaram e assinaram o Termo de Consentimento e Livre Esclarecimento (Apêndice C), motivo pelo qual os nomes são divulgados. A aplicação do software IRaMuTeQ possibilitou realizar essas análises com mais agilidade e demonstrou que há consonância entre os termos usados pelas entrevistadas.

Conforme orientado por Camargo (2005), o conjunto de *corpus* adequado à análise do tipo Classificação Hierárquica Descendente (CHD) deve constituir-se num conjunto textual centrado em um tema, nesse caso, as entrevistas realizadas individualmente. O material textual foi estruturado de forma a ser monotemático, pois a análise de textos sobre vários itens previamente estruturados, ou diversos temas, resulta na reprodução da sua própria estruturação prévia. Outro ponto considerado foi o fator de grupo homogêneo (no caso mulheres empreendedoras); nesse sentido, de acordo com Ghiglione e Matalon (1993), serão suficientes entre 20 e 30 textos sendo, portanto, cada resposta um texto.

Os caracteres foram definidos como UTF-8 e selecionada língua portuguesa para análise. Para a análise no Software IRaMuTeQ 0.7, utilizou-se um grupo de textos (n=40) em um arquivo único, o qual é denominado de *corpus* (Camargo & Justo,

2013; Camargo & Justo, S.d.; Kami et al., 2016). Os dados resultaram da análise de Classificação Hierárquica Descendente (CHD) e, por consequência, da Análise Fatorial de Correspondência (AFC).

A análise de CHD foi gerada e apresentou as estatísticas descritivas da Tabela 4.

Tabela 4 – Análise de CHD

Número de Textos	458
Número de segmento de Textos	1254
Número de formas	3532
Número de ocorrências	34186
Número de lemas	2294
Número de formas ativas	2114
Número de formas suplementares	172
Número de formas ativas com a frequência ≥ 3	798
Média das formas por segmento	27.261563
Número de clusters (agrupamentos)	4

Fonte: Própria autora, 2023.

A partir desse dado, foi possível interpretar as formações de cada classe, assim como buscar compreender as aproximações e afastamentos entre as classes concebidas. O dendrograma gerado está disposto na Figura 1.

Com relação às quatro classes geradas para o *corpus* em análise, percebe-se, com a leitura no sentido da esquerda para direita, num primeiro movimento duas ramificações:

- i) Ramificação 1 (R1), com as classes 3 (23,6%) e as Subclasses 1 (36,1%) e 2 (19,4%); e
- ii) Ramificação 2 (R2) com a classe 4 (20,9%).

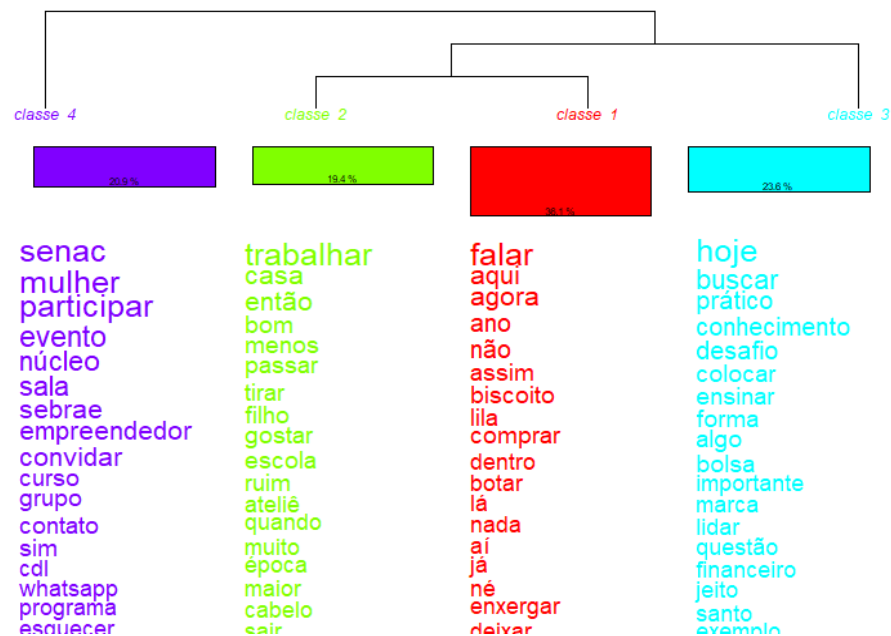
Essa é a configuração final da CHD, pois o IRaMuTeQ providencia o subagrupamento até que as classes se apresentem de modo estável. A partir da disposição de classes apresentada, consideram-se enquanto categorias intermediárias sob a ótica da ATD (Lima & Ramos, 2017) e, assim, começam-se as interpretações. Há duas maneiras de iniciar:

- i) quando houver classe solitária, em razão do contexto único e da pouca probabilidade de junção com outras classes no ato interpretativo; e
- ii) classes agrupadas com maior porcentagem, pois contemplam maior parte do *corpus*.

Na figura 4, apresentam-se as principais palavras com vocabulário semelhante entre si e vocabulário diferente das outras classes a análise por classificação hierárquica descendente – CHD com filograma das palavras favorece a visualização do pesquisador das principais palavras que formam cada classe construída pelo software.

Quanto mais ao topo da lista e maior o tamanho da palavra, maior influência na classe. Tendo isso à vista, verifica-se que, em R1, a classe é formada por palavras como Senac, mulher, participar, evento (classe 4). Por sua vez, em R2, por trabalhar, falar, hoje, escola, desafio.

Figura 4 - Classificação Hierárquica Descendente (CHD)



Fonte: Carvalho & Justo, 2013

Como pode ser observado, acerca do processo inicial para estruturação do negócio, buscou-se apoio por meio de setores da sociedade que estavam disponíveis no SENAC, mas conforme as falas aparecem, questões como a importância de trabalhar, ter espaço de fala e poder se atualizar é uma questão relevante.

Aqui cabe um destaque sobre o quão relevante é o sentimento de pertencimento e ficou demonstrado quando, durante as entrevistas, as mulheres se sentiram confortáveis em falar e expressar seus sentimentos de maneira aberta. Foi perceptível, também, que é presente entre as mulheres o entendimento sobre a acolher umas às outras, e em como elas se agregam pelas suas realidades.

De forma a facilitar a visualização das palavras por classe, foram criadas as nuvens de palavras para cada classe conforme observado abaixo:

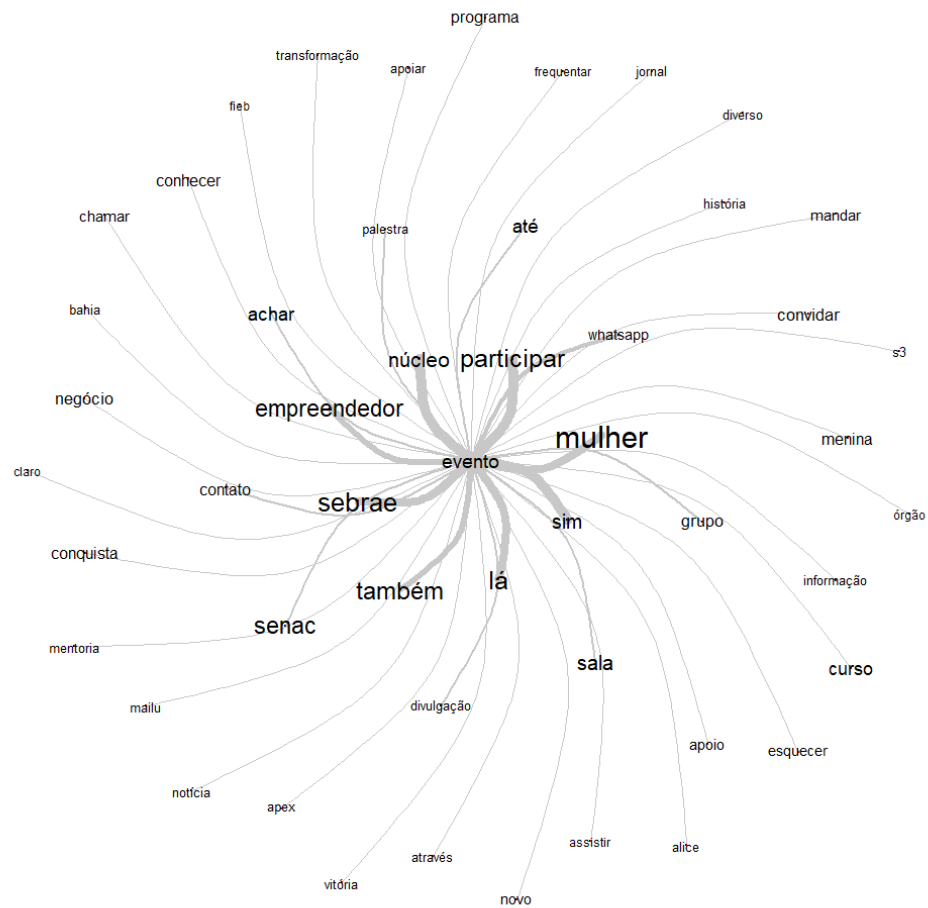
Figura 5 – Nuvens de palavras



Fonte: Própria autora, 2023.

No entanto, a nuvem de palavras informa a importância delas, mas não a ligação entre si. Dessa forma, para cada classe também foi gerado um gráfico de palavras:

Gráfico 5 – Palavras da classe 4

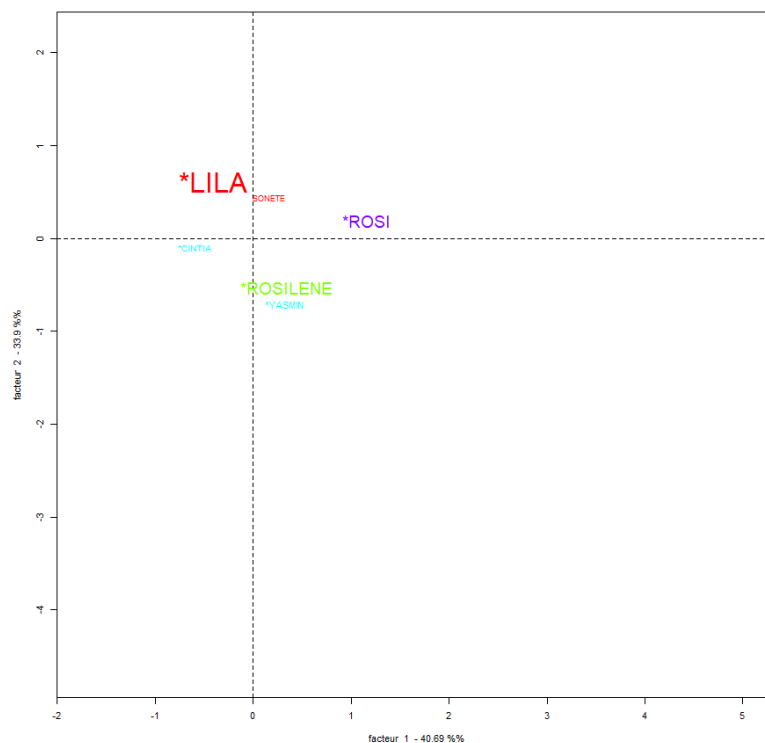


Fonte: Própria autora, 2023.

No plano cartesiano as aproximações/distanciamentos entre as classes podem ser identificadas com precisão conforme a disposição nos quadrantes. No plano

cartesiano a seguir, estão demonstradas as entrevistadas formadoras de cada classe. Os sujeitos de destaque em cada classe são: i) classe 1 (vermelho), Lila e Sonete; ii) classe 2 (verde), Rosilene; iii) classe 3 (azul), Yasmin e Cintia e iv) classe 4 (roxo), Rose. A similaridade está presente e a semelhança se percebe no perfil quanto a ser mãe, casada com nível de escolaridade mínimo de ensino superior ou técnico.

Gráfico 6 – Plano cartesiano

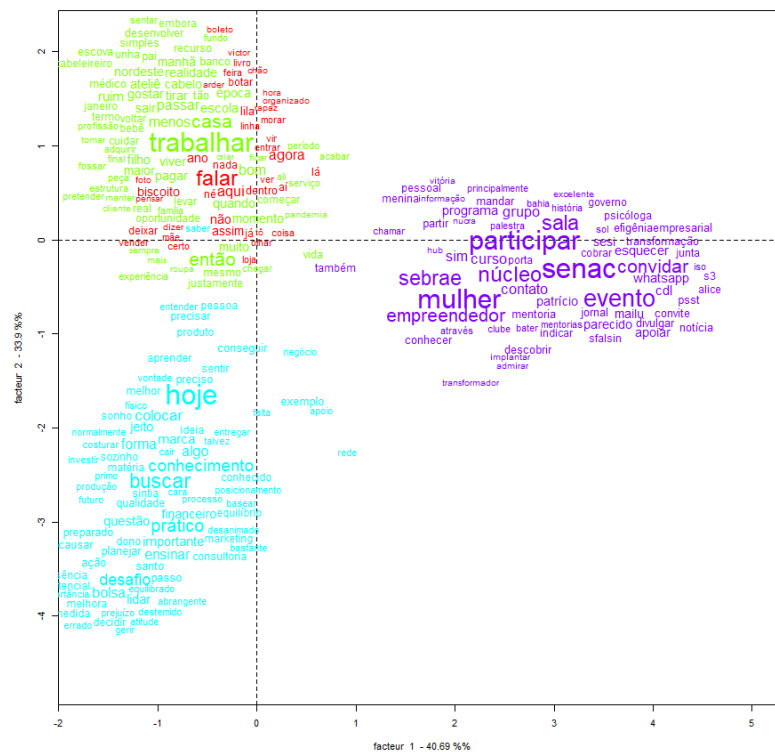


Fonte: Própria autora, 2023.

Destaca-se a posição majoritária das representações dos sujeitos sobre os dois eixos, tanto vertical quanto horizontal, o que demonstra um posicionamento homogêneo das representações do grupo como um todo.

A distribuição dos termos no espaço bidimensional (Figura 6, abaixo) mostra como os clusters se organizam internamente e as distâncias entre eles, além de indicar a intensidade da presença dos termos em cada categoria a partir do tamanho das palavras. Nos quadrantes da parte esquerda, o gráfico 7 indica que as categorias 1 e 2 não apresentam diferenças espaciais, ou seja, estão nos mesmos quadrantes e muito próximas entre si. Na parte inferior direita está a classe 4, com os termos relativos a REDES, na parte inferior esquerda aparece a classe 1, com as palavras relativas ao fator espaço temporal – HOJE, BUSCAR.

Gráfico 7 - Plano cartesiano 2



Fonte: Própria autora, 2023.

Figura 6 - Distribuição de termos por classes

Clés d'analyse

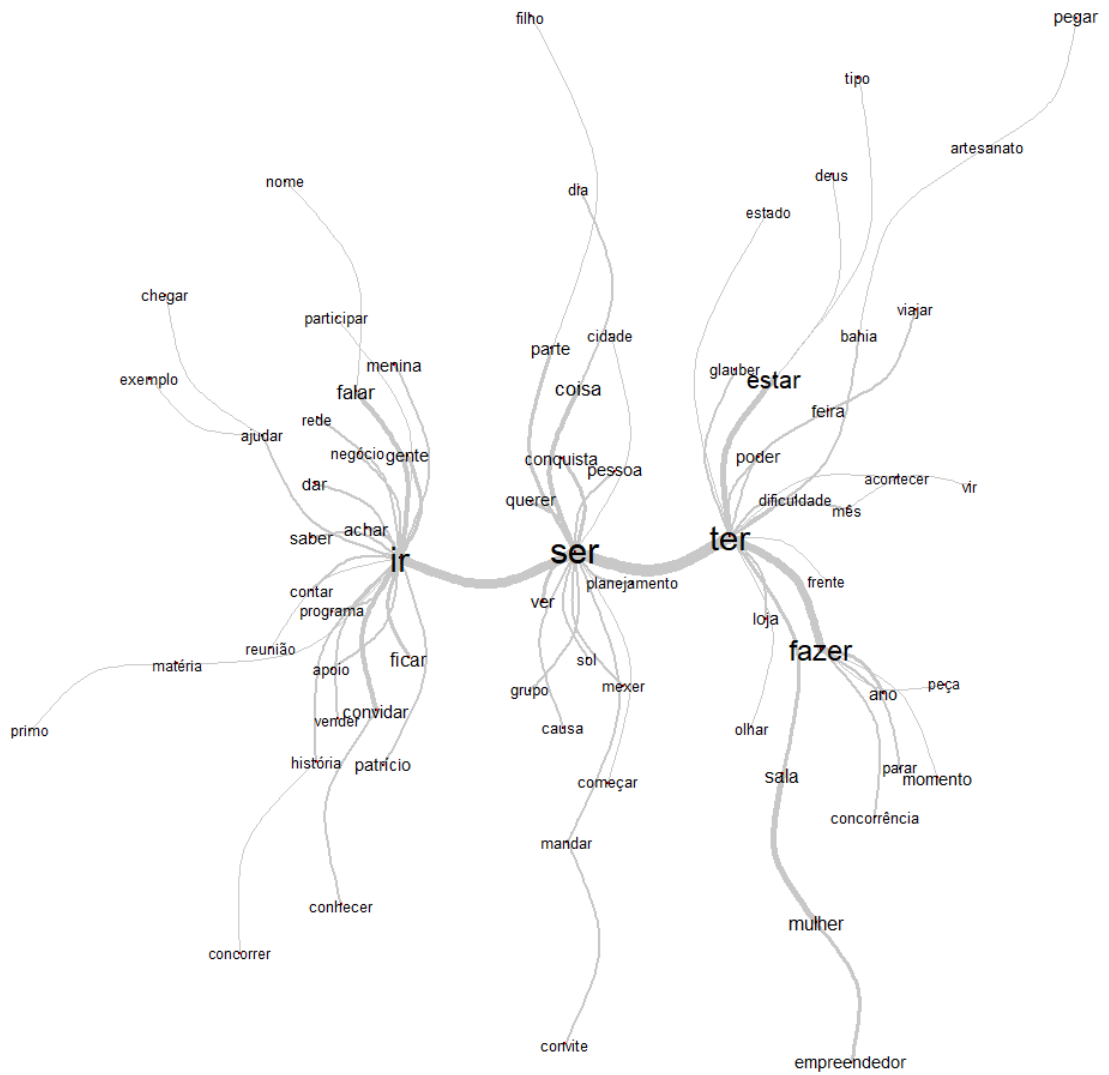
Choix des clés d'analyse
0=éliminé; 1=active; 2=supplémentaire

Adjectif	0	voir liste	Conjonction	0	voir liste
Adjectif démonstratif	0	voir liste	Formes non reconnues	0	voir liste
Adjectif indéfini	0	voir liste	Nom commun	1	voir liste
Adjectif interrogatif	0	voir liste	Nom supplémentaire	1	voir liste
Adjectif numérique	0	voir liste	Onomatopée	0	voir liste
Adjectif possessif	0	voir liste	Pronom démonstratif	0	voir liste
Adjectif supplémentaire	0	voir liste	Pronom indéfini	0	voir liste
Adverbe	0	voir liste	Pronom personnel	0	voir liste
Adverbe supplémentaire	0	voir liste	Pronom possessif	0	voir liste
Article défini	0	voir liste	Pronom relatif	0	voir liste
Article indéfini	0	voir liste	Préposition	0	voir liste
Auxiliaire	0	voir liste	Verbe	1	voir liste
Chiffre	0	voir liste	Verbe supplémentaire	1	voir liste

OK

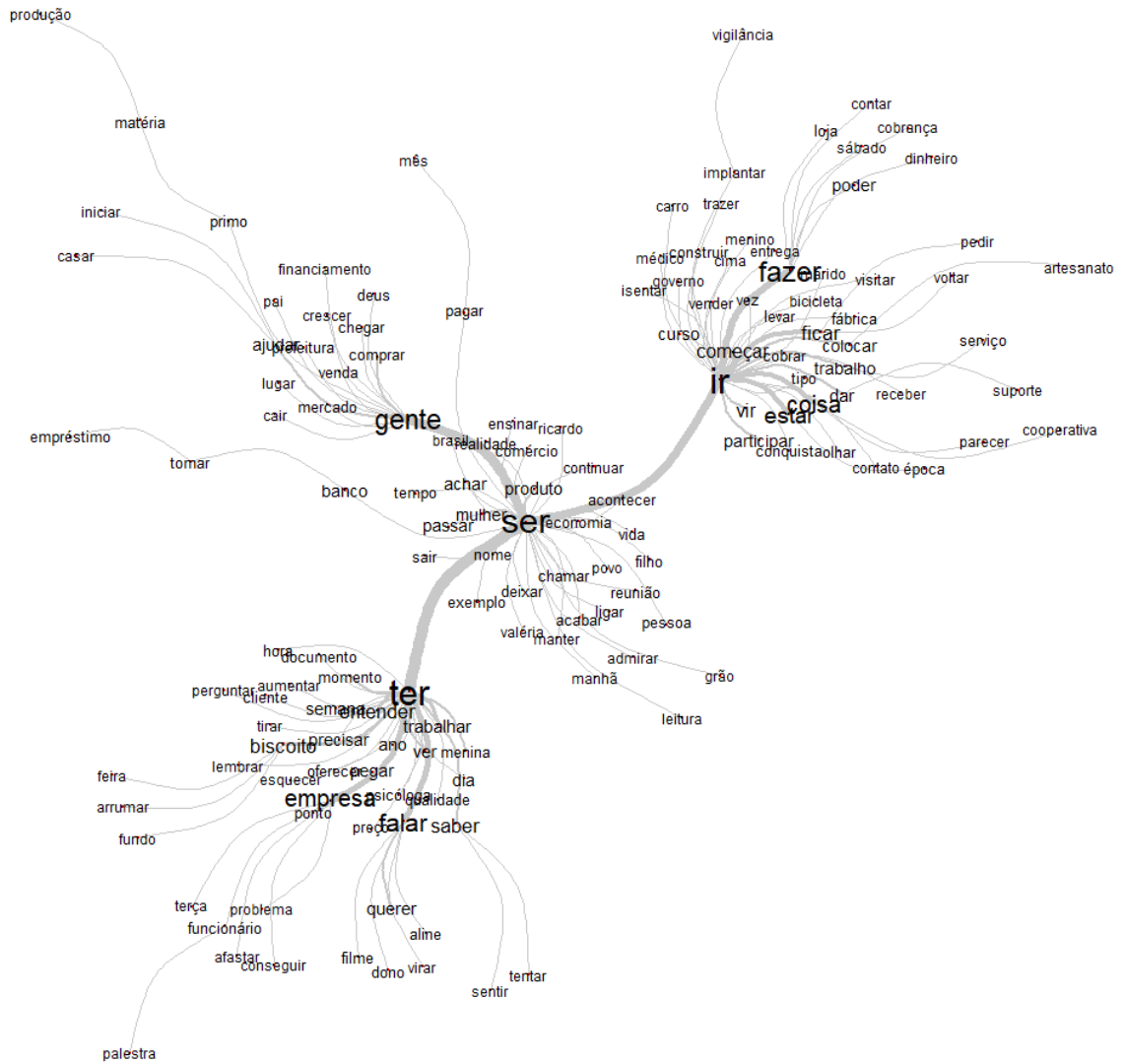
Fonte: Própria autora, 2023.

Gráfico 8 - Entrevistada: Rosi



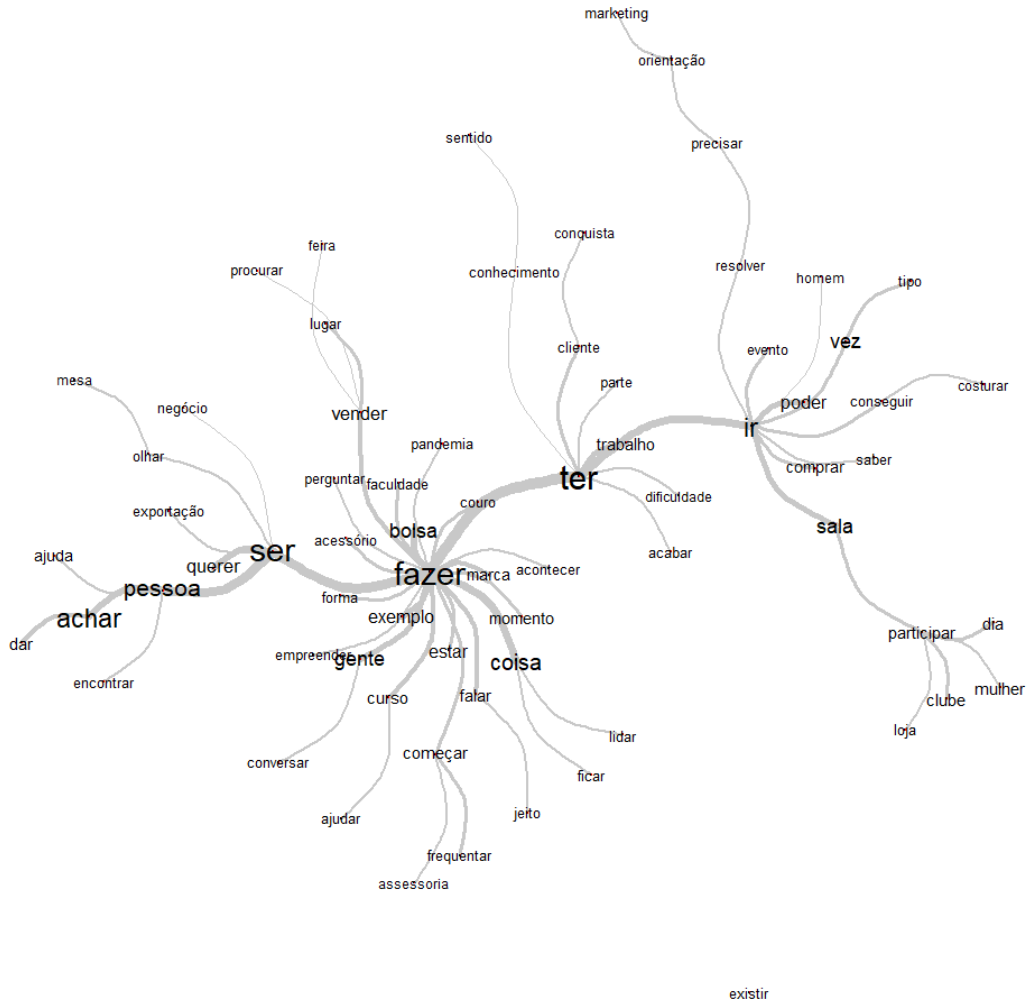
Fonte: Própria autora, 2023.

Gráfico 9 – Entrevistada: Sonete



Fonte: Própria autora, 2023.

Gráfico 10 - Entrevistada: Lila



Fonte: Própria autora, 2023.

Gráfico 13 - Entrevistada: Cintia



Fonte: Própria autora, 2023.

Dos dados levantados, denota-se que a ideia de sucesso para essas mulheres está em **ser, fazer, ter, falar** na centralidade dos relacionamentos, costumeiramente presente na literatura de empreendedorismo. Essa abordagem aparece em Breen; Leung (2020), o que foi encontrado como resultado aqui relacionado a ganhos não financeiros diretamente alinhados à visão relacional.

Sob o quesito da relação entre negócio e família, ficou presente que as entrevistadas conseguem equilibrar as situações, mas apontaram que trabalham horas prolongadas em casa em questões referentes ao negócio, seja produzindo, planejando, organizando algo do dia que passou ou algo para o dia seguinte e

algumas relataram que as redes sociais consomem muito do tempo, achados que são confirmados por Alperstedt; *et al.* (2021).

Um destaque pode ser mencionado para algumas situações, como poder conciliar o trabalho com as questões da família, assim como Versiani; Fernanda; *et al.* (2021), em alusão à questão multitarefa da mulher. Também reportaram que recebem apoio da família, e algumas estão levando adiante o negócio que fora iniciado por outra mulher da família – a mãe. E família representa um apoio substancial para o desenvolvimento do negócio.

Quanto aos desafios enfrentados no dia a dia, exteriorizaram alguns pontos como: preconceito vivenciado ou por cliente, ou por fornecedor, ou por amigos próximos. Duas histórias retratam esse cenário de preconceito, como quando um cliente se dirigiu a uma dessas mulheres empreendedoras participante da pesquisa e se recusou a acreditar que seria ela a criadora dos produtos expostos no evento e outro caso é o relato de outra mulher empreendedora que relata que um cliente nunca se dirige a ela, se reportando sempre ao seu esposo, mesmo quando o esposo reforça que é a esposa a empreendedora. Esse cliente faz isso repetidamente, corroborando o patriarcado. Outros casos de preconceito aparecem nas falas, mas não são percebidos ou não são destacados por elas.

Em contraponto, destacaram que não observaram preconceito por parte de agentes financeiros, embora Bolson; De Oliveira; Do Vale (2018) tratem de forma diferente, o que denota uma fortaleza dessas mulheres entrevistadas. Mas reforçaram a importância de obterem o conhecimento, sobre ter a preparação para empreender, da capacitação voltada ao negócio que desenvolvem, assegurado por Bertolami *et al.* (2018). Foi presente nos relatos que, em algumas circunstâncias, faz falta o repertório relacionado ao negócio para demonstrar a competência exercida para gerir.

Para representar a melhoria que tiveram a partir do momento em que se envolveram nos programas e nas redes de apoio, das mulheres entrevistadas, apenas uma (Sonete) não apresentou a necessidade da participação na fase inicial do negócio para decidir empreender, mas fez uso dos serviços do SENAC para organização da empresa. As demais buscaram ou foram convidadas para fazerem parte dos programas e, a partir daí, houve o envolvimento nas redes de apoio e o desenvolvimento do negócio, seja para formalizar, seja para capacitar, para estruturar. Importante destacar que todas as mulheres relataram o quão importantes se sentem

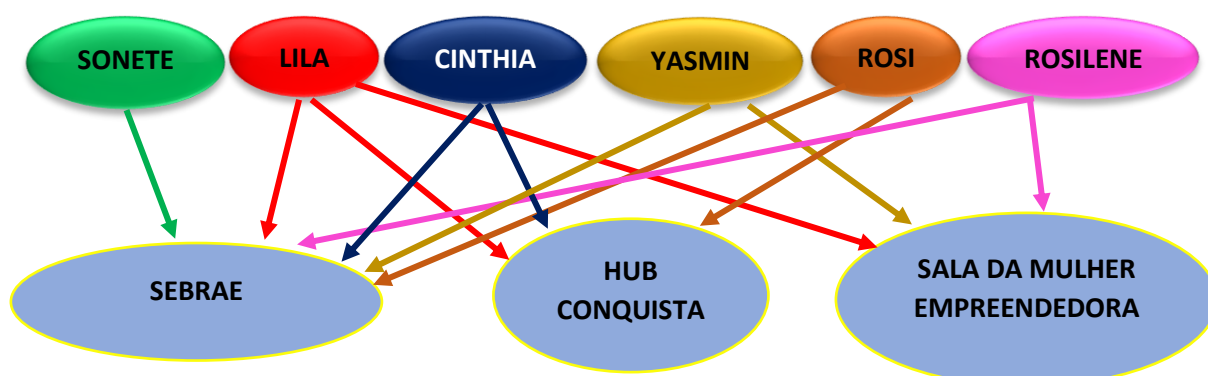
nas redes de que fazem parte e, em destaque, o quanto recebem de atenção quando necessitam de apoio, mais ainda, de como são acolhedoras as redes de apoio. Destacaram que os programas são vitais e que se sentem confortáveis para solicitar atendimento às demandas que ainda não foram disponibilizadas, assegurado pelos relatos de Calderon & Juarez (2016).

A questão da importância da participação dessas mulheres nas redes de apoio pode ser relacionada ao fato de terem relatado que é pelas redes de apoio que podem se relacionar umas com as outras. Afirmado por Hisrich; Peters (2004) assim como para Vale; Corrêa e Reis (2014) que no quesito relacionado ao apoio o mais importante para as mulheres empreendedoras é alguém que sabe como construir uma rede valiosa que permite, por meio de pessoas chave, atingir seus objetivos.

Também ficou demonstrado que existe uma atratividade entre as realidades, ou seja, apoiam-se com mais proximidade de acordo com as situações vivenciadas e sempre buscam apoiar umas às outras, além de fornecer dicas, dando orientações de boas práticas, quando estão passando por alguma situação desafiadora e outros assuntos de cunho pessoal, como questões emocionais de desânimo com o negócio. Nesse sentido, a nucleação ficou expressa pelas mulheres, pois apenas uma delas não participa ativamente nos dias atuais em razão de questões pessoais, mas, mesmo assim, ainda está envolvida em certa medida com as questões o suporte que são disponibilizados pelos programas e pelas redes de apoio. Assim, a definição de nucleação proposta por Tres & Reis (2007) e Reis; et al. (2010) ficou evidente na demonstração que as empreendedoras relataram em suas falas.

Todas as mulheres estão envolvidas com programas do Sebrae; algumas estão presentes na Sala da Mulher Empreendedora, outras estão dentro do Hub Conquista. A mescla se dá em algumas situações, conforme figura abaixo:

Figura 7 – Participação mulheres – redes de apoio



Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2023.

A análise dos dados da pesquisa realizada com as coordenações dos programas que essas mulheres que empreendem fazem parte traz nuances que convergem em alguns momentos para o que foi exposto pelas empreendedoras, mas traz outras informações importantes. Cumpre destacar que, das três coordenadoras convidadas, não foi possível obter o retorno da representante de um programa: SEBRAE. Sendo assim, os dados seguintes são referentes ao Hub Conquista e à Sala da Mulher Empreendedora.

Tabela 5 – Percepção das coordenações dos programas dirigidos às mulheres empreendedoras.

Questão	Respostas comuns
IMPORTÂNCIA DAS REDES PARA AS MULHERES EMPREENDEDORAS	Networking e colaboração
DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES	Falta de suporte e mentoria
RECURSOS/OPORTUNIDADES QUE SÃO ESSENCIAIS PARA MULHERES	Programas de capacitação e desenvolvimento de habilidades / Redes de apoio e networking
BENEFÍCIOS DE PARTICIPAR DE UMA REDE DE APOIO	Compartilhamento de conhecimento e experiência / Networking e parcerias

	estratégicas / Acesso a recursos e oportunidades
ÁREAS EM QUE AS MULHERES EMPREENDEDORAS PODEM SE BENEFICIAR DO APOIO DE UMA REDE	Desenvolvimento de habilidades e capacitação / Visibilidade e oportunidades de exposição
PAPEL DA MENTORIA NO DESENVOLVIMENTO DE MULHERES EMPREENDEDORAS	Desenvolvimento de habilidades e competências / Acesso a recursos e informações
COMO INCENTIVO À COLABORAÇÃO E O COMPARTILHAMENTO DE CONHECIMENTO ENTRE AS MULHERES	Promovendo programas de mentoria / Promovendo parcerias e colaborações
ESTRATÉGIAS QUE VOCÊ RECOMENDA PARA FORTALECER A PRESENÇA E O IMPACTO POSITIVO DAS MULHERES	Networking e parcerias estratégicas / Políticas e incentivos públicos
LIÇÕES MAIS IMPORTANTES QUE VOCÊ APRENDEU AO TRABALHAR COM MULHERES EMPREENDEDORAS	Resiliência / Autorreconhecimento
COMO AS REDES DE APOIO PODEM CONTRIBUIR PARA A CRIAÇÃO DE UM AMBIENTE MAIS INCLUSIVO E DIVERSIFICADO NO SETOR EMPRESARIAL	Oportunidades de aprendizado e capacitação / Influência e defesa de mudanças sistêmicas

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2023.

Do apresentado pela pesquisa realizada com as coordenadoras, cruzando as respostas da pesquisa com as mulheres empreendedoras, a confluência está pontos relevantes como a necessidade e a oportunidade de capacitação, o acesso a mentoria, a importância do *networking*, bem como a existência de colaboração mútua.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em seguida à análise dos dados, apresentam-se as considerações finais oriundas da presente pesquisa.

Retomando o objetivo geral - investigar a importância da nucleação das redes de apoio ao empreendedorismo feminino promovidos pelos programas governamentais, e ainda quanto aos objetivos específicos do estudo, que buscou identificar os principais desafios existentes para empreender; procurou conhecer quais são os meios de acesso às redes de apoio e ainda se propôs a identificar se estão presentes os condicionantes para a efetiva implementação dos programas e das redes de apoio que advêm das políticas públicas frente aos resultados encontrados com a pesquisa realizada com seis mulheres empreendedoras e duas coordenadoras de programas voltados ao empreendedorismo feminino, observou-se que todas as mulheres dão importância significativa do suporte que recebem das redes de apoio e que, para além do apoio “formal”, importam-se também com o fato de estarem dentro da mesma atmosfera. Partilhar os desafios, as dúvidas, os problemas financeiros e emocionais mostram-se como um gerador de fonte de confiança entre elas, pois sabem que não estão sozinhas, como bem afirma Filardi; Barros; Fischmann (2014) que o perfil do empreendedor contemporâneo exige uma afinidade de características, em maior ou menor nível, de acordo com o tipo de negócio.

Os achados revelaram a importância das redes de apoio e da confiança depositada nelas e que se percebe que existe uma relação intrínseca entre os pares, se juntando por afinidades relacionadas ao tipo de negócio, ou ao tipo de desafio, como citado pelas entrevistadas – Lila, Rosi, Rosilene, Cintia e Yasmin.

Concernente aos desafios, foram recorrentes a falta de capacitação específica para o tipo de negócio que exercem, a mentoria direcionada, apoio a recursos diversos – gerencial, emocional, técnico, jurídico, bem abordado nos estudos de Lima, I. E. S (2021), como também para Sousa (2019), que atesta a questão do ponto de vista da gestão empresarial.

Outro ponto que merece destaque é a importância dada ao fato de poderem mudar a estrutura da família para uma condição melhor, o que traz outra questão presente nos resultados, de que a família e parceiras da rede são o maior suporte que recebem para empreenderem. Aqui ficou evidente o quanto a família contribui para os resultados que alcançam diariamente. As entrevistadas ressaltaram que são sempre muito bem aceitas e apoiadas nos programas e nas redes de apoio. Inclui-se o fato de que se sentem parte importante do processo de desenvolvimento do empreendedorismo feminino em razão do empoderamento existente nas redes de apoio, como reforçado pelas participantes Rosi, Rosilene e Cintia.

As mulheres entrevistadas afirmaram que sentem a presença forte dos programas e dos apoios que recebem, embora tenham relatado que poderiam ser ampliados para favorecerem o desenvolvimento do negócio, propiciando a expansão com segurança, como cita Yasmin e Cintia sobre o desejo de exportar seus produtos, mas carecem de apoio jurídico e técnico. Assim, percebem os bons resultados que colhem a partir dos programas e das redes de apoio, afirmando que não conseguem se imaginar sem essas estruturas para a continuidade dos negócios, pois sempre estão se atualizando sobre algo nesses programas e redes de que fazem parte.

5.1 Sugestões para Futuras Pesquisas

Procedente das contribuições da pesquisa, tendo o cenário dos programas de políticas públicas e redes de apoio presentes em Vitória da Conquista – BA, prestam-se algumas sugestões, como:

- a) Treinamento e capacitação – direcionados ao tipo de negócio: treinamento e capacitação em habilidades empresariais, como planejamento financeiro, gerenciamento de equipe e marketing, podem ajudar mulheres empreendedoras a construir e expandir seus negócios com sucesso, mas a carência denotada na pesquisa demonstra que deve haver capacitação para áreas específicas;
- b) Expansão de redes de apoio: redes de apoio, incluindo mentoria, grupos de empreendedoras e organizações não governamentais, pra fornecer orientação, recursos e oportunidades de networking para mulheres empreendedoras;

- c) Políticas públicas: o governo pode desempenhar um papel importante ao criar políticas e programas que apoiem o empreendedorismo feminino, incluindo incentivos fiscais e programas de capacitação;
- d) Desenvolvimento de ações voltadas ao empoderamento da mulher empreendedora: uso de artifícios relacionados à neurociência e à neurolinguística disponibilizados às mulheres como forma de prepará-las emocionalmente para se posicionarem no ambiente dos negócios.

Para o desenvolvimento de futuras pesquisas, é favorável que se busque o levantamento de questões relacionadas às fragilidades vivenciadas diante de momentos de expansão dos negócios; dedicar atenção a um modelo de capacitação que envolva as questões de ordem técnica, emocional, corporal, mental; desenvolver ferramentas que garantam a busca pelo sucesso a longo prazo das empreendedoras: estudar os fatores que motivaram para o sucesso sustentável de seus negócios, incluindo habilidades de liderança, estratégias de gestão, suporte emocional e equilíbrio trabalho-vida pessoal; empreender estudos longitudinais sobre o empreendedorismo feminino: realizar pesquisas longitudinais que acompanham empreendedoras ao longo do tempo, para compreender melhor as trajetórias, os desafios, os fatores críticos de sucesso e os impactos a longo prazo do empreendedorismo feminino; fomentar redes de apoio online: examinar o impacto das redes de apoio online, como comunidades virtuais, fóruns e plataformas de colaboração, na capacitação e no fortalecimento das mulheres empreendedoras;

O empreendedorismo feminino, por ser uma área dinâmica e em crescimento, merece uma atenção contínua da comunidade acadêmica. Ao investigar esses temas sugeridos, os pesquisadores podem contribuir significativamente para a construção de um ambiente de negócios mais inclusivo e equitativo, capacitando mulheres empreendedoras e promovendo o crescimento econômico e social em todo o mundo, além de poder favorecer o quesito empoderamento da mulher na sociedade. Pesquisas sobre empreendedorismo feminino no Brasil podem trazer *insights* valiosos para apoiar e fortalecer o papel das mulheres empreendedoras no País.

Fornecer capacitação técnica, desenvolvimento de liderança e apoio emocional como um modelo abrangente de capacitação para mulheres empreendedoras pode

empoderar as mulheres para se tornarem empreendedoras de sucesso e líderes inspiradoras, contribuindo para uma sociedade mais próspera.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADISA, T. A.; ABDULRAHEEM, I.; ISIAKA, S. B. Patriarchal hegemony: investigating the impact of patriarchy on women's work-life balance. **Gender in Management**, v. 34, n. 1, p. 19-33, 2019.

ADISA, T. A.; COOKE, F. L.; IWOWO, V. Mind your attitude: the impact of patriarchy on women's workplace behaviour. **Career Development International**, v. 25, n. 2, p. 146-164, 2019.

AGRAWAL, A., GANDHI, P.; KHARE, P. Women empowerment through entrepreneurship: case study of a social entrepreneurial intervention in rural India. **International Journal of Organizational Analysis**, DOI:10.1108/IJOA-03-2021-2659, v. 31, 2021. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOA-03-2021-2659/full/html>. Acesso em: 10 mar. 2023.

AHMAD, N.H.; RAMAYAH, T.; WILSON, C.; Kummerow, L. Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? A study of Malaysian SMEs. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 16, n. 3, p. 182-203, 2010.

ALMEIDA, D. R. F. De. Gênero e interseccionalidade nas Políticas Públicas: o programa nacional de documentação da trabalhadora rural. **Fundação Getúlio Vargas (FGV)**, Escola de Administração de Empresas de São Paulo: São Paulo, 2016.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Vivenciadas em Histórias de Vida. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 7., 2014, Goiânia. **Anais**. Goiânia: EGEPE, 2014. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/266.pdf>. Acesso em: 19 out. 2021.

AMARAL, J. J. F. **Como fazer uma pesquisa bibliográfica**. Fortaleza, CE: Universidade Federal do Ceará, 2007. Disponível em: <http://200.17.137.109:8081/xiscanoe/courses-1/mentoring/tutoring/Como%20fazer%20pesquisa%20bibliografica.pdf>. Acesso em: 01 set. 2020.

ANDRADE, S. H. B. *et al.* Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 4, n. 2, 2018. Disponível em: https://files.comunidades.net/robsontavares/6_EMPREENDEDORISMO_FEMINI NO_30_Maio_2018.pdf. Acesso em: 22 set. 2022.

BANDEIRA, L. L. *et al.* As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras. **Revista de Gestão e Secretariado** (Management and Administrative Professional Review), v. 12, n. 3, p. 1-18, 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trads. Lisboa: Edições 70., 2006. (Obra original publicada em 1977).

BAUMOL, W. J.; STROM, R. J. Empreendedorismo e crescimento econômico. **Revista de empreendedorismo estratégico**, v. 1, n. 3-4, p. 233-237, 2007.

- BERNASCONI, O.; ESPINOSA-CRISTIA, J. F. No politics, no society: Questioning the justification of entrepreneurship in Chilean public policies. **Revista de Administração de Empresas**, v. 60, p. 131-143, 2020.
- BERTOLAMI, M. *et al.* Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 3, p. 311-335, 2018.
- BHATIA, S.; SINGH, S. Empoderando mulheres por meio da inclusão financeira: um estudo sobre favelas urbanas. **Vikalpa**, v. 44, n. 4, p. 182-197, 2019.
- BIANCHI, M.; PARISI, V.; SALVADOR, R. Mulheres empreendedoras: Motivações e constrangimentos. Um estudo regional italiano. **Jornal Internacional de Gênero e Empreendedorismo**, 2016.
- BOLSON, S. B.; DE OLIVEIRA, L. M. P.; DO VALE, M. P. Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 3, n. 02, p. 84-102, 2018.
- BOSMA, N. *et al.* Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020. **Global Report**. London: GERA, 2020.
- BOSMA, N. *et al.* Instituições, empreendedorismo e crescimento econômico na Europa. **Economia para Pequenas Empresas**, v. 51, p. 483-499, 2018.
- BREEN, R. H.; LEUNG, A. Choosing mothering and entrepreneurship: a relational career-life process. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.12, n.3, p. 253-271, 2020.
- BRUSH, C.; GREENE, P. Acabar com a diferença de gênero nos negócios Empreendedorismo: uma nova perspectiva sobre políticas e práticas. *In: Livro Branco preparado para a Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico*. Paris: OCDE, 2016.
- BRUSH, C. *et al.* Um olhar de gênero sobre os ecossistemas de empreendedorismo. **Small Bus Econ**, 53, p. 393–408, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9992-9>. Acesso em: 18 maio 2023.
- BRUSH, C. *et al.* The Influence of Human Capital Factors and Context on Women's Entrepreneurship: Which Matters More? **Journal of Business Venturing Insights**, 8, p. 105–113, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.001>. Acesso em: 18 maio 2023.
- BUI, H. T. M.; ALUA K.; TUAN, T. C. Female Entrepreneurship in Patriarchal Society: Motivation and Challenges. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 30, n. 4, p. 325–43, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1435841>. Acesso em: 18 maio 2023.
- CACCIOTTI, G. *et al.* A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 31, n.3, p. 302-325, 2016.
- CALDERON, G.; IACOVONE, L.; JUAREZ, L. Opportunity vs necessity: Understanding the heterogeneity of female micro-entrepreneurs. **The World Bank of Economic Review**, 30(1), p. 86-96, 2016. Disponível em:

<https://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/1813-9450-7636>. Acesso em: 20 maio 2023.

CAMARGO, B. V. ALCESTE: Um programa informático de análise quantitativa de dados textuais. *In*: MOREIRA, A. S. P.; CAMARGO, B. V.; JESUÍNO, J. C.; NÓBREGA, S. M. (Eds.) **Perspectivas teórico-metodológicas em representações sociais**, João Pessoa: Editora da UFPB, p. 511-539, 2005.

CAMARGO, B. V.; & JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, n. 21, p. 513-518, 2013.

CAMARGO, R. A. M. M.; LOURENÇO, M. L.; FERREIRA, J. M. Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos? **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, p. 178–193, abr., 2018.

CAPELLERAS, J. L. *et al.* Unemployment and growth aspirations: The moderating role of education. **Strategic Change**, v. 25, n. 2, p. 171-185, 2016.

CARLOTO, C. M.; Nogueira, B. W. F. Família, gênero e proteção social. **Revista em Pauta**, v. 16, n. 42, p.49-64, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/rep.2018.39407>. Acesso em: 10 maio 2023.

CARMO, N. C. *et al.* Empreendedorismo social no enfrentamento econômico da Covid-19. **Revista Gestão Organizacional**, v. 14, n. 1, p. 316-332, 2021.

CASAGRANDE, J. L. *et al.* Empoderamento no programa “mulheres sim” do IFSC. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 3, p. 30-50, 2018.

CAVADA C. *et al.* Cultural Foundations of Female Entrepreneurship in Mexico: Challenges and Opportunities. **Nase gospodarstvo/Our economy**, v. 64, n. 1, p. 28-40, 2018.

CERIBELI, H. B.; DA SILVA, E. R. Interrupção voluntária da carreira em prol da maternidade. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 11, n. 5, p. 116-139, 2017.

COLBARI, A. A análise de conteúdo e a pesquisa empírica qualitativa. *In*: SOUZA, Eloisio Moulin de. **Metodologias e análíticas qualitativas em pesquisa organizacional**: uma abordagem teórico-conceitual. Souza. Vitória: EDUFES. p. 296, 2014.

CORDOVA, D. **Creating the environment for entrepreneurial success**. Center for International Private Enterprise, 2013. Disponível em: <https://www.connectedpapers.com/>. Acesso em: 21 jun. 2023.

CRESWELL, J. W. **Research design: qualitative & quantitative approaches**. London: Sage, 1994.

CRESWELL, J. W. Mapeando o cenário em desenvolvimento da pesquisa de métodos mistos. **SAGE: Manual de Métodos Mistos em Pesquisa Social e Comportamental**, v. 2, p. 45-68, 2010.

DA SILVA, J. S. *et al.* Empreendedorismo feminino no Brasil: teorias, políticas e tendências. **Cadernos de gestão e empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 30-46, 2018.

- DA SILVA, M. S.; LASSO, S. V.; MAINARDES, E. W. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **Handbook of qualitative research**. 2nd. Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.
- DE OLIVEIRA RODRIGUES, C.; LOPES, M. L. B.; DOS SANTOS, M. A. S. Empreendedorismo feminino e agrícola: uma revisão sistemática da literatura. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, v. 11, n. 3, 2022. DOI: e42111326741-e42111326741.
- DHEER, R. J. S.; LI, M.; TREVIÑO, L. J. Uma abordagem integrativa para a diferença de gênero no empreendedorismo entre as nações. **Journal of World Business**, v. 54, n. 6, p. 101004, 2019.
- DILLI, S.; WESTERHUIS, G. How Institutions and Gender Differences in Education Shape Entrepreneurial Activity: A Cross-National Perspective. **Small Business Economics**, v. 51, n. 2, p. 371–92, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0004-x>. Acesso em: 09 maio 2023.
- DRUCKER, P. F. Gerenciando a si mesmo (HBR clássico). **Harvard Business Review**, v. 100, p. 0017-8012, 2005.
- DUARTE, A. P. **A importância do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho brasileiro**. 2018. Monografia (Graduação) - Faculdade Anhanguera: Pelotas, 2018.
- ESTEVANS, G. Coronavírus e o impacto nos negócios de mulheres empreendedoras. **Hypiness**, 2020. Disponível em: www.ypiness.com.br/2020/04/coronavirus-e-o-impacto-nos-negocios-das-mulheres-empendedoras. Acesso em: 12 jul. 2020.
- FERRARI, R. **O empoderamento da mulher**. Disponível em: <http://www.fap.sc.gov.br/noticias/empoderamento.pdf>. Acesso em: 24 maio 2023.
- FERREIRA, A. P. G. W. **Projeto mão na massa**. Disponível em: <https://www.projetoaonamassa.org.br>. Acesso em: 20 jul. 2022
- FERREIRA, S. R. R. **Empreendedorismo Feminino no Brasil: Uma análise a partir de dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**. 2017. 26 f. Disponível em: <https://fatece.edu.br/arquivos/arquivosrevistas/empreendedorismo/volume6/12.pdf>. Acesso em: 09 mai. 2023.
- FIGUEIREDO, M. D.; MESQUITA, R. F. A norma masculina do empreendedorismo e as possibilidades de emancipação feminina. In: VIEIRA, A.; CARRIERI, A.; P. (Org.). **Gênero e saúde na dinâmica do trabalho: a saúde da mulher em foco**. 1. ed. Curitiba: Juruá, p. 177-198, 2016.
- FILLION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas RAE**. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, v. 39, n. 4. Out/dez, p. 6-20, 1999.

- FILLION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. RAUSP. **Revista de Administração**, Univ. São Paulo, v. 34, n. 2, Abr/jun, p. 5-28, 1999b.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- FOSS, L. *et al.* Women's Entrepreneurship Policy Research: A 30-Year Review of the Evidence. **Small Business Economics**, v. 53, n. 2, p.409–29, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9993-8>. Acesso em: 20 jul. 2021.
- FREIXO, M. J. V. **Metodologia Científica: fundamentos, métodos e técnicas**. 2. ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2010.
- GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2016**. Curitiba, 2017.
- Global Reports**. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 15 maio 2023.
- GHIGLIONE, R.; MATALON, B. **O Inquérito: Teoria e Prática**. Oeiras: Celta Editora, 1993.
- . **O Inquérito: Teoria e Prática**. 3. ed. Oeiras: Celta Editora, 1997.
- GIAZITZOGLU, A.; DOWN, S. Performing entrepreneurial masculinity: An ethnographic account. **International small business journal**, v. 35, n. 1, p. 40-60, 2017.
- GIL, A. C.. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1987.
- . **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- . **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.
- GOMES, A. F. *et al.* Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 16, p. 319-342, 2014.
- GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P. Empreendedorismo feminino: o estado-da-arte. **ENANPAD-Encontro Nacional da ANPAD**, v. 33, 2009.
- GUPTA, M. Role of NGOs in women empowerment: case studies from Uttarakhand, India. **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, v. 15, n. 1, p. 26-41, 2021. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEC-04-2020-0066/full/html>. Acesso em: 17 fev. 2022.
- GUPTA, N. ; MIRCHANDANI, A. Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. **Management Decision**, v. 56, n. 1, p. 219- 232, 2018.
- GUZMAN, J.; KACPERCZYK, A. O. Diferença de gênero no empreendedorismo. **Política de Pesquisa**, v. 48, n. 7, p. 1666-1680, 2019.

HAPSARI, N. R.; SOEDITIANINGRUM, N. Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review. **E3S Web of Conferences**, EDP Sciences, v. 73, 11018, doi: 10.1051/e3sconf/20187311018, 2018.

HERMINDA, P. M. V.; ARAÚJO, I. E. M.. Elaboração e validação do instrumento de enfermagem. **Revista Brasileira de Enfermagem**. Brasília, v, 59, n .3, p. 314-320, maio-jun., 2006.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOLLOWAY, K.; NIAZI, Z.; ROUSE, R. IPA feminino empoderamento econômico por meio da inclusão financeira: uma revisão das evidências existentes e das lacunas de conhecimento remanescentes. **Inovações para Ação contra a Pobreza**, New Haven, CT, 2017.

HUSSAIN, N.; RIGONI, U.; ORIJ, R. P. Corporate Governance and Sustainability Performance: Analysis of Triple Bottom Line Performance. **Journal of Business Ethics**, v. 149, n. 2, 2018.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 18 maio 2023.

. **Main Results**. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/en/statistics/social/labor/2866-np-continuous-national-household-sample-survey/31241-pnadc-pnadc4-en.html>. Acesso em: 10 maio 2023.

. **PNAD Contínua TIC 2019**: internet chega a 82,7% dos domicílios do país.

Disponível em: [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30521-pnad-continua-tic-2019-internet-chega-a-82-7-dos-domicilios-do-pais#:~:text=Em%202019%2C%20entre%20as%20183,estudantes%20\(75%2C8%25\)](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30521-pnad-continua-tic-2019-internet-chega-a-82-7-dos-domicilios-do-pais#:~:text=Em%202019%2C%20entre%20as%20183,estudantes%20(75%2C8%25).). Acesso em: 20 maio 2023.

. **PNAD ILOSTAT**, 2021. Disponível em:

<https://www.ilo.org/surveyLib/index.php/catalog/6411>. Acesso em: 10 maio 2023.

IFEKWEM, N.E. Política governamental e o crescimento da pequena e média empresa no estado de Lagos. **Pacífico Revista de Ciência e Tecnologia**, v. 20, n. 1, p. 201–221, 2019.

INSTITUTO MEIO. Desenvolvimento sustentável. **Fomento ao empreendedorismo**. 2016. Disponível em: <http://institutomeio.org/wordpress/fomento-ao-empreendedorismo/>. Acesso em: 29 maio 2023.

ISENBERG, D. J. Worthless, Impossible and Stupid: How Contrarian Entrepreneurs Create and Capture Extraordinary Value. **Harvard Review Business Press**, 2013.

JAEGER, B. C.; BASTOS, I. M.. O Nation Branding nas Relações Internacionais: O caso da Nigéria. **Revista Brasileira de Estudos Africanos**, v. 6, n. 12, 2021.

JANSSEN, N. **A importância do empreendedorismo para o crescimento econômico e suas barreiras no Brasil**. [s.l.]: [s.n.], 2020.

JOHNSON, B. **Examining the validity structure of qualitative research**. Education Winter, 1997.

JESUS, D. S. V. de. Criando, Inovando e Excluindo: Gênero e Poder na Economia Criativa. *In: ANAIS DO XII COLÓQUIO NACIONAL*, Representações de Gênero e Sexualidades (CONAGES), n.1, ISSN: 2177-4781, 2016.

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

KRUGER, C.; BÜRGER, RE; MINELLO, IF O Papel Moderador da Educação Empreendedora Diante da Intenção Empreendedora. **Revista Economia & Gestão**, v. 19, n. 52, p. 61-81, 2019.

LIMA, E.; NELSON, R.; LOPES, R. M. A. Inesperadas sinergias e o sub-ótimo: bricolagem e efetuação no empreendedorismo de estilo de vida. *In: ANAIS DO EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2020.

LIMA, I. E. S.; NOUR, A. D. A.; ALBUQUERQUE, H. M. O índice de mortalidade das startups brasileiras e a necessidade de políticas públicas para o ecossistema empreendedor. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v.12, n.1, p.147-157, doi: <http://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2021.001.0012>, 2021.

LIMA, V. M. R.; RAMOS, M. G. Percepções de interdisciplinaridade de professores de Ciências e Matemática: um exercício de Análise Textual Discursiva. **Revista Lusófona de Educação**, n. 36, p.163-177, 2017.

LOIOLA, E. *et al.* Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016.

MACHADO, H. P. V.; SEBASTIÃO GAZOLA, J. S. F.; ANEZ, M. E. M. Women Entrepreneurs: Reasons and Difficulties for Starting in Business. **RAM - Revista de Administração Mackenzie**, v. 17, n. 3, p. 15–38, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n3p15-38>. Acesso em: 18 ago. 2022.

MAROUFKHANI, P.; WAGNER, R.; WAN ISMAIL, W. K. Ecosistemas empreendedores: uma revisão sistemática. **Jornal de Comunidades Empreendedoras: Pessoas e Lugares na Economia Global**, v. 12, n. 4, p. 545-564, 2018.

MARTILLA, T. Neoliberalism, Knowledge-Based Economy and Metaphorization of the Entrepreneur to the Subject of Creativity. *In: CAHILL, D. et al. (Eds.) THE SAGE HANDBOOK OF NEOLIBERALISM*, chp, n. 42, London, UK: Sage, 2018.

MATHEW, V. Women Entrepreneurship in Gulf Region: Challenges and Strategies. *In: GCC. INTERNATIONAL JOURNAL OF ASIAN BUSINESS AND INFORMATION MANAGEMENT (IJABIM)*, v. 10, n. 1, p. 94-108, 2019.

MAŽUOLIENĖ, J. Moterų Antreprenerystės Formavimasis Lyčių Lygybės Politikos Kontekste. **Public Policy and Administration**, v. 19, n. 1, p.139–49, 2020.

MEIHY, J. C. S. B. **Entre Franco y Perón**. *História Oral*, v. 5, 2002.

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

MICOZZI, A.; LUCARELLI, C. Heterogeneidade na intenção empreendedora: o papel do gênero nos países. **Jornal Internacional de Gênero e Empreendedorismo**, 2016.

MONTEIRO, R.; FREITAS, V.; DANIEL, F. Condições de trabalho num universo profissional feminizado. **Estudos Feministas**, v. 26, n. 2, p. 1-19, 2017.

MONTEITH, Guilherme; CAMFIELD, Laura. Negócios como família, família como negócios: empreendedorismo feminino em Kampala, Uganda, **Geoforum**, v. 101, p. 111-121, 2019.

MORGAN, J.; SISAK, D. Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. **Journal of Business Venturing**, v. 31, n. 1, p. 1-21, 2016.

MORSE, J. M. *et al.* Verification strategies for establishing reliability and validity in qualitative research, v. 1, n. 2, 2002.

MOTA-SANTOS, C. *et al.* Reforçando a Contribuição Social de Gênero: A Servidora Pública Qualificada versus a Executiva. **Revista de Administração Pública**, v. 53, n. 1, p. 101-123, 2019.

NASSIF, V. M. J. *et al.* **Comportamentos de superação de mulheres empreendedoras que vivenciam situações de ameaças em seus negócios: um estudo descritivo e exploratório**, 2018.

NASSIF, V. M. J.; GHOBRI, A. N.; DO AMARAL, D. J. Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. **Pensamento & Realidade**, v. 24, n. 1, 2009.

NELSON, R.; LIMA, E. Effectuations, bricolagem social e causalidade na resposta a um desastre natural. **Economia para Pequenas Empresas**, v. 54, p. 721-750, 2020.

NOOR, S.; ISA, F. M.; NOR, L. M. Women Empowerment Through Women Entrepreneurship: A Comparison Between Women Entrepreneurs and Fulltime Housewife in Pakistan. **Iranian Journal of Management Studies**, v.14, n. 2, 2021. Disponível em:

<https://link.gale.com/apps/doc/A656362190/AONE?u=anon~7451d78d&sid=googleScholar&xid=33cc32a6>. Acesso em: 17 fev. 2022.

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development. **Policy Brief on Women's Entrepreneurship**, 2017.

OIT. Organização Internacional do Trabalho. **OIT: desemprego e déficits de trabalho decente continuarão altos em 2018**. Disponível em: https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_615927/lang--pt/index.htm. Acesso em: 28 maio 2023.

OLIVEIRA, I. C.. Processo de Envelhecimento Brasileiro, Racismo e Gênero: aproximações necessárias. *In: Anais do XVI Encontro Nacional de Pesquisadores em Serviço Social*. ABEPSS, Vitória – ES, 2018.

- OLIVEIRA, J. K. *et al.* Participação Feminina na Economia Criativa. *In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON TECHNOLOGICAL INNOVATION* (9. ISTI), Aracaju -SE, set, 2018.
- PAIVA JÚNIOR, F. G.; LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e Confiabilidade na pesquisa qualitativa em Administração. **Revista de Ciências da Administração**, Universidade Federal de Santa Catarina, v. 13, n. 31, 2011.
- PATTERSON, L.; BRANDON, W. Review of Korean Workplace Gender Policy Literature from 1989 to 2014. **Asia Pacific Business Review**, v. 23, n. 5, p. 713–33, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13602381.2016.1214365>. Acesso em: 18 ago. 2022.
- PÉREZ, C. P.; HERNÁNDEZ, M. A. Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements. **Suma de Negócios**, v. 7, n. 15, p. 25-31, 2016. Disponível em: doi 10.1016/j.sumneg.2015.12.004. Acesso em: 18 ago. 2022.
- QUIAN, S.; MIAO, C. How perception, knowledge, and cultural values influence entrepreneurs' fear: a multi-level investigation. **Academy of Entrepreneurship Journal**, v. 22, n. 2, p. 29-38, 2016.
- QUIÑONES, P. G. Female entrepreneurs: adding a new perspective to economic growth. Madrid: Fundación Rafael del Pino. **Pridobljeno**, v. 14, n. 9, p. 136, 2016. Disponível em: <https://frdelpino.es/investigacion/wp-content/uploads/2020/02/FEMALE.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2020.
- RAMOS, K. S.; VALDISSER, C. R. Das dificuldades ao sucesso: os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. **Revista Gestão, Tecnologia e Ciências (GETEC)**, 8(20), 2019.
- RATINAUD, P. **IRAMUTEQ**: Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires - 0.7 alpha 2. 2014. Disponível em: <http://www.iramuteq.org>. Acesso em: 25 maio 2023.
- REIS, A.; BECHARA, F. C.; TRES, D. R.. A Nucleação na restauração ecológica de ecossistemas tropicais. **Scientia Agricola**, v. 67, n. 2, p. 244-250, 2010.
- REM. REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Pesquisa da Rede Mulher Empreendedora avança com dados que comparam negócios de mulheres e homens**. 2019. Disponível em: <https://rme.net.br/2019/09/23/pesquisa-da-redemulher-empreendedora-avanca-com-dados-que-comparam-negocios-demulheres-e-homens/>. Acesso em: 25 maio 2020.
- ROBIN, C. F.; ASTORGA, P. S.; MARTÍNEZ, D. Y Entrepreneurial constraints on women in chile: an empirical approach". **Dimensión Empresarial**, v. 15, n. 2, p. 57-72, 2017. Disponível em: 10.15665/rde.v15i2.969. Acesso em: 29 maio 2023.
- RODRIGUES, A. S. M. *et al.* Fatores Críticos Relacionados ao Empreendedorismo Feminino. **Espacio Abierto: Cuaderno Venezolano de Sociología**, v. 30, n. 1, p. 75-96, 2021.
- RUDHUMBU, N.; DU PLESSIS, E. E.; MAPHOSA, C. Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: revisiting the role of entrepreneurship education. **Journal of International Education in Business**, v. 13, n. 2, p. 183-201, doi: <https://doi.org/10.1108/JIEB-12-2019-0058>, 2020. Disponível em:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIEB-12-2019-0058/full/html>
Acesso em: 17 fev. 2022.

RUIZ, J. A. **Metodologia Científica**: guia para eficiência nos estudos. São Paulo: Atlas, 2009; 2013. Disponível em:
https://www.academia.edu/26729600/Metodologia_Cient%C3%ADfica_guia_para_efici%C3%A2ncia_nos_estudos. Acesso: 03 de set. 2020.

SALLES, T. M. A. R. **A inserção da mulher no mercado de trabalho: emancipação ou precarização?** PUC. Dissertação (Mestrado em Geografia e Meio Ambiente) Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2018.

SAMUEL, L. O Contributo do Empreendedorismo Feminino no Empoderamento Socioeconómico da Mulher, estudo de caso (Pemba, Moçambique). **Revista Electrónica de Investigação e Desenvolvimento**, n. 2, 2014

SAMPIERI, R., COLLADO, C.; LUCIO, M. **Definições dos enfoques quantitativo e qualitativo, suas semelhanças e diferenças**. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, F. O. *et al.* Empreendedorismo Feminino Sob a Perspectiva da Estratégia como Prática e Teoria Institucional. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 12, n. 3, p. 511-527, 2020.

SANTOS, H.C.O.; PINHEIRO, M.E. D.; SOUSA, W. D. O. O perfil socioeconômico das empreendedoras da cidade de Juazeiro-Bahia. **Revista Expansão Acadêmica**, ano 1, n. 1, jul./dez. 2022. Disponível em: <http://www.expansaoacademica.com/wp-content/uploads/2015/10/02-Artigo-2-pg-23-a-43.pdf>. Acesso em: 19 set. 2019.

SCHUMPETER, J. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. *In*: SCHUMPETER, J. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. **Evento SEBRAE Delas 2022**. Disponível em:
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=2022>. Acesso em: 26/05/2023.

. **Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas**. Disponível em:
https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario_Mulheres_Trabalhadoras.pdf. Acesso em: 15 maio 2023.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. **Métodos de pesquisas nas relações sociais**. 4. ed. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1987.

SEVERINI, F. *et al.* Gender Policy and Female Employment: A CGE Model for Italy. **Economic Systems Research**, v. 31, n. 1, p.92–113, 2019. Disponível em:
<https://doi.org/10.1080/09535314.2018.1431612>. Acesso em: 20 maio 2023.

SILVA, J. V. A. A relação trabalho e família de mulheres empreendedoras. **Revista Perspectivas Contemporâneas**, Campo Mourão, v. 1, n. 1, jan./jul., 2006.

SILVA, J. V. *et al.* Empreendedorismo feminino e o mercado de trabalho: O perfil da mulher empreendedora em Araguaína-To. **J Business Techn**, v. 10, n. 2, p. 64-89, 2019.

- SILVA, M. E.; CÂNDIDO, G. A. O papel das empresas para o consumo sustentável: uma proposta teórica de categorias e parâmetros de análise. **Anais do XXV Simpósio**, São Paulo, 2012.
- SILVA, P. M. M. *et al.* Resiliência no Empreendedorismo Feminino. *Gestão e Sociedade*, v. 13, n. 34, p. 2629-2649, 2019.
- SILVA, S. I. C. C.. **Mudança e transformação organizacional numa empresa portuguesa no sector das tecnologias de informação**. [s.l.]: [s.n.], 2018.
- SIMS, R.; BREEN, J.; ALI, S. Small Business Support: Dealing with the Impediments to Growth. **Journal of Enterprising Culture**, v. 10, n. 4, p. 241, 2002.
- SINGH, S.; DASH, B. M. Discriminação de gênero no acesso a financiamento por empresas pertencentes a mulheres: uma revisão. **Journal of International Women's Studies**, v. 22, n. 9, p. 381-399, 2021.
- SOUSA, M. A importância das incubadoras de empresas para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil. **Revista Gestão em foco**, v. 11, p. 1-10, 2019.
- Souza, C.G. **“Mulher” de negócios no discurso do empreendedorismo: a liberdade em condições de subalternidade**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2019.
- SPIGEL, B. The relational organization of entrepreneurial ecosystems. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 41, n. 1, p. 49-72, 2017.
- SPM. Secretaria de Políticas para as Mulheres. **Políticas Públicas para as Mulheres**. Disponível em: https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/politicas-para-mulheres/arquivo/sobre/publicacoes/publicacoes/2012/politicas_publicas_mulheres. Acesso em: 10 maio 2023.
- STAM, E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. **European Planning Studies**, v. 23, n. 9, p. 1759-1769, 2015.
- SUEIRO, S. G. S. **O patriarcado como barreira no desenvolvimento do empreendedorismo feminino**, 2021.
- TEARE, G.; DESMOND, N. O primeiro estudo abrangente sobre mulheres em capital de risco e seu impacto sobre as fundadoras. **Techcrunch**, 2016.
- TEIXEIRA, C. M. *et al.* Empreendedorismo Feminino. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 151-171, 2021.
- TEIXEIRA, D. M.; JUNIOR, C. V. B.; DE ALMEIDA, M. I. S. A Relação das Políticas de Gênero na Criação de Empresas por Mulheres. *In: XLV ENCONTRO DA ANPAD – EnANPAD*, 2021.
- TEIXEIRA, R. M.; BONFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n.1, p.44-64, 2016.

- TRES, D.R.I *et al.*. Banco e Chuva de Sementes como Indicadores para a Restauração Ecológica de Matas Ciliares. **Revista Brasileira de Biociências**, v.5, 2007.
- VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; Reis, R. F.. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista De Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311–327, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>. Acesso em: 12 maio 2021.
- VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.
- VERSIANI, F. *et al.* Consequências (não) premeditadas do empreendedorismo para a mulher. **Revista de Administração FACES Journal**, 2021.
- VIEIRA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; RIBEIRO, P. R. O Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração: um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. **Revista de Administração da UFSM**, v. 4, n. 2, p. 288-301, 2011.
- VILLASECA, D.; NAVARRO-MARCO, J.; GIMENO, R. Money for Female Entrepreneurs Does Not Grow on Trees: Start-Ups' Financing Implications in Times of COVID-19. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0172>. Acesso em: 08 out. 2022.
- WELSH, D. H. B.; MEMILI, E.; KACIAK, E. An empirical analysis of the impact of family moral support on Turkish women entrepreneurs. **Journal of Innovation & Knowledge**, v. 1, n. 1, p. 3-12, 2016.
- WENTZEL, M. Maior participação feminina traria R\$ 382 bilhões à economia brasileira até 2025. **OIT BBC-Brasil**, Basileia-Suíça, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40281756>. Acesso em: 15 jan. 2023.
- WU, J., Li, Y.; ZHANG, D. Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v.15, n.3, 2019, p.905–928. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z>. Acesso em: 15 fev. 2020.
- XHENETI, M.; KARKI, S. T.; MADDEN, A. Negociando demandas empresariais e familiares dentro de uma sociedade patriarcal - o caso de mulheres empreendedoras no contexto nepalês. **Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional**, v. 31, n. 3-4, p. 259-278, 2019.
- YUNIS, S. M.; HASHIM, H.; ANDERSON, A. R. Enablers and Constraints of Female Entrepreneurship in Khyber Pukhtunkhawa, Pakistan: Institutional and Feminist Perspectives. **Sustainability**, v. 11, n. 1, p. 1-20, 2019. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/1/27/htm>. Acesso em: 27 maio 2022.
- ZIKMUND, WG. **Métodos de pesquisa empresarial**. Fort Worth, Texas: Dryden, 2000.

ZHAO K.; WANG L. Internal Relationship and Impact Path Between Innovation and Entrepreneurship: Based on China's High-tech Industry. **Regional Economic Development Research**, v.1, n.2, p.15-32, 2020.

APÊNDICE A – Roteiro de Entrevistas com Mulheres Empreendedoras

ID Empreendedora	E 01/06
------------------	---------

Perfil da Entrevistada:

a. Nome ou ID:

b. Idade: _____ c. Estado civil: _____

d. Tem filhos? Sim Não

Se sim, qual a Idade dos filhos:

e. Cônjuge: Sim Não

g. Se sim, desde quando estão juntos? _____

f. Formação escolar: _____

Características do Negócio

h. Área de atividade:

i. Quando começou com o negócio? ____/____/____

j. Tem empregados: Sim Não

h. Se sim, quantos homens? ____

Quantas mulheres? _____

k. Horas de trabalho por semana: _____

EMPREENDEDORISMO FEMININO / MOTIVAÇÃO

1 Em que momento da sua história você tomou a decisão de empreender?

2) Já tinha tido alguma experiência antes de iniciar este negócio que colaborou para as atividades empresariais? Se sim, fale como foi.

3) Como você se sente preparada para empreender? ([capacitação](#) / [segurança](#))

4) Como você se vê como mulher empreendedora? ([empoderamento](#))

DIFICULDADES / DESAFIOS

1) Quais são os principais desafios que você tem no dia a dia como mulher empreendedora?

2) Em algum momento você já pediu dinheiro emprestado para o seu negócio? Se sim, para quem foi?

3) Por que precisou deste dinheiro?

4) Teve dificuldade para conseguir esse dinheiro?

5) Como superou essa situação?

6) A sua rotina de trabalho impacta o seu convívio familiar?

Sim Não

Se sim, de que forma?

7) Descreva uma situação difícil (preconceito/discriminação por parte de fornecedores, clientes, familiares ou empregados) que você passou com o seu negócio pelo fato de ser mulher.

8) Você tem o hábito de pedir ajuda para o seu negócio? Se sim, de quem? Para que tipo de situação você pede ajuda?

10) Como você lida com os desafios do empreendedorismo? Explicar as ações/estratégias utilizadas.

11) Você recebeu ou recebe apoio de seus familiares e amigos (as) para que você se dedique ao negócio?

POLÍTICAS PÚBLICAS / REDE DE APOIO

1) Qual (ais) programa de políticas públicas (s) você participa?

2) Como iniciou a participação neste(s) programa(s)?

3) Há quanto tempo faz parte do (s) programa(s)?

4) Teve alguma dificuldade para participar?

5) Se for mais de um programa, qual o que melhor atende atualmente? Por que?

6) Que tipo de apoio você recebe do programa que participa? (Em caso de estar em mais de um programa)

Programa de Políticas Públicas "A"	Programa de Políticas Públicas "B"	Programa de Políticas Públicas "C"
<input type="checkbox"/> Gestão financeira	<input type="checkbox"/> Gestão financeira	<input type="checkbox"/> Gestão financeira
<input type="checkbox"/> Empréstimo – acesso à linhas de crédito	<input type="checkbox"/> Empréstimo – acesso à linhas de crédito	<input type="checkbox"/> Empréstimo – acesso à linhas de crédito
<input type="checkbox"/> Gestão de funcionários	<input type="checkbox"/> Gestão de funcionários	<input type="checkbox"/> Gestão de funcionários
<input type="checkbox"/> Questões legais	<input type="checkbox"/> Questões legais	<input type="checkbox"/> Questões legais
<input type="checkbox"/> Orientações para o negócio	<input type="checkbox"/> Orientações para o negócio	<input type="checkbox"/> Orientações para o negócio
<input type="checkbox"/> Treinamentos direcionados para o meu negócio	<input type="checkbox"/> Treinamentos direcionados para o meu negócio	<input type="checkbox"/> Treinamentos direcionados para o meu negócio
<input type="checkbox"/> Divulgação do negócio	<input type="checkbox"/> Divulgação do negócio	<input type="checkbox"/> Divulgação do negócio
<input type="checkbox"/> Acesso às informações sobre mercado	<input type="checkbox"/> Acesso às informações sobre mercado	<input type="checkbox"/> Acesso às informações sobre mercado
<input type="checkbox"/> Contato com outras mulheres	<input type="checkbox"/> Contato com outras mulheres	<input type="checkbox"/> Contato com outras mulheres
<input type="checkbox"/> Bons exemplos de mulheres que conseguem ter sucesso nos negócios	<input type="checkbox"/> Bons exemplos de mulheres que conseguem ter sucesso nos negócios	<input type="checkbox"/> Bons exemplos de mulheres que conseguem ter sucesso nos negócios
<input type="checkbox"/> Outro (s) Quais?	<input type="checkbox"/> Outro (s) Quais?	<input type="checkbox"/> Outro (s) Quais?

7) Como você se relaciona com as outras mulheres empreendedoras que participam do (s) programa (s) (X) que você faz parte?

Programa "A"

Programa "B"

Programa "C"

8) Como essas mulheres contribuem com você e seu negócio?

9) O (s) programa (s) que você faz parte atende (m) às necessidades do seu negócio para você, empreendedora?

10) Em qual situação você buscou ajuda do (s) programa (s) e não conseguiu esse apoio?

11) Quais são as situações que você tem bons resultados e que não depende do (s) programa (s) que você faz parte?

12) Você faz parte de alguma rede de apoio (grupos de mulheres que se apoiam de alguma forma nos negócios)?

Sim Não

13) Se sim, qual ou quais as melhores ações que a rede apresenta para você como mulher empreendedora?

14) O que mudou para você depois que começou a participar da(s) rede(s)?

15) Do que você sente falta atualmente que ainda não é oferecido para você na rede de apoio que participa?

16) O que você pretende fazer com o seu negócio nos próximos anos?

17) Qual ou quais são as principais necessidades que você identifica no seu negócio atualmente?

18) Em algum momento você se sente desanimada no negócio? Se sim, por que?

19) Como a (s) rede (s) ajuda (m) você quando se sente desanimada com o seu negócio?

APÊNDICE B – Questionário – Redes de Apoio – Coordenadoras de Redes de Apoio - <https://forms.gle/tQihF6LSWfAx5zBVA>

Roteiro de perguntas para o questionário a ser aplicado às mulheres que coordenam as redes de apoio para mulheres empreendedoras

Qual o nome da Rede de Apoio que você está à frente?

Você pode marcar uma, duas ou três opções de resposta por cada pergunta.

1. Você percebe a importância de redes de apoio para mulheres empreendedoras como:
 - Suporte emocional
 - Acesso a recursos e conhecimentos
 - Networking e colaboração
 - Mentoria e orientação
 - Fortalecimento da confiança e autonomia
 - Defesa de interesses e as necessidades das mulheres empreendedoras junto ao governo, instituições e outras partes interessadas.
2. Dos principais desafios que as mulheres empreendedoras enfrentam atualmente, como as redes de apoio podem ajudar a superá-los?
 - Acesso a financiamento
 - Barreiras culturais e estereótipos de gênero
 - Falta de suporte e mentoria
 - Desafios na conciliação entre trabalho e vida pessoal
 - Acesso a oportunidades e redes de contatos
3. Quais recursos/oportunidades são essenciais para apoiar o crescimento/sucesso das mulheres empreendedoras?
 - Acesso a financiamento
 - Programas de capacitação e desenvolvimento de habilidades
 - Mentoria e orientação
 - Redes de apoio e networking
 - Acesso a mercados e contratos públicos
 - Apoio emocional e encorajamento
4. Quais dessas estratégias você acredita que são mais eficazes para promover a igualdade de gênero no empreendedorismo?
 - Educação e conscientização
 - Acesso igualitário a oportunidades e recursos
 - Políticas de equidade salarial
 - Mentoria e rede de apoio
 - Promoção da conciliação entre trabalho e vida pessoal
 - Liderança inclusiva
 - Monitoramento e relatório de dados
5. Da lista abaixo, quais são os benefícios de participar de uma rede de apoio para mulheres empreendedoras?
 - Suporte emocional
 - Compartilhamento de conhecimento e experiência
 - Mentoria e orientação

Networking e parcerias estratégicas

Acesso a recursos e oportunidades

Empoderamento e confiança

6. Quais são as principais áreas em que as mulheres empreendedoras podem se beneficiar do apoio de uma rede?

Orientação e mentoria

Networking e conexões

Acesso a financiamento e recursos financeiros

Desenvolvimento de habilidades e capacitação

Apoio emocional e encorajamento

Visibilidade e oportunidades de exposição

Acesso a recursos

7. Sobre o papel da mentoria no desenvolvimento de mulheres empreendedoras como as redes de apoio podem facilitar isso?

Orientação e aconselhamento

Desenvolvimento de habilidades e competências

Ampliação de redes de contatos

Construção de confiança e resiliência

Acesso a recursos e informações

8. Como você incentiva a colaboração e o compartilhamento de conhecimento entre as mulheres empreendedoras em sua rede?

Criando um ambiente acolhedor

Facilitando o networking

Promovendo programas de mentoria

Estimulando a troca de conhecimentos

Criando um espaço digital de compartilhamento

Reconhecendo e celebrando o sucesso

Promovendo parcerias e colaborações

Oferecendo recursos e ferramentas úteis

9. Cite algumas histórias de sucesso de mulheres empreendedoras que foram apoiadas por sua rede?

a) _____

b) _____

c) _____

d) _____

e) _____

10. Quais dessas estratégias você recomenda para fortalecer a presença e o impacto positivo das mulheres empreendedoras na comunidade empresarial?

Educação e capacitação

Mentoria e apoio

Acesso a financiamento

Políticas e incentivos públicos

Empoderamento e visibilidade

Fomentar a diversidade nas empresas

Networking e parcerias estratégicas

11. Quais são as lições mais importantes que você aprendeu ao trabalhar com mulheres empreendedoras?

Resiliência

- () Autonomia
- () Autorreconhecimento
- () Independência
- () Reconhecimento dos outros (familiares, cônjuge, sociedade...)

12. Como as redes de apoio podem contribuir para a criação de um ambiente mais inclusivo e diversificado no setor empresarial?

- () Mentoria e orientação
- () Compartilhamento de conhecimentos e recursos
- () Ampliação da rede de contatos
- () Fortalecimento da confiança e autonomia
- () Oportunidades de aprendizado e capacitação
- () Influência e defesa de mudanças sistêmicas

13. Cite áreas que precisam ser melhoradas ou expandidas.

APÊNDICE C – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TERMO DE COMPROMISSO DOS PESQUISADORES

Garantimos que este Termo de Consentimento será seguido e que responderemos a quaisquer questões colocadas pelo participante.

Prof. Dr. Marcos Hashimoto
Doutor e Mestre em Administração de Empresas pela EAESP/FGV (AACSB), linha de pesquisa em Empreendedorismo Corporativo e educação Empreendedora
hashi.marcos@gmail.com

Valéria Gomes Aguiar
Mestranda em Administração – responsável pela pesquisa
(77) 9 9199-3132
gomesaguiar@gmail.com

CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIA DA PESQUISA

Eu, _____, abaixo assinado, concordo em participar do estudo intitulado “Empreendedorismo feminino e redes de apoio: oportunidades e desafios no Município de Vitória da Conquista-BA”, como participante da pesquisa. Fui devidamente orientada pela pesquisadora **Valéria Gomes Aguiar** sobre a pesquisa, os objetivos, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Eu concordo que os dados coletados para o estudo sejam usados para os propósitos acima descritos. Além de ter sido informada e assim permitido a divulgação dos meus dados e histórias de vida relatadas, fui informada que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isso leve a qualquer penalidade.

Vitória da Conquista, ____ de junho de 2023

Apêndice D – Programa e Redes de Apoio - BRASIL PARA ELAS e COMITÊ DE EMPREENDEDORISMO FEMININO (ÂMBITO FEDERAL – MINISTÉRIO DA ECONOMIA)

Brasil para Elas e Comitê de Empreendedorismo Feminino, criados pelo Decreto nº 10.988, de 08 de março de 2022 – Institui a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino – Brasil para Elas e o Comitê de Empreendedorismo Feminino.

Objetivos:

- I - promover ambiente favorável ao desenvolvimento do empreendedorismo feminino como ferramenta de liberdade econômica e individual;
- II - promover o acesso às informações relativas às políticas públicas, aos instrumentos e aos serviços que apoiam a agenda do empreendedorismo feminino;
- III - ampliar a oferta de crédito por meio da mobilização de recursos públicos e privados destinados ao investimento e ao financiamento do empreendedorismo feminino;
- IV - promover ações que contribuam para a autonomia econômica de mulheres em situação de vulnerabilidade, em alinhamento com o disposto no Programa Auxílio Brasil; e
- V - promover o desenvolvimento e a sustentabilidade financeira dos negócios por meio de:
 - a) educação empreendedora com foco nas necessidades das empreendedoras;
 - b) disseminação de redes de apoio ao empreendedorismo feminino; e
 - c) fortalecimento do ecossistema de empreendedorismo inovador e de impacto socioambiental.

A partir desse Decreto, Estados e Municípios também criam suas estruturas com vistas a atender as particularidades presentes ao longo de todo o território nacional.

Apêndice E – Programa e Redes de Apoio - SEBRAE DELAS (ÂMBITO NACIONAL)

Programa que incentiva, valoriza e acelera a jornada de mulheres que empreendem ou querem empreender (SEBRAE, 2023).

É uma iniciativa que valoriza e incentiva o empreendedorismo feminino no Brasil, reconhecendo o trabalho e a dedicação de mulheres empreendedoras que contribuem para o desenvolvimento do país. Tem como objetivo inspirar outras mulheres a investir em seus sonhos e acreditar em seu potencial empreendedor.

Apêndice F – Programas e Redes de Apoio - ÂMBITO ESTADUAL – BAHIA - CrediBahia MULHER

Linha de crédito específica para o público feminino que é disponibilizada por uma ação do Governo do Estado. O benefício oferece a menor taxa de juros do mercado, de 1,8% ao mês, com o objetivo de fortalecer o empreendedorismo feminino. A estimativa é a de que, somente em 2023, sejam disponibilizados aproximadamente R\$ 30 milhões em crédito para as empreendedoras. A empreendedora pode contratar um valor inicial de R\$ 500 a R\$ 5 mil podendo chegar a R\$ 21 mil nas operações subsequentes; menor taxa de juros, de 1,8% ao mês, com prazo de pagamento de até 24 meses e carência de até seis meses para início da quitação das mensalidades.

Os valores e os prazos dependem da análise e aprovação da DesenBahia². Na linha de crédito convencional, as taxas de juros são de 2% ao mês e o limite de financiamento para a operação inicial é de até R\$ 3 mil (GOV-BA, ASCOM/SETRE, 2023).

Existem três motivos para a beneficiária solicitar o empréstimo: capital de giro, investimento fixo (na compra de máquinas, equipamentos e ferramentas novas e usadas) e o investimento misto (para aplicar parte em investimento fixo e a outra parte em capital de giro). O programa tem exigências mínimas em relação ao mercado.

² Agência de Fomento do Estado da Bahia S/A é uma instituição financeira vinculada à Secretaria da Fazenda do Estado da Bahia

Apêndice G – Programas e Redes de Apoio - QUALIFICA BAHIA

Parceria com Projeto Rede de Mulheres Empreendedoras com a Secretaria do Trabalho, Emprego, Renda e Esporte do Estado da Bahia (SETRE) para mulheres empreendedoras (formais ou informais), maiores de 18 anos que atuam nos diversos seguimentos da economia local com prioridade para aquelas em situação mais vulnerável (mulheres em situação de violência e mulheres chefes de família monoparental) para ofertar capacitação orientada para o empreendedorismo feminino, fortalecendo iniciativas locais de mulheres empreendedoras e contribuindo para a formalização da atividade dessas micro e pequenas empreendedoras individuais.

Objetivos Específicos

- a) Oferecer formação na área de gestão de pequenos negócios para difusão de conceitos, tecnologias, trocas de conhecimentos e inovação;
- b) Oferecer formação na área de gênero e enfrentamento à violência contra mulher;
- c) Fortalecer os empreendimentos das mulheres participantes da ação;
- d) Estimular a criação de redes de mulheres empreendedoras locais;
- e) Estimular a formalização no âmbito do Programa de micro empreendedor Individual (MEI) em conformidade com a Lei Federal Complementar nº 128/08.

Apêndice H – Programas e Redes de Apoio - ÂMBITO MUNICIPAL – HUB CONQUISTA

Programa apoiado pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB) que tem por objetivo promover conexões e capacitações para empreendedores do interior da Bahia.

Com missão educacional, trabalha para gerar transformação na realidade social, promover avanços na região e fomentar o conhecimento, as conexões e a tecnologia. O Hub Conquista desenvolveu e refinou metodologias próprias de mentorias e assessorias para a realização de seus projetos e ações de cooperação técnica, como, por exemplo, o Programa de Transformação Digital, em sua segunda edição.

É um polo estruturador de conexões e oportunidades entre empresas, profissionais e conhecimentos, que acelera o desenvolvimento econômico, tecnológico, cultural e educacional, muda mentalidades para diferenciarem e expandirem o mercado. E atua por meio das linhas de gestão empresarial, gestão estratégica em marketing e inovação nas corporações. Tem como princípios e valores: compartilhar, educar, reinventar, redescobrir e inovar.

Apêndice I – Programas e Redes de Apoio - SALA DA MULHER

Programa da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Município de Vitória da Conquista voltado às mulheres empreendedoras locais que contam com assessoria técnica, cursos de capacitação empresarial, orientação profissional, seminários e outros serviços. É uma parceria da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social (Semdes), por meio da Coordenação de Políticas Públicas para Mulheres, Sebrae, Senac, Sesi, Sesc, Sicoob, Caixa, Banco do Povo e Rede de Mulheres Empreendedoras.

Apêndice J – Programas e Redes de Apoio – REDE DE APOIO CLUBE DE EMPREENDEDORAS

Programa de capacitação voltado para mulheres empreendedoras que tem por objetivo incentivar e apoiar o Empreendedorismo Feminino em Vitória da Conquista e região, auxiliando as mulheres empreendedoras apresentando e ensinando ferramentas que ajudem a desenvolver seus negócios, criando a marca de seu empreendimento para torná-lo mais desejado e atrair mais clientes.

A presente pesquisa tem o foco direcionado às mulheres empreendedoras que são usuárias ou público-alvo em potencial dos programas disponíveis pelas Políticas Públicas ora apresentadas, pelo que poderão, portanto, subsidiar a pesquisa com dados que norteiem e sustentem o trabalho.