

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Mariana Marques da Matta

CRESCIMENTO DAS MULHERES NO EMPREENDEDORISMO

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).
Orientador: Rogéria Campos de Almeida Dutra

Juiz de Fora
2023

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **MARIANA MARQUES DA MATTA**, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201773138A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **CRESCIMENTO DAS MULHERES NO EMPREENDEDORISMO**, desenvolvido durante o período de 13/03/2023 a 05/07/2023 sob a orientação de ROGÉRIA CAMPOS DE ALMETIDA DURTA, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, 05 de julho de 2023.

MARIANA MARQUES DA MATTA

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de () 1 ano, ou (X) 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

OBSERVAÇÃO: esta declaração deve ser preenchida, impressa e **assinada** pelo aluno autor do TCC e inserido após a capa da versão final impressa do TCC a ser entregue na Coordenação do Bacharelado Interdisciplinar de Ciências Humanas.

CRESCIMENTO DAS MULHERES NO EMPREENDEDORISMO

Mariana Marques da Matta¹

RESUMO

O presente trabalho tem como tema “crescimento das mulheres no empreendedorismo”, tendo como enfoque a igualdade de direitos e o crescimento conquistado até a atualidade. O estudo, como objetivo geral, investigou a luta pela igualdade, a feminização do mercado de trabalho e seus maiores desafios. Além disso, esse artigo tem foco na mulher como empreendedora uma vez que a literatura se encontra muito carente de obras sobre esse assunto. Observou-se que, com a evolução da sociedade, as mulheres passaram a assumir tarefas fora do contexto familiar e doméstico. Ainda, pode-se destacar, que as mulheres podem empreender devido à necessidade, hobbies ou criação e o crescimento do marketing digital como ferramenta de empreendimento, luta e conscientização.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher; Mudança; Empreender.

1. INTRODUÇÃO

Pode-se dizer que o crescimento de mulheres empreendedoras é muito recente na sociedade Ocidental, visto que, a mudança do lugar da mulher na sociedade foi dada durante os períodos de guerra, no século XX, devido à morte dos homens ou então a sua saída para as guerras. Diante disso, houve a necessidade das mulheres buscarem o mercado de trabalho e se tornarem chefes de família, porém até o final do século XX, a segregação entre os sexos era muito mais rígida do que atualmente, já que, hoje observa-se homens e mulheres compartilhando diversos espaços de trabalho, estudo e lazer, apesar de ser nítida a permanência dos valores patriarcais até os dias atuais, por exemplo, salários mais baixos para mulheres que exercem a mesma função que um homem, menor oportunidade de crescimento, além da maior taxa de desemprego. Vilas Boas (2010), observou que, ao decorrer da mudança de geração, novos padrões de comportamentos tornam-se aceitáveis, o que acarreta em mudanças e quebras de tabus. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens”.

Além disso, pode-se destacar o dia internacional das mulheres como exemplo de luta pelo respeito e a igualdade de direitos e que reconhece a importância e a contribuição das mulheres para com a sociedade. As suas origens estão relacionadas com as trabalhadoras que em meados do século XX começaram a ir às ruas pela melhoria nas condições de trabalho e pela igualdade de gênero.

Desta forma, o trabalho aqui apresentado tem como objetivo esclarecer aspectos importantes sobre a luta feminina pela igualdade de direitos com relação aos homens e seu crescimento no universo do empreendedorismo.

2. EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo em seu significado versa sobre a capacidade de projetar novos negócios ou idealizar mudanças inovadoras e/ou arriscadas em companhias ou grandes empresas (Aurélio, 2023). Assim o sujeito empreendedor, é compreendido como aquele que concebe projetos, oportunidades de negócios ou atividades, aquele que empreende, que decide fazer algo desafiador ou trabalhoso.

¹ Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientador: de Rogéria Campos De Almeida Dutra.

É na França do século XVIII que surgem as primeiras proposições sobre o “ser empreendedor”, onde a palavra empreendedor foi inicialmente vista em 1709, mas só mais de 60 anos depois usou-se o termo para se referir a alguém que controla uma empresa Braudel (1982).

Ao longo de muitas décadas o conceito vem passando por diversas transformações sociais, com a passagem de uma sociedade marcada pela produção estritamente manufatureira e agrária para uma produção a nível industrial, mercantil até os modelos de produção conhecidos atualmente. (Hoselitz, 1951; Vale, 2014).

A história do empreendedorismo pode ser dividida em três principais fases ou correntes de pensamento. A primeira fase foi a Era Econômica (1870-1940), que se iniciou com os estudos de Cantillon e continuou com pensadores como Say, Knight, Schumpeter e a escola Austríaca. Durante esse período, houve um foco na compreensão do empreendedorismo como um fenômeno econômico, explorando os princípios e processos relacionados ao desenvolvimento de negócios. A Era das Ciências Sociais (1940-1970), foi a segunda fase e contou com psicólogos e sociólogos no estudo sobre o empreendedor como indivíduo. Os psicólogos investigaram os traços de personalidade do empreendedor, enquanto os sociólogos analisaram seu papel na mudança social. Durante esse período, surgiram discussões sobre os fundamentos filosóficos, princípios ontológicos e epistemológicos relacionados ao empreendedorismo.

A terceira fase foi a Era dos Estudos de Gestão, que teve início na década de 1970 e continua até os dias atuais. Essa era tem sido marcada por mudanças políticas, econômicas e tecnológicas, o que faz do empreendedorismo um tema dominante na sociedade. Nesse período, o foco se voltou para a gestão de empresas e empreendimentos, explorando estratégias, práticas e modelos de negócios que impulsionam o sucesso do empreendedor.

Essas três fases representam diferentes abordagens e perspectivas no estudo do empreendedorismo, refletindo a evolução do campo ao longo do tempo e a influência de diversos campos do conhecimento.

O empreendedorismo tem sido amplamente reconhecido como um dos principais motores do desenvolvimento econômico e social. Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo é composto por um conjunto de ações sendo elas: identificar, criar e aproveitar oportunidades para gerar valor econômico por meio da criação e gestão de um novo empreendimento. Nesse sentido, o empreendedor desempenha um papel crucial, atuando como agente de mudança e inovação. Os empreendedores são indivíduos de ambos os sexos dotados de características distintas que os diferenciam dos demais. Segundo Hisrich e Peters (2002), algumas dessas características incluem a busca por oportunidades, a disposição para correr riscos calculados, a persistência diante de obstáculos e a capacidade de tomar decisões eficazes. Além disso, é fundamental que o empreendedor desenvolva habilidades como liderança, networking e capacidade de identificar e gerir recursos.

Pesquisas indicam que a participação de mulheres no empreendedorismo tem aumentado nas últimas décadas (GEM, 2020). No entanto, ainda há uma desigualdade substancial entre homens e mulheres nesse campo. Dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) revelam que, em média, os homens são 1,4 vezes mais propensos a estar envolvidos em atividades empreendedoras do que as mulheres (Kelley et al., 2017). Diversos fatores têm sido apontados como influenciadores da participação de homens e mulheres no empreendedorismo. Estudos destacam a importância de fatores socioeconômicos, como acesso a recursos financeiros e educação (Brush et al., 2018). Além disso, questões culturais e sociais, como estereótipos de gênero e expectativas tradicionais, podem limitar as oportunidades para as mulheres no empreendedorismo (Gatewood et al., 2019).

2.1. Fatores que sustentam o empreendedorismo

O empreendedorismo feminino tem se destacado como um dos pilares cruciais do progresso econômico e social sendo influenciado por diversos fatores que vem alavancando o crescimento e sustentabilidade desse fenômeno. O empreendedorismo feminino tem sido objeto de interesse e estudo em diversas áreas do conhecimento. E a crescente participação das mulheres no mundo dos negócios tem contribuído para o desenvolvimento econômico e social, bem como para a redução das desigualdades de gênero. Nesse contexto, é fundamental compreender os fatores que sustentam o empreendedorismo feminino, a fim de promover políticas e estratégias efetivas.

Os fatores que sustentam esse fenômeno identificados até o momento pela literatura atual são: educação e capacitação; rede de apoio; políticas e incentivos e mudança de percepção social. A educação desempenha um papel crucial no empoderamento e no fortalecimento das habilidades empreendedoras das mulheres (Hisrich & Brush, 2009). Acesso a programas de educação e capacitação específicos para mulheres empreendedoras têm se mostrado fundamentais para a promoção e o sucesso do empreendedorismo feminino (Langowitz & Minniti, 2007).

O empreendedorismo é um caminho desafiador, repleto de incertezas e obstáculos, e um dos fatores cruciais, relatados como base empreendedorismo feminino é a rede de apoio, e uma rede de apoio bem estruturada pode oferecer recursos, conhecimentos e suporte emocional que auxiliam a empreendedora em suas atividades e tomadas de decisão. Além disso, esta rede é capaz de ampliar as oportunidades de networking e colaboração, contribuindo para o crescimento do empreendimento. A rede de apoio desempenha um papel crucial no fornecimento de suporte emocional, encorajamento e motivação para empreendedoras enfrentar os desafios e superar as adversidades (STAM; STAM, 2021). Estudos mostram que o suporte social é um fator determinante para a resiliência e o bem-estar emocional das empreendedoras, impactando diretamente a performance e a sustentabilidade dos negócios (KANG et al., 2020).

Com conhecimento e rede de apoio as mulheres progredem e se destacam, tendo acesso a programas e incentivos que promovem a igualdade de gênero e oferecem incentivos específicos para o empreendedorismo feminino que são fundamentais para sustentar e impulsionar esse setor (Verheul et al., 2012). Essas políticas podem incluir linhas de crédito diferenciadas, programas de suporte financeiro e medidas para reduzir a burocracia e as barreiras legais (Brush et al., 2009).

Enxergando o futuro pela lente do passado, a partir de uma perspectiva histórica, é possível notar as barreiras enfrentadas pelas mulheres ao longo dos séculos no campo dos negócios. Restrições culturais, sociais e legais limitaram a participação das mulheres no universo do empreendedorismo, perpetuando desigualdades de gênero e estereótipos prejudiciais. Isso mostra que o mérito de todo sucesso e destaque acumulados até aqui foi devido a uma mudança na percepção social sobre o papel da mulher na sociedade e nos negócios, fator que foi essencial para a consolidação do empreendedorismo feminino (Marlow & Patton, 2005). Esse progresso é resultado de mudanças sociais e políticas, bem como do esforço e da resiliência das mulheres em enfrentar os desafios impostos pela sociedade. A mudança de percepção social em relação ao empreendedorismo feminino traz consigo diversos benefícios. Além de promover a igualdade de oportunidades, permite o surgimento de novas ideias e soluções, enriquecendo o mercado com perspectivas diversas. É essencial combater estereótipos e promover uma cultura que valorize e incentive a participação das mulheres no empreendedorismo (Brush et al., 2009).

3. MULHERES NO EMPREENDEDORISMO

3.1. Motivação das mulheres para empreender

Vários são os motivos para iniciar uma atividade empreendedora, sendo que, tratando-se do empreendedorismo feminino, as motivações são tanto econômicas quanto sociais e psicológicas, sendo que os motivos variam de pessoa para pessoa, indo de encontro às necessidades de cada uma (AMORIM; BATISTA, 2012). Carr (1996), afirma que o empreendedorismo feminino é marcado pela necessidade das mulheres em incorporar características familiares ao negócio, como estado civil, flexibilidade de horário e idade das crianças, o que faz com que tais características sejam tanto motivacionais quanto limitadoras.

Segundo Chiavenato (2017), motivação e necessidades pessoais estão relacionadas, sendo que as pessoas são motivadas a tomarem atitudes afim de satisfazerem essas necessidades e, com as mulheres, isso não é diferente. No geral, as mulheres conseguem lidar com várias responsabilidades simultaneamente. Trabalhar, cuidar da casa, dos filhos, do marido e de si mesma e, ainda, quando empreendem, lidam com as preocupações com clientes, fornecedores e com o progresso da empresa. Naturalmente, existem algumas características naturais, apresentadas de maneira geral nas mulheres, que as ajudam a tornarem-se grandes empreendedoras, dentre o comprometimento, a vontade de ajudar, a alta sensibilidade e a empatia (COELHO; QUIRINO, 2021).

O trabalho não está relacionado, apenas, em alcançar objetivos empresariais, mas, também com os objetivos pessoais. (CHIAVETO, 2007, p. 174) e, apesar das dificuldades, mais de cinco milhões de mulheres encontram-se em atividades empresariais (MARQUE, 2016), buscando, não somente renovar seu objetivo de

vida, mas, também, livrar-se de situações como, por exemplo, discriminação ou restrição que podem ocorrer nas empresas, preferindo, assim, começarem um empreendimento que possam comandar independentemente dos outros (CHIAVENATO, 2007, p.11), podendo citar como exemplo um desafio que foi citado anteriormente sobre a cultura organizacional de empresas, que muitas vezes herdamos valores machistas e patriarcais e diante dessas situações, algumas mulheres preferem sair dessas organizações para empreender.

3.2. Desafios do empreendedorismo feminino

Evidentemente, os empreendimentos idealizados e implantados por mulheres têm se tornando uma realidade, o que, conseqüentemente, levou a conquista de mais visibilidade e espaço. Embora ainda existam muitos paradigmas e preconceitos no âmbito do trabalho, os desafios estão sendo superados e o destaque e reconhecimento da mulher e seu valor tem viabilizado um novo posicionamento da sociedade. Porém, muitas são as barreiras entre a mulher e o mercado de trabalho (CORREA et al, 2021).

É possível citar, a discriminação intelectual e a ideia de que “força e poder” são características dos homens, fazendo com que essa dominação masculina impeça, por exemplo, a promoção das mulheres nas organizações. Segundo SCHLICKMANN e PIZARRO (2013), no Brasil, as estatísticas apontam que as mulheres possuem escolaridade mais elevada em relação aos homens, tanto em relação ao ensino médio quanto para curso superior incompleto ou em fase de conclusão, sendo 10 pontos mais elevados que a mesma faixa do grupo de homens.

Outro ponto, é o fato de que muitas mulheres ao criarem seus empreendimentos, passam a não acreditar que o seu negócio tenha potencial de crescimento, visto que a própria sociedade machista aliada à criação que aquela mulher possuiu diminuem sua autoestima. Também pode-se pontuar a liberação de crédito e empréstimos para as mulheres, já que estas possuem menos garantias, sendo o valor liberado normalmente baixo ou com taxas de juros maiores que as dos homens.

Os desafios tornam-se mais acentuados quando as mulheres empreendedoras são mães, pois ainda é destinado à mulher a maior parte da criação e cuidados com os filhos. Quando essas mulheres se tornam mães ou desejam a maternidade, o preconceito torna-se um fator motivador à preferências, por parte das empresas, por homens, o que contribui para a pouca oferta de empregos ao público feminino. Com um mundo corporativo tão hostil aliado à baixa oferta de empregos e oportunidade para desenvolvimento de suas carreiras, o mercado empreendedor acaba tornando-se uma opção para as mulheres (GEM, 2019)

De acordo com uma pesquisa feita pela Rede Mulher Empreendedora, 75% das empreendedoras brasileiras decidiram abrir um negócio após a maternidade, sendo que, ao observarmos a classe C, esta porcentagem aumenta para cerca de 83%. Os números são expressivos, mas ainda pouco se fala a respeito do caminho percorrido pelas mães empreendedoras, desde a decisão até o sucesso pessoal e profissional.

Beatriz Blaqui (SEBRAE, 2020), afirmou que o desejo de obter maior autonomia e tempo com os filhos tem origem no atrito constante entre trabalhar e ser mãe. Contudo, a carreira de empresária e mãe podem exigir, em muitos casos, dedicação em tempo integral, como um dos desafios. Observa-se que muitas mães prezam pelo tempo de qualidade com os filhos, porém muitas vezes querem dar aos mesmos uma vida de qualidade, necessitando, assim, empreender ou buscar o mercado de trabalho, o que acaba sendo um grande desafio.

Além disso, Marques(2016) a falta de apoio do núcleo familiar juntamente com a dificuldade em ter flexibilidade e conciliar tanto o ambiente familiar quanto o empresarial e a necessidade de encontrar o empreendimento que realmente irá satisfazê-la, não possibilita a mulher a constituir uma rede de contatos que possibilite estabelecer parcerias afim de desenvolver um negócio bem sucedido (MARQUES, 2016).

3.3. Relação empreendedorismo feminino x sociedade

No decorrer da história, notou-se que, com as mudanças na sociedade capitalista moderna, a mulher passou a assumir tarefas que diferem do contexto familiar e doméstico. Porém, por muito tempo a diferença biológica foi utilizada para justificar a desigualdade entre homens e mulheres, sendo as últimas consideradas menos capazes para o trabalho fora de casa que os homens.

Esse pensamento começou a ser modificado com a Revolução Industrial com o aumento significativo no número de empregadas, trazendo a mulher para o trabalho fabril junto à toda desigualdade salarial e de

jornada de trabalho (AMORIM; BATISTA, 2012), ou seja, com a necessidade e evolução da sociedade, as diferenças entre o que era reservado pra homens e mulheres diminuiriam (VILAS BOAS,2010).

Atualmente, é comum encontrar mulheres no comando tanto de pequenos empreendimentos quanto de grandes empresas, sendo que, muitas delas, possuem estudo elevado e competência necessária para lidar com as mais diversas situações. Elas influenciam umas às outras, seja pelo modo que conduz o seu negócio ou pelo motivo que a fez empreender, sendo esse tipo de incentivo comum dentro de uma comunidade (ANTUNES et al, 2022). Para Grzybovski et. al. (2002), a mulher tem a capacidade de construir um sentimento de comunidade, trazendo a união e o ensinamento tanto de acreditar como o cuidado um com os outros.

Dessa forma, nota-se que o empreendedorismo feminino é importante tanto para a sociedade em si quanto para as próprias mulheres, pois essas tornam-se modelos a serem seguidos, não apenas pelas pessoas próximas, mas, também, pelas pessoas que a vêem de fora. Esse apoio, que independe da sua origem, seja familiar ou de qualquer outra pessoa, elevam a confiança das mulheres, deixando-as mais seguras e fazendo com que seus esforços não sejam limitados. Além disso, beleza, moda e alimentação são os principais focos do empreendedorismo feminino, demonstrando as características da sociedade em virtude das escolhas e oportunidades que as mulheres encontram. (ANTUNES et al, 2022). Neste contexto, enfatiza-se o empreendedorismo feminino como uma fonte para gerar renda em virtude do trabalho que desempenham e, assim, organizarem o tempo gerindo as tarefas sociais, os lares e o lado profissional, buscando satisfação pessoal ao conseguir conciliar casa e a empresa.

4. LUTA E CONSCIENTIZAÇÃO

O empreendedorismo feminino tem se mostrado uma força motriz para o crescimento econômico e social no Brasil e em diversas partes do mundo. Uma mulher em altos cargos políticos, comerciais e de alta *expertise* ocupando setores nunca vistos na história é um fato cheio de camadas de significados. Mas ainda há muito a se avançar, visto que as mulheres ainda enfrentam desafios estruturais e culturais que dificultam sua participação plena nesse campo. A luta por igualdade de gênero e a conscientização sobre as barreiras enfrentadas pelas empreendedoras femininas são essenciais para promover a equidade e a diversidade no empreendedorismo. Para transformações no quadro atual, o apoio e o incentivo para que novas empreendedoras formalizem seus negócios, tornando-os sustentáveis, são bons catalisadores. Tornarem-se Microempreendedoras Individuais - MEIs, auxilia, tanto em relação às várias vantagens para o planejamento das atividades quanto nos fatores de estabilidade como, por exemplo, auxílios durante a gestação e primeiros meses de maternidade, auxílio-doença, previdência e outros. Depois, com a empresa estabelecida e crescendo, é possível dar passos maiores, por exemplo, transformar o negócio em uma microempresa e assim por diante.

Diante de diversos desafios na vida da mulher vários movimentos, projetos, formas de conscientização foram criados, como por exemplo, o feminismo, que é um movimento que teve início na Europa, com o intuito de trazer igualdade social e política para ambos os sexos. Como movimento social e campo de estudo, busca compreender e combater as desigualdades de gênero existentes na sociedade. Desde sua emergência, no século XIX, o feminismo tem sido uma força motriz na luta pela emancipação das mulheres, questionando estruturas patriarcais e promovendo mudanças significativas em diversos âmbitos sociais.

As bandeiras do movimento são muitas, e merecem total atenção, temos questões a serem combatidas como por exemplo, a violência contra a mulher, a diferença salarial entre gêneros, pouca inserção feminina no meio político e comercial, casos de assédio e preconceito, e metas ainda a serem alcançadas como maior acesso a exames preventivos para doenças no âmbito da saúde da mulher, mais informação sobre programas de apoio e incentivo as mulheres nas necessidades básicas principalmente nas que se encontram em grupos de vulnerabilidade social, e a mulher mais presente nos diversos setores econômicos que movem o país, sendo um elemento ativo, autônomo e protagonista de seus destinos, fatos estes, presentes no dia a dia da mulher e que devem ser combatidos e alguns ainda conquistados, onde apesar dos avanços há um longo caminho a ser percorrido.

Inserido dentro dos ideais do movimento do feminismo o dia mundial do empreendedorismo

feminino comemorado em (19/11), também conhecido como WED (que significa *Women's Entrepreneurship Day*), que visa valorizar tanto a liderança feminina quanto a visibilidade dessas mulheres que comandam os próprios empreendimentos afim de quebrar barreiras preconceituosas nesse setor. Ter uma data para comemorar partiu das Organização das Nações Unidas - ONU, em parceria com instituições globais conhecidas por apoiarem e promoverem incentivo para essas mulheres, além de fazer campanha contra a desigualdade entre homens e mulheres nos ambientes organizacionais.

A luta por igualdade de gênero no empreendedorismo envolve o combate às disparidades de oportunidades e recursos enfrentadas pelas mulheres empreendedoras. Segundo Smith (2019), a persistência de estereótipos de gênero e a falta de acesso a capital são alguns dos principais obstáculos enfrentados pelas mulheres nesse campo. Além disso, estudos mostram que as mulheres têm menor probabilidade de receber investimentos financeiros para seus negócios em comparação aos homens (Wilson, 2018). Essas desigualdades ressaltam a necessidade de uma luta constante para garantir a igualdade de oportunidades no empreendedorismo.

O empoderamento das mulheres no empreendedorismo é fundamental para promover sua participação ativa e igualitária nesse setor. A conscientização sobre a importância do empoderamento tem sido cada vez mais difundida, tanto por organizações governamentais quanto por iniciativas da sociedade civil. Segundo Santos (2020), o empoderamento envolve capacitar as mulheres para que elas possam tomar decisões autônomas, ter controle sobre seus recursos e superar os desafios impostos pelo ambiente empreendedor. A promoção do empoderamento das mulheres requer a criação de programas e políticas que incentivem sua formação, desenvolvimento de habilidades e acesso a redes de apoio (Jones, 2017).

A conscientização desempenha um papel crucial na promoção do empreendedorismo feminino. Por meio de campanhas educacionais e eventos específicos, é possível disseminar informações sobre os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras e os benefícios da diversidade de gênero nos negócios. Segundo Silva (2021), a conscientização contribui para a mudança de mentalidade e a superação de estereótipos prejudiciais. Além disso, a criação de redes de apoio e mentorias voltadas para as empreendedoras femininas tem sido uma estratégia eficaz para fortalecer sua capacidade empreendedora (Johnson, 2019).

Desse modo, a luta e a conscientização desempenham um papel fundamental na promoção do empreendedorismo feminino. Embora tenham sido alcançados avanços significativos, ainda há desafios a serem superados, como a persistência de desigualdades estruturais e culturais. Nesse sentido, para que a frase "lugar de mulher é aonde ela quiser" funcione na teoria e na prática se torna urgente e necessário que os governos, instituições acadêmicas, organizações da sociedade civil e o setor privado continuem a investir em estratégias de conscientização e em políticas que promovam a equidade de gênero no empreendedorismo. Somente por meio de uma luta contínua e de uma conscientização efetiva será possível alcançar um ambiente empreendedor mais inclusivo e diversificado.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É evidente que, na atualidade, as potencialidades das mulheres têm sido destacadas frente ao mercado de trabalho, porém elementos sociais e culturais atrelados ao preconceito de gênero tornam-se obstáculos na busca dessas mulheres em alcançar sua independência financeira tanto no mercado de trabalho formal quanto através do empreendedorismo.

Por si só, o empreendedorismo feminino já enfrenta questões como gerir e conciliar a dupla jornada de mãe-empREENDEDORA, tendo que constantemente comprovar sua capacidade, muitas vezes sem apoio das pessoas mais próximas, tornando mais complexo o processo para se atingir o auge desejado. Isso traz importância à continuidade da luta, criação de projetos, apoio do movimento feminista e conscientização em um âmbito geral para que, o empreendedorismo feminino consiga cada dia mais espaço e, conseqüentemente, a mulher possua plena igualdade, o que torna a luta constante e necessária frente aos diversos desafios que a maioria das empreendedoras enfrentam.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, 2021, v. 3, n. 3, p. 1-14.

ANTUNES, R. S. A., et al. Empreendedorismo Feminino. Edição nº 14. **Revista Gestão em Foco**, 2022.

BRUSH, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. A gender-aware framework for women's entrepreneurship. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 2018, v.10, n.3, p. 236-256.

BRUSH, C. G., et al. Women entrepreneurs: A research overview. In: Women entrepreneurs and the global environment for growth. Blackburn & N. Brush, 2009, p. 1-26.

CARR, Deborah. Two paths to self-employment? Women's and men's self-employment in the United States, 1980. **Work and occupations**, 1996, v. 23, n. 1, p. 26-53. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0730888496023001003>

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

COELHO, Cristiane Ribeiro; QUIRINO, Raquel. Empreendedorismo Feminino: Representatividade da mulher no mundo dos negócios, seus desafios e potencialidades em tempos de pandemia da Covid-19 in: **Anais V Desfazendo Gênero**, 2021. <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/79216>.

CORREA, L. L.S.; PINTO, M. O. A; FARIA, W. J.J. **Empreendedorismo feminino no Brasil: desafios e potencialidades**. 2021. 17f. Trabalho de Conclusão de Curso (Faculdade de Administração) – Faculdade Evangelista Ceres. Rialma, 2021.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.

GATEWOOD, E. J.; SHAVER, K. G.; GARTNER, W. B. A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. **Journal of Business Venturing**, 2019, v. 34, n. 4, p. 646-662.

GRZYBOVSKI, Denize. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. *Revista Administração Contemporânea*, v. 6, n 2, ago, 2002.

Jones, A. Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth: A Research Perspective. **Gender in Management: An International Journal**, 2017, v.32, n 3, p. 208- 226.

Johnson, S. Mentoring for Women Entrepreneurs: A Review and Research Agenda. **Journal of Business Venturing Insights**, 2019, v. 12.

KANG, J. et al. Entrepreneurial Resilience in Challenging Environments: Influences of Personal Resources, External Support, and Empowerment. **Journal of Business Venturing**, 2020 v. 35, n. 4.

KELLEY, D. J.; SINGER, S.; HERRINGTON, M. The Global Entrepreneurship Monitor: Special Report on Women's Entrepreneurship. **Global Entrepreneurship Research Association**, 2017.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Entrepreneurship**. 5rd. Boston: Irwin/McGraw Hill, 2002.

AURÉLIO. *In*: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/empreendedorismo/>>. Acesso em: 06/07/2024.

Braudel, F. (1982). *The wheels of commerce: civilization e capitalism 15th -18th century (Vol. 2)*. New York: Harper & Row, Publishers

HOSELITZ, B. F. The early history of entrepreneurial theory. **Explorations in Economic History**, 1951,v. 3, n.4, p. 193-220.

MARLOW, S.; PATTON, D. All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2005, v. 29, n 6, p.717-735

MARQUES, J. R. **Quais os principais desafios das mulheres empreendedoras?**. Disponível em:<www.jrmcoaching.com.br> Blog › Coaching & Negócios, 2016.

LANGOWITZ, N., & MINNITI, M. The entrepreneurial propensity of women. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2007, v. 31, n.3, p. 341-364.

SANTOS, L. Empowerment of Women Entrepreneurs: A Systematic Literature Review. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 2020, v. 12, n. 1, p. 83-109.

SCHLICKMANN, E.; PIZARRO, D. A evolução da mulher no trabalho: uma abordagem sob a ótica da liderança. **Revista Borges**, 2013, v. 03, n. 01, p. 34-47.

SEBRAE. Mães e empreendedoras: os desafios da dupla jornada. 2020. Disponível em: <https://sebrae.ms/empreendedorismo/maes-e-empreendedoras-os-desafios-da-dupla-jornada/> . Acesso em: 01 de junho de 2023.

SILVA, M. Conscientização e Empreendedorismo Feminino: Contribuições para uma Economia mais Equitativa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 2021, v.10, n 3, p380-392.

SMITH, J. Gender. Stereotypes and Access to Entrepreneurial Capital. **Small Business Economics**, 2019, v. 52, n. 2, p. 375-395.

STAM, W.; STAM, J. Distinguishing Between Personal and Social Network Support in Entrepreneurship: How Entrepreneurs' Network Size and Scope Influence Their Emotional Exhaustion. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2021, v. 45, n. 1, p. 93-114.

VALE, G. M. V. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, 2014, v. 18, n. 6, p. 874-891.

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

VERHEUL, I., et al. An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. **Edward Elgar Publishing**, 2012.

WILSON, F. Female Entrepreneurship and Access to Capital: A Multi-country Analysis. **Small Business Economics**, 2018, v. 51, n. 2, p. 565-587.