

## EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO FERRAMENTA PARA INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA

Giulia Fernanda da Silva<sup>1</sup>

Maria Fernanda de França Pereira<sup>2</sup>

Éber José dos Santos<sup>3</sup>

### Resumo

No final do século XIX, as mulheres deixaram sua posição coadjuvante na sociedade e começaram a lutar por equidade social e salarial. Nesse contexto, o objetivo principal deste estudo é apresentar casos de sucesso de mulheres que saíram de suas vidas anônimas e conquistaram espaço no meio corporativo. A pesquisa se justifica ao passo que traz contribuições de um panorama dessa atuação do ponto de vista prático, discutido à luz de autores como Dornelas (2018), Hisrich, Peters e Shepherd (2014) e Ribeiro (2018), e alinhado a dados extraídos dos portais do SEBRAE, INEP-MEC e IBGE. Pela caracterização da pesquisa, optou-se pelo método científico estudo de caso, composto de fundamentação teórica seguida de pesquisa de campo com aplicação de entrevistas abertas com mulheres que alcançaram sucesso no campo dos negócios. Os resultados demonstraram que as mulheres que são donas de suas próprias finanças tendem a ser menos vulneráveis a relacionamentos abusivos; verificou-se ainda a relação parcial do sucesso alcançado com a sua qualificação profissional; apontou-se também que os cônjuges dessas mulheres empreendedoras são seus maiores incentivadores e apoiadores no trabalho. Assim, considera-se que o empreendedorismo despontou no Brasil como uma fonte de independência financeira para muitas mulheres, gerando confiança e autoestima capazes de auxiliá-las no combate a quaisquer tipos de abusos advindos tanto do cenário empresarial quanto familiar.

**Palavras-chave:** Mulheres empresárias. Empreendedorismo Feminino. Independência financeira.

### *WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP AS A TOOL FOR FINANCIAL INDEPENDENCE*

### Abstract

In the late nineteenth century, women left their supporting position in society and began to fight for social and wage equity. In this context, the main objective of this study is to present success stories of women who left their anonymous lives and gained space in the corporate environment. The research is justified as it brings contributions from a panorama of this action from a practical point of view, discussed in the light of authors such as Dornelas (2018), Hisrich, Peters and Shepherd (2014) and Ribeiro (2018), and aligned with extracted data. SEBRAE, INEP-MEC and IBGE portals. For the characterization of the research, we chose the scientific method case study, composed of theoretical foundation followed by field research with the application of open

<sup>1</sup> Graduada no Curso Superior de Tecnologia em Eventos pela Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – Fatec Prof. Waldomiro May – Email: contato@fateccruzeiro.edu.br

<sup>2</sup> Mestrado em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF e docente na Fatec Prof. Waldomiro May – Email: fernandinha\_fp@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Doutorando em Língua Portuguesa na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP e docente na Fatec Prof. Waldomiro May – Email: eber.santos@fatec.sp.gov.br

interviews with women who achieved success in the business field. The results showed that women who own their own finances tend to be less vulnerable to abusive relationships; there was also a partial relationship of the success achieved with their professional qualification; It was also pointed out that the spouses of these women entrepreneurs are their greatest supporters and supporters at work. Thus, it is considered that entrepreneurship has emerged in Brazil as a source of financial independence for many women, generating confidence and self-esteem able to help them fight any kind of abuse arising from both the business and family scenario.

**Keywords:** Businesswomen. Female Entrepreneurship. Financial Independence.

## Introdução

Com o movimento sufragista, ocorrido na Inglaterra no final do século XIX<sup>4</sup>, em que se lutava pelo voto feminino, as mulheres passaram gradativamente a deixar sua posição de coadjuvantes na sociedade e começaram a lutar por equidade social, salarial e até mesmo sexual. Essa luta se estendeu por séculos e, até nos dias atuais, a bandeira da igualdade é defendida não apenas por mulheres, mas por variadas pessoas em todo o mundo.

Nesse sentido, este estudo emerge da necessidade de trazer essa temática para discussão, de forma a esclarecer que o lugar da mulher é onde ela deseja estar, seja na sociedade, na política, na academia, na economia ou em casa. Desse modo, a mulher é apresentada como autora e personagem principal de sua história, capaz de se desenvolver nos mais variados ramos profissionais, como no segmento empreendedor, foco deste artigo, desmistificando, assim, que ser homem ou mulher interfere na qualidade da prestação de serviços.

A partir desse contexto, o objetivo principal deste estudo é apresentar casos de sucesso de mulheres que saíram de suas vidas anônimas e conquistaram o mercado de trabalho, atuando como donas de seus próprios negócios, com investigação das tendências desse mercado, bem como da relação entre o êxito alcançado por essas empreendedoras e suas qualificações profissionais. Desejou-se ainda compreender como essas trabalhadoras equilibram sua vida profissional, pessoal e familiar e comprovar o empreendedorismo como fonte de independência financeira para essas mulheres.

A fim de embasar este estudo, autores contribuíram com suas teorias, tais como: Dornelas (2018), Hisrich, Peters e Shepherd (2014), Marques (2005), Matuella (2017), Medeiros e Pinheiro

---

<sup>4</sup> MATUELLA (2017).

(2013), Ribeiro (2018) e Severino (2007), entre outros. Foram utilizados, ainda, dados dos portais do SEBRAE NACIONAL, G1, INEP-MEC e IBGE.

A metodologia adotada por este estudo permeia a pesquisa bibliográfica, seguida por estudo de caso com aplicação de entrevistas abertas com cinco mulheres que alcançaram sucesso no campo empreendedor, de forma a demonstrar o movimento crescente dessas empresárias no mercado de trabalho, analisar seu processo de evolução profissional, bem como os obstáculos enfrentados, e verificar como as mães de famílias equilibram as várias esferas de sua vida, saber como é a participação dos cônjuges dessas mulheres e se há divisão das tarefas domésticas.

Desejou-se, ainda, verificar a relevância ou não, da formação profissional na vida dessas entrevistadas e se esse desenvolvimento acadêmico tem ou não relação com seu crescimento profissional e conquista de mercado. Ademais, destacar o empreendedorismo como uma ferramenta eficaz no auxílio a mulheres que desejam alcançar sua independência financeira, mesmo que o mercado atual continue favorecendo o sexo masculino, tendo em vista que o país apresenta um cenário favorável ao crescimento cada vez mais substancial de donas de negócios.

## **2 Fundamentação Teórica**

### **2.1 Desigualdade de gênero e seu impacto na vida das mulheres**

De maneira a proporcionar o entendimento das questões de gênero e do surgimento do feminismo, vale esclarecer que a primeira onda do feminismo surgiu na Inglaterra, com a organização de grupos de mulheres no final do século XIX e início do século XX. Esse movimento tinha como principal objetivo as reivindicações pelos direitos civis em resposta à exclusão das mulheres na política, conhecido como “Sufragismo<sup>5</sup>” (grifo do autor), cujo objetivo “militou para o direito do voto às mulheres e estava fortemente conectado aos interesses de mulheres brancas e europeias” afirma Matuella (2017, p. 1279).

Em meados da década de 1960 a 1990, ocorreu a segunda onda do feminismo, movimento em que diversas mulheres ativistas perceberam sua subordinação aos homens dentro das atividades que exerciam. Desse modo, muitas se deslocaram para grupos específicos, voltados à

---

<sup>5</sup> **Sufragista.** Adjetivo relativo ao sufrágio, ao voto, ao sistema de eleição pelo voto. Substantivo feminino. Mulher que reivindicou, para as mulheres, o direito do voto, nos países em que este não lhes havia sido concedido (DICIONÁRIO ONLINE, 2019).

conscientização das mulheres que lutavam para colocar a demanda da desigualdade de gênero dentro de outras lutas debatidas na época e, assim, dar voz ao gênero feminino (MATUELLA, 2017). Nesse período “as diferenças entre homens e mulheres deixam de ser percebidas como naturais e passam a ser refletidas como construções históricas e culturais” (RIBEIRO *et al.*, 2018, p. 451).

Na década de 1990, teve início a terceira onda do movimento, que consistia na contradição e negociação das diferenças. Nesse momento da história, reivindicações mais amplas tiveram destaque, tais como a questão racial e a autoestima sexual (RIBEIRO *et al.*, 2018).

O cenário atual aponta para uma quarta onda em curso, força que vem se desenvolvendo no meio acadêmico, onde “acontece o enfrentamento às resistências e desconfianças para cumprir a função de agregar pessoas interessadas na temática” (DUARTE, *apud* RIBEIRO *et al.*, 2018, p. 451), promovendo pesquisas e estudos de temas relevantes em que pautas de várias outras minorias que lutam por equidade, quer seja social, racial, cultural e/ou de gênero, sejam ouvidas.

### **2.1.1 A compreensão do gênero e os campos da desigualdade**

A fim de proporcionar uma melhor compreensão sobre gênero, Fernandez (2018, p. 565) esclarece que

o gênero passou a ser entendido como uma categoria-chave para a compreensão de como e por que, em diversas sociedades e conjunturas históricas, os indivíduos, grupos e instituições atribuem determinados significados àquilo que deva ser propriamente associado ao masculino e ao feminino.

Com base na citação, pode-se perceber que o ser homem ou mulher está diretamente relacionado a uma construção de papéis sociais desempenhados pelos gêneros, que acabaram por instaurar uma divisão das categorias de tal forma que qualificou o sexo feminino como inferior ao masculino.

Historicamente foram estabelecidas, na sociedade, normas que exprimem processos de dominação dos indivíduos do gênero masculino sobre o gênero feminino (FERNANDEZ, 2018), quer pela criação patriarcal, em que a mulher desde sua infância é considerada frágil e incapaz de cuidar-se sozinha ou ter voz ativa sobre suas vontades, quer pela construção de relacionamentos

abusivos (tema a ser aprofundado mais adiante), apoiados na insegurança e falta de autoconfiança feminina, disseminando, assim, a predominância masculina, conforme pontua o autor.

A dominação masculina, no cenário cotidiano, tornou-se algo habitual e, muitas vezes, tida como normal e “justa” à vista de muitos. A precária participação das mulheres nos diversos setores como política, academia, sociedade ou na ciência econômica denota os preconceitos de uma coletividade que combina diferentes tipos de discriminação – sociais, culturais, econômicas, raciais e de gênero (FERNANDEZ, 2018).

No que se refere à desigualdade de gênero, a problemática vai além do âmbito profissional, uma vez que as mulheres acumulam funções relacionadas a tarefas domésticas, tais como: cozinhar, lavar e passar roupas, lavar louças, além da maternidade, que demanda tempo e desgaste a longo prazo. Aos homens, entretanto, cabem, na maioria das vezes, as atividades mais ocasionais e flexíveis, e, mesmo após a paternidade, suas rotinas continuam tais quais eram, com algumas ressalvas no cuidado dos filhos (COLTRANE, 2000; FUWA, 2004; LENNON & ROSENFELD, 1994, *apud* MEDEIROS, PINHEIRO, 2018).

Ainda sob essa ótica, Medeiros e Pinheiros (2018, p. 183) ressaltam que

como homens empregam mais tempo em trabalho pago, mas com pequena carga de trabalho não pago, e mulheres têm jornadas semelhantes (levemente inferiores) de trabalho pago, mas muito mais longas de trabalho não pago em relação à dos homens, o acúmulo de jornadas é desproporcional, fazendo com que o tempo total de trabalho das mulheres seja, em média, superior ao dos homens.

Nesse sentido, uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística<sup>6</sup> (2018, on-line) verificou que “a proporção de trabalhadores em ocupações por tempo parcial (até 30 horas semanais) é maior entre as mulheres (28,2%) do que entre os homens (14,1%)”. Acredita-se que essa diferença deva estar ligada à “predominância feminina nos cuidados de pessoas e afazeres domésticos, aos quais as mulheres trabalhadoras dedicavam 73% mais horas do que os homens” (IBGE, 2018, on-line).

Desse modo, pode-se pressupor que a desigualdade na divisão das atividades cotidianas, além de ocasionar o desgaste pela dupla, às vezes, tripla jornada, tende ainda a prejudicar a inserção

---

<sup>6</sup> Termo este a ser mencionado como IBGE daqui por diante.

das mulheres no mercado de trabalho, visto que estas despendem muito tempo nos afazeres cotidianos, comprometendo sua disponibilidade para as atividades remuneradas.

### **2.1.2 Relacionamentos abusivos e a violência contra a mulher**

A relação do poder masculino exercido sobre as mulheres desencadeia uma série de problemas, dentre eles o relacionamento abusivo. O abuso pode ser compreendido tanto como uma agressão física, quanto negligência ou violência sexual e psicológica. No entanto, sua tradução deve ser precisa e delicada, pela acepção sexual que a palavra tem em Português (MARQUES, 2005).

Todavia, é importante ressaltar que “o conceito de abuso engloba todos os tipos possíveis de agressão e violência, não sendo visto apenas com conotação sexual” (OSÓRIO, 2004, *apud* MARQUES, 2005, p. 36). Dentre os vários meios de se cometer abuso, este estudo abordará alguns de forma mais detalhada, a fim de esclarecer as categorias a que se refere.

O abuso emocional, como é mais conhecido, também é chamado de abuso ou agressão psicológica ou verbal, ou ainda abuso ou agressão simbólica, agressão não física (MARQUES, 2005). Trata-se de uma modalidade de abuso que não atinge a violência física, entretanto, pode desenvolver traumas significativos na vítima, visto ser exercido, comumente, por pessoas próximas nas quais as vítimas confiam e dão total credibilidade, como pais, avós, familiares ligados diretamente à sua criação.

Pode-se ainda citar o abuso físico, “também chamado de agressão ou abuso físico, violência ou abuso do parceiro íntimo, violência conjugal, doméstica, marital, no namoro ou no flerte” (MARQUES, 2005, p. 91). Aqui destacam-se os traços de violência física, em que a vítima pode sofrer agressões que deixam ou não hematomas visíveis.

Nessa modalidade de abuso, geralmente, os agressores são pessoas que transmitem segurança a essas mulheres e que, em determinado estágio, começaram a oprimi-las, quer seja por ciúmes ou necessidade de exercer controle sobre elas. Enquadram-se os maridos e namorados, na maioria dos casos, afirma Marques (2005).

A esse respeito vale alertar que em “casos extremos, comportamentos abusivos terminam em morte de um ou dos dois parceiros” (MARQUES, 2005, p. 84). Dados divulgados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) afirmam que, entre os anos de 2001 e 2011, mais de 50

mil mulheres foram assassinadas no Brasil, o que corresponde a cerca de 5 mil mortes por ano (IPEA *apud* CORDEIRO, 2017). A mesma pesquisa demonstrou ainda que “grande parte destas mortes foi consequência de violência doméstica e familiar – aproximadamente um terço teve o domicílio como local de ocorrência” (CORDEIRO, 2017, p. 260).

Vale apresentar, ainda, o abuso sexual, que representa outra categoria, caracterizado “pela ação que inclui comportamentos que se encaixam nas definições legais de estupro e ataque físicos a partes sexuais do corpo de uma pessoa e a fazer demandas sexuais excessivas com as quais a parceira não está confortável” (MARSHALL, 1992; SHEPARD; CAMPBELL, 1992, *apud* MARQUES, 2005, p. 92). Esse modo de abuso está presente na vida de várias mulheres e infelizmente, em geral, os agressores podem estar inseridos ou não no convívio cotidiano das vítimas.

De acordo com o Jornal Nacional, em 2017 foram mais de 60 mil casos de estupro no Brasil, média de 164 por dia, um a cada dez minutos (PORTAL G1, 2018). Vale ressaltar que esses números compreendem apenas os casos registrados; deve ser considerado que existem outras milhares de ocorrências que nunca chegaram a ser denunciadas e continuarão a acontecer de forma desenfreada.

Por fim, existe o abuso econômico, que pode ser considerado uma

subcategoria de abuso emocional, uma vez que ele exerce muito das mesmas funções do abuso emocional e tem alguns dos mesmos efeitos emocionais nas vítimas. No entanto, ele pode ser distinguido por seu foco em evitar que a vítima possua ou mantenha qualquer tipo auto-suficiência financeira ou recursos e forçar uma dependência material da vítima em relação ao parceiro abusivo. (MARQUES, 2005, p. 94).

Nesse sentido, Marques (2005, p. 94) ainda esclarece que, nesse tipo de abuso, há a intenção “de fazer com que a vítima dependa inteiramente do parceiro abusivo para suprir suas necessidades básicas como comida, roupas e abrigo ou para suprir os meios de satisfazê-las”.

Diante do cenário exposto, o questionamento que permeia essas questões de abuso é por que as mulheres continuam em seus relacionamentos abusivos? Por que mesmo diante desses variados cenários de maus tratos elas insistem em continuar à mercê de seus agressores?

A esse respeito, Truninger (1971, *apud* MARQUES, 2005, p. 109-110) evidencia algumas causas:

1- Autoconceito negativo - a baixa autoestima pode ser um agravante para se manter nesses relacionamentos. Muitas mulheres desacreditam de sua beleza física e capacidade emocional de se sustentar e conquistar a autossatisfação pessoal;

2- Crença em mudanças - a esperança de restaurar o casamento e manter a família unida pode ser uma fuga para que as mulheres continuem em seus relacionamentos abusivos, crendo que seus cônjuges mudarão;

3- **Dificuldade financeira** (grifo nosso) – conforme já citado na subseção anterior, vive-se em uma sociedade que ainda sofre com os resquícios de uma mentalidade machista, em que algumas mulheres, até esse tempo, são impelidas a depender financeiramente de seus provedores (pai ou companheiro), assim, diante desse cenário, uma das maiores dificuldades que enfrentam ao deixar os relacionamentos caracterizados como abusivos é o desafio de se ter uma renda própria.

Alvim (2019, on-line) alerta que “aos poucos, estes abusos vão se intensificando e deixando a vítima tão fragilizada a ponto de considerar que aquela violência psicológica, e muitas vezes física, a que está submetida, é apenas uma forma de cuidado, de carinho (...)”, fazendo com que essas mulheres aceitem e, muitas das vezes, acreditem que os maus tratos sejam formas de afeto do seu companheiro abusivo.

Sobre essa realidade, este estudo pretende apresentar maneiras de como essas mulheres podem alcançar sua independência financeira e conquistar lugar de destaque no mercado de trabalho, utilizando técnicas de empreendedorismo, as quais serão abordadas na subseção a seguir.

## 2.2 Empreendedorismo

A arte de empreender tem ganhado cada vez mais visibilidade no cenário atual, podendo ser considerada como uma válvula propulsora de sucessos em potencial. No Brasil, esse processo começou a se desencadear em meados da década de 1990, quando foram criadas entidades como o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - e a Sotfex – Sociedade Brasileira de Exportação de *Software* (DORNELAS, 2018) e, desde então, sua evolução é constante.



Este estudo entende o empreendedorismo “como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” (DORNELAS, 2018, p. 29), descartando, em absoluto, o amadorismo.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o processo de empreender é muito mais complexo. Os autores afirmam que “é necessário mais do que apenas muito trabalho e sorte para ser um dos poucos empreendedores bem-sucedidos. É preciso raciocinar em um ambiente de alta incerteza, ser flexível e aprender com as derrotas” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014, p. 05). Logo, percebe-se que um processo empreendedor demanda esforço, agilidade e persistência.

Para Schumpeter (1985, *apud* MARTES, 2010) os empresários não podem ser considerados apenas homens de negócios “independente” (grifo do autor) em sua economia de trocas, ou seja, aquele que tem seu próprio negócio, mas são todos aqueles que de fato preenchem a função pela qual define-se o conceito, mesmo que sejam funcionários dependentes.

Dornelas (2018, p. 20) esclarece que “a palavra ‘empreendedor’ tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. Dessa forma, compreende-se como empreendedor todo aquele que busca o sucesso pela inovação, seja na criação de uma nova empresa, na releitura de um negócio já existente ou na prestação de serviços de empregados a seus contratantes.

Nesse contexto, vale ressaltar que o processo empreendedor demanda alguns passos necessários para um negócio promissor e o primeiro deles é conhecido como Modelo de Negócios, apresentado a seguir.

### **2.2.1 Modelo de Negócios**

O modelo de negócios foi criado para auxiliar os empresários na exposição de suas ideias. É uma apresentação dinâmica do empreendimento proposto e tem objetivo de delinear os elementos e fases de um empreendimento, de forma a proporcionar a integração da organização (SEBRAE, 2018a, on-line).

Tal modelo possibilita que empreendedores reflitam a respeito de cada função desempenhada pela empresa, desta forma, é possível verificar as estratégias necessárias para se conquistar um maior número de clientes, podendo, ainda, aumentar seus lucros.

Segundo a Cartilha do SEBRAE (2013, p. 15, on-line), “o quadro nos dá a chance de verificar e corrigir, coloca em foco tudo que é mais importante e ajuda a descobrir elos que não teríamos percebido em um longo texto descritivo”. Por ser um quadro baseado em um bloco de notas, sua interpretação torna-se simples e de fácil manuseio. Em termos de materiais, canetas, bloco de notas adesivas e uma cartolina são suficientes para dar origem ao modelo, que pode ser formulado de várias maneiras a serem testadas periodicamente até que se encontre os meios que melhor se adequem à proposta.

Em síntese, pode-se compreender que o propósito do modelo de negócios é ajudar na organização das ideias, entender que cada bloco está relacionado aos demais e permitir o ajuste quantas vezes forem necessárias, até conseguir perceber o negócio como um todo.

Após as definições do modelo, faz-se necessário passar para o próximo estágio, o desenvolvimento do plano de negócios, abordado na subseção a seguir.

### **2.2.2 Plano de Negócios**

Comumente citados muitas vezes como sinônimos, Modelo e Plano de Negócios são ferramentas distintas, posto que cada uma compreende um estágio diferente do empreendimento.

Se o modelo apresenta uma ferramenta dinâmica e totalmente visual, com frases curtas e cores chamativas, o plano de negócios, por sua vez, “descreve a forma como o negócio será construído, com etapas, prazos, planilhas de custos, receitas, etc” (SEBRAE, 2013, p. 13, on-line). Entretanto, vale ressaltar que todas as alterações do modelo de negócios devem igualmente ser ajustadas no plano, visto que as duas ferramentas têm de se manter vivas e conectadas (SEBRAE, 2013, on-line).

No que diz respeito à construção do plano de negócios, Dornelas (2018, p. 95) elucida que

o plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e ainda permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio.

O plano de negócios é uma expansão do modelo apresentado na subseção anterior. De uma forma mais detalhada e minuciosa, “é um documento que descreve por escrito os objetivos de um

negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo riscos e as incertezas” (SEBRAE, 2019a, on-line).

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 153), “é o documento mais importante para o empreendedor no estágio inicial”. Os autores afirmam que provavelmente os investidores em potencial não invistam em um novo negócio enquanto seu plano não estiver concluído.

Segundo Dornelas (2018, p. 93), “espera-se que um plano de negócios seja uma ferramenta para o empreendedor expor suas ideias, em uma linguagem que os leitores entendam e, principalmente, que mostre viabilidade e probabilidade de sucesso em seu mercado”.

Assim como o modelo, o plano de negócios torna-se vital para que a empresa tenha sucesso, independentemente se o propósito é a criação de um novo negócio ou a expansão de um já existente; um plano bem detalhado proporciona visibilidade de possíveis riscos e possibilita a diminuição desses gargalos.

### **2.3 A mulher empreendedora e seu potencial de mercado**

Após a compreensão do processo inicial de criação de uma empresa de sucesso, cabe, neste momento, ater-se ao papel da mulher empreendedora e como é sua atuação nesse cenário.

Para o bom entendimento desta subseção, é válido mencionar que a presença da mulher na economia é um fato relativamente recente, como pontua Fernandez (2018, p. 568):

Apenas em 1990 a conferência anual da American Economic Association pela primeira vez incluiu um painel específico voltado às perspectivas feministas na economia. Uma seleção dos artigos apresentados naquela altura foi publicada por Marianne Ferber e Julie Nelson, posteriormente, em 1993, numa coletânea intitulada *Beyond Economic Man: Feminist Theory and Economics*. Com a publicação da série de livros e artigos que se seguiram às primeiras conferências, a economia feminista começou a tomar corpo como um campo organizado do conhecimento no início da década de 1990.

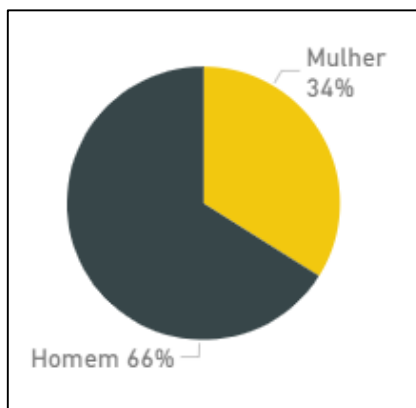
Sob a ótica de Fernandez (2018), na economia feminista, entende-se a família como uma pequena empresa que produz bens utilizando trabalho e insumos de mercado, em que se deve ter uma dinâmica interativa e alternativa de tempo de trabalho doméstico e os serviços oferecidos no mercado, a partir da conjectura de que as mulheres escolhem livremente se desejam ficar em casa ou trabalhar fora.

Após adotar essa postura, a mulher vem conquistando espaço gradativo no mercado de trabalho, mais diretamente no ramo de empreendedorismo, foco deste estudo. Vale destacar que as principais motivações para as representantes do sexo feminino empreender são: a necessidade de ter outra fonte de renda ou para adquirir **independência financeira** (grifo nosso) (SEBRAE, 2019b, on-line).

Ante essa temática, o SEBRAE (2018b, on-line) publicou em seu portal<sup>7</sup> que “nos últimos anos, o número de mulheres que começam a empreender cresceu consideravelmente, tanto no Brasil quanto em outros países. Atualmente, cerca de 30% de todos os negócios privados do mundo são operados ou têm como idealizador uma mulher”.

Uma pesquisa publicada pelo DATA SEBRAE (2019, on-line) apresentou o gráfico a seguir:

**Figura 3:** Donos de Negócios no Brasil



**Fonte:** Data SEBRAE, 2019.

O gráfico anterior demonstra a participação percentual de empreendedores no Brasil em 2018, em que as mulheres representam 34% do mercado, contra 66% de homens. Se comparados aos índices de 2017, no qual as mulheres apresentavam apenas 29% dos empreendedores, enquanto os homens detinham 71% dos empreendimentos brasileiros (DATA SEBRAE, 2018, on-line), pode-se perceber que mesmo não sendo um avanço expressivo, há um aumento progressivo na participação de mulheres no ramo empresarial.

<sup>7</sup> Portal SEBRAE: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empREENDEDORA,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

Na mesma pesquisa é demonstrado que, em 2018, as mulheres somavam um total de 9,3 milhões de donas de negócios no Brasil, das quais 1.255,1 mil empregadoras e 8,1 milhões de trabalhadoras por conta própria, sendo 26% com idades de 35 a 45 anos (DATA SEBRAE, 2019, on-line).

Em 2016, essa participação das mulheres já era percebida, conforme dados do Anuário Mulheres Empreendedoras do SEBRAE (2016, on-line) que afirmam: “a participação das mulheres aumentou em 1,1 pontos percentuais, devido ao maior dinamismo do crescimento de sua ocupação, cuja taxa observada foi de 2,1% ao ano. Assim, o total de mulheres ocupadas chegou a 41,1 milhões, em 2013”.

O mesmo documento apresentou dados sobre a evolução de mulheres empreendedoras que, em 2010, representavam pouco mais de 352 mil, número que aumentou para mais de 2 milhões em 2014.

Vale evidenciar que o rendimento médio mensal das empreendedoras, em 2018, atingiu uma média de R\$ 1.831,00 (SEBRAE, 2019b, on-line). Números que tendem a propiciar a liberdade financeira desejada por algumas mulheres, que, conforme citado no tópico 3 da subseção 1.1.2, em grande parte, se mantinham em relacionamentos abusivos por dependerem financeiramente de seus companheiros.

O estudo reforça essa observação ao publicar que “quando uma mulher empreende e é dona do seu próprio dinheiro, ela vira dona de sua própria história (...) e quando uma mulher é dona de sua própria história, ela tem mais chance de interromper ciclos de violência contra si e sua família” (SEBRAE, 2019b, on-line).

Nesse ponto, vale acentuar que, de acordo com o SEBRAE (2019b, on-line), nos últimos dois anos, a proporção de mulheres empreendedoras que são “chefes de domicílio” (grifo do autor) passou de 38% para 45%. O avanço das atividades empreendedoras conferiu às donas de negócios a principal posição dentro de casa, superando o percentual de mulheres na condição de cônjuge dependente do marido, que caiu de 49% para 41%.

Para além do exposto, o estudo revela que 48% dos microempreendedores individuais (MEI) são representados por mulheres, as quais atuam principalmente em atividades de beleza, moda e alimentação, sendo 55,4 % sediadas em suas próprias casas (SEBRAE, 2019b, on-line).

Outro ponto que acompanha a evolução das mulheres no mercado dos empreendimentos é a qualificação profissional. A esse respeito, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) divulgada pelo IBGE (2018) comprova que, no 4º trimestre de 2017, o índice de mulheres que concluíram o ensino fundamental foi de 7,8% ao passo que os homens compunham 9,4%. Entretanto, o quadro de mulheres que concluíram o ensino médio foi de 34,4% contra apenas 31,3% dos homens. No quesito ensino superior, as mulheres sobressaíram novamente com 24,3% em relação aos homens que compunham apenas 14,6% do mercado em busca de profissionalização.

Na mesma direção, outra pesquisa importante é do Censo da Educação Superior do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2018), que, em 2016, fez um levantamento que revelou “que as mulheres representam 57,2% dos estudantes matriculados em cursos de graduação”, constatando, assim, o crescimento e busca por especialização da parte do sexo feminino.

Contudo, o cenário apresentado, até este momento, demonstra discrepâncias econômicas, visto que as mulheres “recebem rendimentos 24,4% menores que os dos homens” (IBGE, 2018), comprovando, assim, que a desigualdade salarial ainda é um ponto a ser desconstruído. Sob essa ótica, acredita-se que o investimento em ações empreendedoras atreladas à qualificação profissional tendem a alavancar mudanças gradativas desse cenário.

Adicionalmente, João Henrique de A. Sousa (2019), presidente do SEBRAE NACIONAL, afirma que “o empreendedorismo representa uma importante alavanca para o empoderamento feminino” (SEBRAE, 2019b, on-line), dando sustentação para que se acredite, que o empreendedorismo feminino seja uma grande ferramenta de sucesso para mulheres que desejam alcançar sua independência financeira e conquistar espaço no mercado.

### **3 Metodologia**

Este trabalho se vale do método científico estudo de caso, isto é: “uma investigação empírica que investiga (sic) um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de mundo real” (YIN, 2015, p. 17). Severino (2007, p. 121) elucida que tal método é uma “pesquisa que se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo”.

Selecionado o método de pesquisa, partiu-se para a formulação de um protocolo de pesquisa (YIN, 2015) composto por seis tópicos, a saber: 1 – Questões de pesquisa/estudo (são desenvolvidas as indagações que instigam a pesquisa, cujas respostas serão encontradas no decorrer do trabalho); 2 – Proposições de estudo (afirmações que revelam o porquê se pretende responder as questões de pesquisa. Tornam-se os objetivos do trabalho); 3 – Unidade de análise (local onde o estudo será aplicado); 4 – Dados (base das fontes de informações que serão utilizadas para fundamentar o estudo), 5 – Lógica que liga os dados às proposições (estabelecimento lógico entre os dados e os objetivos propostos) e 6 – Critério de análise de dados (definição dos critérios a serem utilizados na análise/discussão dos dados a serem obtidos), seguido por pesquisas bibliográficas a fim de obter dados que respaldassem a coerência do tema proposto com o cenário atual.

Para a obtenção dos resultados, foi utilizada a entrevista como método de coleta de dados que, de acordo com Gil (2009, p. 7), “nos estudos de caso tendem a ser pouco estruturadas, com vistas à obtenção de dados caracterizados por um maior nível de profundidade”, o que, de fato, ocorreu, pois, além das perguntas estruturadas, a entrevistadora inseriu outras como forma de enriquecer o trabalho.

Assim, foram entrevistadas cinco mulheres: duas da cidade de Piquete SP, uma do segmento alimentício (doceria) e a outra do mercado de beleza (revendedora de produtos); e três da cidade de Cruzeiro SP, com duas da rede de lojas de roupas e acessórios e uma do ramo alimentício (pizzaria). Os encontros foram realizados presencialmente entre os dias 23 de agosto e 07 de outubro de 2019, conforme a disponibilidade das empreendedoras e, após gravação, as respostas foram transcritas para que se pudesse analisá-las à luz da teoria.

### **3.1 Resultados Obtidos**

Conforme já mencionado, foram efetuadas cinco entrevistas com mulheres empreendedoras e para a preservação de suas identidades, as entrevistadas serão aqui mencionadas pelas iniciais do nome e sobrenome. Todas apresentam basicamente o mesmo perfil: empresárias, bem sucedidas em seus ramos, casadas, com filhos e família. São atuantes nas áreas de beleza, moda e alimentação, respectivamente. M.S e LR têm a sede de suas atividades em suas próprias residências, realidade comprovada pelo Sebrae (2019b, on-line), quando relata o perfil da mulher empreendedora.

Questionadas acerca dos temas de discussão desse estudo, na primeira pergunta que versou sobre início da carreira de empreendedoras, M.S e L.R declararam que começaram a trabalhar por volta dos 19 anos, enquanto G.S iniciou seus trabalhos autônomos com 35 anos de idade, em concordância com os dados divulgados pelo Data Sebrae (2019, on-line); embora M.C e P.S não tenham mencionado a data exata do início de suas carreiras, pôde-se perceber que ingressaram também jovens no mercado.

Dentre os maiores desafios que encontram ao empreender, foram citados: os cuidados com a parte administrativa, definição de um nicho de mercado e enfrentamento do próprio preconceito para iniciar uma carreira nova. A respeito dos dois primeiros tópicos, verificou-se os gargalos advindos, possivelmente, da não aplicação do processo empreendedor, que inclui a elaboração do modelo de negócios apresentado pelo Sebrae (2018a, on-line) como uma ferramenta dinâmica que integra os objetivos e perfil do empreendimento; e posteriormente a elaboração do plano de negócios, que descreve de forma minuciosa como a empresa será construída em suas variadas etapas, conforme demonstrado pelo Sebrae (2013, on-line).

Quanto ao preconceito enfrentado ao iniciar uma nova carreira, neste estudo, a de empreendedor, Hisrich, Peters e Shepheed (2014) esclarecem que é preciso ser flexível e aprender com as derrotas, pois o ramo é repleto de incertezas. Vale ainda destacar o autoconceito negativo, abordado por Truninger (1971, *apud* MARQUES, 2005), ao qual muitas mulheres estão submetidas, sem acreditar no seu potencial de independência e crescimento.

Quando indagadas a respeito das questões de discriminação entre os gêneros, P.S e G.S, como atuam no setor de comércio de roupas e acessórios, não tiveram concorrência desleal com o sexo masculino. A esse respeito concordam que o mercado é aberto a todos que realmente se dedicam, e que as mulheres que buscam sucesso se destacam e não sofrem discriminação pelo gênero. M.S nunca trabalhou diretamente com homens, pois no início da carreira era atendente, função desempenhada sobretudo por mulheres e logo depois iniciou sua carreira como doceira, segmento em que não sente os reflexos de qualquer diferenciação. M.S e L.R, no entanto, iniciaram suas carreiras em organização fabril e nesses setores, ainda que não tenham sido discriminadas diretamente, puderam observar claramente esse aspecto dentro das empresas que atuavam, conforme evidenciado por Fernandez (2018), que discute o processo de dominação do gênero masculino sobre o feminino.



Em suma, a maioria enfatizou que, ainda que exista a distinção de gêneros, a mulher tem total capacidade de driblar e se destacar pelo seu potencial. A esse respeito M.C destaca a necessidade de se aumentar o efetivo de mulheres nas universidades, que, em 2016, representavam 57,2% dos matriculados, de acordo com o INEP (2018), ao afirmar que “como existe essa barreira no mercado, quanto mais qualificada a mulher, mais valorizada, e quanto menos qualificação, com certeza a mulher terá problemas para ocupar esse espaço” (M.C, 2019).

Na abordagem sobre qualificação, o resultado revelou diversidades nos pareceres. M.C e M.S julgam a qualificação como de alta relevância, ambas procuraram se capacitar antes de abrir seus negócios, visto que atuam no ramo alimentício. Informaram que foram buscar cursos e conhecimento com colegas de profissão, verificaram documentação necessária e afins. Vale aqui destacar que após anos de tentativa e desânimo, 24h depois da entrevista, M.S. buscou a formalização do seu negócio, o que mostra que foi impactada positivamente pela pesquisa de campo do trabalho de graduação e acrescentou mais um número aos dados apresentados pelo Sebrae (2019b, on-line).

Para P.S e G.S, que atuam no mercado de roupas e acessórios, a busca pela qualificação é importante, mas não essencial, quando se tem um “dom de família”, expressão dita por uma delas. Destaca-se que ambas vêm de famílias comerciantes e aprenderam o ofício com seus pais, o que pode levá-las a acreditar que a experiência de vida vale mais que a qualificação acadêmica. Apesar desse fato parecer antagônico à prosposta deste estudo, percebe-se que essas mulheres já cresceram com incentivo à autonomia, pois receberam de seus pais ensinamentos que colocaram em prática e vêm dando resultados há mais de 15, 30 anos respectivamente.

Nesse sentido, L.R observou que, conquanto seja formada e tenha morado fora do Brasil, ao deixar a rotina fabril e iniciar sua carreira como representante de produtos de beleza de empresa da qual hoje é diretora nacional, nunca procurou outro tipo de especialização que não a de autoconhecimento, terapias, ou seja, para seu cuidado próprio. De acordo com a entrevistada, a empresa para qual trabalha fornece cursos de capacitação interna e, apesar de serem oferecidos muitos cursos, ela nunca sequer ouviu falar no modelo de negócios apresentado pelo SEBRAE (2013, on-line), diferentemente das demais que já o conheciam, mesmo não tendo aplicado como um todo. Apesar de não convencional, os métodos de capacitação expostos pela empresa

apresentam resultados indiscutíveis, pois se trata de uma das marcas de cuidado com a pele e beleza feminina mais vendidas no mundo.

Quando questionadas sobre a necessidade da mulher ter sua própria renda, todas pontuaram como de extrema relevância e frisaram que não somente se deve buscar a liberdade financeira, mas exercê-la de forma livre. No âmbito dessa discussão, pontuou-se a relação dessa liberdade financeira com a não vulnerabilidade a relacionamentos abusivos por parte dos parceiros dessas mulheres e, a esse respeito, todas declararam que sim, ter sua própria renda torna a mulher mais confiante e menos submissa a esse tipo de relacionamento, em concordância com o explicitado pelo Sebrae (2019b, on-line).

Entretanto, destacaram que ser uma mulher financeiramente resolvida não garante ao todo que ela se torne imune a um relacionamento não saudável, visto que existem vários outros motivos que fazem com que essas mulheres permaneçam nessa “prisão emocional”, como os filhos, baixa autoestima, crenças de mudanças e o desejo de restaurar o casamento observaram as entrevistadas, consoante às colocações de Truninger (1971, *apud* MARQUES, 2005). Por outro lado, frisaram que, certamente, ser dona de suas finanças é um grande passo para o empoderamento dessas mulheres como mencionado pelo Sebrae (2019b, on-line).

Ponto marcante da entrevista foi conversar sobre as famílias, momento em que 100% das convidadas apontaram seus cônjuges como principal ponto de apoio para suas conquistas. Além de não exercerem o abuso econômico, a que se refere Marques (2005), forçando suas esposas a dependerem financeiramente de si, esses maridos ainda são os maiores incentivadores dos sonhos de suas mulheres. Este fato foi comum entre essas mulheres, pois puderam contar com seus esposos, os quais as apoiam, incentivam e cuidam da casa e dos filhos sempre que necessário, para que suas esposas possam fazer cursos ou quando estão trabalhando, em oposição ao explicitado por Coltrane (2000), Fuwa (2004), Lennon e Rosenfield (1994) citados por Medeiros e Pinheiro (2018), que apontam as mulheres como única cuidadora do lar, na maioria desses casos, verificou-se que em relações saudáveis os cuidados com o lar e filhos são melhor distribuídos, vez que ambos compreendem a importância de um lar equilibrado para a satisfação e felicidade de todos.

Sobre o aspecto maternidade e a criação dos filhos, M.S e L.R revelaram que deixaram suas antigas profissões e optaram pelo empreendedorismo para estarem mais perto de seus filhos, para serem mães mais presentes. G.S e P.S revelaram que sempre levaram os filhos para a loja. Hoje,

G.S tem 4 lojas na cidade Cruzeiro e já distribuiu para seus filhos algumas delas. M.C, por sua vez, optou por ter apenas uma filha e criá-la da melhor forma. Ponto comum entre os filhos de ambas as entrevistas foi que se tornaram colaborativos, incentivadores das mães. E mesmo quando as querem por perto, sabem que o esforço que elas fazem é para toda a família.

Como último questionamento, sobre a manutenção da vida cotidiana, na conciliação de todas as tarefas que precisam executar, L.R demonstrou destreza peculiar, pois conseguiu colocar a agenda da casa em um quadro onde todos (esposo e dois filhos) sabem o que devem fazer e onde todos estão naquele momento; ela tem muita disciplina e busca passar muito tempo de qualidade com os filhos. Gosta de reservar as três primeiras horas do dia para si, faz yoga, academia e, quando viaja, sempre que possível, leva a família junto. L.R enfatiza que o segredo é estar onde se está, se está no trabalho, trabalhe. Se esta em casa com a família, esteja lá, com a família e não fique pensando no trabalho. Ao que indica, ela conseguiu implementar de forma global, em todas as esferas de sua vida, o conceito de economia feminista apresentado por Fernandez (2018), no qual a família é vista como uma pequena empresa, com dinâmica e interatividade, propiciando, assim, momentos de trabalho e descanso a todos que ali vivem.

M.S está no processo de implementação do método tentando encaixar todas as atividades em blocos, mas assume que tudo já foi muito atropelado. Hoje ela separa ao menos um dia na semana para estar com o filho e esposo. E mesmo que esteja no trabalho, sempre encontra uma forma de fazer as atividades escolares com o filho.

G.S já é uma senhora conceituada no mercado e não abre mão de estar diariamente em suas lojas, contudo sempre encontra tempo para os filhos e netos. Para ela, a família é mais importante.

P.S., por sua vez, declara que para ela é muito difícil. Frisou que na gravidez de sua filha caçula teve que trabalhar até as últimas semanas de gestação. E ao chegar em casa ainda tinha que cumprir suas atividades. Mas sempre contou com o apoio do esposo, que deixou seu emprego de metalúrgico e se juntou a ela no comércio.

M.C assume que é uma tarefa difícil, pois trabalha em três faculdades como professora, além da pizzaria que abriu com o esposo, e, mesmo que sua filha já seja adulta, tem as demandas de uma dona de casa. Ela destaca que, com o passar dos anos, sente hoje o peso de fazer tudo, dar conta de tudo, ser boa para todos e atender a todos. E declara: “Eu acredito que meus alunos, minha

família e os meus clientes estejam satisfeitos, mas eu como pessoa preciso cuidar mais da minha qualidade de vida. Toda mulher precisa de um tempo pra ela” (M.C, 2019).

Com base nos dados, percebeu-se que as mulheres detêm em si o poder de modificarem a sua vida financeira e serem donas de seus próprios negócios. Conforme apresentado na análise da pesquisa, o processo de empreender não é fácil, há que se dispende energia e muita determinação, entretanto, proporciona crescimento e sucesso àqueles que se dispõem a aplicá-lo com excelência.

### **Considerações finais**

Tida como sexo frágil durante décadas, a mulher vem despontando a cada dia e conquistando seu espaço no mercado de trabalho, conforme os dados apresentados ao longo desse artigo, em que pode-se perceber o crescente número de empreendedoras no Brasil. A partir desse contexto, esta pesquisa, apresentou casos de sucesso de mulheres que conquistaram o mercado de trabalho, atuando como donas de seus próprios negócios.

Sobreveio a existência de uma relação parcial entre o êxito alcançado por essas trabalhadoras e suas qualificações profissionais, uma vez que, conforme explicitado, muitas das vezes o viés familiar pode ser um grande diferencial. No entanto não se descarta a necessidade de se buscar a qualificação como ferramenta de competitividade. Ademais, a especialização própria para o processo empreendedor surgiu como uma ferramenta que poderia ter minimizado alguns contratemplos enfrentados pelas entrevistadas, ao iniciarem suas atividades autônomas como donas de negócios.

Notou-se que a dupla, por vezes, tripla jornada, a que a maioria das mulheres acumulam, exige um equilíbrio constante entre sua vida profissional, pessoal e familiar, nesse sentido, sucedeu que essa dinâmica, mesmo que muitas vezes penosa e difícil, pode ser conquistada desde que haja uma interação de todos os membros da família. Destacou-se a pessoa do cônjuge como o maior incentivador e coadjuvantes dessas mulheres no processo empreendedor, seguido pelos filhos que devem igualmente contribuir para com a harmonia e organização da casa.

Evidencia-se ainda que a crescente demanda de mulheres no ramo empreendedor tende a cooperar para a diminuição da discrepância econômica entre homens e mulheres, posto que ao partirem para o empreendedorismo as donas de negócios encontraram liberdade e flexibilidade para construir uma carreira e terem sua independência financeira.

Acredita-se que embora não possa ser tida como a única solução, é explícito que a liberdade financeira confere à mulher certa autonomia e confiança. E esses sentimentos de suficiência a conduzem a uma análise mais seletiva de seus relacionamentos, pois uma dona de negócios torna-se mais confiante, logo fica menos suscetível a manter um relacionamento abusivo.

Assim, considera-se que o empreendedorismo despontou no Brasil como fonte de independência financeira para muitas mulheres, dentro dos mais variados nichos e segmentos, e a cada dia mais mais donas de negócios surgem com ideias inovadoras e que solucionam problemas do mercado. Esse fato impacta não somente no aquecimento econômico do país, como contribui consideravelmente na diminuição dos abusos a que estavam sujeitas.

## Referências

ALVIM, Joselene. **Mulheres que vivem relacionamentos abusivos**. 2019. Portal G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/presidente-prudente-regiao/blog/psicoblog/post/mulheres-que-vivem-relacionamentos-abusivos.html>. Acesso em: 29 abr. 2019.

CORDEIRO, Natália. Ação governamental e direitos das mulheres: abrigo para mulheres ameaçadas de morte no Brasil. **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília, n. 23, p. 259-294, mai./ago. 2017. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-33522017000200259&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522017000200259&lang=pt). Acesso em: 27 mar. 2019.

DATA SEBRAE. **Donas de negócios**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/painel-empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 18 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Características dos Empresários, Potenciais Empresários e Potenciais Empreendedores, com base nos micros dados da pesquisa GEM Brasil 2017**. 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/08/GEM-Empres%C3%A1rios-Potenciais-Empres%C3%A1rios-e-Potenciais-Empreendedores-2017-002.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2019.

DICIO, Dicionário Online de Português. **Significado de Sufragista**. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/sufragista/>. Acesso em: 08 abr. 2019.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 7.ed.. São Paulo: Empreende, 2018.

FERNANDEZ, Brena Paula Magno. Economia feminista: metodologias, problemas de pesquisa e propostas teóricas em prol da igualdade de gêneros. **Revista de Economia Política**. [Santa Catarina?], v. 38, n. 3 (152), p. 559-583, jul./set. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rep/v38n3/1809-4538-rep-38-03-559.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Estudo de caso: subsídio para coleta e análise de dados – como redigir o relatório**. São Paulo: Atlas, 2009.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Tradução: Francisco Araújo da Costa. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE, Agência Notícias. **Estatísticas de gênero: responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho**. Estatísticas Sociais, jun. 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 09 abr. 2019.

INEP. **Mulheres são a maioria na Educação Superior brasileira**. 2018. Disponível em: [http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset\\_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206](http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206). Acesso em: 11 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **No dia da mulher, estatística sobre trabalho mostram desigualdade**. Estatísticas Sociais. 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20287-no-dia-da-mulher-estatisticas-sobre-trabalho-mostram-desigualdade>. Acesso em: 18 abr. 2019.

MARQUES, Tania Mendonça. **Violência conjugal: estudo sobre a permanência da mulher em relacionamentos abusivos**. 2005. 303 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2005. Disponível em: <http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/17261/1/TMarquesDISSPRT.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2019.

MARTES, Ana Cristina Braga. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 254-270, abr./jun. 2010. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-31572010000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572010000200005&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 09 abr. 2019.

MATUELLA, Iazana. Conflitos armados e a agenda internacional: a questão da mulher. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 25, n. 3, p. 1277-1295, set./dez. 2017. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2017000301277&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2017000301277&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 08 abr. 2019.

MEDEIROS, Marcelo; PINHEIRO, Luana Simões. Desigualdades de gênero em tempo de trabalho pago e não pago no Brasil, 2013. **Revista Sociedade e Estado**. [Brasília], v.33, n. 1, p. 161-187, jan./abr. 2018. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69922018000100159&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922018000100159&lang=pt). Acesso em: 27 mar. 2019.

PORTAL G1. **Casos de estupro aumentam no Brasil: foram 60 mil registros apenas em 2017**. Jornal Nacional. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/08/10/casos-de-estupro-aumentam-no-brasil-foram-60-mil-registros-apenas-em-2017.ghtml>. Acesso em: 11 abr. 2019.

RIBEIRO, Jay Moreira Canongia *et al.* Círculo de leituras sobre gênero, sexualidade e ciência feminista: Um trabalho em construção. IV Seminário de extensão e pesquisa, 2018. **Revista Analecta**. [Guarapuava], v. 4, n. 4, p. 446-457 nov. /2018. Disponível em: <https://seer.cesjf.br/index.php/ANL/article/viewFile/1787/1132>. Acesso em: 29 abr. 2019.

SEBRAE NACIONAL. **Anuário das mulheres: Empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas**. 2016. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp->

content/uploads/2017/04/Anu%C3%A1rio-Mulheres-final-2014-2015.pdf. Acesso em: 10 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Como construir um modelo de negócios para sua empresa.** 2018a. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-construir-um-modelo-de-negocio-para-sua-empresa,6054fd560530d410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 23 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. **O quadro de modelos de negócios: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios.** Cartilha, 2013. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Anexos/ES\\_QUADROMODELODENEGOCIOS\\_16\\_PDF.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Anexos/ES_QUADROMODELODENEGOCIOS_16_PDF.pdf). Acesso em: 09 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Os desafios da mulher empreendedora.** 2018b. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 10 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** 2019b. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 18 abr. 2019.

\_\_\_\_\_. **Tudo que você precisa saber para criar o seu plano de negócios.** 2019a. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 23 mar. 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Tradução: Cristhian Mateus Herrera. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.