

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SOCIOECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS  
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Leticia dos Santos Cruz

**EMPREENDEDORISMO FEMININO À LUZ DA ECONOMIA FEMINISTA:  
ESCOLHA OU FALTA DE OPÇÃO?**

Florianópolis  
2023

Leticia dos Santos Cruz

**EMPREENDEDORISMO FEMININO À LUZ DA ECONOMIA FEMINISTA:  
ESCOLHA OU FALTA DE OPÇÃO?**

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Ciências Econômicas do Departamento de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Liana Bohn.

Florianópolis

2023

## Ficha de identificação da obra

Cruz, Leticia dos Santos

Empreendedorismo Feminino à luz da Economia Feminista:  
Escolha ou Falta de Opção? / Leticia dos Santos Cruz ;  
orientadora, Liana Bohn, 2023.  
65 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade  
Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Graduação em  
Ciências Econômicas, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Ciências Econômicas. 2. Mulher. 3. Mercado de Trabalho. 4.  
Desigualdade de Gênero. I. Bohn, Liana. II. Universidade Federal  
de Santa Catarina. Graduação em Ciências Econômicas. III.  
Título.

Leticia dos Santos Cruz

**EMPREENDEDORISMO FEMININO À LUZ DA ECONOMIA FEMINISTA:  
ESCOLHA OU FALTA DE OPÇÃO?**

Florianópolis, 27 de junho de 2023.

O presente Trabalho de Conclusão de Curso foi avaliado e aprovado pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof<sup>a</sup>. Dra. Liana Bohn

Universidade Federal de Santa Catarina

Prof<sup>a</sup>. Dra. Brena Paula Magno Fernandez

Universidade Federal de Santa Catarina

Prof<sup>a</sup>. Dra. Vivian Garrido Moreira da Silva

Universidade Federal de Santa Catarina

Certifico que esta é a **versão original e final** do Trabalho de Conclusão de Curso que foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Economia por mim e pelos demais membros da banca examinadora.

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Liana Bohn

Orientadora

Florianópolis, 2023.

Este trabalho é dedicado a todas as mulheres trabalhadoras e empreendedoras, em especial, à minha mãe Ivonete.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, meu porto seguro que sempre me guiou, principalmente nesta jornada de 5 anos, longe de casa e em uma cidade grande, em que eu me mantive no caminho da sua palavra que é fiel e sempre me abençoou muito.

À minha mãe Ivonete agradeço por ter sido o meu maior exemplo de mulher íntegra, trabalhadora e sonhadora. Por ter lutado por mim sempre e por ter me dado tantas lições de vida, dentre elas a independência e a educação. E agradeço à toda minha família, que não mediu esforços para me ajudar a realizar este sonho.

Ao meu companheiro Maicon, que sempre acreditou nos meus sonhos e me incentivou a conquistá-los. Obrigada por não me deixar desistir, você foi fundamental.

Às minhas grandes amigas e irmãs que fiz nesta universidade, Stephanni, Karine e Morgana, com quem passei tantos momentos felizes e que me ajudaram tanto nesta fase, conciliando faculdade, trabalho e juventude. Obrigada por terem sido minha família nesta cidade.

À UFSC, pois a educação transformou a minha vida positivamente. Eu sou grata a todos os professores que passaram seus conhecimentos nas salas de aula e me ajudaram nesta jornada de descobertas e, em especial, à Prof. Liana, que me orientou neste trabalho e por quem eu tenho uma grande admiração!

“Eu não sou um produto de minhas circunstâncias. Eu sou um produto de minhas decisões”. (Stephen Covey)

## RESUMO

Este trabalho aborda o empreendedorismo feminino sob a perspectiva da Economia Feminista, com o objetivo de analisar o fenômeno no Brasil, discutindo se ele compreende, para as mulheres, uma escolha dentre várias alternativas ou uma escolha pela falta de alternativa. Para fazer isso, utiliza-se uma metodologia qualitativa, descritiva e exploratória. A fim de responder ao problema de pesquisa, o trabalho faz uma breve apresentação do empreendedorismo na teoria econômica e no âmbito da administração e de negócios, assim como uma reflexão sobre o empreendedorismo no Brasil e o empreendedorismo feminino, que é seguido pela discussão da Economia Feminista com foco em sua análise na inserção da mulher no mercado de trabalho. Mediante a avaliação do perfil socioeconômico das mulheres empreendedoras e das características de seus empreendimentos, pode-se concluir que o empreendedorismo feminino não pode ser romantizado como uma solução universal para a igualdade de gênero, mas deve ser visto como uma consequência das barreiras e das desigualdades estruturais existentes, refletindo-se como uma escolha pela falta de alternativa que é marcada especialmente pela forma como a articulação entre as atividades remuneradas e não-remuneradas (reprodutivas) pesa majoritariamente sobre as mulheres.

**Palavras-chave:** Mulher. Mercado de Trabalho. Desigualdade de Gênero.

## **ABSTRACT**

This work addresses female entrepreneurship from the perspective of Feminist Economics, with the aim of analyzing the phenomenon in Brazil, discussing whether it comprises, for women, a choice among several alternatives or a choice due to the lack of an alternative. To do this, a qualitative, descriptive and exploratory methodology is used. In order to respond to the research problem, the work makes a brief presentation of entrepreneurship in economic theory and in the field of administration and business, as well as a reflection on entrepreneurship in Brazil and female entrepreneurship, which is followed by the discussion of Economics Feminist with a focus on her analysis of the insertion of women in the labor market. By assessing the socioeconomic profile of women entrepreneurs and the characteristics of their ventures, it can be concluded that female entrepreneurship cannot be romanticized as a universal solution for gender equality, but must be seen as a consequence of barriers and inequalities existing structural structures, reflected as a choice due to the lack of an alternative that is marked especially by the way in which the articulation between paid and unpaid (reproductive) activities weighs heavily on women.

**Keywords:** Woman. Job market. Gender Inequality.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Evolução das taxas (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento (inicial, estabelecido e total) - Brasil (2002-2019)

Figura 2 - Mulheres empregadoras *versus* conta própria - Brasil (2019)

Figura 3 - Empreendedoras que ganham até 1 salário-mínimo - Brasil (2019)

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 - Evolução do percentual de trabalhadores, por sexo, na força de trabalho (14 anos ou mais) - Brasil (2012-2023)

Gráfico 2 - Taxa de desocupação (pessoas com 14 anos ou mais), por sexo - Brasil (2012-2023)

Gráfico 3 - Taxa de subutilização (pessoas com 14 anos ou mais) por sexo - Brasil (2012-2023)

Gráfico 4 - Percentual de pessoas que realizou afazeres domésticos nos domicílios (2016-2019)

Gráfico 5 - Média de horas trabalhadas por sexo - Brasil (2012-2023)

Gráfico 6 - Rendimento médio mensal por sexo - Brasil (2012-2023)

Gráfico 7 - Taxas específicas de empreendedorismo segundo o sexo - Brasil (2019)

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Distribuição percentual dos empreendedores segundo o setor de atividade econômica - Brasil (2019)

Tabela 2 - Perfil socioeconômico das empreendedoras no Brasil (2021)

Tabela 3 - Distribuição percentual das atividades das empreendedoras Brasil (2019)

Tabela 4 - Porcentagem de empreendedoras formais e informais e seus rendimentos por região - Brasil (2021)

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IRME	Instituto Rede Mulher Empreendedora
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1 OBJETIVOS .....	17
1.1.1. <b>Objetivo Geral .....</b>	<b>17</b>
1.1.2. <b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>17</b>
1.2 JUSTIFICATIVA .....	18
1.3 METODOLOGIA.....	19
1.4 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO .....	20
<b>2. DO EMPREENDEDORISMO TRADICIONAL SCHUMPTERIANO À ECONOMIA FEMINISTA.....</b>	<b>21</b>
2.1 O CONCEITO DE EMPREENDEDOR E DE EMPREENDEDORISMO .....	21
2.2 AS CONTRIBUIÇÕES DA ECONOMIA FEMINISTA PARA ENTENDER A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO .....	24
<b>3. EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESCOLHA OU FALTA DE ALTERNATIVA?.....</b>	<b>30</b>
3.1 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL .....	30
3.2 O EMPREENDEDORISMO FEMININO .....	34
3.3 PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA NO BRASIL .....	39
3.4 OS LIMITES DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA PERSPECTIVA CRÍTICA DA ECONOMIA FEMINISTA .....	53
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>58</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>60</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, principalmente desde os anos 1960, a participação feminina no mercado de trabalho cresceu exponencialmente e, mais recentemente, segundo Raposo e Astoni (2007), o empreendedorismo feminino despontou como uma importante iniciativa na busca pelos direitos de independência econômica para as mulheres. Dentre as justificativas para essa ampliação está o avanço educacional, as mudanças nas estruturas familiares, com a queda do número de filhos, e a ampliação das taxas de atividade.

Embora os avanços nesse sentido sejam um indicativo importante, não se deve romantizar este empreendedorismo como um movimento do “*faça acontecer*”, famoso a partir da publicação de Sheryl Sandberg<sup>1</sup>, para a qual o ganho de poder feminino está associado à remoção de barreiras internas – “em minha vida, sempre me falaram das desigualdades no trabalho e de como é difícil ter carreira e família ao mesmo tempo. Mas quase nunca ouvi falarem das formas como nos refreamos” (SANDBERG, 2013, p. 22). Embora seus esforços profissionais tenham sido exitosos e tragam consigo a defesa de “que um número maior de mulheres em posições de poder é um elemento necessário para a verdadeira igualdade” (SANDBERG, 2013, p. 13), as conclusões da autora refletem muito a sua condição de vida, enquanto uma mulher branca e de classe média norte-americana, que propaga conquistas femininas individuais como meritocráticas, apoiadas na ideia de que a pessoa ‘tomou as rédeas da vida’ – “podemos reacender a revolução interiorizando a revolução”<sup>2</sup>.

A interiorização da revolução, entretanto, vai além da vontade individual e, no âmbito do empreendedorismo, essa ideia é ainda mais crítica. É possível, em certo sentido, associá-la ao empreendedorismo por escolha, quando se decide empreender

---

<sup>1</sup> Sheryl Kara Sandberg é uma empresária norte-americana, chefe operacional do Facebook, agora *Meta Platforms*, desde 2008. Foi a primeira mulher eleita pelos membros para o conselho de administração da empresa. Também já ocupou cargos de liderança na empresa Google e no Departamento do Tesouro norte-americano. Em 2012 foi eleita como uma das cem pessoas mais influentes do mundo pela revista *Time* e, posteriormente, como a 10ª mulher mais poderosa do mundo pela *Forbes*.

<sup>2</sup> Sandberg poderia ser associada ao feminismo liberal, apoiado em conquistas e avanços individuais como reflexo do ganho de poder da mulher na sociedade, ainda que coletivamente as mulheres sejam impactadas por diferentes formas de desigualdade.

por aptidão, por enxergar uma oportunidade de negócio que possa vir a elevar o nível de renda e promover sucesso profissional. Distante desta realidade está o empreendedorismo por necessidade, quando se empreende pela falta de emprego ou pela urgência de complementar a renda devido aos baixos salários pagos em outras atividades remuneradas. Num cenário onde as mulheres recebem salários, em média, 30% menores do que os homens, mesmo com maiores níveis de capacitação, é difícil imaginar que as desigualdades residem apenas nas limitações internas individuais, ainda que as mulheres estejam lutando e fazendo acontecer.

De acordo com o relatório GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) que tem como objetivo realizar o monitoramento global do empreendedorismo, o empreendedorismo feminino vem crescendo no Brasil. No entanto, ainda há uma discrepância nas oportunidades e remunerações entre homens e mulheres. Em 2019, praticamente não existia diferença entre os gêneros nas fases iniciais dos negócios, mas naqueles já consolidados a representatividade masculina era superior. Esse maior nível de “desistência” feminina pode estar associado à presença histórica de homens na atividade empreendedora, que contribuiu para a criação de um estoque de empreendedores com negócios já consolidados, ou pelas dificuldades enfrentadas pelas mulheres no percurso de empreender.

O tema do empreendedorismo, no campo das Ciências Econômicas, foi associado por muito tempo aos processos inovadores com foco no perfil do empreendedor comum. Apenas recentemente os estudos propuseram novas formas de compreensão e análise com vieses de gênero. Dentre eles, a ótica da Economia Feminista possibilita estabelecer um novo olhar sobre como as mulheres têm ingressado no mundo do empreendedorismo em conformidade com as suas oportunidades de trabalho. É sob esse plano de fundo que o presente trabalho visa contribuir ao questionar: o fenômeno do empreendedorismo feminino no Brasil decorre de uma escolha dentre várias alternativas ou de uma escolha pela falta de alternativa?

Ao se falar em ‘falta de alternativa’, deve-se destacar que o crescimento do empreendedorismo no mundo e no Brasil está associado a aspectos macroeconômicos e estruturais. Na abordagem macro, associa-se a um desempenho recessivo da atividade econômica, quando o empreendedorismo surge como

alternativa à falta de oportunidades no mercado de trabalho formal<sup>3</sup>, o que impacta homens e mulheres. Entretanto, em se tratando dos aspectos estruturais, o empreendedorismo decorre especialmente da dificuldade de conciliação das atividades produtivas e reprodutivas, que penaliza especialmente a parcela feminina dos trabalhadores. Embora ambos estejam amplamente relacionados – compondo um ciclo vicioso para as mulheres – o trabalho se centra no último aspecto, de modo que o crescimento econômico isolado (dissociado de rupturas estruturais que promovam compensações entre as esferas da produção e reprodução) não seria suficiente para minimizar a ideia da falta de alternativa às mulheres.

Os capítulos que compõem a estrutura teórica deste trabalho organizam-se para que seja possível compreender como surge o empreendedorismo feminino, qual é a visão da Economia Feminista sobre a mulher no mercado de trabalho e qual o perfil da empreendedora brasileira. Somente após trazer a luz a estes pontos é possível conceber uma análise crítica ao empreendedorismo feminino sob a perspectiva da Economia Feminista.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1. Objetivo Geral

O objetivo geral do trabalho é analisar, sob a luz da Economia Feminista, o empreendedorismo feminino no Brasil, discutindo se ele compreende uma escolha dentre várias alternativas ou uma escolha pela falta de alternativa.

### 1.1.2. Objetivos Específicos

São objetivos específicos do trabalho:

I. Analisar como surge e o que compreende o empreendedorismo feminino;

---

<sup>3</sup> Neste caso, pode-se associar à ideia de crescimento da pejetização (e terceirização das atividades), que compreende a contratação de uma pessoa jurídica para desempenhar uma atividade, fazendo com que o contratado assuma os riscos do negócio.

- II. Apresentar a Economia Feminista com foco em sua discussão sobre o mercado de trabalho;
- III. A partir do perfil das mulheres empreendedoras no Brasil, discutir se empreendem por escolha ou pela falta de alternativa.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo feminino é um fenômeno em crescimento que tem ganhado cada vez mais notoriedade, já sendo possível encontrar segmentos dominados por mulheres, como na área da beleza e da estética, ao mesmo tempo em que elas ampliam sua participação em áreas antes predominadas pelos homens, como no mercado financeiro e no *marketing*. Ainda assim, a propaganda em torno da capacidade transformadora do empreendedorismo esbarra nas características do mercado de trabalho brasileiro, marcado por diferentes formas de desigualdade de oportunidades.

No mercado da beleza, por exemplo, uma das grandes histórias de sucesso internacional foi a de Mary Kay Ash, empresária norte-americana fundadora de uma das maiores empresas de maquiagem e dermocosméticos do mundo. Motivada a empreender diante das barreiras impostas às mulheres no mundo dos negócios na década de 1960, sua missão era empoderar mulheres, capacitando-as e oportunizando a elas independência financeira e crescimento pessoal (SILVEIRA, 2014). Conforme o site da empresa<sup>4</sup>, em 2016 o Brasil contava com 440 mil consultoras, motivadas pelas vantagens de independência, de flexibilidade de horário e de ganhos ilimitados, bem como pelo desejo de conquistar o carro rosa, ícone da marca. Junto à possibilidade de ganhar até 50% do valor das vendas, a publicidade escondia as dificuldades a serem enfrentadas no processo de autonomia de jornada de trabalho (que podem ultrapassar as 40 horas semanais e inviabilizar fins de semana), assim como não revelam qual o volume efetivo de vendas para que a consultora tenha uma renda próxima de um salário-mínimo. Basta trabalhar (ou 'fazer acontecer') que as conquistas aparecerão.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.marykay.com.br/pt-br/about-mary-kay/press-room/press-releases/2016/aniversario-mary-kay-brasil/>

Por trás do empreendedorismo *cor de rosa* há mulheres que terão muito sucesso e que passarão a vendê-lo para as demais. Junto a elas, há outras tantas que, por não terem opção, buscam as possibilidades de ganho de renda que aparecerem, sem com isso conquistarem, de fato, sua independência financeira. O estudo do Sebrae (2022) é um indicativo neste sentido - as mulheres empreendem mais por necessidade e desenvolvem negócios com menor valor agregado. Tal informação, somada ao perfil das empreendedoras no país, deve ser contrastada com uma discussão teórica mais ampla, que reconheça as dificuldades femininas de inserção e permanência no mercado de trabalho, o que é um dos motes da Economia Feminista. É neste sentido que o presente trabalho visa trazer uma contribuição.

### 1.3 METODOLOGIA

Para atender aos objetivos propostos pela pesquisa, este trabalho é desenvolvido a partir de uma abordagem qualitativa, descritiva e exploratória. Qualitativa, pois é composta por temas teóricos; descritiva, pois descreve e analisa o empreendedorismo feminino; e exploratória, por avaliar a situação geral das mulheres empreendedoras no Brasil e formular uma análise crítica sob a perspectiva da Economia Feminista.

Para apoiar a discussão são utilizados dados de pesquisa bibliográfica, porque se trata de um estudo em materiais já publicados por autores que trataram sobre o tema, e documental, pois são utilizados materiais descritivos sobre o objeto de estudo, pesquisados em registros externos em órgãos como o SEBRAE. Quanto aos dados utilizados, as principais referências são aqueles coletados pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), pelo relatório da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019) - que trata do nível da atividade empreendedora em vários países -, e pelo *Data Sebrae*, que se apoia nos microdados da PNAD-Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) até o primeiro trimestre de 2023, tendo o intuito de identificar a inserção das mulheres no mundo do empreendedorismo e caracterizar os donos e donas de negócio existentes no Brasil (com ou sem registro formal).

#### 1.4 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Este trabalho é estruturado em quatro seções, incluindo esta introdução. A segunda seção traz o marco teórico, abordando (i) os conceitos sobre o empreendedorismo na teoria econômica schumpeteriana, (ii) o modo como, atualmente, o termo é utilizado no âmbito da administração e dos negócios, e (iii) a contribuição da Economia Feminista, com foco em sua discussão sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho. A terceira seção analisa o empreendedorismo no Brasil, discutindo o empreendedorismo feminino e o perfil das empreendedoras, de modo a cruzar os resultados com a discussão da Economia Feminista. Por fim, a quarta e última seção apresenta as considerações finais.

## **2. DO EMPREENDEDORISMO TRADICIONAL SCHUMPTERIANO À ECONOMIA FEMINISTA**

Este capítulo tem o objetivo de contextualizar teoricamente a discussão apresentada nesta monografia. Para isso, apresenta o conceito de empreendedorismo, seguido da crítica feminista, especialmente com relação ao debate sobre como as mulheres se inserem no mercado de trabalho.

### **2.1 O CONCEITO DE EMPREENDEDOR E DE EMPREENDEDORISMO**

Não é de hoje que o termo empreendedorismo existe<sup>5</sup>, embora tenha atingido maior ênfase nos últimos anos. Ao longo do tempo e em diferentes locais, o conceito passou por transformações – evoluiu, a partir do fim do século XVII, da ideia de que empreender era fazer qualquer coisa, para aquela do início do século XX, quando os comandantes das indústrias eram considerados empreendedores, até o presente, em que compreende uma atividade que pode ser desenvolvida por qualquer pessoa (CHIAVENATO, 2006).

Na teoria econômica, a principal referência nessa discussão (ainda que um pouco distante do atual uso do conceito) é Joseph Schumpeter<sup>6</sup>, para o qual o empreendedor está associado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios (SCHUMPETER, 1984). Isso porque o sistema econômico de oferta e demanda se mantém em equilíbrio e as rupturas são realizadas pelo empreendedor através das inovações, fonte de crescimento para a economia.

Em sua teoria da Destruição Criativa, Schumpeter destaca que o empreendedorismo envolve a criação de novos bens e serviços e a destruição dos

---

<sup>5</sup> Para Dolabela (2006), o empreendedorismo existe desde sempre e não é algo novo ou modismo, pois sua existência é justificada desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

<sup>6</sup> Joseph Alois Schumpeter foi um importante economista austríaco, considerado um dos principais teóricos do empreendedorismo e da inovação. Ele é conhecido por sua teoria da destruição criativa, que destaca a importância do empreendedorismo na criação de novas ideias e mercados que, por sua vez, podem destruir práticas antigas e remanescentes do desenvolvimento econômico (LEZANA, 2017).

velhos meios de produção. Isso promove um ambiente de constante mudança, no qual as empresas que não inovam e não se adaptam às novas demandas de mercado podem ser ultrapassadas por novos empreendimentos. Tal dinâmica destrutiva e criativa é crucial para o desenvolvimento econômico a longo prazo (LEZANA, 2017), já que a iniciativa empreendedora pode levar à criação de empregos, ao aumento da competitividade, à geração de riqueza e ao desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas existentes.

O pioneirismo schumpeteriano reside, assim, na análise do papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico, sendo uma força fundamental para a inovação e a criação de novos mercados. Para o autor, o empreendedorismo é uma habilidade crucial para a sociedade moderna, e a capacidade de gerar novas ideias, inovar e ser criativo é essencial para o sucesso de novos empreendimentos e o desenvolvimento de uma economia saudável e dinâmica (SCHUMPETER, 1984). Portanto, o empreendedor pode ser compreendido como o sujeito que cria oportunidades criativamente e rompe o modelo econômico de que a criação de negócios se dá apenas para suprir as carências e os desejos do mercado. Eles se projetam em condições de melhoria contínua (SCHUMPETER, 1982, *apud* RICHTER *et al.*, 2022), realizando novas combinações, reunindo recursos existentes de maneiras inovadoras para criar novas formas de produção ou novos produtos. Para Schumpeter (1984), ser empreendedor envolve mais do que se dispor a assumir riscos financeiros, mas significa realizar atividades de forma criativa e inovadora que podem levar a mudanças significativas na economia.

Sob uma perspectiva mais atual, o termo “empreendedorismo deve ser relacionado com a criação de riqueza para indivíduos e sociedade” (BLANCO, 2021, p. 114). O ato de empreender também exige determinação, iniciativa e compromisso. Sendo assim, são poucos os com disposição a encarar novos desafios.

Ser empreendedor de modo abrangente significa ser um realizador(a), é ter a capacidade e habilidade de produzir novas ideias por meio da congruência entre criatividade, execução e realidade. Traçar planos viáveis do imaginário à realidade, transformando recursos finitos e escassos em produtos valiosos para consumo no mercado (BLANCO, 2021, p. 114).

Nesta versão, parece haver um deslocamento para o sujeito e para suas pretensões, de modo que a atividade de empreender deixa de ser pensada enquanto rupturas na economia para um fenômeno no âmbito da administração – o que pode

justificar o distanciamento das teorias econômicas na análise do empreendedorismo. O empreendedor passa a ser visto, conforme Chiavenato (2006), como a energia da economia (pois não é apenas um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios, mas a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias e quem fareja as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam). Ou, de acordo com Drucker (2003), como qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar, sendo um comportamento e não um traço de personalidade. Ou, ainda, segundo Dolabela (2006), como um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros, sendo alguém que prefere seguir caminhos não percorridos.

Muitos dos empreendedores desenvolvem e adquirem aptidões em áreas que não possuem experiências anteriores. Dessa forma, nota-se que algumas das características que um empreendedor necessita podem ser desenvolvidas quando praticadas no dia a dia do negócio. Comumente, os empreendedores são pessoas proativas, observadoras e que procuram solucionar problemas de forma criativa e inovadora – conforme Baggio e Baggio (2014, p. 27), “para eles não existem apenas problemas, mas problemas e soluções”. Criam oportunidades que visam lucro para a organização, mas que também geram valor para a sociedade.

Diante do exposto, pode-se resumir a figura atual do empreendedor como uma pessoa capaz de identificar oportunidades de negócios, desenvolvendo e implementando planos de negócios, criando algo novo a partir da combinação de recursos existentes, e assumindo riscos. O empreendedorismo, por seu turno, é uma estratégia que envolve a identificação e a exploração de processos de oportunidades de mercado, por meio da criação de novos produtos, serviços, modelos e negócios (DORNELAS, 2015). Também compreende a busca incessante por inovação, virtuosismo, criação de oportunidades, transformação da economia e a chave para o sucesso empresarial (DRUCKER, 2007).

Independentemente do conceito adotado (se mais no escopo da Economia ou da Administração e Negócios), as abordagens brevemente discutidas consideram o empreendedor como um ente que é neutro quanto às características individuais. Ou seja, empreender compreende uma forma de ação que pode ser desenvolvida por

qualquer agente econômico. Entretanto, a configuração do fenômeno no mundo (e no Brasil) indica que alguns sujeitos estão mais inclinados à atividade, seja porque se sentem mais atraídos ao risco dos empreendimentos, ou porque são tradicionalmente mais compelidos a ele. A Economia Feminista, a fim de romper com a ideia de agentes universais, destaca os vieses da teoria econômica, de modo que analisar o empreendedorismo feminino demanda uma abordagem que coloque o gênero como categoria essencial para a compreensão dos fenômenos econômicos. É a isso que se dedica a próxima subseção.

## 2.2 AS CONTRIBUIÇÕES DA ECONOMIA FEMINISTA PARA ENTENDER A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Embora muitos observadores do comportamento feminino associem as mulheres a uma aptidão para pensar e fazer diversas tarefas simultaneamente, considerando a multiplicidade de papéis uma característica delas, é difícil delimitar o quanto destas habilidades são natas ou resultado de um processo histórico e social que atribuiu a elas funções específicas que se sobrepõem. Jonathan e Silva (2007) argumentam que tanto a organização do trabalho quanto a da família repousam em mitos, ainda hoje existentes, relativos à diferença entre os gêneros. A ideia de que as mulheres têm necessidades e capacidades para cuidar e se ocupar do lar, ao passo que os homens têm habilidades para atividades fora dele e para o provimento da renda, cria uma armadilha. Homens e mulheres se tornam prisioneiros de expectativas e comportamentos vinculados a ideais em relação a quem trabalha (“trabalhador ideal”) e a quem cuida do lar (“dona de casa ideal”).

Tal cisão está associada à divisão sexual do trabalho, prática social que se refere à separação das tarefas, em uma sociedade, entre homens e mulheres. Uma das razões pela qual as mulheres geralmente realizam mais trabalho doméstico não remunerado do que os homens pode ser atribuída a uma tradição de gênero que remonta há séculos. Em muitas sociedades, elas são vistas como cuidadoras e responsáveis pelo lar e pela família, o que é resultado de normas culturais e de expectativas de gênero, muitas vezes baseadas em estereótipos que sugerem que as

mulheres são melhores em cuidar e os homens são melhores em ganhar dinheiro (KERGOAT, 2003).

A separação entre as esferas relacionadas às atividades remuneradas (mercado de trabalho) e às não-remuneradas (âmbito doméstico) é ameaçada diante da ampla inserção das mulheres nas atividades econômicas<sup>7</sup>. Se inicialmente o acesso à renda foi interpretado como a possibilidade de as mulheres romperem com as desigualdades de gênero decorrentes de sua falta de autonomia monetária, logo fica visível que ao avançar na esfera produtiva, sem a devida redistribuição das atividades reprodutivas, há apenas uma sobreposição de tarefas, que molda as possibilidades femininas de se inserirem plenamente no mercado, bem como as possibilidades de se dedicarem ao cuidado. Longe de serem heroínas que ‘equilibram diversos pratos’, elas são as principais impactadas pelas barreiras e desvantagens que a dupla jornada de trabalho promove em suas vidas.

A Economia Feminista, corrente de pensamento econômico que procura compreender o papel das mulheres na Economia (seja como pensadoras ou como objeto de estudo), é de fundamental importância para explicar a dinâmica que relaciona as esferas produtivas e reprodutivas da sociedade, já que define as desigualdades de gênero de modo inter-relacionado ao funcionamento dos mercados e da sociedade como um todo. Parte do entendimento de que o mercado não é um lugar neutro, mas um espaço construído socialmente que reflete as desigualdades que existem na sociedade (FERNANDEZ, 2018). Assim, reconhece que as estruturas econômicas, políticas e sociais afetam as mulheres de forma desigual em relação aos homens, o que demanda refletir sobre políticas e estratégias para combater essas desigualdades e promover a equidade de gênero, transformando o mercado em um espaço mais justo, que reconheça o valor, o trabalho e a contribuição feminina.

Conforme Carrasco (2018), uma das principais referências na área, a economia dominante ignora ou minimiza a importância do trabalho não remunerado das mulheres e outras atividades econômicas que são invisíveis aos olhos da

---

<sup>7</sup> Como já discutido na seção anterior, as mulheres (especialmente de menor renda) sempre exerceram atividades no espaço econômico. A ampla inserção feminina aqui faz referência ao aumento quantitativo das mulheres no mercado de trabalho, representado principalmente pelo ganho de espaço em ocupações liberais.

economia tradicional, de modo que seu reconhecimento é parte essencial da análise econômica comprometida com a compreensão das estruturas sociais apoiadas nas hierarquias de gênero. Em função disso, no arcabouço da Economia Feminista, há um amplo destaque à chamada economia do cuidado, que se refere a todas as atividades de assistência e cuidado voltadas para a sustentabilidade da vida humana, historicamente atribuídas às mulheres. Incluem atividades reprodutivas, como a gestão e cuidado com a casa, com os filhos, com os idosos, com as pessoas doentes, entre outras, que são essenciais para o funcionamento da sociedade, embora majoritariamente não remuneradas ou remuneradas de forma precária. A economia do cuidado promove, assim, a valorização e o reconhecimento dessas atividades e a proposição de políticas públicas que garantam sua participação justa na economia (SILVEIRA; TITO, 2008)<sup>8</sup>. De outro modo, a falta de suporte institucional para as atividades reprodutivas pode levar a uma sobrecarga indevida sobre um grupo específico (na maioria das vezes as mulheres), o que promove um desequilíbrio na forma como a economia funciona e como impacta distintos grupos sociais.

Tais desequilíbrios são observados facilmente na ideia da dupla jornada de trabalho, que remete ao acúmulo de tarefas. Conforme Jablonski (1996), o ingresso das mulheres no mercado de trabalho não implicou na suspensão das atividades realizadas por elas no espaço doméstico e familiar, o que resultou em um forte envolvimento tanto em atividades produtivas fora do lar, quanto na continuidade à dedicação e à participação ativa na administração da casa e nos cuidados com a família. Como resultado, tem-se uma carga de trabalho excessiva para as mulheres, que prejudica a capacidade de se dedicarem plenamente à carreira, aliada aos impactos negativos na saúde física e mental - daí a importância de políticas como a licença familiar remunerada, a assistência infantil acessível e medidas salariais que promovam a igualdade de gênero no mercado de trabalho, além do incentivo à participação plena dos homens nas tarefas domésticas e de cuidado (SOF, 2014).

---

<sup>8</sup> Em agências internacionais, a discussão sobre a Economia do Cuidado tem ganho um espaço significativo, como na Organização Internacional do Trabalho (OIT), que aponta que o cuidado é uma responsabilidade coletiva e que a falta de políticas que valorizem essas atividades pode ter impactos negativos na qualidade de vida das pessoas que se dedicam a ela, especialmente das mulheres (SILVEIRA; TITO, 2008). Além disso, deve ser a base para uma alternativa econômica que valorize a vida e a sustentabilidade do planeta, em contraposição à economia produtivista que desvaloriza e destrói a vida.

Enquanto o esperado efeito das políticas e das transformações sociais não acontece, a sobrecarga de responsabilidades afeta a participação plena das mulheres no mercado de trabalho, especialmente em empregos que exigem longas horas de trabalho ou flexibilidade de horários. Além disso, a falta de suporte institucional, como atendimento médico acessível e serviços de cuidados infantis de qualidade, dificulta ainda mais a capacidade das mulheres de equilibrarem os cuidados com a família e carreira.

Um dos efeitos diretos da sobreposição de atividades é o *teto de vidro*, metáfora amplamente utilizada na Economia Feminista para descrever as barreiras invisíveis que impedem as mulheres de alcançar posições de liderança e igualdade nos locais de trabalho, refletindo a segregação vertical. Trata-se de uma barreira invisível que limita o progresso feminino na carreira, mesmo que as mulheres preencham os requisitos para os cargos de maior responsabilidade e remuneração, o que implica em salários médios menores para elas, inclusive quando possuem os mesmos níveis de educação e habilidades<sup>9</sup>. Tal limitação pode ser explícita ou implícita, e reflete crenças e estereótipos sociais que restringem a participação feminina em setores e posições estratégicas (FERNANDEZ, 2019).

Neste sentido, a Economia Feminista avança em relação à análise econômica tradicional sobre as disparidades salariais entre homens e mulheres, que tendem a se concentrar na avaliação dos efeitos da produtividade, da educação, do treinamento e das diferenças de capital humano. É necessário ir além das variáveis observáveis no mercado de trabalho, já que existem outros fatores e implicações sociais que marcam as desigualdades de renda por gênero. Além da segregação vertical, os papéis sociais estão presentes na segregação ocupacional.

A divisão sexual do trabalho, resultado de tradições culturais e normas sociais, historicamente têm atribuído papéis diferentes para homens e mulheres. Essa divisão se manifesta tanto no trabalho remunerado quanto no não remunerado, contribuindo

---

<sup>9</sup> Não obstante a expressividade numérica das mulheres e o fato de possuírem mais escolaridade e uma crescente inserção no mercado de trabalho, as brasileiras recebem salários inferiores aos dos homens, desempenham atividades de menor status social, e têm uma menor expressividade em cargos de prestígio e poder, seja na esfera política ou à frente de grandes organizações (QUIRINO, 2012). De acordo Sandberg (2013), as mulheres brasileiras recebem um salário em média 30% menor ao dos homens e somente 3,9% dos presidentes de conselho e 3,4% dos CEOs do país são mulheres.

para a desigualdade econômica de gênero. No que cabe às atividades remuneradas, aquelas que são consideradas "femininas" são menos valorizadas e remuneradas do que as consideradas "masculinas", ainda que requeiram habilidades comparáveis. Nesse sentido, a desigualdade salarial é reflexo da desvalorização do trabalho feminino em relação ao masculino e da desvalorização do trabalho doméstico e de cuidado não remunerado realizado pelas mulheres (FERNANDEZ, 2018).

A segregação ocupacional (ou segregação horizontal) está relacionada à metáfora do *piso pegajoso*, que se refere ao fenômeno em que as mulheres são alocadas em postos de trabalho associados a estereótipos de gênero. Isso significa tanto a ideia de 'profissões para mulheres', com remunerações mais baixas, quanto a maior ocupação feminina em cargos operacionais e de suporte, tendo como resultado uma concentração em funções de menor remuneração e menor *status* (NUNES; LIMA, 2021).

Essas duas expressões – *teto de vidro* e *piso pegajoso* - são importantes no contexto da Economia Feminista por evidenciarem as desigualdades e preconceitos presentes no mercado de trabalho que atingem especialmente as mulheres. Além disso, a discussão desses temas permite entender que o problema não está apenas nas escolhas individuais e nas habilidades femininas, mas na dinâmica social e cultural que perpetua a ideia de que elas não são tão capazes quanto os homens em determinadas funções.

Da articulação entre este mercado de trabalho segmentado e a economia do cuidado, é ainda necessário destacar que, como a estrutura das horas de trabalho no âmbito doméstico é drasticamente distinta entre homens e mulheres, soma-se a desvantagem refletida na produtividade feminina no mercado de trabalho ao longo do tempo (o que recai sobre a possibilidade de ascensão profissional e no adensamento das mulheres em postos de trabalho que viabilizem a conciliação de tarefas). De acordo com Barbosa (2014, p. 39), a educação e a existência de filhos "são importantes determinantes da oferta de trabalho feminina no Brasil, o que sugere a existência de barreiras que dificultam a escolha das mulheres em ingressar na força de trabalho". Nesse mesmo sentido, o aumento da remuneração feminina impacta positivamente sua condição de barganha e implica em uma menor participação no

trabalho doméstico, porque torna possível a terceirização das atividades reprodutivas (QUIRINO, 2012).

No Brasil, o nível de desigualdade social ainda é elevado e muitas mulheres são responsáveis pelo sustento de suas famílias, o que torna ainda mais difícil a conciliação das atividades produtivas e reprodutivas<sup>10</sup>. Assim, a divisão sexual do trabalho não prejudica somente o emprego e a participação diferenciada de homens e mulheres no mercado, mas também como essas relações se difundem na sociedade. A responsabilização feminina da afetividade e do trabalho não remunerado se traduz na perpetuação das desigualdades entre os gêneros (MADALOZZO; MARTINS; SHIRATORI, 2010). Parece ser na tentativa de romper com esse ciclo que o empreendedorismo feminino surge como possibilidade, embora a compreensão da Economia Feminista mostre as dificuldades de esta ruptura acontecer na prática. É o que se pretende mostrar no próximo capítulo.

---

<sup>10</sup> Como exposto na introdução, o movimento do *Faça Acontecer* assume uma perspectiva individualista quanto à realização profissional. Entretanto, Sandberg (2013, p. 7) reconhece a importância da conciliação de atividades para as mulheres. Ao tratar daquelas que são responsáveis pelo sustento no Brasil, ela destaca: “na classe operária, esse é o caso de 60% das brasileiras, que, além da culpa, têm que enfrentar problemas como transporte público ineficiente e ausência de creches. A falta de estrutura e de apoio a essa mãe limita seu desenvolvimento profissional, e é isso que precisamos combater”.

### 3. EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESCOLHA OU FALTA DE ALTERNATIVA?

Este capítulo está segmentado em quatro subseções. A primeira tem por objetivo fazer um panorama do empreendedorismo no Brasil, seguido de uma discussão sobre o empreendedorismo feminino. A terceira subseção busca elucidar o perfil da empreendedora brasileira mediante dados sobre as motivações que levam as mulheres a empreender, o que suporta a última subseção, quando se avalia o empreendedorismo feminino sob a perspectiva da Economia Feminista.

#### 3.1 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil surge com maior força e incentivo na década de 1990, com a criação de entidades de apoio ao empreendedor, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Neste mesmo período, o governo federal também criou o *Programa Brasil Empreendedor*, que teve uma breve duração (de 1999 a 2002), visando capacitar 6 milhões de pessoas. A partir de então, milhares de novos empreendedores surgiram explorando oportunidades de mercado e, com os avanços tecnológicos da era digital, a internet também teve forte contribuição para alavancar o número de pessoas envolvidas em empreendimentos inéditos (DA CUNHA, SILVA, YAMAGUCHI, 2011). No entanto, estes empreendedores, em sua maioria, trabalhavam de forma autônoma e informal, não recolhiam impostos, nem contribuía para a previdência.

Diante da informalidade, em 2008, a partir da Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, foi criada a figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI), que tornou o processo de abertura de uma empresa mais fácil, rápida e acessível através da internet. Apenas em junho de 2009 é que o MEI entrou oficialmente em vigor. De lá para cá algumas características foram ajustadas, como a ampliação do teto de faturamento e da contribuição previdenciária. Em 2021, existiam cerca de 11,4 milhões de MEIs no Brasil (BLOG NUBANK, 2022).

A partir deste breve recorrido histórico, pode-se dizer que o Brasil possui um grande potencial empreendedor, sendo o segundo país com maior número de empreendedores iniciais do mundo. De acordo com o relatório da *Global*

*Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), em 2019 a taxa de empreendedorismo total<sup>11</sup> no país foi de 38,7%, o que revela como o fenômeno é presente e sentido no cotidiano de muitos brasileiros, tendo crescido quase 18 pontos percentuais desde 2002, conforme pode ser observado na Figura 1. A pesquisa também aponta que existam 53,5 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos “à frente de alguma atividade empreendedora, envolvidos na criação de novos empreendimentos, consolidando um novo negócio ou realizando esforços para manter um empreendimento já estabelecido” (GEM, 2019, p. 10).

Figura 1 - Evolução das taxas (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento (inicial, estabelecido e total) - Brasil (2002-2019)



Fonte: GEM Brasil (2019, p. 11).

Ainda conforme a Figura 1, é possível destacar uma tendência de crescimento nos empreendimentos iniciais, o que se justifica pelo aumento na taxa de empreendedores nascentes. Tal comportamento se dá pelo cenário social e econômico otimista do país em grande parte do período considerado. Em 2019, diante de maiores adversidades do ambiente econômico e político, as motivações para empreender eram diversas: 88,4% dos empreendedores afirmavam que a escassez

<sup>11</sup> A taxa de empreendedorismo total envolve a identificação de dois tipos de empreendedorismo - o empreendedorismo em estágio inicial (TEA, na sigla em inglês) e o empreendedorismo estabelecido (TEE, na sigla em inglês) – compreendendo a soma de ambos e indicando a proporção de pessoas envolvidas em atividades empreendedoras no período de referência da pesquisa (GEM, 2019).

de emprego era a principal razão para desenvolver a atividade empreendedora; pouco mais da metade deles (51,4%) dizia que era fazer a diferença no mundo; 36,9% associavam à ambição de construir uma grande riqueza ou obter muita renda, e 26,6% se envolviam em novos negócios para dar continuidade a uma tradição familiar (GEM, 2019). Em outras palavras, grande parte do número de empreendedores é motivada a empreender devido à necessidade, seja pela falta de empregos formais ou pela premência de ampliação da renda.

A ampliação da taxa de empreendedores nascentes foi acompanhada, ainda conforme a Figura 1, pelo incremento na taxa de empreendedores estabelecidos, embora no fim do período (entre 2018 e 2019) haja um retrocesso, o que pode estar associado às dificuldades encontradas quanto ao endividamento, à inadimplência, à queda da demanda e às incertezas políticas.

Quanto ao perfil das atividades empreendedoras, há no Brasil uma grande concentração no setor de serviços, seguido do comércio e da indústria. De acordo com o relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), o setor de serviços respondeu, em 2019, por 76,3% dos negócios liderados por empreendedores em estágio inicial e, entre os empreendedores estabelecidos, essa proporção foi um pouco menor, de 61,4%, conforme revela a Tabela 1.

Tabela 1 - Distribuição percentual dos empreendedores segundo o setor de atividade econômica - Brasil (2019)

Setor	% das atividades dos empreendedores iniciais	% das atividades dos empreendedores estabelecidos
Extrativo	0,8	2,8
Transformação	22,09	35,8
Serviços orientados para negócios	7,6	5,0
Serviços orientados para o consumidor	68,7	56,4

Fonte: Adaptado de GEM (2019).

A estrutura familiar também é uma característica das empresas brasileiras, compreendendo 90% das micro e pequenas empresas no país (IBGE, 2019). De

acordo com o Sebrae (2022), as empresas familiares são responsáveis por 65% do Produto Interno Bruto e geram 75% dos empregos formais no Brasil. Apesar da sua força, 75% dessas organizações fecham as portas após sucessões malfeitas.

As incertezas da atividade empreendedora afetam todos os envolvidos, ao que se somam muitos desafios observados no país, incluindo altos impostos, dificuldades de financiamento e um complexo ambiente regulatório. Além disso, muitos empreendimentos não sobrevivem depois de alguns anos devido à falta de planejamento e capacitação adequados. De acordo com a Folha de São Paulo (2021)<sup>12</sup>, com base nos dados do IBGE para o ano de 2019, menos de 40% das empresas criadas conseguem sobreviver após 5 anos de atividade. Esse dado preocupa grande parte dos empreendedores brasileiros e principalmente os MEIs, que iniciam com pequenos negócios e têm limitadas oportunidades de crescimento. “A mortalidade de empresas reflete a situação real dos empreendimentos que estão sendo criados no país, sem planejamento, sem preparo e sem capacitação por parte do empreendedor” (DA CUNHA, SILVA, YAMAGUCHI, 2011, p. 171).

A limitação competitiva no mercado global, justificada pelas questões de acesso à capital e complexidade tributária, também fazem parte do desafio de dar continuidade às iniciativas empreendedoras. Segundo a pesquisa "Empreendedorismo no Brasil", realizada pelo Sebrae em 2020, 62% dos empresários afirmam que o acesso ao capital é difícil ou muito difícil no país. Além disso, muitos empreendedores recorrem a recursos próprios ou familiares para financiar seus negócios, o que pode limitar o crescimento e a expansão das empresas (SEBRAE, 2020). Soma-se a isso o fato de que o Brasil é classificado em 124<sup>o</sup> lugar entre os países no que cabe à facilidade para fazer negócios em relação ao pagamento de impostos conforme o *Doing Business 2020* do Banco Mundial. O relatório indica que as empresas brasileiras gastam cerca de 1.501 horas por ano para cumprir suas obrigações tributárias, o que é um número significativo em comparação a outros

---

<sup>12</sup>Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/10/menos-de-40-das-empresas-nascidas-no-brasil-sobrevivem-apos-cinco-anos.shtml#:~:text=Menos%20de%2040%25%20das%20empresas%20criadas%20no%20Brasil%20conseguem%20sobreviver,Brasileiro%20de%20Geografia%20e%20Estat%C3%ADstica>.

países. Ademais, o baixo investimento em inovação e tecnologia das empresas também chama a atenção quando comparado com outras economias equivalentes.

Neste sentido, é importante o investimento em programas de capacitação e incentivos fiscais e financeiros para melhorar as condições do empreendedorismo no Brasil, especialmente considerando que a taxa de empreendedorismo potencial, em 2019, foi de 30,2%, o que significa que, “de cada 10 brasileiros que não são considerados empreendedores, três deles gostariam de abrir um negócio próprio nos próximos três anos” (GEM, 2019, p. 11). Se essa previsão se cumprir, seriam em torno de 8 milhões de novos empreendedores brasileiros.

### 3.2 O EMPREENDEDORISMO FEMININO

A sociedade tende a ver com bons olhos as pessoas que empreendem, mas ainda considera esta uma atividade tipicamente masculina, principalmente se o ramo escolhido não estiver associado àquelas profissões consideradas “adequadas para mulheres”. Essa realidade ainda tem impedido que muitas empreendedoras alcancem seus objetivos na carreira profissional, por se acharem incapazes de adentrar nos ramos que almejam (MACHADO, 2012), o que é ainda mais crítico no caso das mulheres negras.

Em função da restrição de oportunidades econômicas, as mulheres negras historicamente foram pioneiras e muitas vezes desenvolveram habilidades empreendedoras para sobreviver e buscar a independência financeira. Algumas das ações empreendedoras incluíam a venda de produtos artesanais, a prestação de serviços (como cozinhar para eventos, preparar remédios caseiros a partir de seus conhecimentos de ervas medicinais, entre outras formas de empreendedorismo) que lhes permitiam ter uma fonte de renda e o mínimo de autonomia (SOARES, 1996). Conhecidas como "ganhadeiras", trabalhavam em diversas atividades informais e seu trabalho era fundamental para a sobrevivência de suas famílias e comunidades (inclusive no período escravocrata do país, quando seus companheiros e filhos eram escravizados e não podiam trabalhar livremente). Como características das ganhadeiras, podem ser citadas as habilidades de negociação e comunicação, bem

como a capacidade de contornar as restrições econômicas e sociais do período para sobreviver (MATOS, 2021).

O trabalho doméstico também é uma realidade da vida das mulheres negras desde o período escravagista, convertendo-se, na atualidade, em uma das principais atividades de trabalho deste grupo, que traz consigo a memória do pioneirismo do empreendedorismo feminino no Brasil, quando eram essas mulheres que, mesmo em condições sociais e econômicas adversas, estiveram dispostas a assumir riscos e buscar sua própria autonomia financeira.

Ainda que as mulheres do passado tenham encontrado alternativas para ter acesso à renda, o que as tornam pioneiras do empreendedorismo, especialmente entre as escravizadas, as libertas e as de classe baixa, o empreendedorismo feminino do passado (por necessidade) é muito distinto do empreendedorismo feminino do presente, que passou por um embranquecimento, sendo desconectado da história e das iniciativas individuais de sobrevivência em uma sociedade. Conforme Matos (2021, p. 8):

(...) é importante chamar a atenção quando olhamos para esse passado, que reverbera até os dias atuais, seja como memórias ou como história social, de que existe um discurso neoliberal que coloca o empreendedorismo como categoria romantizada, tentando desfocar o fato de que existe uma precarização no mercado de trabalho brasileiro.

O que hoje se traduz por empreendedorismo feminino é um fenômeno recente e que só foi atribuído às mulheres na atualidade a partir de movimentos que reivindicavam oportunidades iguais para homens e mulheres, associando as iniciativas levadas a cabo por elas como estratégias para alcançar uma espécie de empoderamento econômico. Apesar disso, o pioneirismo das mulheres negras e das mulheres pobres mostra a força e a capacidade de tomarem iniciativas empreendedoras e contribuírem para a economia e a sociedade, especialmente considerando que, até recentemente, as mulheres eram impedidas (ou limitadas) legalmente de terem acesso a uma série de direitos (à propriedade, à profissão, ao emprego formal), mesmo após a entrada no mercado de trabalho ter sido intensificada a partir da 2ª guerra mundial (ALVES; PITANGUY, 1984).

De acordo com o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2019), à medida que as mulheres conquistaram mais autonomia financeira e maior acesso à

educação, elas se tornaram mais propensas a iniciarem seus próprios negócios. Segundo dados do Sebrae (2021), as mulheres representam cerca de 34% dos empreendedores no Brasil. Embora ainda enfrentem desafios, como dificuldades de acesso à financiamento e o preconceito de gênero, são uma força cada vez mais importante e contribuem significativamente para o crescimento econômico. As políticas que visam ampliar o acesso à renda e incentivar a igualdade de gênero ajudam a criar um ambiente mais propício ao empreendedorismo, permitindo que mais pessoas tenham a oportunidade de iniciar suas próprias empresas e garantir a própria sustentabilidade (IRME, 2019).

De acordo com o relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), as mulheres já são maioria no empreendedorismo inicial, embora sejam minoria no empreendedorismo estabelecido, que compreendem os negócios que resistem às dificuldades iniciais e prosperam, o que transparece as dificuldades na perpetuação de negócios sem uma estruturação adequada. Muitas empreendedoras iniciam um negócio não por identificar uma oportunidade, mas porque são movidas pela necessidade de sobrevivência. Prova disso são os dados sobre o empreendedorismo feminino no período pandêmico que cresceu expressivamente, com 55% das empreendedoras iniciando seus negócios desde 2019, dos quais 26% foram na pandemia (IRME, 2021). Isso sugere a fragilidade da empregabilidade feminina que, diante de um período de crise econômica e na ausência de alternativas, implica na necessidade de empreender.

Segundo Lindo (2007), o empreendedorismo feminino, na maioria das vezes, pode não se expressar em cifras monetárias, no número de empregados ou mesmo no crescimento da empresa, uma vez que as mulheres prezam pela qualidade de vida, considerando importante saber como administrar o tempo, tornando possível conciliar os compromissos profissionais com os familiares. Assim, elas buscam recompensas não somente financeiras, mas a realização profissional, o bem-estar próprio e o de sua família e a satisfação em colaborar de alguma forma com a sociedade.

A maternidade é um fator muito citado em pesquisas na área e um grande gatilho para o empreendedorismo feminino. Ana Fontes<sup>13</sup>, fundadora da IRME,

---

<sup>13</sup> Ana Fontes é uma empreendedora brasileira e fundadora do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), uma rede de apoio e capacitação para mulheres empreendedoras no Brasil. Ana é uma forte

comenta que “nasce uma criança, nasce uma mãe e nasce uma empreendedora”, já que o mercado de trabalho tradicional não permite a flexibilidade de horários, e a rotina de uma mãe não cabe no horário comercial. O trabalho de cuidados, que é um dos papéis que a mulher abraça, não é valorizado pela sociedade e, por isso, não é pago. Diante da necessidade de compatibilização entre as demandas do espaço doméstico e das atividades remuneradas, o mercado de trabalho torna-se um ambiente hostil para as mulheres, que veem no empreendedorismo uma saída para conciliar seus tantos papéis sociais.

No âmbito da compatibilização de tarefas, Gomes (2009) destaca que uma das principais razões para que a mulher venha a ter o próprio negócio é a flexibilidade de horários, ainda que a necessidade financeira seja um norteador fundamental, seja na complementação familiar ou no sustento solo dos filhos (AMORIM; BATISTA, 2012). Pesquisas do IRME (2019) também afirmam este dado, com a liberdade de horário sendo um atrativo por permitir conciliar a gestão de um negócio com a dedicação de tempo de qualidade à família. A entidade também revela que 58% dos empreendimentos femininos são desenvolvidos em casa, o que amplia o convívio familiar (IRME, 2019).

No contexto brasileiro, Jonathan (2001) observa que as empreendedoras almejam intensamente estabelecer um ponto de equilíbrio entre as demandas profissionais e familiares e parecem alcançar tal equilíbrio na medida em que percebem e afirmam que trabalho e família se ajudam e se beneficiam mutuamente. Por outro lado, o tripé trabalho-filhos-pessoas evidencia a importância do exercício de fazer escolhas sem pressões e cobranças. Trata-se de uma necessidade a ser reconhecida pelas organizações e pela sociedade como um todo, que precisa encontrar novos e mais adequados modelos de articulação entre o mundo do trabalho e a realidade atual da vida familiar.

---

defensora do empreendedorismo feminino e trabalha incansavelmente para fornecer às mulheres o conhecimento, recursos e rede de contatos necessários para construir negócios fortes e bem-sucedidos. Ela foi nomeada como uma das 20 mulheres mais poderosas do Brasil pela revista *Forbes* em 2019 e tem sido uma líder de pensamento influente sobre questões de igualdade de gênero e empreendedorismo no Brasil e em todo o mundo (LINKEDIN, 2023).

Para driblar as demandas conflitantes, as empreendedoras utilizam três estratégias: a auto-organização do tempo, o estabelecimento de parcerias e o uso de dispositivos de alívio de tensão. A auto-organização otimiza a rotina e envolve o planejamento e administração do tempo, conciliação de múltiplas tarefas e a separação de espaço para diferentes atividades. O estabelecimento de parcerias, por outro lado, envolve o apoio de pessoas próximas e familiares, a chamada “rede de apoio”. Por fim, a estratégia da utilização de dispositivos de alívio de tensão está relacionada com o autocuidado, o lazer e o bem-estar, necessários para equilibrar a vida profissional, pessoal e familiar (JONATHAN; SILVA, 2007).

Por trás dessas estratégias, existem algumas iniciativas que buscam apoiar e fortalecer o empreendedorismo feminino, como é o caso dos Núcleos de Apoio à Mulher Empreendedora (NAMs). Eles oferecem suporte em diversos aspectos, como capacitação, *networking*, financiamento, acesso à tecnologia e inovação, entre outros. Esses núcleos são compostos por uma rede de profissionais, empreendedoras e líderes empresariais, que se unem para promover o desenvolvimento e o crescimento das mulheres empreendedoras no país, tendo como objetivo principal tornar o ambiente de negócios mais inclusivo e igualitário, promovendo a participação e a representatividade das mulheres no mercado empreendedor brasileiro (BRAZILIAN TIMES, 2023). Através do apoio e da colaboração, esses núcleos visam incentivar a autonomia e a independência financeira das mulheres empreendedoras, fortalecendo assim a economia do país.

Diante do exposto, evidencia-se que o empreendedorismo feminino no Brasil tem se mostrado uma força crescente na economia, motivado pelos desafios do mercado de trabalho e pela vontade de fazer a diferença. As empreendedoras brasileiras têm demonstrado que são capazes de inovar, liderar e gerar renda, transformando suas comunidades e contribuindo para o desenvolvimento do país. Nesse contexto, as discussões da Economia Feminista trazem percepções importantes associadas ao fenômeno aqui analisado. A próxima subseção busca caracterizar o atual perfil da empreendedora brasileira.

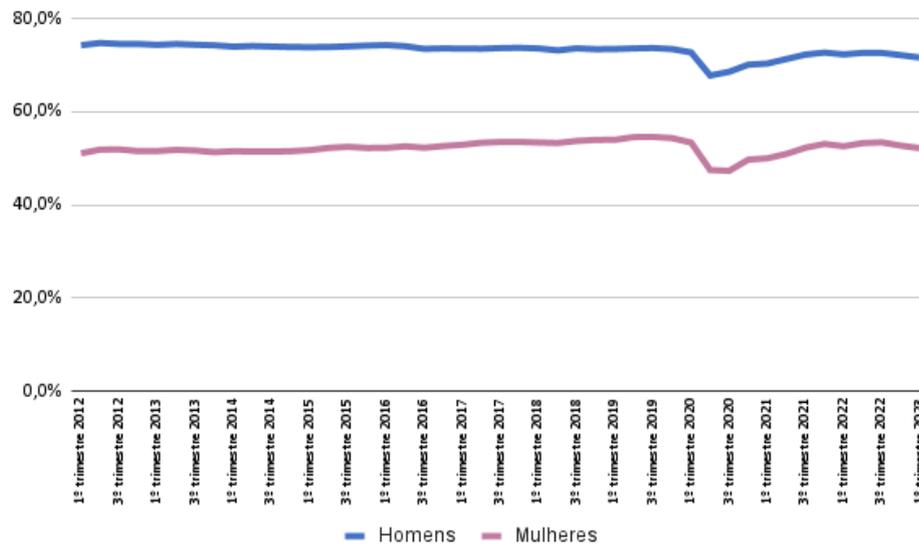
### 3.3 PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA NO BRASIL

O mercado de trabalho brasileiro passou por diversas transformações na última década, sendo importante analisar como essas mudanças afetaram homens e mulheres de modo distinto. A diferença entre os gêneros já é observada no nível de inserção nas atividades remuneradas, já que muitas mulheres (por escolha ou falta de opção) não conseguem sequer se dedicar a elas. Quando classificadas como fora da força de trabalho, as pessoas não estão empregadas e nem mesmo procuraram emprego no período considerado pelas pesquisas, podendo representar um contingente significativo da população que, em certa medida, é dependente da renda alheia (de companheiros ou familiares, de doações, entre outros).

Conforme o IBGE, a partir das informações da PNAD-Contínua, a participação feminina no mercado de trabalho tem aumentado lentamente, o que pode ser visto no Gráfico 1. No primeiro trimestre de 2012, 51% das mulheres estavam na força de trabalho, percentual que era de 74,3% entre os homens. Enquanto a representatividade cresceu para elas (no primeiro trimestre de 2023, é de 52,2%), houve um decréscimo para eles (sendo de 71,6% no período mais recente), indicando que o impacto pandêmico é ainda significativo. Com esta configuração, a força de trabalho brasileira é constituída, na atualidade, por 43,9% de mulheres e 56,1% de homens.

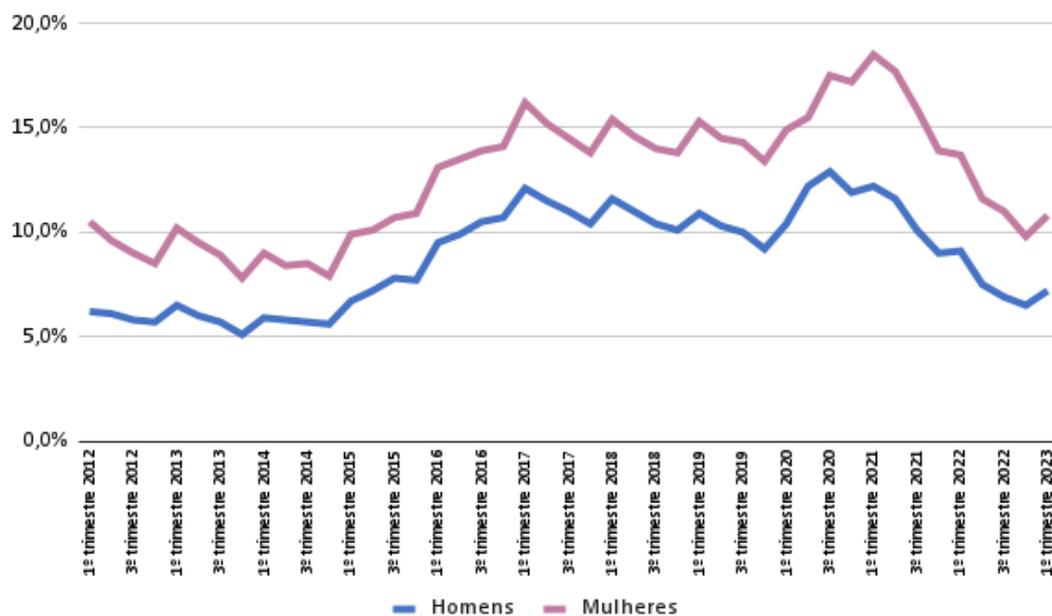
Apesar de as mulheres serem ainda minoria na força de trabalho, a taxa de desocupação feminina (que reflete a proporção de pessoas que estão procurando emprego, mas não conseguem encontrar) é superior à masculina. Ainda que os níveis no início e no fim da série considerada não sejam muito distintos, o Gráfico 2 evidencia dois momentos de ampliação dos níveis de desemprego: entre 2016 e 2017, e no período pandêmico. No primeiro, a taxa de desocupação feminina chegou a mais de 15%, quando a masculina era de 12%; na pandemia, no primeiro trimestre de 2021, a taxa de desocupação das mulheres alcançou o patamar de 18,5%, enquanto a dos homens era de 12,2%.

Gráfico 1 – Evolução do percentual de trabalhadores, por sexo, na força de trabalho (14 anos ou mais) - Brasil (2012-2023)



Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (2023).

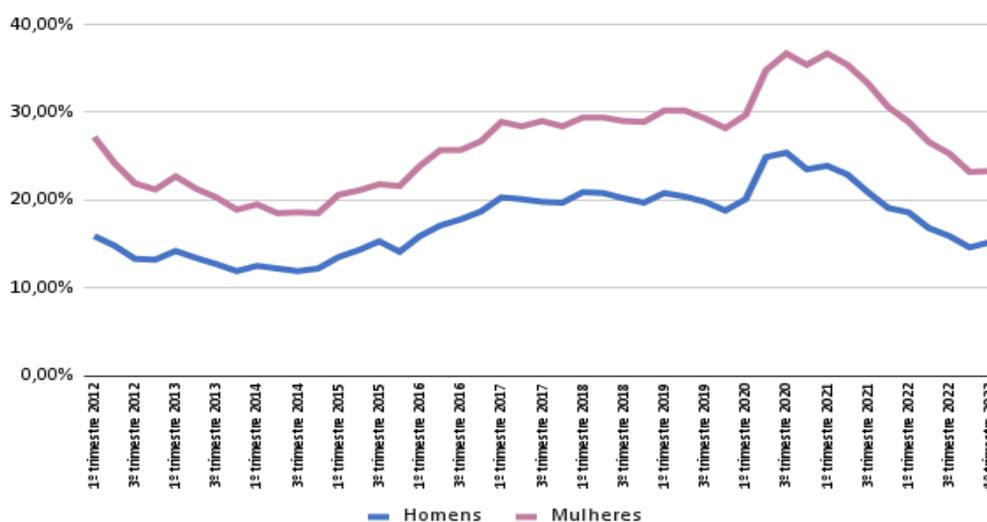
Gráfico 2 - Taxa de desocupação (pessoas com 14 anos ou mais), por sexo - Brasil (2012-2023)



Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (2023).

Além dos maiores níveis de desocupação, as mulheres também são mais impactadas em termos de subutilização, conforme pode ser observado no Gráfico 3. A taxa, que compreende uma forma de avaliar a saúde do mercado de trabalho e a capacidade de as pessoas encontrarem empregos adequados (o que, paralelamente, revela grupos que enfrentam maiores desafios na esfera remunerada) é calculada a partir da soma do total de subocupados por insuficiência de horas<sup>14</sup> com os desocupados e aqueles que fazem parte da força de trabalho potencial<sup>15</sup>, dividido pela força de trabalho ampliada (força de trabalho e força de trabalho potencial). Essa taxa é expressa em percentual, sendo sempre superior para a parcela feminina. No primeiro trimestre de 2012, a taxa de subutilização era de 27,2% (frente a 15,9% dos homens), chegando a 36,7% no período pandêmico (frente a 23,9% dos homens), e voltando a patamares mais reduzidos no primeiro trimestre de 2023, alcançado 23,3% (frente a 15,2% dos homens).

Gráfico 3 - Taxa de subutilização (pessoas com 14 anos ou mais) por sexo - Brasil (2012-2023)



Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (2023).

<sup>14</sup> Conforme o IBGE (2021), as pessoas subocupadas por insuficiência de horas são aquelas que trabalhavam menos de 40 horas semanais, mas que gostariam de trabalhar mais..

<sup>15</sup> Conforme o IBGE (2021), a força de trabalho potencial se refere à população em idade ativa (14 anos ou mais) que não estava ocupada nem desocupada, mas que tem o potencial de integrar a força de trabalho.

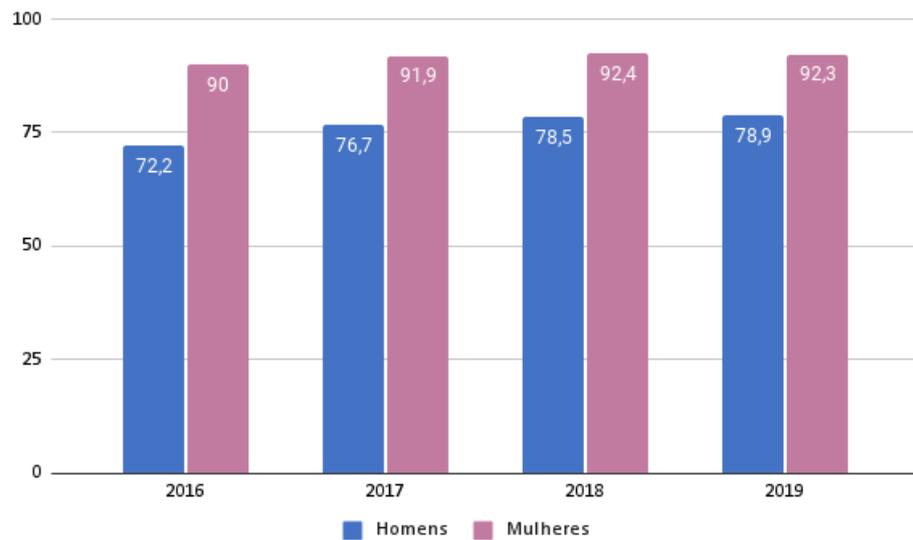
No caso das mulheres, as taxas são maiores devido a fatores como a sobrecarga de trabalho doméstico e o cuidado com familiares, mas também podem representar preconceitos e discriminações no mercado de trabalho. Essas questões podem afetar a decisão feminina em procurar ou não emprego e também a qualidade do trabalho que elas conseguem encontrar. Para refletir sobre isso, os próximos três gráficos tentam estabelecer o cruzamento proposto no âmbito da Economia Feminista: o Gráfico 4 apresenta, nos últimos anos, a taxa de realização dos afazeres domésticos por sexo, enquanto o Gráfico 5 traz a taxa média de horas trabalhadas por sexo e o Gráfico 6, o rendimento médio mensal por sexo.

A sobrecarga de trabalho doméstico é uma realidade para muitas mulheres, e afeta negativamente sua participação no mercado de trabalho e suas oportunidades de carreira, de modo que os dados sobre os afazeres domésticos podem fornecer informações valiosas sobre a situação econômica delas. Além disso, podem ser usados para a elaboração de políticas públicas e de iniciativas que visam reduzir a desigualdade de gênero no mercado de trabalho a fim de garantir oportunidades justas para todos. Em 2019, conforme pode ser observado no Gráfico 4, 92,3% das mulheres realizaram atividades relacionadas aos afazeres domésticos, sendo de 78,9% entre os homens. A maior dedicação feminina se reflete em um número médio maior de horas com tal finalidade: entre os ocupados, elas despendem 18,6 horas semanais, enquanto para os homens o tempo alocado é de 10,5 horas; entre os não ocupados, a média de horas amplia-se para 24,6 e 12, respectivamente.

Considerando a série histórica de 2012 a 2023, é visível o peso que as atividades não-remuneradas exercidas majoritariamente pelas mulheres afeta a quantidade de horas de trabalho remuneradas que elas dispõem no mercado (ver Gráfico 5), o que acaba sendo acompanhado por salários médios mais baixos, bem como pela manutenção da disparidade salarial entre homens e mulheres (ver Gráfico 6). Como resultado, muitas mulheres encontram dificuldades em alcançar remunerações justas e adequadas para seu trabalho, assim como empregos que propiciem a conciliação com as demandas de cuidado, o que pode perpetuar a desigualdade de gênero no mercado de trabalho, ainda mais quando se considera

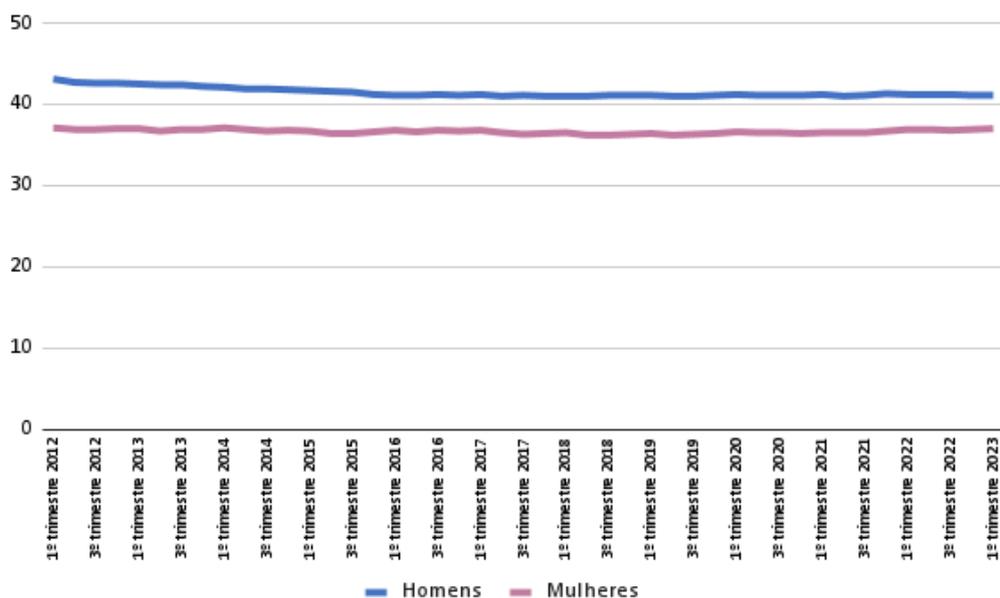
que, na última década, poucas são as mudanças observadas (uma vez que os se mostram bastante estáveis).

Gráfico 4 – Percentual de pessoas que realizaram afazeres domésticos nos domicílios (2016-2019)



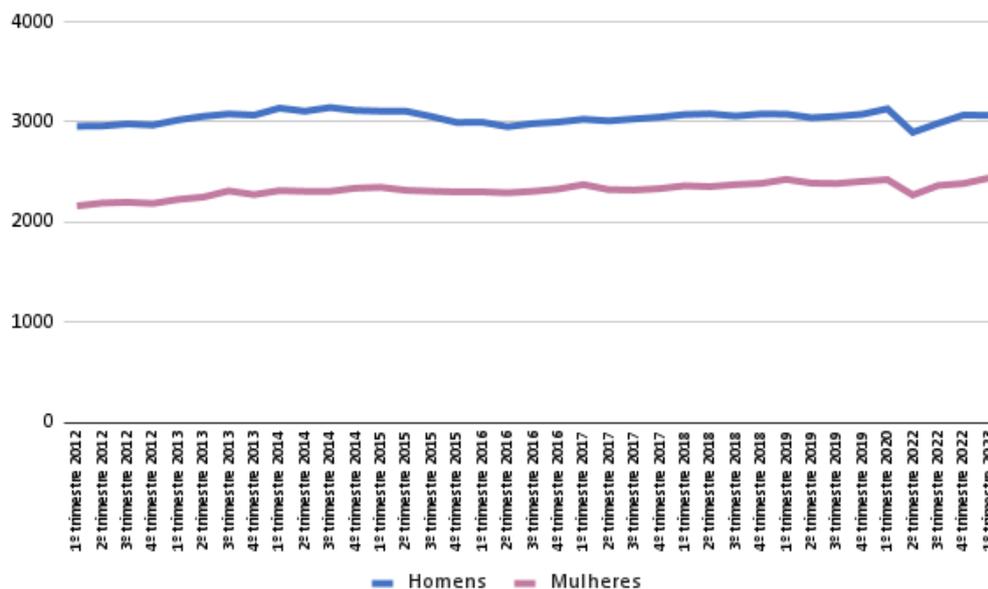
Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (2023)

Gráfico 5 - Média de horas trabalhadas por sexo - Brasil (2012-2023)



Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (2023)

Gráfico 6 - Rendimento médio mensal por sexo - Brasil (2012-2023)



Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral (2023).

A partir dos dados da PNAD-Contínua, que possibilitam visualizar o panorama geral da mulher no mercado de trabalho e nos afazeres domésticos, tem-se um início de compreensão dos desafios enfrentados por elas em suas carreiras profissionais e uma deixa para entender porque o empreendedorismo surge como uma alternativa (por escolha ou falta de opção). A coleta de informações sobre o empreendedorismo feminino é igualmente importante, uma vez que pode oferecer *insights* sobre como as mulheres estão aproveitando as oportunidades de negócios e superando alguns dos obstáculos que enfrentam no mercado de trabalho, o que fornece uma perspectiva mais ampla sobre as dinâmicas de gênero na economia.

O perfil socioeconômico das mulheres que têm se dedicado ao empreendedorismo pode ser observado na Tabela 2, que traz informações do Sebrae (2021). A partir delas, é possível dizer que as empreendedoras brasileiras são, em sua maioria, mulheres entre 35 e 54 anos, brancas<sup>16</sup> e com alto nível de escolaridade. Essas informações são confirmadas em pesquisas do Instituto Rede Mulher

<sup>16</sup> No trabalho de Niquito (2023), em que há a separação entre as empreendedoras formais e informais, as mulheres brancas e amarelas compreendem 65% das empreendedoras formais, enquanto o empreendedorismo informal é majoritariamente (55,9%) constituído por pretas, pardas e indígenas.

Empreendedora (IRME) para o ano de 2019 e 2021, que indicam que 59% das empreendedoras são casadas<sup>17</sup>, 52% possuem filhos e 69% são graduadas ou pós-graduadas.

Tabela 2 – Perfil socioeconômico das empreendedoras no Brasil

	<b>Característica</b>	<b>Mulher</b>
Escolaridade	Superior (Completo ou além)	29,0%
	Médio (Completo ou incompleto)	39,0%
	Fundamental (Completo ou incompleto)	24,0%
	Sem instrução	1,0%
	Sem informação	7,0%
Cor/Raça	Branca	51,0%
	Negra	47,0%
	Outras	1,0%
Faixa Etária	Até 24 anos	6,0%
	25 a 34 anos	20,0%
	35 a 44 anos	27,0%
	45 a 54 anos	24,0%
	55 a 64 anos	16,0%
	65 anos ou mais	6,0%

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2021).

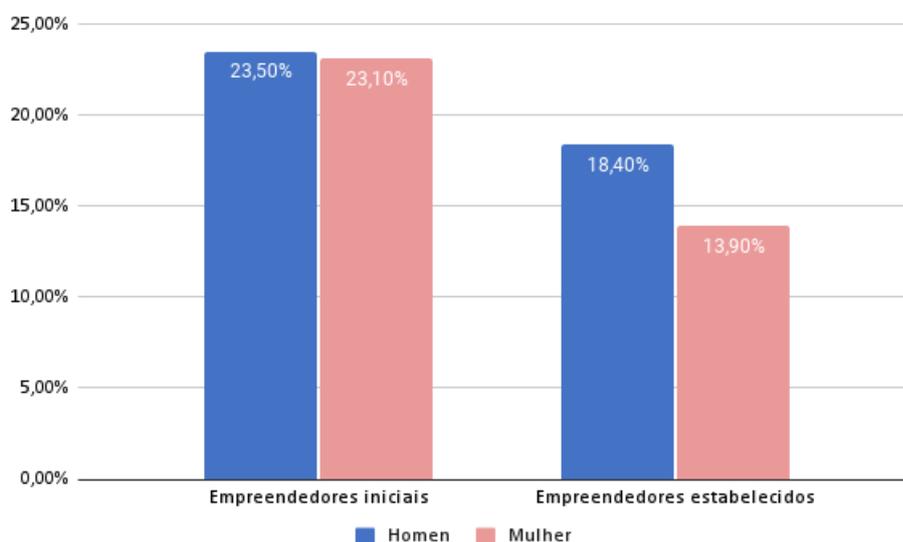
Estas informações contrastam com aquelas observadas por Niquito (2023) ao se utilizar dos dados da PNAD-Contínua quanto à posição da mulher empreendedora no domicílio. Independentemente de ser formal ou informal, o posto de cônjuge é o segundo mais representativo, sendo o primeiro deles o de chefe de família (45,7% das

<sup>17</sup> O estudo de Silva, Mainardes e Lasso (2016), que entrevistou 109 mulheres que eram ou já haviam sido donas de negócios indicou que ter um cônjuge não atrapalha o empreender. Pelo contrário, pode até motivar as empreendedoras, uma vez que o suporte familiar é apontado como importante para o sucesso nos negócios femininos.

empreendedoras formais e 49,6% das empreendedoras informais). “Neste conjunto estão as mães solteiras que buscam o sustento das suas famílias através do empreendedorismo por necessidade” (NIQUITO, 2023, p. 7), sendo aquelas que mais precisarão articular as demandas associadas às atividades reprodutivas e remuneradas.

Ao perfil socioeconômico somam-se as características dos empreendimentos femininos. De acordo com o relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 25,8 milhões, tendo a quantidade de negócios iniciados por elas aumentado de forma constante no país. No Gráfico 7, identifica-se pouca diferença entre homens e mulheres no estágio do empreendedorismo inicial, ampliando-se as diferenças entre os empreendedores estabelecidos - “em termos absolutos, estima-se a existência de quase três milhões de homens a mais do que mulheres no empreendedorismo estabelecido” (GEM, 2019, p. 40).

Gráfico 7 - Taxas específicas de empreendedorismo segundo o sexo - Brasil (2019)



Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2019. p. 41).

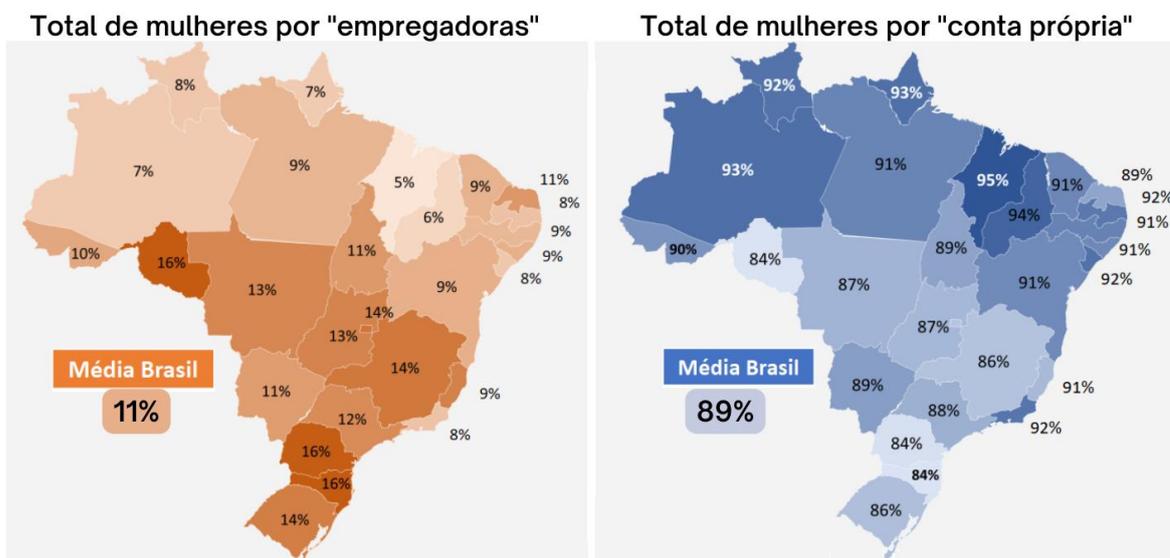
Entre as empreendedoras, conforme o Sebrae (2021), 89% eram, em 2019, conta própria, enquanto as empregadoras perfaziam os 11% restantes, com algumas variações entre os estados brasileiros, como pode ser observado na Figura 2. O empreendedorismo feminino, em função disso, pode ser interpretado como solitário,

já que as mulheres que empreendem atuam majoritariamente sozinhas em seus negócios, assumindo todas as funções demandadas por essa iniciativa.

Esta configuração vai ao encontro das informações disponibilizadas por Niquito (2023) a partir de dados da PNAD-Contínua. Em 2021, pouco mais de 3 milhões de mulheres brasileiras estavam engajadas no mercado de trabalho como empreendedoras formais (o que compreende 35% do empreendedorismo total). Na informalidade, havia quase 6,3 milhões de mulheres empreendedoras, representando 32,2% nesta categoria, que atuavam principalmente como conta própria, em negócios de pequena escala e baixa produtividade. Isso reverbera na capacidade de geração de renda desses negócios e nas características dos empreendimentos geridos por mulheres.

No total do país, as trabalhadoras por conta própria representam 71,0% do empreendedorismo formal. Por outro lado, quando olhamos o empreendedorismo feminino informal no país como um todo, e em todas as macrorregiões de forma homogênea, praticamente não há empregadoras: 97,9% das empreendedoras informais são conta própria. **Aqui, possivelmente, está o público que a pesquisa em empreendedorismo classifica como empreendedores por necessidade, e não por oportunidade** (NIQUITO, 2023, p. 5 – *grifo nosso*).

Figura 2 - Mulheres empregadoras versus conta própria - Brasil (2019)



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2021. p. 12-13).

A conclusão de Niquito (2023) é um prenúncio ao objetivo perseguido por este trabalho, que se soma a outras características a serem ainda vislumbradas, como o

fato de que muitas empreendedoras gerem seus negócios dentro de suas próprias residências. Conforme o IRME (2019), 58% delas trabalham em casa e 54% dos negócios estão na área de serviços. Se, por um lado, desenvolver seu negócio em casa facilita a realização de atividades familiares (como o cuidado das crianças), por outro, restringe o mercado potencial de clientes e fornecedores, limitando as possibilidades de expansão (NIQUITO, 2023).

O mercado atendido pelas empreendedoras é bastante marcado pela segregação horizontal e pelo piso pegajoso, como pode ser visualizado na Tabela 3, com muitas atividades compreendendo uma extensão dos afazeres do lar (como é o caso dos serviços domésticos, que representam 13,7% do grupo, e de comida, com 8,5%). Dentre as demais atividades econômicas desenvolvidas por mulheres empreendedoras destacam-se ainda aquelas voltadas ao segmento de beleza e à confecção e comércio de artigos de vestuário.

Tabela 3 - Distribuição percentual das atividades das empreendedoras Brasil (2019)

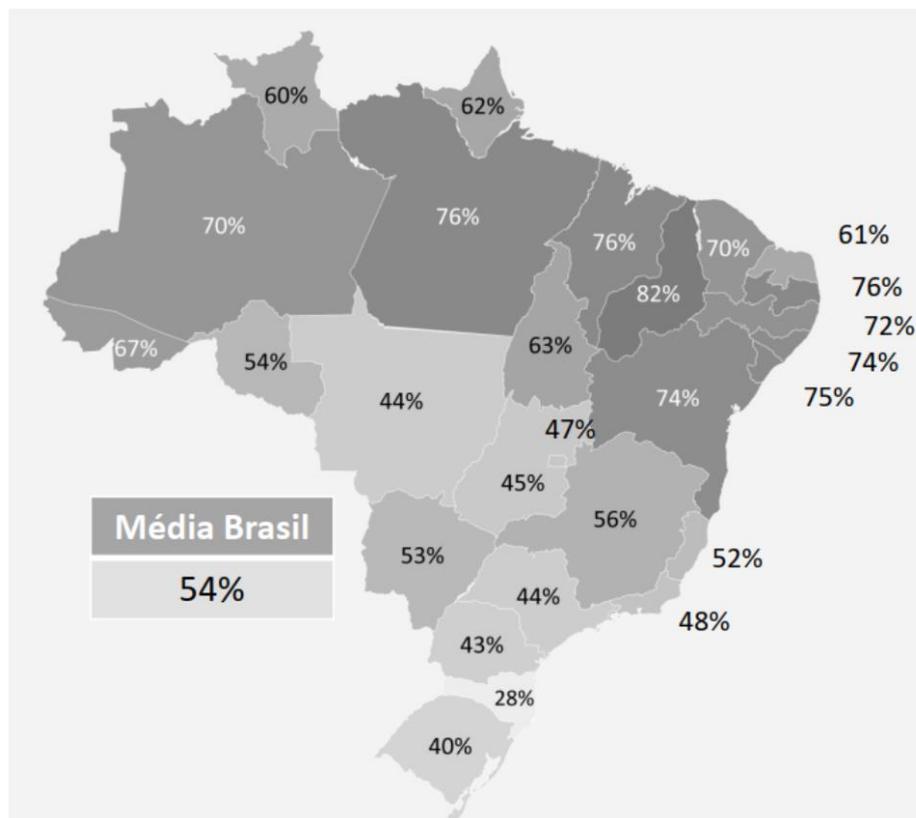
Atividades (CNAE)	%
Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	13,7
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,7
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,1
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	8,5
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	7,5

Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2019. p. 89).

Como as atividades feminizadas no mercado de trabalho são tradicionalmente vistas com menor prestígio, ao que se associam salários médios mais baixos, não surpreende que a renda das empreendedoras seja reduzida, com mais da metade delas (54%) ganhando até um salário-mínimo com seu negócio, ainda que muitas ocupem o posto central no fornecimento de recursos monetários à família. A Figura 3 apresenta este dado para a média nacional e segmentado por estado, o que mostra

discrepâncias regionais significativas (enquanto esta realidade inclui 28% das empreendedoras de Santa Catarina, chega a 82% das empreendedoras do Piauí).

Figura 3 - Empreendedoras que ganham até 1 salário-mínimo - Brasil (2019)



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2021. p. 29).

Niquito (2023), a partir de uma leitura dos dados da PNAD-Contínua para o ano de 2021 (sintetizados na Tabela 3) apresenta a grande discrepância que acontece entre as remunerações dos empreendimentos formais e informais<sup>18</sup>. Entre os formais (dentre os quais as mulheres representam 35%), a remuneração média das mulheres é de R\$ 3.911,20, sendo maior na Região Sudeste, onde alcança R\$ 4.361,80. Por outro lado, em se tratando do empreendedorismo informal (em que as mulheres

<sup>18</sup> O termo *empreendedorismo informal* pode mascarar a desigualdade de gênero e a precarização dos postos de trabalho ao ser, por seus termos, visto como um caminho para o empoderamento e a autonomia. Embora o empreendedorismo possa, de fato, ser considerado uma forma de empoderamento e de promoção da autonomia financeira, o nome não condiz com a realidade dos trabalhadores que se enquadram nesse perfil, que compreendem aqueles que estão à margem dos recursos e da proteção jurídica.

compreendem 32,2%), as remunerações médias femininas são significativamente menores, de 34% do rendimento médio formal (o que equivale a R\$ 1.331,60). Além disso, o patamar atinge apenas R\$ 876,60 na Região Nordeste, o que reforça as discrepâncias regionais já indicadas na Figura 3.

Tabela 4 - Porcentagem de empreendedoras formais e informais e seus rendimentos por região - Brasil (2021)

Região	Empreendedoras Formais		Empreendedoras Informais	
	Participação no total formal	Rendimento médio	Participação no total informal	Rendimento médio
<b>Norte</b>	35,10%	R\$ 3.224,70	29,60%	R\$ 1.031,50
<b>Nordeste</b>	37,60%	R\$ 3.249,20	31,30%	R\$ 876,60
<b>Sudeste</b>	34,90%	R\$ 4.361,80	34,40%	R\$ 1.536,10
<b>Sul</b>	33,60%	R\$ 3.550,80	30,00%	R\$ 1.852,30
<b>Centro-Oeste</b>	35,20%	R\$ 3.616,70	32,30%	R\$ 1.561,30
<b>Brasil</b>	35,00%	R\$ 3.911,20	32,20%	R\$ 1.331,60

Fonte: Adaptado de Niquito (2023).

Os baixos rendimentos relacionados às empreendedoras compreendem uma dificuldade enfrentada por elas no presente, mas também uma ameaça em relação às condições futuras no que cabe ao acesso aos serviços de garantias sociais. Dentre as empreendedoras classificadas como conta própria, conforme dados do SEBRAE (2021), apenas 40% delas contribuem para a Previdência Social como forma de garantir a sua proteção e a segurança financeira a longo prazo. O restante, somado aos empreendimentos informais, implica em um grande número de mulheres que não têm acesso a direitos trabalhistas básicos e que estão alheias às políticas sociais.

As características apresentadas anteriormente refletem uma precarização das atividades empreendedoras, de modo que o “empreendedorismo rosa” que se coloca como alternativa de empoderamento feminino fracassa frente aos indicadores de informalidade, rendimentos e proteção social (sendo seus efeitos menos perigosos em se tratando do empreendedorismo formal). Empreender parece ser, de forma majoritária, uma saída encontrada por muitas mulheres para compatibilizar as demandas da família e a necessidade de renda. Isso é visível nos resultados da IRME

(2021), para a qual as motivações para empreender têm como destaque a flexibilidade de horário e o tempo para a família. Como esse tempo é, no caso das mulheres, significativo, a sobreposição de atividades implica que, mesmo enquanto empreendedora, elas dedicam menos horas de trabalho aos seus próprios negócios quando comparado aos homens<sup>19</sup>.

Se empreender é uma saída diante das necessidades, os empreendimentos femininos serão, em grande parte, marcados por um amorismo. Embora, conforme Silva, Mainardes e Lasso (2016), as experiências adquiridas em empregos anteriores contribuam para a administração de seus negócios, muitas das empreendedoras começam sozinhas e enfrentam dificuldades para obter empréstimos, de modo que priorizam o uso de recursos próprios. Quanto ao planejamento prévio para empreender, 49% das mulheres iniciaram seu negócio sem planejamento e 34% delas não se sentem capazes de planejar (IRME, 2019).

A necessidade de aprimorar habilidades gerenciais, como *marketing* e finanças, e tecnológicas, são um reflexo dessa organização: 28% das empreendedoras não se sentem confiantes em realizar a gestão financeira, 41% delas misturam o dinheiro da casa com o do negócio, apenas um terço possui conta jurídica para auxiliar nessa organização, e 55% das empreendedoras administram as finanças com ajuda de planilhas eletrônicas (IRME, 2019).

Outro ponto de destaque que embasa a crítica de que o empreendedorismo feminino possui mais barreiras é o acesso ao crédito. De acordo com Niquito (2023), a restrição de crédito é o principal entrave para a criação e o desenvolvimento de pequenos negócios. O IRME (2019) aponta que, quando as mulheres necessitam de empréstimo ou crédito, elas recorrem principalmente a familiares ou amigos, com 67% delas usando os valores para capital de giro ou para arcar com despesas não planejadas. Neste sentido, políticas públicas de acesso ao crédito, como a criação de

---

<sup>19</sup> Um estudo de caso realizado na região da Grande Florianópolis em 2022, com 50 empreendedoras, demonstrou que, em condições diferentes das identificadas no perfil nacional, as mulheres empreendedoras conseguem se dedicar mais horas aos seus negócios. Entretanto, o perfil das entrevistadas era formado por mulheres jovens e sem filhos, para as quais o peso das responsabilidades domésticas é reduzido (PINTO, 2022).

fundos personalizados para mulheres, podem fomentar o empreendedorismo feminino.

O recente estudo de Bueno (2022), em parceria com o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), indica que há, no país, 44 organizações que têm como foco a concessão de crédito e microcrédito para mulheres empreendedoras. Elas estão em 16 estados brasileiros, atendendo todas as regiões do país, embora 35% estejam concentradas na região Sudeste.

Os desafios para destravar o acesso à capital para mulheres são diversos. Existem fatores institucionais, econômico-financeiros e psicológicos-sociais que precisam ser endereçados. Diferentes momentos na jornada empreendedora demandam ênfases distintas. Enquanto mulheres de baixa renda ou da base da pirâmide precisam de inclusão digital e financeira e orientação básica relativa à organização de seus negócios, mulheres empreendedoras com negócios em crescimento podem se beneficiar de modelos de *score* atualizados e que incluam novas dimensões comportamentais de análise (BUENO, 2022, p. 16)

Ao destacar as diferentes demandas de crédito das empreendedoras, Bueno (2022) lança luz à heterogeneidade que existe no empreendedorismo feminino. Nem todas as empreendedoras são marcadas pela falta de oportunidades ou pela necessidade de flexibilização, haja vista as conclusões de Pinto (2022) para a cidade de Florianópolis. Os casos planejados e mesmo de sucesso, entretanto, não parecem responder à grande massa de empreendedoras, concentradas no setor de serviços, atuando solitárias em seus negócios e tendo baixos níveis de remuneração. Nesse sentido, é essencial questionarmos se tais características são produto de uma escolha livre e empoderada ou se são resultado das barreiras e das desigualdades de gênero no mercado de trabalho e nas organizações familiares. Embora a presente subseção já traga essa reflexão, a próxima pretende articular o perfil aqui apresentado às discussões trazidas pela Economia Feminista, aprofundando a análise do empreendedorismo feminino mediante as estruturas e normas que perpetuam a exclusão e a desvalorização das mulheres no mundo dos negócios. Ao analisarmos as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras, a falta de acesso a recursos e o impacto das estruturas patriarcais, podemos compreender melhor a complexidade desse cenário e a necessidade de superar sua romantização.

### 3.4 OS LIMITES DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA PERSPECTIVA CRÍTICA DA ECONOMIA FEMINISTA

O mundo do trabalho, historicamente construído por homens e para homens, é herança de uma cultura patriarcal, desenhada por agentes sociais que tinham a liberdade de se dedicar plenamente ao trabalho remunerado, uma vez que contavam com o trabalho não-pago de suas esposas e filhas. Isso ainda é visível nos regimes tradicionais de contratação (com horários rígidos, simultâneos às atividades escolares e funcionamento do comércio) e nas possibilidades de aposentadoria, que demandam uma trajetória longa de trabalhos remunerados que minimizam as necessidades de entrada e saída da mulher no mercado, bem como a alta rotatividade laboral das mesmas.

Embora as mulheres respondam, no Brasil, por mais de 40% da força de trabalho, grande parte das atividades remuneradas permanece não sendo acolhedora para elas e para seus papéis sociais, impedindo-as (ou dificultando-as) de conseguir encaixar sua rotina de cuidados nestes espaços. Em um contexto social marcado por grandes desigualdades, empreender parece ter muito mais a ver com a necessidade de uma atividade remunerada, ou seja, uma escolha pela falta de alternativas, do que com uma oportunidade de escolha entre várias alternativas.

Em grande parte dos casos, por falta de empregos formais, a mulher busca no empreendedorismo uma alternativa de trabalho e renda, participando na complementação da renda familiar. Seja pela necessidade de contribuir para o aumento da renda ou sustento da família, ou pelo desejo de realização profissional, as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho (AMORIM; BATISTA, 2011).

A falta de igualdade de oportunidades e a discriminação de gênero também limitam o acesso das mulheres a trabalhos formais e bem remunerados, o que pode encorajá-las a buscar alternativas no empreendedorismo. Além disso, a segmentação do mercado de trabalho, que concentra as mulheres em setores com menor remuneração e menos oportunidades de crescimento, pode tornar a opção de empreender mais atraente como uma forma de mudar sua estrutura ocupacional e se livrar da precarização.

Para além dos postos de trabalho, o empreendedorismo pode também ser considerado uma maneira de as mulheres enfrentarem o desemprego ou a pobreza aos quais são mais vulneráveis, especialmente no caso das classes económicas menos favorecidas, já que o empreendedorismo feminino está distante do conceito associado ao empreendedor clássico schumpeteriano, que empreende por escolha, por ter uma visão das oportunidades de transformação do mercado.

No Brasil, 47% do empreendedorismo feminino é motivado por necessidade – para os homens, esse índice é de 34%. Em comparação com os países da América do Norte, em que a taxa média de empreendedorismo feminino por necessidade é de apenas 13%, na América Latina e Caribe corresponde a 30%, colocando as brasileiras em desvantagem (BANDEIRA; AMORIM, OLIVEIRA, 2020).

As mulheres parecem ser empurradas a empreender pela necessidade que surge. No processo, deparam-se com conflitos e tensões, como a equalização trabalho-família, aspecto sobre o qual não tinham conhecimento prévio ao adentrarem ao empreendedorismo. Assim, empreender para o gênero feminino não é uma opção, mas uma questão de sobrevivência (SILVA, *et al.*, 2018. p. 44).

A realidade da mulher que recorre ao empreendedorismo por necessidade é repleta de histórias frustrantes no ambiente económico, onde ela não se sentia acolhida, ou porque foi demitida ao retornar da licença maternidade, ou ainda por se sentir menosprezada quando retornou, tendo um choque de realidade quando se depara com o grande montante de tarefas do âmbito familiar que não se encaixam nas atividades remuneradas.

O empreendedorismo que surge como uma alternativa que permite a tão sonhada flexibilidade acompanhada de uma remuneração adequada para sua qualificação e dedicação defronta-se com as dificuldades da tarefa de empreender, que demanda esforço e empenho. Os empreendimentos iniciados pelas mulheres são, em sua maioria, baseados em recursos limitados, no reduzido capital inicial e em infraestrutura precária, que se soma à ausência de apoio governamental adequado, com programas de capacitação e políticas de conciliação entre trabalho e vida pessoal.

Mesmo no empreendedorismo, a divisão sexual do trabalho também afeta a disponibilidade das mulheres para se dedicarem às atividades demandadas, uma vez que as tarefas de cuidado consomem grande parte do tempo e energia, o que pode

reduzir a capacidade de buscar oportunidades empreendedoras e se dedicar integralmente a um negócio. Além disso, as expectativas de gênero em relação às atividades reprodutivas podem prejudicar as aspirações profissionais femininas, reforçando a noção de que seu papel é cuidar da casa e da família em vez de perseguir a independência financeira e a realização profissional.

A tarefa de equilibrar as demandas do trabalho e da vida pessoal que leva muitas mulheres a empreender como uma opção para conciliar tais responsabilidades resulta em menos tempo disponível para o negócio próprio, bem como limita o acesso a recursos financeiros e às conexões profissionais que podem ser cruciais para o sucesso empresarial. Como uma parcela significativa das empreendedoras é informal e menos da metade contribui com a Previdência Social, o controle pessoal sobre as atividades remuneradas ainda permanece associado à falta de proteção social e à incapacidade de se afastar temporariamente de seus negócios sem prejudicar a renda e a sustentabilidade do empreendimento. Sem acesso a benefícios como a licença-maternidade ou a aposentadoria, tem-se efeitos de longo prazo sobre a qualidade de vida das mulheres e sobre sua capacidade de manter seus negócios. Dessa forma, as desigualdades de gênero na esfera reprodutiva, articuladas à inserção na esfera produtiva via empreendedorismo, também segmenta as mulheres em espaços com menor remuneração e menos oportunidades de avanço, reforçando a segmentação horizontal e vertical observada no mercado de trabalho como um todo.

Ao serem empurradas para o ambiente empreendedor, muitas destas mulheres não possuem o devido preparo e, pressionadas pela necessidade, assumem todas as áreas de seu empreendimento (administrativo, financeiro, *marketing*, vendas), o que dificulta ainda mais sua capacidade de atuação e de sobrevivência no mercado. Para minimizar os obstáculos, é comum que os empreendimentos ocorram nas áreas onde as mulheres se sentem mais confortáveis, pois já possuem alguma experiência. Entretanto, é preciso aliar a necessidade a uma oportunidade de mercado, para não entrarem em uma área já saturada e de baixa aderência. Atualmente, os negócios femininos enfrentam desafios relacionados à concentração de mulheres em serviços domésticos ou de beleza, por exemplo, o que gera uma ampla concorrência de atividades não-essenciais (alta elasticidade-preço e renda),

que são mais voláteis em períodos de crise. A PNAD reforça estes dados com a informação de que, após a pandemia, o nível de empregabilidade da mulher regrediu em 30 anos (PNAD, 2020. *apud* INFOMONEY, 2020). Ou seja, revelam a fragilidade do emprego feminino em períodos críticos da sociedade.

A configuração do empreendedorismo no Brasil vai contra a romantização nas campanhas publicitárias e nos discursos motivadores como o *Faça Acontecer*, ao sugerir que as mulheres podem superar todas as adversidades simplesmente por sua vontade de realizar. Isso claramente não significa que algumas delas não consigam ter sucesso em suas iniciativas. Um exemplo de empreendedorismo por necessidade é o de Heloísa (Zica) Assis<sup>20</sup>, que decidiu empreender motivada pela falta de perspectivas que o trabalho como faxineira lhe trazia. Obteve sucesso na sua rede de salões de beleza com foco em consumidores da classe C, identificando no mercado uma carência de soluções para uma dor latente de uma grande parcela da sociedade (ENDEAVOR, 2023).

O discurso otimista do empreendedorismo gera problemas quando faz de alguns casos a regra, criando a impressão de que as mulheres que não alcançaram o sucesso não se dedicaram o suficiente para isso, de modo que o problema passa a ser do indivíduo, não do coletivo. Tal narrativa ignora as inúmeras dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras, como a falta de acesso a financiamento, a falta de recursos, instrumentos e ferramentas de gestão, as redes de contatos menores do que os homens, a discriminação de gênero e as estruturas patriarcais arraigadas na sociedade e nos negócios, bem como as lacunas substanciais na representação das mulheres em posições de liderança empresarial.

Assim como a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho no século passado não significou a ruptura das desigualdades de gênero no mundo e no Brasil, 'fazer acontecer' não implica automaticamente em autonomia financeira via empreendedorismo. Em ambas as propostas se tem uma visão do agente econômico

---

<sup>20</sup> Heloísa 'Zica' Assis, cujo nome completo é Heloísa Helena Assis, é uma empreendedora brasileira e fundadora da marca de cuidados "Beleza Natural". Ela iniciou o negócio em 1993 no Rio de Janeiro com dois sócios, oferecendo tratamentos naturais para cabelos afro. A empresa cresceu rapidamente e hoje tem mais de 40 lojas no país, além de uma distribuição internacional nos Estados Unidos e Europa. Zica Assis é uma inspiração de sucesso para as mulheres empreendedoras no Brasil e tem sido reconhecida por sua contribuição às comunidades locais (ENDEAVOR, 2023).

autônomo que é remunerado pelo seu empenho (ou produtividade), desconsiderando as diferentes barreiras e desigualdades sistêmicas que impedem as mulheres de entrar no mercado e prosperar economicamente, o que passa pelo reconhecimento das atividades invisibilizadas destacadas pela Economia Feminista.

À luz da Economia Feminista tem-se importantes ferramentas para entender a complexidade do empreendedorismo feminino no Brasil, destacando a importância de considerar o peso que recai sobre as mulheres na conciliação de atividades produtivas e reprodutivas na decisão de criar um negócio próprio. Ainda que o empreendedorismo feminino seja uma forma de tentar driblar a divisão sexual do trabalho na busca por autonomia financeira, recai em diversos outros obstáculos, como a falta de acesso à capital, as limitadas redes de apoio, e as barreiras culturais e estruturais que dificultam o sucesso dos negócios femininos. Assim, empreender se torna a alternativa que tem como finalidade principal suprir as necessidades básicas pessoais e da família.

Neste sentido, o empreendedorismo pode ser visto como uma alternativa para obter renda e autonomia, mas não como uma expressão genuína de liberdade e igualdade de oportunidades. Apesar disso, entende-se que o empreendedorismo feminino é capaz de romper com a interpretação atual do fenômeno (uma ideia de moda passageira), e se converter em uma possibilidade real para as mulheres. Para que isso aconteça, elas devem ser orientadas e preparadas para empreender. Alguns dos critérios iniciais que podem ajudar na preparação da empreendedora são a busca de conhecimentos necessários na rotina do setor de atividade, na linguagem de negócios e seus termos, na educação financeira básica, na gestão do tempo, no desenvolvimento de habilidade de negociação, entre outros (PODCAST MAMILOS, 2022)<sup>21</sup>. Compreender e abordar essas questões inerentes é fundamental para garantir que a opção seja entre diversas alternativas, não pela falta delas.

---

<sup>21</sup> O podcast *Mamilos* é um dos programas mais populares do Spotify (plataforma digital de *streaming* de áudio), abordando uma ampla gama de questões relacionadas à sociedade, cultura e política. Para esta pesquisa foi utilizada uma série de 4 episódios que abordam a temática do empreendedorismo feminino, intitulados *Empreendedorismo sem Maquiagem*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1Q2nMtj02klqXb6QLOZpnq>. Acesso em 05 abr. 2023.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi examinar o fenômeno do empreendedorismo feminino sob a perspectiva da Economia Feminista, refletindo se, para o Brasil, ele compreende uma escolha dentre muitas alternativas profissionais ou uma decisão diante da falta de perspectivas. A análise revelou que o empreendedorismo feminino não pode ser romantizado como uma solução universal para a igualdade de gênero, mas deve ser visto como uma consequência das barreiras e das desigualdades estruturais existentes, marcadas especialmente pela forma como a articulação entre as atividades não-remuneradas (reprodutivas) e remuneradas (produtivas) pesa majoritariamente sobre as mulheres. Nesse sentido, a maioria das empreendedoras não se enquadra no perfil do empreendedor schumpeteriano já que ele, ainda que se proponha neutro em relação ao gênero, reflete a divisão sexual do trabalho ao representar as opções possíveis apenas à parcela masculina dos trabalhadores, o que tende a perpetuar as desigualdades existentes no mercado de trabalho.

Segundo a perspectiva feminista, o empreendedorismo é um fenômeno que pode ser observado a partir de fatores contextuais, sociais e culturais. Assim, a partir do perfil socioeconômico das empreendedoras e das características dos empreendimentos, observa-se que elas são majoritariamente mulheres entre 35 e 54 anos, brancas, com alto nível de escolaridade, desempenhando as funções como conta própria, embora dedicando menos tempo aos seus negócios que sua contraparte masculina. A informalidade também é uma de suas marcas, além da concentração no setor de serviços e beleza, o que implica uma grande diversidade entre as empreendedoras. Ainda assim, movidas por suas próprias iniciativas, não conseguem romper, enquanto grupo, com as desigualdades do mercado de trabalho – especialmente os *gaps* salariais e as segregações horizontais e verticais.

Isso não significa, entretanto, que muitos esforços femininos não sejam recompensados pelo mercado em termos de reconhecimento profissional e rendimentos. A dificuldade é que isso se transforme na regra e não na exceção daquelas que superaram individualmente as barreiras que sistematicamente impedem as mulheres, enquanto grupo, de acessarem e prosperarem economicamente.

Dizer que muitas mulheres ingressam no empreendedorismo por necessidade

(ou por falta de opção) demanda uma análise que tenha uma abordagem ampla, capaz de associar o empreendedorismo à posição feminina na sociedade, e não apenas na esfera econômica. Para isso, o olhar crítico da Economia Feminista se mostrou essencial para alcançar o objetivo pretendido por este trabalho.

Ao evitar a romantização do fenômeno, deve-se buscar a implementação de medidas que promovam a igualdade de oportunidades, como o acesso a financiamentos equitativos, o fortalecimento das redes de apoio e a implementação de políticas públicas voltadas para a equidade de gênero de maneira ampla (dentro e fora do mercado). Além disso, enfatiza-se a importância de reconhecer o empreendedorismo feminino como parte de um movimento mais amplo, que seja capaz de uma transformação individual e coletiva, o que requer um esforço conjunto de governos, instituições, sociedade civil e indivíduos.

Por fim, é importante reconhecer as limitações e os desafios na pesquisa sobre empreendedorismo feminino (como o acesso limitado a dados e informações sobre as mulheres empreendedoras, a complexidade da noção de escolha *versus* falta de opção, e a ampla informalidade que marca a atividade). Ainda assim, renova-se a percepção de que esta é uma área fundamental para entender as interações entre gênero, trabalho e sustentabilidade da vida, alertando para a necessidade de questionar as narrativas dominantes e trabalhar ativamente em prol de uma sociedade mais justa, equitativa e inclusiva para todas as mulheres empreendedoras.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Branca Moreira. PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. 4 ed. São Paulo. Editora brasiliense, 1984.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da Finan, v. 3, n. 3, 2011.

BAGGIO, Adelar Francisco. BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. Passo Fundo, v. 1(1), p. 25-38, 2014.

BANCO MUNDIAL. **Doing Business 2020: Comparando a regulamentação de negócios em 190 economias**. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32436>. Acesso em: 27 abr. 2023.

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

BARBOSA, Ana Luiza Neves de. Participação feminina no mercado de trabalho brasileiro. **NOTA TÉCNICA**, Ipea. 2014. Disponível em: [https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3736/1/bmt57\\_nt02\\_participa%c3%a7%c3%a3o.pdf](https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3736/1/bmt57_nt02_participa%c3%a7%c3%a3o.pdf). Acesso em: 19 mai. 2023.

BLANCO, Thiago Henrique Martinez. **Gestão e Empreendedorismo**. Maringá. UniCesumar, 2021.

BLOG NUBANCK. **A década do Microempreendedor Individual: a evolução do MEI nos últimos 10 anos**. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/a-decada-do-mei-evolucao-nos-ultimos-10-anos/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

BUENO, Maria Rita Spina. **Acesso a capital para mulheres empreendedoras brasileiras**. IRME, 2022. Disponível em: <https://institutorme.org.br/lab-irme/>. Acesso em: 20 mai. 2023.

CARRASCO, Cristina. A Economia Feminista: Um panorama sobre o conceito e reprodução. **Revista dos pós-graduandos em ciências sociais** /Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP, vol. 26, n. 52, p. 31-68. set./dez. 2018. Disponível em: <https://www.cesit.net.br/wp-content/uploads/2019/03/Dossi%c3%aa-economia-feminista.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

COSTA, Fernando Nogueira. **Sobre o Individualismo e o Liberalismo**. Blog Cidadania e Cultura. São Paulo. (2013). Disponível em: <https://fernandonogueiracosta.wordpress.com/2013/08/04/sobre-o-individualismo-e-o-liberalismo/>. Acesso em: 24 jul. 2022.

CORTESÃO, Filipe José de Oliveira Marques. **A Segregação de Gênero no Mercado de Trabalho em Portugal**. Caracterização da sua evolução no período 2001 a 2011. Tese de mestrado em economia. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Coimbra, p. 27. 2013.

DA CUNHA, Caroline Valquiria Moura. SILVA, Mayara Vieira da; YAMAGUCHI, Nathalia Midori. Anuário da Produção Acadêmica Docente. **Empreendedorismo: Histórias que motivam, despertam e encantam**. Taubaté, v. 5, n. 2, p. 165-182, 2011. Disponível em: <http://repositorio.pgskroton.com/handle/123456789/1465>. Acesso em: 20 fev. 2023.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de Negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 14. Ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship). Práticas e princípios**. São Paulo: Editora Pioneira, 2003.

FERNANDEZ, Brena. Economia feminista: metodologias, problemas de pesquisa e propostas teóricas em prol da igualdade de gêneros. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 38, p. 559-583, 2018.

FERNANDEZ, Brena. Trabalho invisível à luz das teorias neoclássica, marxista e da economia feminista. três paradigmas em disputa. In: **Anais do Congresso Fazendo Gênero 12: Lugares de Fala, Direitos, Diversidade**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2021.

FERNANDEZ, Brena. Teto de vidro, piso pegajoso e desigualdade de gênero no mercado de trabalho brasileiro à luz da economia feminista: por que as iniquidades persistem?. **CADERNOS DE CAMPO (UNESP)**, v. 26, p. 79-103, 2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Menos de 40% das empresas nascidas no Brasil sobrevivem após cinco anos**. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/10/mentos-de-40-das-empresas-nascidas-no-brasil-sobrevivem-apos-cinco-anos.shtml#:~:text=Menos%20de%2040%25%20das%20empresas%20criadas%20no%20Brasil%20conseguem%20sobreviver,Brasileiro%20de%20Geografia%20e%20Estat%C3%ADstica>). Acesso em: 22 mar. 2023.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2019). **“O Empreendedorismo no Brasil”**. Curitiba: IBPQ. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp->

content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf. Acesso em: 20 fev. 2023.

GOMES, Almiralva Ferraz. Mulher e Gestão. São Paulo: **Revista de Gestão USP**, v.12, n.3 p.1-9, julho/setembro, 2005.

GOMES, Almiralva Ferraz. Trajetórias e estratégias de mulheres. **Revista de Gestão USP**, v. 16. São Paulo. 2009.

GRECCO, Fabiana Sanches. O VIÉS ANDROCÊNTRICO DA CIÊNCIA ECONÔMICA E AS CRÍTICAS FEMINISTAS AO HOMO ECONOMICUS. **Temáticas**, Campinas, v. 26, n. 52, p.105-134, ago./dez, 2018. Disponível em:<https://pdfs.semanticscholar.org/3afe/f61f2ea01423aa8d3f196200baa277605f12.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023

INFOMONEY. **A participação das mulheres no mercado de trabalho é a menor em 30 anos – e a pandemia é parte do problema**. 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/carreira/participacao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho-e-a-menor-em-30-anos-e-a-pandemia-e-parte-do-problema/>. Acesso em 01 mai. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua** Divulgação Especial Medidas de Subutilização da Força de Trabalho no Brasil. 2023. Disponível em: [https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho\\_e\\_Rendimento/Pesquisa\\_Nacional\\_por\\_Amostra\\_de\\_Domicilios\\_continua/Trimestral/Novos\\_Indicadores\\_Sobre\\_a\\_Forca\\_de\\_Trabalho/p\\_nadc\\_202104\\_trimestre\\_novos\\_indicadores.pdf](https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Trimestral/Novos_Indicadores_Sobre_a_Forca_de_Trabalho/p_nadc_202104_trimestre_novos_indicadores.pdf). Acesso em 18 jun. 2023.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA (IRME). **EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**: um recorte de gênero, 2019.

JABLONSKI, Bernardo. **Papéis conjugais: Conflito e transição**. Vol. 1. Coletâneas da ANPEPP. Rio de Janeiro, 1996.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres empreendedoras: Quebrando alguns tabus**. Editora da Universidade Federal de Santa Catarina. Santa Catarina. 2001.

JONATHAN, Eva Gertrudes; SILVA, Taissa. **Empreendedorismo Feminino: Tecendo a trama de demandas conflitantes**. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2007.

KERGOAT, Daniele. Divisão sexual do trabalho e relações sociais de sexo. *In*. EMILIO, Marli; TEIXEIRA, Marilane; NOBRE, Miriam. GODINHO, Tatau (org.). **Trabalho e cidadania ativa para as mulheres: desafios para as Políticas Públicas**. - São Paulo: Coordenadoria Especial da Mulher, 2003. p. 55-64.

LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. MENDONÇA, Anny Key de Souza. VAZ, Caroline Rodrigues. MALDONADO, Mauricio Uriona. **Empreendedorismo, Inovação e Sustentabilidade: origem, evolução e tendências**. 1 ed. Florianópolis. UFSC, 2017.

LINDO Maíra Riscado; CARDOSO, Patrícia Mendonça; RODRIGUES, Monica Esteves; WETZEL, Ursula. **Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para as mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro**. RAC – Eletrônica. V .1. n. 1. P. 1-15. 2007.

LINKEDIN. Ana Fontes. Disponível em: [https://br.linkedin.com/in/anafontesbr/pt?trk=public\\_post\\_follow-view-profile](https://br.linkedin.com/in/anafontesbr/pt?trk=public_post_follow-view-profile). Acesso em: 30 abr. 2023

MACHADO, Francis Berenger. Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes. In: **Anais do Encontro da ANPAD**. 36, Rio de Janeiro. 2012.

MADALOZZO, Regina. MARTINS, Sérgio Ricardo. SHIRATORI, Ludmila. Participação no mercado de trabalho e no trabalho doméstico: homens e mulheres têm condições iguais? **Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 18, n. 2, p. 547-566, mai-ago, 2010.

MATOS, Suelen Karini Almeida de. Afro empreendedorismo Feminino: Reflexões sobre gênero e raça no Brasil In: **Anais do Congresso Fazendo Gênero 12: Lugares de Fala, Direitos, Diversidade**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2021.

MORENO, Renata. **Feminismo, Economia e Política**. São Paulo. 2014.

NIQUITO, Thais Waideman. **Empreendedorismo Femino no Brasil**. Endeavor e ENAP, 2023. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/7556/1/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%20%281%29.pdf>. Acesso em 30 abr. 2023.

NUNES, Kesia Kiss. LIMA, Angelita Pereira de. Piso Pegajoso, Teto de Vidro e Abelha Rainha: a tríplice barreira imposta pela economia sexista. **Research, Society and Development**, São Paulo, v. 10, n.8, p. 1-8, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/16110>. Acesso em: 17 maio. 2023.

PINTO, Morgana Weber. **Empreendedorismo Feminino: um estudo de caso com mulheres empreendedoras na grande Florianópolis, sob a ótica da economia feminista**. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Departamento de Economia e Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. **A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade**. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8. 2007.

RICHTER, Tuani. PIZZOLI, Maria de Fátima Fagherazzi. DULLIUS, Rodrigo. GANZER, Paula Patricia. Empreendedorismo feminino e os desafios percebidos por empreendedoras da geração Y de Caxias do Sul. RELISE, **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 7, n.1, p.83-116, jan-fev, 2022. Disponível em: <http://relise.eco.br/index.php/relise/article/view/448/589>. Acesso em: 18 fev. 2023

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva. 2001.

SANDBERG, Sheryl. **Faça acontecer: Mulheres, Trabalho e a vontade de liderar**. São Paulo, 2013.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalismo, socialismo e democracia**. 7 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2021**. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/02/Empreendedorismo-Feminino-ate-IV-trim\\_2021\\_v3.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/02/Empreendedorismo-Feminino-ate-IV-trim_2021_v3.pdf). Acesso em: 06 abr. 2023.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Empreendedorismo%20Ono%20Brasil%202020%20-%20Relatorio%20executivo.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2023.

SEBRAE. **Guia completo sobre a gestão de empresas familiares**. 2022. 27 slides. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/Guia%20sobre%20gesta%CC%83o%20de%20empresas%20familiares.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2023.

SILVA, Mariana Santos da; LASSO, Sarah Venturim, e MAINARDES, Emerson Wagner. Características do empreendedorismo feminino no brasil. **Revista Gestão. E Desenvolvimento**, p. 150–167. 2016.

SILVA, Juliana Soares da. TAVARES, Michel Frank Sullivan dos Santos. JESUS, Djanires Lageano Neto de. MERLIN, Higyá Alessandra. Empreendedorismo feminino no Brasil: teorias, políticas e tendências. **Caderno de gestão e empreendedorismo**. v. 6, n. 3, p. 30-46, set-dez 2018.

SILVEIRA, Isabelle Lucas Ferreira et al. Liderança Feminina sob a Luz de Mary Kay Ash. **XI Simpósio de Excelência em gestão e tecnologia**, 2014.

SILVEIRA, Maria Lucia da. TITO, Neuza. **Trabalho Doméstico e de Cuidados: Por outro paradigma de sustentabilidade da vida humana**. São Paulo: SOF Sempre Viva Organização Feminista, 2008.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SOARES. Cecília Moreira. As Ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador no século XIX. Salvador. **Revista Afro-Ásia**, n. 17, p. 57-71. 1996.

SOF - Sempreviva Organização Feminista. **Para entender a economia feminista e colocar a lógica da vida em primeiro lugar**. São Paulo, SOF Sempreviva Organização Feminista, 2014.

SOUSA, Luana Passos de. GUEDES, Dyeggo Rocha. A desigual divisão sexual do trabalho: um olhar sobre a última década. **Estudos Avançados**, v. 30, n. 87, p. 123-139, mai-ago 2016.