

## **Empreendedorismo Feminino: Análise Bibliométrica de Produções Nacionais Entre 2013 à 2021**

## **Female Entrepreneurship: Bibliometric Analysis of National Productions Between 2013 to 2021**

Isabela Mares Cardoso  
Faculdade ENAU  
isabela.cardoso@alu.faculdadeenau.com.br

Marianna Aparecida França  
Faculdade ENAU  
marianna.franca@alu.faculdadeenau.com.br

Thais Santos de Lima  
Faculdade ENAU  
thais.lima@alu.faculdadeenau.com.br

Esdras da Silva Costa  
Faculdade ENAU  
esdras.costa@pro.faculdadeenau.com.br

### **RESUMO**

O presente artigo possui como objetivo realizar uma análise bibliométrica acerca da produção científica nacional sobre a temática empreendedorismo feminino. Enquanto procedimentos metodológicos, a pesquisa foi delineada por uma abordagem qualitativa, sendo o seu tipo de pesquisa classificada como descritiva, fazendo uso da bibliometria como instrumento para o processo de análise dos dados. Os resultados indicam que no contexto atual, ainda que com maior ocupação, as atividades exercidas pelas mulheres permanecem sendo informais e em condições desfavoráveis em relação ao mercado empreender em sua totalidade, explicitando diferenças relacionadas ao contexto social, cultural e empresarial.

**Palavras chaves:** Empreendedorismo Feminino, Análise Bibliométrica; Produção Científica.

### **ABSTRACT**

This article aims to carry out a bibliometric analysis of the national scientific production on the subject of female entrepreneurship. As methodological procedures, the research was outlined by a qualitative approach, its type of research classified as descriptive, making use of bibliometrics as an instrument for the process of data analysis. The activities carried out by women remain informal and in unfavorable conditions about the undertaking market in its entirety, explaining differences related to the social, cultural, and business context.

**Keywords:** Female Entrepreneurship, Bibliometric Analysis; Scientific Production.

## 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo trata do empreendedorismo feminino, diante do papel da mulher historicamente estruturado pela sociedade, com suas limitações resultando majoritariamente nos trabalhos informais.

Importante dizer que a presença da mulher no mundo dos negócios empreendedores vem se consolidando ao longo dos anos, devido a dificuldade de permanência no mercado convencional, visto que suas demandas e necessidades sociais e familiares não se adequam às exigências empregatícias recorrendo ao empreendedorismo como sua fonte de renda. Baseado na análise do GEM 2012, apesar das variações, a presença da mulher manteve-se próximo a 50% na última década. É interessante observar que estes números se mantêm pouco variáveis, mas ainda assim crescentes, devido à taxa de sobrevivência de seus negócios (82,2%) em relação à taxa nacional (78,1%) (GEM, 2012). Entretanto, pouco se explora sobre a predominância das mulheres empreendedoras em nosso país (MACHADO, GREATTI, JESUS, 2010).

A fim de compreender o estudo acerca do levantamento do estado da arte, quando relacionado ao empreendedorismo feminino, nota-se que a problemática está relacionada em como está a produção científica nacional sobre a temática empreendedorismo feminino em uma perspectiva de produção nacional?

Enquanto justificativa, após a análise dos conteúdos acadêmicos por meio da ferramenta de bibliometria, nota-se que surge uma ampla produção sobre empreendedorismo e suas possíveis ramificações, nesse contexto contemplando empreendedorismo político, empreendedorismo social, comportamento e ações empreendedoras, contudo, nota-se a ausência de estudos bibliométricos que retratem a temática, especificamente quanto a uma abordagem sobre empreendedorismo feminino.

Este estudo foi elaborado sob uma abordagem qualitativa, onde todos os dados utilizados para análise do crescente número da presença feminina no mercado empreendedor foram estudados em sua veracidade, sendo o seu tipo de pesquisa identificado como descritiva, objetivando descrever aspectos relacionados ao ano de publicação, palavras chaves, abordagem, e tipo de pesquisa.

Enquanto estrutura, a pesquisa está norteada pela introdução que segue, o tópico segundo aborda o processo de fundamentação teórica, o terceiro tópico caracteriza os procedimentos metodológicos, seguidos pelo tópico quarto que enfatiza os procedimentos metodológicos. O quinto e último tópico versa sobre as considerações finais, contribuições, limitações e sugestões futuras.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Empreendedorismo**

Pode-se compreender o empreendedorismo todo e qualquer experimento de criação de um novo empreendimento, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (GEM, 2014). O empreendedorismo no Brasil pode originar-se de duas maneiras: sendo elas a inovação ou a necessidade. Em ambos os casos, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2021), o conceito de empreendedor é a pessoa que implementa no mercado formas de expor novas ideias tal qual seja assumido os riscos criando soluções diante das oportunidades.

O projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o maior estudo em andamento sobre o empreendedorismo no mundo, avaliou em conjunto ao Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP no ano de 2019 que muitas mulheres, quando perguntadas se possuem habilidades, capacidade intelectual, experiências e oportunidades se sentem inseguras, apenas 49,2% dizem ter o suficiente para este novo início, menor que a quantidade do homem empreendedor com 59,5% (GEM, 2019).

Por meio dos dados, dentro do mundo de negócios predominantemente masculino, foi avaliado que a pesquisa acima se diz mediante as dificuldades encontradas pela mulher no Mercado atual. A luta pela falta de reconhecimento de igualdade de gênero, ausência de apoio familiar, inclusive dificuldade de aceitação faz com que seja estabelecido problemas de autoconfiança para assumir os riscos de concretização de ideias empreendedoras.

### **2.2 Empreendedorismo Feminino**

Quando se trata de empreendedorismo, logo nos vem à mente a imagem do homem empreendedor tradicional. Vendo pela construção histórica, tal rótulo se concretiza pelas dificuldades das mulheres encontradas no mercado majoritariamente masculino. Podemos perceber que por meio da contextualização de Marlon no dito de 1997, que exemplifica por meio dos estudos, no âmbito familiar e social que é evidente que os enfoques na carreira profissional e empreendedora conflituam-se com o desenvolvimento das mulheres em desempenhar seus papéis de mães e afazeres domésticos.

O acompanhamento de tal resultado pode ser mensurável como não sendo apenas um feito pessoal de estruturação como complementação de renda individual ou familiar, mas uma reformulação do olhar socioeconômico do mercado futuramente igualitário (GOMES, 2004).

Outros aspectos que são ligados a parte negativa do empreendedorismo feminino são decorrentes de saúde pessoal, bem-estar emocional, níveis de energia, sentimentos de isolamento e estresse, além do sentimento de culpa e tensão acumulada, seguida do papel tradicional das mulheres na sociedade. Entretanto, o lado positivo do empreendedorismo feminino proporciona o prazer na gestão da sua própria empresa e permite que a mulher experimente a maior liberdade e flexibilidade principalmente no âmbito profissional, mas não excludente à outros aspectos (MC GOWAN; REDEKER; COOPER; GREENAN, 2012).

Por meio da luta pela igualdade, a inserção das mulheres no mercado empreendedor vem tomando grande proporção em relação à procura da mulher em busca de programas para empresariar seus negócios iniciais (WAJNMAN, 1998). Neri (2008) já havia observado o aumento do posicionamento feminino no segmento empreendedor.

**Quadro 1 – Gênero, ramo de atividade, faixa etária, grau de instrução e tempo de atividade**

<b>Autor</b>	<b>Gênero</b>	<b>Ramo da Atividade</b>	<b>Faixa Etária (anos)</b>	<b>Instrução do Tomador/Gestor</b>	<b>Tempo da Atividade (anos)</b>
<b>DANTAS, 2014</b>	Feminino 100%	Comércio 100%	De 31 a 40 38%	Ensino Médio Completo 37%	De 6 a 10 34%
<b>SAMPAIO, 2014</b>	Feminino 89%	Comércio 85%	De 36 a 45 34%	Ensino Médio Completo 27%	Acima de 3 73%
<b>RODRIGUES et al, 2015</b>	Feminino 66%	Comércio 82%	De 20 a 35 43%	Ensino Médio Completo 42%	Não informado
<b>ANDRADE et al, 2011</b>	Feminino 64%	Comércio	De 39 a 58	Ensino Básico Incompleto 38%	Até 5 anos 54%
<b>SANTOS, 2010</b>	Feminino 69%	não informado	Acima de 31 88%	60% possuem de primário completo a médio completo	Não informado
<b>MONTEIRO, 2009</b>	Feminino 59%	Comércio 59%	Acima de 4539%	Fundamental Incompleto 40%	Não informado
<b>MATOS et al, 2012</b>	Feminino 73%	Comércio 34%	Não informado	Ensino Médio Completo - 47%	mais que 4 anos 53%
<b>DINIZ et al, 2012</b>	Feminino 83%	Comércio 86%	Não informado	Fundamental Incompleto 53%	acima de 5 anos 53%
<b>BRAGA, 2011</b>	Feminino 65%	não informado	Acima de 36 59%	Fundamental Incompleto 62%	Não informado

Fonte: Costa e Costa (2015).

No ano de 2015 foi elaborado por Costa e Costa um estudo sobre o empreendedorismo, resultando no quadro acima, onde nos confirma a crescente ocupação do gênero feminino empreendedor, tendo como enfoque principal o ramo do comércio ambulante voltado para mulheres, como roupas, bolsas, além de segmentos como cosméticos e ramo alimentício.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Considerando as características do objeto deste estudo, foi fundamentado perante a análise qualitativa, mediante a observância da ocupação feminina no mercado empreendedor. Por intermédio do modelo de pesquisa descritiva, utilizamos a análise bibliométrica como instrumento de estudo. Apesar do crescimento da visibilidade da mulher no mercado, a problemática segue predominante na sociedade, ainda que pouco explorada. Nota-se que o enfoque do empreendedorismo feminino ainda está voltado para trabalhos informais, não superando os requisitos de qualidade de vida e remuneração pertinentes ao encargo, mediante ao homem empreendedor.

A abordagem utilizada segue uma natureza qualitativa. Esta pesquisa trata o ponto de vista que não pode ser estudado estatisticamente, ou seja, ela debate sobre questões motivacionais, crenças e valores, levando em consideração a veracidade do ambiente e dos indivíduos envolvidos na pesquisa (MINAYO, 2014).

A seleção da metodologia de pesquisa descritiva, objetiva descrever características sociodemográficas, atividades econômicas, motivações e fundamentos dos empreendedores e empreendedoras no Brasil (GEM, 2019). Este padrão de pesquisa, geralmente é utilizado para estabelecer relação entre conceito e construção teórica com base em dados simples e observáveis, validando o conceito proposto por Gil (2017).

Enquanto instrumento de pesquisa, foi utilizado a técnica de análise bibliométrica que é o estudo de publicações como artigos, livros e revistas (FERREIRA, 2011) para analisar de forma acadêmica e científica. Sendo adequado a metodologia de estudos em observação ao objetivo e problemática deste artigo.

### **4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Nos quadros desenvolvidos abaixo, são apresentadas todas as informações pertinentes aos eventos científicos e revistas onde foram pesquisadas e apontadas informações utilizadas para o referido estudo. Fatos e dados baseados na história de vida das mulheres dentro do mercado empreendedor, enfatizando sua expansão neste meio, onde se destacam os trabalhos informais decorrentes da desigualdade de gênero já radicada na sociedade anteriormente.

## Quadro 2 – Ano de publicação, título da pesquisa e período/evento publicado

ORDEM	ANO	TÍTULO	NOME REVISTA/ EVENTO CIENTÍFICO
1	2013	Mulheres e suas histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino	ANPAD / RAC
2	2014	Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em histórias de vida	Revista de Ciências da Administração
3	2015	<i>Verdadeiras heroínas</i> : desvendando a gestão feminina de empreendedoras de startups	Revista GeSec – Revista de Gestão e Secretariado
4	2016	Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil	Revista do ICOSA – Gestão e Desenvolvimento
5	2017	Empreendedorismo: Desafios quanto a necessidade de capital humano, capital financeiro, capital social e direito de propriedade	Congresso UFABC de Empreendedorismo
6	2021	As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras	Revista GeSec - Revista de Gestão e Secretariado
7	2021	Contribuições do uso de Redes Sociais Virtuais para o Empreendedorismo	Revista Ciências Administrativas

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Nota-se no quadro 2 que os dados demonstrados foram em sua maioria estudados a partir de revistas importantes e de destaque para a Administração, onde se tem o enfoque no Empreendedorismo Feminino, através de histórias de vida de mulheres dentro deste mercado. É importante enfatizar a grande contribuição que estas publicações têm, no processo inicial de publicações de um novo artigo científico.

## Quadro 3 – Autores e Obras Referenciadas

AUTORES	OBRAS REFERENCIADAS
Jane Mendes Ferreira Eloy Eros Silva Nogueira	Mulheres e suas histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino
Graziela Dias Alperstedt Juliane Borges Ferreira Maurício Custódio Serafim	Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em histórias de vida
Luiz Guilherme Rodrigues Antunes Arlete Aparecida de Abreu Mayra Mendonça Rodrigues	<i>Verdadeiras heroínas</i> : desvendando a desvendando a gestão feminina de empreendedoras de startups
Mariana Santos da Silva Emerson Wagner Mainardes Sarah Venturim Lasso	Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil
Esdras da Silva Costa Rogério Sarkis da Costa	Empreendedorismo: Desafios quanto a necessidade de capital humano, capital financeiro, capital social e direito de propriedade

Larissa Lima Bandeira Rafael Fernandes de Mesquita Maria Kélvia Ferreira de Araújo Fátima Regina Ney Matos	As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras
Darah de Mathias Fontana Deyvison de Lima Oliveira Elder Gomes Ramos Ariadne dos Santos Massaro	Contribuições do uso de Redes Sociais Virtuais para o Empreendedorismo

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Pode-se observar no Quadro 3, a predominância do enfoque de artigos relacionados a mulheres com ênfase no meio empreendedor, mas não supressório a outros aspectos como a sensibilidade e história de vida e sobretudo o estudo sobre o empreendedorismo no Brasil.

Em todos os artigos relacionados, atentemo-nos sobre a crescente da mulher no meio empreendedor informal devido aos fatores enraizados de desigualdade de gênero que resultam na desvalorização feminina neste meio.

#### Quadro 4 – Palavras-chave inseridas nos artigos

ORDEM	ANO	TÍTULO	PALAVRAS-CHAVE
1	2013	Mulheres e suas histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino	Empreendedorismo, mulheres empreendedoras, subjetividade
2	2014	Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em histórias de vida	Dificuldades, Empreendedorismo, História de Vida, Mulher.
3	2015	<i>Verdadeiras heroínas:</i> desvendando a gestão feminina de empreendedoras de startups	Empreendedorismo Feminino, Gestão Feminina, Liderança Feminina, Startup
4	2016	Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil	Empreendedora brasileira, Empreendedorismo, Empreendedorismo feminino
5	2017	Empreendedorismo: Desafios quanto a necessidade de capital humano, capital financeiro, capital social e direito de propriedade	Empreendedorismo; Microempreendedor; Microcrédito
6	2021	As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras	Empreendedorismo, Gênero, Mulheres Empreendedoras
7	2021	Contribuições do uso de Redes Sociais Virtuais para o Empreendedorismo	Empreendedorismo, empreendedorismo feminino, gênero, negócios online, redes sociais virtuais

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Um dos principais elementos dos artigos científicos são as palavras-chave onde se referem pelos termos de relevância dos artigos descritos no Quadro 4 acima, contendo os títulos dos trabalhos acadêmicos e seus respectivos elementos e palavras-chave.

#### Quadro 5 – Procedimentos Metodológicos Utilizados

ORDEM	ANO	TÍTULO	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS
1	2013	Mulheres e suas histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino	Abordagem qualitativa com pesquisa descritiva e exploratória
2	2014	Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em histórias de vida	Abordagem qualitativa e pesquisa descritiva
3	2015	<i>Verdadeiras heroínas</i> : desvendando a gestão feminina de empreendedoras de startups	O estudo se caracteriza como qualitativo, descritivo e de múltiplos casos.
4	2016	Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil	Abordagem quantitativa e estudos de casos múltiplos
5	2017	Empreendedorismo: Desafios quanto a necessidade de capital humano, capital financeiro, capital social e direito de propriedade	Abordagem qualitativa com pesquisa de caráter exploratória
6	2021	As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras	Abordagem qualitativa e de cunho descritivo
7	2021	Contribuições do uso de Redes Sociais Virtuais para o Empreendedorismo	Abordagem qualitativa estudos de casos múltiplo e exploratório

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

No Quadro 5 nota-se a preponderância de artigos de cunho qualitativo e o tipo de pesquisa descritiva. A abordagem qualitativa nos permitiu a observância e análises de características sociodemográficas, atividades econômicas, motivações e fundamentos dos empreendedores (GEM, 2019) enquanto que as pesquisas descritivas foram fundamentalmente complementares às conclusões destas análises.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando os estudos abordados, o objetivo do presente artigo enfatiza o conflito entre a expansão do empreendedorismo feminino e o papel da mulher imposto pela sociedade (MCGOWAN; REDEKER; COOPER; GREENAN, 2012).

Embora sua visibilidade no mercado acompanhe o crescimento do seu empreendimento, a mulher ainda está voltada para trabalhos informais, o que fomenta a luta pela igualdade.

Partindo da ideia apresentada, compreende-se que esta temática possui um potencial de crescimento elevado, visto que o papel da mulher vem sendo reelaborado considerando a vivência atual e o aumento dos negócios femininos, buscando uma diminuição da desigualdade de gênero.

Com tudo, as limitações identificadas se referem a um estudo voltado para pesquisas de cunho quantitativo, a fim de levantar informações tais como média, mediana, moda e estudos dos dados estatisticamente. Além disso, fomentar um estudo aprofundado sobre o empreendedorismo feminino no mercado informal.

Como sugestão para futuras pesquisas, pode-se buscar o aprofundamento do estudo dos ramos do empreendedorismo feminino no mercado informal, quantificando-os. Como por exemplo, o ramo da estética, o ramo alimentício, venda de roupas informais, considerando que os pontos em questão podem trazer estudos mais amplos em relação ao empreendedorismo, a fim de encontrar um possível padrão e quantificá-lo.

## **REFERÊNCIAS**

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, dez. 2014.

ANTUNES, Luiz Guilherme Rodrigues; ABREU, Arlete Aparecida de; RODRIGUES, Mayra Mendonça. Verdadeiras heroínas: desvendando a gestão feminina de empreendedoras de startups. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 11, n. 2, p. 211-234, maio/ago. 2020.

BANDEIRA, Larissa Lima; MESQUITA, Rafael Fernandes de; ARAÚJO, Maria Kélvia Ferreira de; MATOS, Fátima Regina Ney. As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 12, n. 3, p. 1-18, set./dez. 2021.

COSTA, Esdras da Silva; COSTA, Rogério Sarkis da. Empreendedorismo: Desafios quanto a necessidade de capital humano, capital financeiro, capital social e direito de propriedade. **Congresso UFABC de Empreendedorismo**, p. 1-15, São Paulo, 2017.

FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e suas histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 4, p. 398-417, jul./ago. 2013.

FONTANA, Darah de Mathias; OLIVEIRA, Deyvison de Lima; RAMOS, Elder Gomes; MASSARO, Ariadne dos Santos. Contribuições do uso de Redes Sociais Virtuais para o Empreendedorismo Feminino. **Revista Ciências Administrativas**, v. 27, n. 1, mar. 2021.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2019). Empreendedorismo no Brasil – 2019: relatório executivo. Curitiba: IBQP/SEBRAE, 2019. Disponível em:<<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>> Acesso em: 06 mar. 2023.

SILVA, Mariana Santos da; MAINARDES, Emerson Wagner; LASSO, Sarah Venturim. Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil. **Revista do ICESA – Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2.sem. 2016.

## APÊNDICE

### Ficha Catalográfica

Cardoso, Isabela Mares

Empreendedorismo feminino: análise bibliométrica da produção nacional entre 2013 à 2021 / Isabela Mares Cardoso, Marianna Ap. França, Thais Santos de Lima. – Ribeirão Pires: FacEnau, 2023.

10 f.

Orientador: Esdras da Silva Costa

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade Enau, Ribeirão Pires, 2023.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Mulher.  
I. França, Marianna Ap. II. Costa, Esdras da Silva. III. Título.

CDD 650.1

Bibliotecária Lucy Ap. Souza Silva CRB 8/9398