UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE
RIBEIRÃO PRETO
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES

AMANDA TREVISAN DE AZEVEDO

Empreendedorismo feminino: sistematização de *framework* de competências

ORIENTAÇÃO: PROFA. DRA. LARA BARTOCCI LIBONI AMUI

Ribeirão Preto
2020

Prof. Dr. Vahan Agopyan
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. André Lucirton Costa
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto

Prof. Dr. Jorge Henrique Caldeira de Oliveira
Chefe do Departamento de Administração

AMANDA TREVISAN DE AZEVEDO

Empreendedorismo feminino: sistematização de *framework* de competências

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciências. Versão Corrigida. A original encontra-se disponível no Serviço de Pós-Graduação da FEA-RP/USP.

ORIENTAÇÃO: PROFA. DRA. LARA BARTOCCI LIBONI AMUI

Ribeirão Preto

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Azevedo, Amanda Trevisan.

Empreendedorismo feminino: sistematização de *framework* de competências / Amanda Trevisan de Azevedo; Orientação: Profa. Dra. Lara Bartocci Liboni Amui, 2020.

80f

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciências.

1. Diversidade de Gênero. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Competências empreendedoras

Nome: AZEVEDO, Amanda Trevisan

Título: Empreendedorismo feminino: sistematização de *framework* de competências

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Ciências. Versão Corrigida. A original encontra-se disponível no Serviço de Pós-Graduação da FEA-RP/USP.

Aprovada em:

Banca Examinadora

Prof^(a). Dr^(a). _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof^(a). Dr^(a). _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof^(a). Dr^(a). _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Dedico este trabalho a todas as mulheres que travam batalhas diárias por simplesmente sê-las.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelas oportunidades que permitiu cruzarem meu caminho e a saúde e força para agarrá-las. A Ele que permitiu que viesse a esse mundo em berço que me fez entender a importância da educação, do esforço e da garra. A Ele, que está presente em tudo e todos, nos permitindo sempre ter esperança.

Gratidão a minha família pelo incentivo e apoio ao longo desta jornada e aos meus queridos amigos que quando preciso seguraram minha mão e ajudaram a seguir em frente.

Obrigada aos docentes que me guiaram e a minha orientadora pelos ensinamentos na pesquisa e na vida.

Agradecimentos especiais às empreendedoras que dedicaram seu tempo e empenho a essa pesquisa. Vocês são não apenas protagonistas dela, mas também inspiração.

“É sobre liberdade. É sobre libertação. É sobre igualdade.”

Emma Watson

Resumo

AZEVEDO, Amanda Trevisan. **Empreendedorismo feminino: sistematização de *framework* de competências**. 2020, 80 f. Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2020.

O empreendedorismo feminino teve significativo crescimento e relevância econômica na última década. Desempenhando papel central para o desenvolvimento econômico e social e, sendo considerado um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030, a temática tem sido protagonista em pesquisas nas mais diversas áreas. Os trabalhos e pesquisas sobre empreendedorismo feminino são em sua maioria pautados em 3 frentes centrais: papéis socialmente atribuídos à mulher, o contexto social onde se situa o negócio e a personalidade e competências apresentadas por essa empreendedora a medida que o gênero é forte influente em cada um deles. Com base na Teoria das Organizações, a presente pesquisa tem como objetivo analisar as competências relacionadas ao empreendedorismo desenvolvendo um *framework* integrador entre as macro competências utilizadas pela literatura científica e pelo Monitoramento Global do Empreendedorismo (GEM). Através de uma revisão sistemática de literatura e da aplicação de questionário foi possível desenvolver uma nova proposta de agrupamento das competências com foco no empreendedorismo feminino. Os resultados contribuem para a literatura de empreendedorismo feminino, bem como para as discussões de gênero e igualdade nas organizações, estimulando a criação de novas políticas e estratégias para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino.

Palavras chave: Diversidade de Gênero; Empreendedorismo feminino; Competências empreendedoras.

Abstract

AZEVEDO, Amanda Trevisan. **Female entrepreneurship: systematization of skills framework**. 2020, 80 f. Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2020.

Female entrepreneurship has had significant growth and economic relevance in the last decade. Playing a central role for economic and social development and, being considered one of the Sustainable Development Goals of Agenda 2030, the theme has been a protagonist in research in the most diverse areas. The works and research on female entrepreneurship are mostly guided on 3 central fronts: roles socially attributed to women, the social context where the business is located and the personality and skills presented by this entrepreneur as the gender is strong influential in each one of them. Based on the Theory of Organizations, the present research aims to analyze the competencies related to entrepreneurship by developing an integrating framework between the macro competencies used by the scientific literature and by the Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Through a systematic literature review and the application of a questionnaire it was possible to develop a new proposal for grouping the skills of female entrepreneurship. The results contribute to the female entrepreneurship literature, as well as to gender and equality discussions in organizations, stimulating the creation of new policies and strategies for the development of female entrepreneurship.

Keywords: Gender Diversity; Female entrepreneurship; Entrepreneur competence.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Apresentação de documentos por tipo	46
GRÁFICO 2 - Quantidade de publicações ao longo dos anos	46
GRÁFICO 3 - Documentos apresentados por área de pesquisa.....	47
GRÁFICO 4 - Idade respondentes	51
GRÁFICO 5 - Localização respondentes	52
GRÁFICO 6 - Distribuição das competências de acordo com a média das respostas.	54
GRÁFICO 7 - Variância e desvio padrão apresentados por competência.....	55
GRÁFICO 8 - Variação das competências por cidade.	56

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Resumo dos principais desafios enfrentados pelas mulheres expostos na literatura.	25
QUADRO 2 - Classificação do Brasil dentro das categorias estudadas.....	29
QUADRO 3 – Apresentação das competências encontradas na literatura	37
QUADRO 4 - Resumo Metodológico	41
QUADRO 5 - Resumo das competências e seu embasamento teórico	42
QUADRO 6 – Assertivas confeccionadas para cada uma das competências.....	43
QUADRO 7 – Bibliometria com artigos resultantes da revisão sistemática de literatura	48
QUADRO 8 - Resumo dos artigos resultantes da revisão sistemática de literatura ..	49
QUADRO 9 – Média, desvio padrão e variância das respostas.....	53
QUADRO 10 - Respostas médias apresentadas por assertiva.....	59
QUADRO 11 - Competências Empreendedoras	60

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 REVISÃO TEÓRICA.....	16
2.1 Aporte Teórico: teoria organizacional no contexto empreendedor	16
2.2 Empreendedorismo feminino	18
2.3 Competências do empreendedor	34
3 MÉTODO DA PESQUISA	39
3.1 Desenvolvimento e aplicação do questionário	42
4 RESULTADOS	45
4.1 Revisão sistemática de literatura	45
4.2 Descrição e análise de dados	51
5 CONCLUSÕES	66
REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO	68
ANEXO I – Questionário.....	78

1 INTRODUÇÃO

Durante as últimas décadas o empreendedorismo feminino cresceu em muitos países. Atualmente as mulheres são consideradas parte da população empreendedora que mais expande ao redor do globo contribuindo significativamente para a empregabilidade, a inovação e o crescimento econômico (Marques et al., 2018; Singer et al., 2017; Santos et al., 2018; Villasana et al., 2016).

Entende-se que atividades empreendedoras podem ajudar as mulheres a superar problemas relacionados à empregabilidade em grandes corporações, obtendo maiores ganhos e superando a discriminação no mercado de trabalho, além de contribuir para seu empoderamento (Roomi e Harrison, 2010).

A contribuição para a agregação de valor e produção realizada pelas mulheres empreendedoras é de grande colaboração para o crescimento econômico de forma que não se faz necessário apenas para a sobrevivência econômica, mas sim para todo um contexto social (Singh e Belwal, 2008; Kelley et al., 2017). Em países em desenvolvimento, a necessidade de sobreviver foi apontada como motivação chave para mulheres empreenderem, estando elas super-representadas nos setores informais (Sallah e Caesar, 2020).

Diversos países apresentam mulheres auxiliando seus governos a desenvolver e estabelecer pequenas e médias empresas a fim de reduzir de forma significativa a pobreza, pois o empreendedorismo é visto como forma de remover disparidades sociais, gerar emprego e remover vícios ligados ao desenvolvimento econômico (Singh e Belwal, 2008; Krasniqi, 2018).

Segundo dados do Relatório de Empreendedorismo de Mulheres, em 2016, estima-se que 163 milhões de mulheres estavam iniciando ou executando novos negócios em 74 economias em todo o mundo além dos 111 milhões de mulheres que já estavam à frente de negócios estabelecidos (GEM, 2017). Isso não apenas mostra o impacto das mulheres empreendedoras em todo o mundo, mas destaca suas contribuições para o crescimento e o bem-estar de suas sociedades (Santos et al., 2018).

Em várias economias, as mulheres apresentam iguais ou maiores taxas de crescimento dentro do empreendedorismo quando comparadas aos homens. Globalmente, a proporção de mulheres empreendedoras em relação aos homens aumentou em 6% defrontando os estudos do último ano (GEM, 2018).

Embora o contexto seja de crescimento no que tange às mulheres empreendedoras, em apenas 3 países o sexo feminino apresenta taxas iguais ou mais altas de empreendedorismo do que os homens: Equador , Vietnã e em terceiro lugar o Brasil, o que deixa claro que a desigualdade de gêneros ainda possui um longo caminho a ser percorrido (GEM, 2018).

Frente ao cenário de extrema importância da mulher para o quadro econômico e social, a Agenda 2030 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) da ONU dedicou um de seus objetivos a busca de extinguir as desigualdades e preconceitos enfrentados diariamente pelas mulheres, a fim de que esta luta contasse com esforços a nível global: “Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” (ONU Mulher, 2013; Zinkernagel et al., 2018).

O empreendedorismo feminino surgiu como um tópico na pesquisa acadêmica no início da década de 1980. Iniciaram-se os primeiros estudos nos Estados Unidos em meados da década de 1970 com Schreier (1975) e Schwartz (1976), concentrando-se nas diferenças de gênero entre empreendedores e estudando características psicológicas e sociológicas deste contexto (Santos et al., 2017).

Ainda que as pesquisas sobre o assunto datem cerca de 50 anos, a literatura é escassa e muitos aspectos sobre a temática requerem estudos mais específicos e aprofundados. Apesar do crescimento significativo do empreendedorismo feminino no Brasil e no mundo, o campo de estudo tradicionalmente se concentra no estudo de empreendedores do sexo masculino (Gupta et al., 2007).

Cada perspectiva de estudo explorada pela literatura contribuiu para o entendimento sobre como as mulheres chegaram à atividade empreendedora e os motivos que as levaram ao encontro desta atividade, focando-se em tópicos como: contexto socioeconômico, negócios e seus atributos individuais (Villasana et al., 2016).

Quanto ao contexto e aos negócios, sabe-se que as organizações, como sistemas sociotécnicos e permeáveis, estão em constante interconexão com o ambiente externo, interferindo na sociedade e recebendo dela interferências (Caldas et al., 2001). Num ambiente social marcado pelo empreendedorismo masculino, é evidente que o contexto socioeconômico de desenvolvimento de novos negócios liderado por mulheres influencia a forma de gerir e empreender das mesmas (Brush et al, 2009; Cabrera et al., 2017; Guzman e Kacperczyk, 2019; Bullough et al., 2017; Hechavarria et al., 2017; Sequeira et al., 2016; Dheer et al., 2019).

No que tange a seus atributos individuais, o estudo de competências empreendedoras tornou-se relevante à medida que o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento econômico, político e social, sendo tanto a sua capacidade de criar valor como o empreendedor como indivíduo, ligadas ao desenvolvimento do negócio e sua criação (Armuña, 2020).

Partindo desta revisão teórica foi encontrada na literatura a lacuna de estudos referentes às competências empreendedoras dentro do contexto feminino, que é particular e intensamente influenciado pelo ambiente onde está inserido e pela dupla jornada socialmente atribuída a mulher (Brush et al, 2009; Razavi, 2016; ONU, 2016; IBGE, 2018). Desta forma o trabalho está estruturado a partir do seu levantamento de literatura sobre empreendedorismo feminino nos aspectos de papéis atribuídos, fatores contextuais e personalidade (Kelley et al., 2017).

À medida que a literatura estudada e apresentada elucida modelos de competências empreendedoras advindas de diversos autores, a presente pesquisa busca entender como as competências encontradas na literatura se relacionam com o desenvolvimento das competências utilizadas pelo Monitoramento Global do Empreendedorismo (GEM), propondo uma releitura e sistematização das competências para o empreendedorismo feminino.

Assim, esta pesquisa busca responder ao seguinte questionamento: As competências para o empreendedorismo feminino encontradas na literatura podem ser associadas ao grupo de macro competências utilizadas pelo GEM ?

Portanto, o objetivo deste trabalho é identificar como as competências para o empreendedorismo feminino presentes na literatura se associam com o grupo de

competências do GEM. Por meio de uma pesquisa empírica foi possível agrupar as competências para o empreendedorismo feminino e propor um *framework* integrador, contribuindo para o avanço da teoria de empreendedorismo, bem como para as discussões sobre gênero e igualdade na literatura das organizações e, finalmente, contribuindo para o desenvolvimento destas competências no âmbito do empreendedorismo feminino.

Desta forma, o estudo tem como objetivo específico analisar as competências para o empreendedorismo feminino presentes na literatura, identificar empiricamente estas competências e validar um *framework* integrador de competências para o empreendedorismo feminino.

A presente pesquisa poderá ser usada como base para a formulação de futuras estratégias e políticas no estímulo ao empreendedorismo das mulheres. Contribui, em especial, para uma reflexão sobre o papel da educação superior, a fim de promover as competências com foco no empreendedorismo feminino e o empreendedorismo, reduzindo o desemprego e gerando maior desenvolvimento econômico e social.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 Aporte Teórico: teoria organizacional no contexto empreendedor

A teoria das organizações contempla a abordagem social dos sistemas organizacionais, ou seja, estuda sob o aspecto sociológico o papel que as empresas desempenham em grupos sociais que se relacionam com o ambiente externo, promovendo ritos, culturas e crenças próprias (Daft, 2015). Parte da teoria foca o indivíduo, considerando as tensões entre os elementos formais e informais da organização e sua interação com o ambiente e capacidade de adaptação (Caldas et al., 2001).

O presente trabalho fará uso da teoria das organizações à medida que propõe-se a analisar as competências focando-se no empreendedorismo feminino no sentido de evidenciar os aspectos da sociedade que interferem no desenvolvimento de seu negócio, de forma que os esforços empreendedores das mulheres são relacionados diretamente à percepção de competência que as mesmas transparecem (Digan, 2019).

Brush (2009) acredita que a teoria organizacional ajuda a entender o cenário de empreendedorismo e gênero à medida que a mesma é capaz de elucidar quanto às restrições organizacionais que influenciam os negócios de maneira “oculta”, como por exemplo o papel social que a mulher possui e as dificuldades que as mesmas apresentam para estabelecer seus negócios. A partir da teoria das organizações este estudo debruçou-se na literatura de empreendedorismo e empreendedorismo feminino, bem como na literatura de competências empreendedoras.

A compreensão do empreendedorismo permite entender um fenômeno socioeconômico fascinante no que tange a caracterização da sociedade capitalista, a medida que o movimento empreendedor desperta revolução que revitaliza e renova economias através do crescimento de negócios existentes e surgimento de novos negócios (Botha et. Al, 2006).

Para Dornelas (2014), o empreendedorismo é definido como o envolvimento de pessoas e processos que conjuntamente transformam ideias em oportunidades. Pode ser encarado como a criação de novos negócios, além de uma nova entrada e

escolha de trabalho e carreira onde o indivíduo trabalha para si mesmo (Nikolaev et al., 2020).

Em sua essência o empreendedorismo carrega a percepção e o aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios, desenvolvendo uma forma diferente de uso de recursos, fazendo combinações diferentes daquelas tradicionalmente aplicadas a eles (Dornelas, 2014).

Empreender abrange uma gama de fatores que se inter-relacionam neste processo: fatores pessoais, ambientais, sociológicos e organizacionais. Desta forma, sabe-se que empreender exige dedicação e conhecimento tornando-se uma escolha de vida e carreira. O ambiente escolhido para implantação do negócio, barreiras de entrada, competidores, entre outros fatores são relevantes para implantação e sobrevivência do negócio, além do contexto social que determina todo o perfil e escopo de clientes e produtos. Os fatores organizacionais que englobam desde a identificação da oportunidade, que é completamente inserida dentro do contexto sócio ambiental, até o desenvolvimento e implantação de talentos, captação, investimento e controle de recursos financeiros além do conhecimento, seja ele desenvolvido através de estudos e treinamentos ou a partir de experiências (Maximiano, 2006; Dornelas, 2014; Solesvik et al, 2019).

Visando a sobrevivência de um negócio, deter habilidades e competências gerenciais são de extrema importância, de forma que as mesmas são diretamente ligadas ao desempenho estratégico do negócio (Botha et al, 2006; Walker et al, 2006). Esta correlação nem sempre é clara para os donos de negócios que, por muitas vezes, ignoram esta necessidade colocando outras como prioritárias (Walker et al, 2006).

Segundo nos apresenta Brush (2009), a partir de uma visão dominante da economia e da gestão do empreendedorismo a literatura empreendedora é pautada em 3 pilares: Mercado, Dinheiro e Gerenciamento. Porém, se a experiência pessoal, econômica e de vida são importantes no que tange a identificação de oportunidades de negócio apropriadas, torna-se mais coerente que ao analisar esses aspectos levantados pela literatura seja considerada a influencia que a diferença de gênero possui sobre eles (Walker et al, 2006; Bullough et al., 2017; Solesvik et al, 2019).

Em sua maioria, os estudos de empreendedorismo desconsideram as diferenças de recursos entre mulheres empreendedoras em economias desenvolvidas e emergentes, de forma que é necessário explorar se o conjunto de experiências anteriores, recursos disponíveis e o contexto social onde o negócio surgirá (Solesvik et al, 2019).

Desta forma, ao aprofundar no empreendedorismo feminino é preciso expandir além dos 3 principais pilares da literatura sobre empreendedorismo tradicional, pois os valores, normas e expectativas externas são fundamentais quando nos referimos a temática. Para Brush (2009), a teoria deve ser ampliada para 5 pilares a fim de que sejam inclusos âmbitos que são presentes de forma latente quando falamos da mulher empreendedora. O quarto pilar seria a Maternidade, abrangendo todo o contexto familiar de serviços e cuidados com a casa. O quinto pilar é o ambiente, que deve ser observado em seu nível mais específico e também mais abrangente, ou seja, desde o mercado e normas culturais até políticas nacionais e culturas econômicas (Brush et al, 2009).

Assim, a literatura, estudo e conhecimento sobre empreendedorismo tendo o gênero como uma de suas variáveis principais é de grande importância devendo ser desenvolvida e estudada como um tópico específico (Walker et al, 2006; Brush et al, 2009; Bullough et al., 2017; Solesvik et al, 2019). A seguir será desenvolvida a literatura focada no empreendedorismo feminino a fim de contextualizar suas especificidades para o desenvolvimento desta pesquisa.

2.2 Empreendedorismo feminino

Uma compreensão do gênero requer a compreensão dos complexos processos sociais através dos quais pessoas estão definidas e ligadas e como isso evolui ao longo do tempo. Gênero refere-se aos papéis, comportamentos, atividades, atributos e oportunidades que qualquer sociedade considera adequados para meninos e meninas e homens e mulheres. Refere-se também às relações entre as pessoas e a distribuição de poder dentro desses relacionamentos. Esses processos operam em níveis interpessoais, institucionais, sociais, governamentais, estatais e econômicos. O gênero se cruza com outros vetores como: desigualdades,

discriminação, marginalização e exclusão social, que são interligados à etnia, classe, status socioeconômico, idade, entre outros (Manandhar,2018).

Segundo a ONU (2016), o gênero determina o que é permitido, valorizado e esperado de uma mulher ou em um homem em um determinado contexto. Atributos, oportunidades e relações são socialmente construídas e aprendidas por meio do processo de socialização. Elas são específicas a um contexto e a um tempo, sendo assim também mutáveis de acordo com essas variáveis. O gênero é parte de um contexto sociocultural mais amplo e junta-se com outros critérios igualmente importantes para a análise sociocultural: classe, nível de pobreza, orientação sexual e identidade de gênero, idade, etc.

“Igualdade não significa que mulheres e homens são os mesmos, mas que os direitos, responsabilidades e oportunidades dos homens e das mulheres não devem depender do fato de nascerem do sexo masculino ou feminino. Igualdade de gênero indica que os interesses, necessidades e prioridades de homens e mulheres devem ser levadas em consideração, reconhecendo a diversidade dos diferentes grupos de homens e mulheres. A igualdade de gênero não é uma questão das mulheres, mas deve envolver igualmente homens e mulheres. Igualdade entre mulheres e homens é uma questão de direitos humanos e também condição para e indicador de desenvolvimento sustentável centrado nas pessoas” (ONU,2016).

Mulheres e homens são diferentes em relação ao seu perfil pessoal e quanto ao seu perfil de negócios. Fatores como diferenças na educação, experiência de trabalho, redes e acesso ao capital são fundamentais quando comparados no quesito empreendedorismo (Bullough et al., 2017).

As pesquisas que tentam explicar as diferenças entre as aspirações empreendedoras de homens e mulheres podem ser classificadas em 3 categorias: a primeira considera as crenças de gênero e dos papéis socialmente atribuídos, a segunda enfatiza os fatores contextuais onde a mulher se encontra para iniciar o seu negócio, e a terceira o papel da personalidade e das características (Dheer et al., 2019).

Historicamente, construiu-se um padrão social fundamentado no patriarcado que naturalizou o doméstico como o lugar da mulher e o público como o do homem (ONU, 2016). As mulheres realizam a maior parte do trabalho de cuidados não remunerados em todas as economias e culturas, com variações por idade, estrutura familiar, classe social, localização e assim por diante. Mas dizer que os cuidados são fornecidos sem remuneração não significa que não acarrete custos. As mulheres suportam a maior parte dos custos inerentes à sua prestação em termos de oportunidades perdidas de se envolver em trabalho remunerado, matricular-se em educação ou treinamento, ou simplesmente ter mais tempo para lazer e autocuidado. Portanto, embora o cuidado seja essencial para todas as sociedades e economias, é claramente injusto que as mulheres sejam majoritariamente as principais responsáveis por eles (Razavi, 2016).

Lerner (2011) traz de sua pesquisa diferenças em como homens e mulheres equilibram as demandas de trabalho e família. A pesquisa demonstra que as demandas da sociedade sobre homens e mulheres são diferentes. A partir das entrevistas, o autor pode observar que homens só recorrem a dormir menos quando seus negócios estão com problemas, enquanto as mulheres fazem isso naturalmente, a fim de administrar sua família e seus negócios. Os homens podem gastar menos tempo com a família para ajudar seus negócios. As mulheres podem estar perdendo o sono porque querem ter certeza de que a empresa é bem-sucedida, mas não querem gastar menos tempo com a família.

Pelo trabalho dentro do lar ainda ser amplamente percebido como trabalho de mulheres, esse preconceito influencia não apenas a participação das mulheres no mercado de trabalho, como também influencia as decisões de recrutamento. Este trabalho dentro do lar abrange: reprodução, produção de bens de serviço e trabalho doméstico, cultura e ideologia das relações sociais dominantes (Rai et al., 2019). No Brasil, ao longo do ano de 2016, as mulheres se dedicaram aos cuidados de pessoas e/ou afazeres domésticos aproximadamente 73% a mais de horas do que os homens (18,1 horas contra 10,5 horas) (IBGE, 2018).

O fato de as mulheres terem menos oportunidades no mercado de trabalho pode contribuir para seu tratamento desigual no lar. Os pais têm aspirações mais

baixas para as filhas do que para os filhos, e as próprias adolescentes têm aspirações mais baixas (Duflo, 2012).

Existem normas sociais negativas quanto a mulheres engajando-se em negócios não tradicionais, desta forma, arriscar e falhar pode expô-las a fortes sanções culturais ou sociais. O medo do fracasso pode impedir que empreendedoras se envolvam em decisões que, por um lado, podem parecer arriscadas, enquanto, por outro lado, podem ser as decisões que resultam em crescimento adicional e oportunidades para a empresa (Sequeira et al., 2016).

Para Brush (2009), é clara a ligação entre oportunidades e o ambiente onde o empreendimento nasce, de forma que, se a mulher possui o estereótipo relacionado aos cuidados da casa e da família, seus negócios são implicitamente interpretados como menos desejáveis, o que resulta em receberem menos suporte. À medida que as oportunidades são modeladas e construídas socialmente, este contexto pode acarretar em menos oportunidades e reconhecimento para as mulheres. Esses comportamentos podem influenciar desde as ambições pessoais, de maneira inconsciente, até a sua auto percepção, determinando quais oportunidades serão escolhidas pelas empreendedoras para investirem.

Expectativas sociais mais baixas e apoio ambiental podem fazer com que as mulheres que pretendem iniciar negócios tenham menor probabilidade de fazê-lo. Os papéis de gênero socialmente prescritos afastam as intenções das mulheres em empreender e enfraquecem sua tendência a agir ao encontro de suas intenções. Essa supressão em duas etapas dos comportamentos empreendedores das mulheres poderiam ser alguns dos motivos pelos quais grande parte das taxas mais baixas de atividade empreendedora se encontra entre as mulheres (Shinnar et al., 2018; Guzman e Kacperczyk, 2019). As condições do estigma público de falha e o medo de falhar publicamente aumenta a lacuna de gênero dentro do empreendedorismo e por muitas vezes impedem que após a primeira falha as empreendedoras tentem novamente (Brush et al., 2019).

Brush (2017) aponta que se homens e mulheres possuírem confiança igual em suas habilidades empresariais os mesmos possuirão a mesma probabilidade de dar início a um empreendimento, e além disso, fazê-lo com base na busca por

oportunidades. Em sua pesquisa é apontado que as dimensões de percepção do empreendedorismo desempenham papel ainda mais relevante do que os níveis de educação a fim de preencher a lacuna existente entre gêneros dentro do empreendedorismo.

As responsabilidades adicionais das mulheres não apenas aumentam a dificuldade de acesso a recursos relevantes para o desenvolvimento do negócio, concomitantemente consolidam os estereótipos sociais que classificam as mulheres como um perfil de empreendedores que não possuem os critérios necessários para o sucesso (Del Mar et al., 2017). Esta realidade também é mais um dos motivos pelos quais as mulheres buscam o setor informal, pois este proporciona maior flexibilidade em termos de horas de trabalho, ritmo de trabalho e proximidade do trabalho em casa, ajudando as mulheres a superar obstáculos no contexto familiar (Marques et al., 2018; Jeon e Ostrovsky, 2018).

A decisão de uma mulher em relação a iniciar um novo empreendimento é dependente do ambiente sócio cultural em que a mesma está inserida. Este ambiente pode criar incentivos e ter influencia sobre a sua percepção quanto a disponibilidade de recursos materiais e psicológicos que criam motivação para perseguir objetivos e realizar determinadas atividades (Dheer et al., 2019).

Desta forma, cultura é um fator importante quando buscamos entender as variações do empreendedorismo entre as sociedades. Há também evidências consideráveis para sugerir que a cultura desempenha um papel importante no crescimento ou fracasso das atividades empreendedoras. A maioria das barreiras e restrições que são experimentadas pelos novos negócios e que são específicas de gênero, são também amplamente baseadas em normas culturais, valores e costumes (Bullough et al., 2017; Hechavarria et al., 2017; Sequeira et al., 2016; Dheer et al., 2019).

Várias das pesquisas citadas por Dheer (2019) são estudos realizados em nações distintas a fim de levar em consideração os contextos socioeconômicos específicos de cada local. Lerner (2011) realizou um estudo em 10 países (EUA, Reino Unido, Austrália, Nova Zelândia; Espanha, Suécia, Hungria; Brasil, Cingapura e Israel) onde a comparação entre gêneros, dentro do contexto de cada país,

resultou em uma diferença significativa no que tange a: ter o conhecimento, habilidade e experiência necessários para iniciar um novo negócio, capital social e rede de contatos com empreendedores. Em todos os países as mulheres foram avaliadas como possuindo menos habilidades de negócios do que os homens, sendo o capital social dos homens também avaliado como maior (Lerner et al., 2011).

Além destas características, o estudo de Lerner (2011) também constatou que, no geral, as mulheres relatam níveis mais altos de medo do fracasso e maior dificuldade em reconhecer oportunidades para estabelecer novos negócios. Santos (2017) afirma que esse medo cria condições adversas para os indivíduos que estão pensando em começar um negócio.

Segundo Sequeira (2016), o medo do fracasso e aversão ao risco podem ser maiores entre as mulheres devido a questões culturais. O impacto do gênero nas metas de empreendimentos depende do ambiente cultural em que o empreendedorismo ocorre. A cultura é um poderoso constructo que impacta as empreendedoras de maneira diferente, respondendo por uma variação inexplicada nas metas de criação de valor entre as economias (Hechavarria et al., 2017).

As mulheres possuem menos acesso e controle sobre uma série de recursos produtivos. Disparidades, seja na educação ou em outros recursos produtivos, afetam as mulheres em sua possibilidade de participar do desenvolvimento e contribuir para elevar o nível de vida de suas famílias (ONU, 2016).

A educação universitária com foco no empreendedorismo pode capacitar as mulheres de maneira que as mesmas passem a considerar a empreender ao trabalho com carteira assinada, oferecendo um ambiente acadêmico favorável que encoraje estudantes do sexo feminino a fortalecer atributos empreendedores (Villasana et al., 2016). Desta forma mais mulheres podem sentir-se preparadas e encorajadas a tomar a frente de seus negócios, buscando a ideia de que quanto mais qualificadas e experientes são as empreendedoras, as mesmas são mais bem sucedidas ao identificar oportunidades de negócio e administrá-lo bem e de forma sustentável (Brixiova et al., 2019).

O acesso e custo dos recursos é geralmente negativo para o empreendedorismo feminino na fase de aquisição de recursos, sendo que o acesso das mulheres ao sistema financeiro formal nesses contextos tende a ser mais difícil ou dispendioso do que para os homens (Cabrera et al., 2017; Guzman e Kacperczyk, 2019). Segundo Marques (2018), empreendedoras enfrentam barreiras à entrada no setor formal, o que pode forçá-las a partir para a informalidade na implantação de seus negócios. Uma das importantes barreiras a ser citada, é a barreira financeira: mulheres empresárias têm menos acesso a crédito de bancos e instituições financeiras do que seus pares do sexo masculino. Mediante este cenário, pode-se identificar a tendência de que as mulheres iniciam seus negócios com menos recursos do que os homens, sendo assim, seus resultados e retornos são diferentes daqueles esperados por empreendedores do gênero masculino (Sequeira et al., 2016).

Mulheres empreendedoras são desfavorecidas quando comparadas aos empreendedores do sexo masculino. O viés implícito e as percepções estereotípicas têm influência sobre os julgamentos do financiador, independentemente de seu gênero, além do fato de que mulheres estão menos presentes no mercado financeiro do que os homens (Johnson et al., 2018). Esses fatores aumentam de forma significativa a tendência das mulheres em iniciarem seus negócios nos setores ligados a atividade comercial local em detrimento a produtos a serem comercializados e negociados ou dentro da área de tecnologia (Guzman e Kacperczyk, 2019).

Este contexto leva ao cenário que possuímos atualmente onde a maior parte dos negócios gerenciados por mulheres nasce por necessidade e não da identificação de uma oportunidade (Roomi e Harrison, 2010). Segundo estudo do Monitoramento Global do Empreendedorismo de 2016/2017 as mulheres possuem 20% mais chances de abrir um negócio por necessidade do que um homem ainda que possuam capital humano equivalente a ele (Brush et al., 2019). Em países em desenvolvimento, a necessidade e a necessidade de sobreviver foram apontadas como motivações chave para mulheres empreenderem estando elas super-representadas nos setores informais (Sallah e Caesar, 2020).

Ainda que sejam contabilizadas as diferenças iniciais existente entre homens e mulheres na fundação de seus negócios as disparidades entre eles se mantém. Os processos de gênero nos locais de trabalho influenciam a estrutura de comunidade que a mulher se encontra, no sentido de contatos e habilidades percebidas e desenvolvidas, gerando obstáculos estruturais que afastam as mulheres de empreendimentos de alto potencial de crescimento (Guzman e Kacperczyk, 2019).

As características culturais e as decisões políticas do governo são fundamentais para tornar os empreendimentos femininos altamente produtivos ou aumentar suas aspirações; caso contrário, as mulheres que buscam empreender continuarão escolhendo pequenos empreendimentos, trabalho autônomo ou empreendedorismo de subsistência. A situação macroeconômica está diretamente associada ao sucesso alcançado na fase de identificação, motivação e oportunidade de um negócio. Sendo ela favorável, haverá oportunidades e recursos para o empreendedorismo feminino, principalmente no que tange a empreendimentos baseados em oportunidades. Sendo o contexto negativo, as mulheres podem ser motivadas a embarcar em empreendimentos para a sobrevivência de sua família e de si mesma (Cabrera et al., 2017).

Em todos os países participantes do estudo do Monitoramento Global do Empreendedorismo foi constatado que as mulheres possuem 30% a menos de chances de iniciar um negócio do que os homens, confirmando assim as afirmações teóricas apresentadas até então, que esclarecem ser o empreendedorismo feminino moldado por uma estratificação de crenças e papéis estereotipados de gênero universalmente incorporados (Dheer et al., 2019).

Segue quadro resumo das principais barreiras de entrada no empreendedorismo citadas pela literatura até então explorada:

QUADRO 1 - Resumo dos principais desafios enfrentados pelas mulheres expostos na literatura.

Desafios	Literatura
Cultura	Bullough et al., 2017; Hechavarria et al., 2017; Siqueira et al., 2016; Cabrera et al., 2017
Trabalho cuidados/Doméstico	Razavi, 2016; ONU, 2016; Rai et al., 2019; Lerner, 2011
Barreiras financeiras	Siqueira et al., 2016; Marques et al., 2018; Del Mar et al., 2017; Cabrera et al., 2017; Johnson et al., 2018

Fonte: autoria própria

O ecossistema empreendedor é composto por diversos atores independentes: governos, mentores, universidades, mídia, grandes empresas, entre outros, cujo desempenho é fundamental para que sejam desenvolvidas as atividades empreendedoras femininas. Assim, o acesso a financiamentos, políticas governamentais e a presença de programas de incentivo ao empreendedorismo, educação e infra estrutura, são fatores que moldam a condição do sistema e criam interligações entre seus participantes (Hechavarría e Ingram, 2019).

O Índice Global de Diferença de Gênero¹ examina a lacuna entre homens e mulheres em quatro categorias: Participação Econômica e Oportunidade, Formação Educacional, Saúde e Sobrevivência e Empoderamento Político.

A seguir serão apresentados alguns dados principais da ultima versão deste estudo, realizado em 2018 com 149 países, buscando abordar um panorama geral de como o mundo encontra-se hoje no que tange a diferença de gêneros, finalizando com foco nos índices brasileiros.

A lacuna de gêneros no que tange ao empoderamento político ao redor do globo reflete a baixa representatividade feminina em todos os papéis políticos e uma presença rara de mulheres entre os líderes do Estado. Segundo a ONU (2016) a participação na vida pública, especialmente no campo da tomada de decisões públicas, é uma medida-chave para o empoderamento das mulheres e uma estratégia de promoção da igualdade de gênero. É importante assumir que a tomada de decisão faz menção a muitas e diferentes áreas da vida pública, incluindo, porém não se limitando a cargos de decisão em governos, órgãos legislativos e partidos políticos.

Nos últimos 50 anos, o período médio em que uma mulher se manteve em um cargo de liderança do Estado ou primeiro-ministro é de apenas 2,2 anos, entre todos os 149 países participantes da pesquisa da edição do Índice Global de Diferença de Gênero de 2018. A maioria das mulheres em posições de liderança no estado foram eleitas na última década. Ainda que observemos estes recentes desenvolvimentos, ainda há apenas 17 mulheres líderes de Estado ou primeiros-ministros em todos os 149 países em 2018.

¹ *Global Gender Gap Index*

A participação igualitária das mulheres na tomada de decisões não é apenas uma exigência de justiça ou democracia, deve ser encarada como uma condição necessária para que os interesses das mulheres sejam ponderados e respeitados (ONU, 2016).

As taxas de empreendedorismo feminino são maiores naqueles locais onde o ecossistema empreendedor possui baixas barreiras a entrada, infraestrutura legal e comercial mínimas, políticas governamentais de apoio ao empreendedorismo e cultura normativa de apoio ao mesmo (Hechavarría e Ingram, 2019).

No local de trabalho, as mulheres ainda encontram dificuldades em assumir cargos gerenciais ou de elevada hierarquia. Ao consideramos apenas os cargos gerenciais para o subconjunto de países dos quais os dados recentes estão disponíveis, apenas 34% desses cargos são ocupados por mulheres.

Podemos observar que, embora existam resultados positivos e relevantes no mercado de trabalho quanto a desigualdade de gênero, a presença de mulheres em cargos de gerência é hoje uma das principais barreiras a serem superadas, tanto no setor público quanto no privado, visando alcançar a plena sustentabilidade econômica. Oportunidades gerenciais para as mulheres são relevantemente desiguais entre os países examinados. Enquanto mulheres e homens têm a mesma probabilidade de conseguir posições gerenciais em cinco países, há seis países onde a disparidade de oportunidade é de 90% ou mais.

Uma matéria do Jornal El País publicada em Agosto de 2017 mostra a dificuldade que as mulheres possuem hoje em manter seu emprego, até mesmo em cargos gerenciais, ao optar por tornarem-se mães. Segundo estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) com 247.000 mulheres brasileiras entre 25 e 35 anos, apontou que metade das que tiveram filhos perderam o emprego até dois anos depois da licença-maternidade. A probabilidade de demissão chega a 10% no segundo mês após o retorno ao trabalho. Dados do Tribunal Superior do Trabalho apresentados pela reportagem demonstram que a quantidade de novos processos envolvendo rescisão de contrato de trabalho de gestantes subiu 23,3% entre 2014 e 2016.

Rincon (2017) argumenta que a escassa representação de mulheres em altos cargos de decisão de grandes empresas em diferentes países demonstra que a situação atual está longe de uma situação de igualdade de gênero. Ainda que as mulheres tenham o mesmo nível de preparação que os homens, elas ainda estão menos presentes nos cargos de gerência sênior. As mulheres muitas vezes têm menos oportunidades e incentivos para promoção em nível organizacional do que os homens. O estereótipo feminino por muitas vezes questiona a capacidade de liderança da mulher e pode penaliza-las social e economicamente.

A experiência de vida, busca por empregos e redes de contatos adquirida torna algumas informações mais acessíveis facilitando o desenvolvimento empresarial. Estão inclusas na experiência de vida as funções e experiências profissionais até então adquiridas. O gênero no local de trabalho molda a comunidade, impondo obstáculos estruturais que deixam as mulheres mais longe de empreendimentos com alto potencial de crescimento. Já é certo que homens possuem maiores chances de adquirir estabilidade no emprego e assumir cargos mais altos, sendo assim, a probabilidade de que os mesmos possuam influências para obter informações é maior, o que facilita o desenvolvimento e crescimento de seus negócios (Brush et al, 2009; Guzman e Kacperczyk, 2019).

Ainda quanto as disparidades de nível profissional, o Índice Global de Diferença de Gênero de 2018 mostra que as diferenças de renda se mantêm. A disparidade de renda entre os gêneros não apenas destaca as diferenças de remuneração, mas também nos indica que o poder econômico ainda é predominantemente masculino, mantendo o controle dos ativos financeiros, ainda que as mulheres tenham influência indireta nos gastos como consumidoras.

As mulheres possuem o mesmo acesso a serviços financeiros que os homens em apenas 60% dos países disponíveis para pesquisa, e à propriedade da terra em apenas 41% dos países considerados. Embora parciais, esses fatos sugerem que na maioria dos países metade da população feminina não tem controle direto sobre os recursos e ativos. Além disso, as mulheres tendem a realizar a maioria das tarefas não remuneradas (ou seja, tarefas domésticas, cuidados e outras atividades não remuneradas).

Dentre as categorias estudadas, a que tange à educação apresenta dados com disparidade de gênero mais brandas. Trinta e seis países já atingiram a igualdade plena e outros 49 países que possuem dados disponíveis para o cálculo do índice acabaram com ao menos 99% da diferença. Mesmo o país com o pior desempenho, possui mais de 50% da disparidade de gênero na educação solucionada (Índice Global de Diferença de Gênero, 2018).

No que tange à Saúde e Sobrevivência, podemos encontrar a menor disparidade entre gêneros em âmbito global: 4% em média. Mesmo que nenhum país tenha alcançado a paridade total, 74 países já fecharam 98% de suas lacunas, e todos os 149 países fecharam ao menos 90% de suas lacunas (Índice Global de Diferença de Gênero, 2018).

Afunilando o cenário para uma visão a nível Brasil, o Quadro 2 nos apresenta como está classificado o país dentre as quatro categorias estudadas e qual a dimensão da lacuna já foi fechada naquele quesito.

Em 2018 o Brasil apresentou o melhor índice mundial no que tange as lacunas dentro das categorias de Educação e Saúde e Sobrevivência. Comparado ao primeiro ano da pesquisa (2006), pode ser observado no Brasil uma melhora no que tange ao Empoderamento Político, porém, a nível global, ainda se encontra entre os piores países neste índice, estando na posição 112 dentre os 143 países participantes. Quanto à Participação Econômica e Oportunidade, o Brasil não apresentou grande evolução nos últimos 12 anos.

QUADRO 2 - Classificação do Brasil dentro das categorias estudadas

Índice Global de Diferença de Gênero	2006		2018	
	Posição	Score	Posição	Score
Participação econômica e oportunidade	63	0,604	92	0,645
Educação	74	0,972	1	1,000
Saúde e sobrevivência	1	0,980	1	0,980
Empoderamento político	86	0,061	112	0,101

Fonte: Adaptação Global Gender Gap Index 2018, página 104.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018) quando analisados os rendimentos médios do trabalho no Brasil, conclui-se que as mulheres

recebem cerca de 3/4 do que os homens. Os resultados investigados por nível de instrução demonstram que a diferença de rendimentos é mais elevada na categoria da população que possui ensino superior completo ou mais, na qual as mulheres receberam 63,4% do que os homens na pesquisa realizada em 2016.

Quanto a educação, não houve diferença considerável entre homens e mulheres no que tange a frequência do ensino fundamental, de forma que o acesso à escola para a faixa etária de 6 a 14 anos está praticamente universalizado. A frequência à escola das pessoas de 15 a 17 anos independentemente do nível de ensino, também apresentou valores muito próximos para mulheres e homens, de 87,1% e 87,4%, respectivamente. Dentro da faixa etária de 18 a 24 anos, o percentual de mulheres na escola é superior ao dos homens em 2,5 pontos percentuais. A maior discrepância percentual por sexo encontra-se no nível “superior completo”, principalmente no que tange as pessoas da faixa etária mais jovem (25 a 44 anos), em que o percentual de homens que completou a graduação foi de 15,6%, enquanto o de mulheres atingiu 21,5%, indicador 37,9% superior ao dos homens.

Segundo Brush (2017), ainda que a educação tenha um papel importante para qualquer atividade do mercado de trabalho, seu estudo aponta que mesmo sendo os níveis educacionais iguais entre homens e mulheres, não há relação direta com a paridade dentro do empreendedorismo. Entende-se que os efeitos da paridade educacional são deveras mais amplos do que o preenchimento da lacuna de gênero no empreendedorismo.

Entre as meninas, a taxa anual de mortalidade de crianças com menos de 5 anos de idade entre 2011 e 2016 no Brasil passou de 17,2 para 14,1 em cada 1 000 nascidos vivos. No que tange ao atendimento especializado, entre as mulheres de 18 a 49 anos, 97,4% tinham sido atendidas pelo menos uma vez em uma consulta pré-natal com profissional de saúde especializado na última gravidez e 93,9% chegaram a ser atendidas em pelo menos quatro consultas. Quanto ao tabagismo, em todas as faixas etárias o percentual de homens que fumam foi maior do que o de mulheres. Em 2011, a expectativa de vida de uma mulher de 60 anos no Brasil era de 23,1 anos e passou para 23,9 em 2016. A dos homens subiu de 19,6 para 20,3 anos, sendo menor tanto em número de anos quanto em crescimento se comparado com a expectativa das mulheres.

No que tange a participação política de mulheres no Brasil, o percentual de cadeiras ocupadas por mulheres em exercício no Congresso Nacional no ano de 2017 era de 11,3%. No Senado Federal, apenas 16,0% dos senadores eram mulheres e, na Câmara dos Deputados, encontrava-se o menor percentual, onde 10,5% dos deputados federais eram mulheres. No mesmo ano, no cenário internacional, o país ocupava, a 152ª posição entre os 190 países que informaram à Inter-Parliamentary Union - IPU19 a quantidade de cadeiras em suas câmaras baixas ou parlamento unicameral ocupadas por mulheres. Brasil apresentou o pior resultado entre os países sulamericanos.

A agenda 2030 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU elenca um objetivo específico de gênero, o ODS 5: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas. A partir do mesmo se reconhece o fato de que a opressão das mulheres é fundamentada em forças estruturais e instituições, tanto públicas quanto privadas, caracterizadas por poder profundamente enraizado, desigualdades e normas sociais discriminatórias que atravessam as áreas econômicas, sociais e políticas (Razavi, 2016).

Segundo Duflo (2012) existe uma relação bidirecional entre o desenvolvimento econômico e o empoderamento feminino. Em uma direção, o desenvolvimento sozinho poderia reduzir a desigualdade entre homens e mulheres. Em outra, a discriminação contra as mulheres poderia dificultar o desenvolvimento, sendo que, o empoderamento feminino o aceleraria. Focando-se na primeira direção, podemos entender que a igualdade melhora quando a pobreza diminui, assim, criar condições para o desenvolvimento econômico seria suficiente para melhorar as condições das mulheres. A outra direção, sustenta que são necessárias políticas no sentido de diminuir as desigualdades de gênero e que, a partir desta diminuição, os outros pontos para o desenvolvimento seriam mais facilmente alcançados.

O empoderamento feminino quando ligado à percepção de gerenciamento dos negócios, impacto nas atividades da empresa e a determinação no que tange ao empreendedorismo possui relacionamento positivo com o desempenho da empresa, de forma que os negócios liderados por mulheres com elevado nível de

empoderamento possuem melhores resultados financeiros comparados a negócios geridos por mulheres menos empoderadas (Digan, 2019).

Garantir o completo desenvolvimento de metade dos talentos do mundo, influenciaria de maneira direta no crescimento, preparo e na competitividade do futuro de economias e empresas ao redor do globo. A paridade de gênero é essencial para a maneira como as economias e as sociedades prosperam. (The Global Gender Gap Report, 2018) A desigualdade de gêneros na educação, participação política e oportunidades de emprego deve ser reduzida não apenas porque é justo fazê-lo, mas também porque terá consequências positivas em muitos outros âmbitos de toda a sociedade. Deve ser realizada para aumentar a eficiência a nível econômico e social (Duflo, 2012).

Os modelos de gestão de negócios são enquadrados dentro de uma concepção de negócio masculino, que não leva em consideração alguns aspectos das atividades de negócios das mulheres. Esses aspectos de cunho feminino poderiam enriquecer os modelos de negócios ainda enquadrados em concepções majoritariamente masculinas (Cabrera et al., 2017).

As intenções empreendedoras das mulheres podem diminuir à medida que se deparam com o estereótipo de que o empreendedor é do gênero masculino, e no geral, os homens são mais proativos que as mulheres no que tange o empreendedorismo, além do que, empreendedoras buscam indústrias mais tradicionais, o que leva a crer que as mulheres são mais avessas ao risco do que os homens (Santos 2018, apud Gupta e Bhawe, 2007; Lim e En Vick, 2013).

Alguns estudos citados por Santos (2018) demonstram que, em seus negócios, as mulheres possuem menor porte, demonstram nível mais baixo de inovação, estão presentes em indústrias tradicionais e possuem acesso restrito à recursos, além de possuírem falta de capital humano , que representa tanto elementos observáveis quanto objetivos, como auto percepção e a educação formal (Manolova et al., 2007; Anna et al., 2000; Gundry e Welsch, 2001; Brush, 2017).

O relatório do Monitoramento Global de Empreendedorismo indica que mulheres que percebem possuir conhecimentos e habilidades para abrir um novo

negócio demonstram maior probabilidade em fazê-lo do que àquelas que descobrem não possuir essas habilidades (Santos et al.,2017; Villasana et al.,2016).

Mesmo mediante estas características, segundo Gundry (2001), os indivíduos com menos experiência no setor em que sua empresa opera e com menos anos de experiência comercial geral possuem seus negócios em grande crescimento. O que deixa claro que tais características não são limitantes para o sucesso de seu negócio, não devendo fazer com que as mulheres desistam de empreender por acreditar não possuir conhecimentos e habilidades suficientes.

Conhecer o dono de um negócio bem-sucedido e receber o apoio daqueles que estão em sua rede são fatores que, segundo Sequeira (2016), são capazes de modificar as percepções sobre assumir riscos e fracassar. De acordo com Santos (2017), existe uma maior propensão a empreender pela oportunidade entre os indivíduos que conhecem pessoas que começaram um negócio nos últimos dois anos e que acreditam que, nos próximos seis meses, boas oportunidades surgirão para iniciar um negócio no local onde vivem.

As redes de contato são um trunfo para as mulheres, seus empreendimentos comerciais geralmente dependem do desenvolvimento de relacionamentos próximos e duradouros com clientes, fornecedores e colaboradores com os quais eles também estabelecem redes. A rede de contatos facilita que as mulheres identifiquem oportunidades e obtenham apoio e recursos para iniciar empreendimentos comerciais (Cabrera et al., 2017).

No geral, mulheres não possuem muitos modelos de sucesso e sua rede de contatos é bastante limitada (Sequeira et al., 2016). Segundo Del Mar (2017) manter contatos em diferentes indústrias e com os clientes desempenha um papel significativo no que tange a inovação em empresas de propriedade feminina. Quando mulheres empreendedoras percebem estereótipos mais fortes que partem do perfil empreendedor masculino, a relação entre o contato próximo e inovação é mais forte.

2.3 Competências do empreendedor

Espera-se que um empreendedor possua competências que o estimulem a alcançar o sucesso (Cruz-ros et al, 2017). Sendo assim, é importante que os indivíduos com potencial empreendedor sejam incentivados a ocupar seu lugar no processo econômico (Ufuk, Özgen, 2001). Segundo Roomi (2010) todos os seres humanos possuem talento empreendedor que pode ser desenvolvido através do treinamento, conscientização, autoconfiança e motivação.

Entende-se como competência o conjunto de conhecimentos e habilidades que são desenvolvidas através da experiência ou educação, consideradas atributos pessoais as mesmas influenciam no formato e na tomada de decisão, de maneira que são capazes de influenciar a intenção de iniciar ou não algo novo, sendo essa decisão mais afetada pelo que os indivíduos pensam ser capazes do que aquilo que de fato podem realizar (Armuña, 2020).

Para Nikolaev (2020) competência é considerada a habilidade de tomar decisões de forma efetiva e possuir um bom desempenho gerado pela capacidade de fazer uso de suas forças e habilidades a fim de diferenciar-se frente as oportunidades que surgem ao longo da vida, fazendo uso da liberdade que empreender proporciona para empenhar-se em atividades que desenvolvam suas competências empreendedoras.

Nesta mesma linha de pensamento, Ploum (2018) entende como competência a capacidade de desempenho do indivíduo a fim de alcançar conquistas específicas, ou seja, suas habilidades, conhecimentos e atitudes a fim de tornar-se bem-sucedido em suas escolhas.

As competências empreendedoras são frequentemente relacionadas a competências de gerenciamento, porém é mandatório que as atividades empreendedoras abrangem escopo mais amplo de competências além daquelas relacionadas a gestão de negócios (Armuña, 2020). Existem muitos comportamentos associados ao perfil empreendedor e muitas variáveis são listadas na literatura como pertencentes ao construto do comportamento empreendedor: auto eficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejamento, capacidade de

detectar oportunidades, persistência, sociável, inovação e liderança (Schmidt, Bohnenberger, 2009; Krakauer, 2018).

O Monitoramento Global de Empreendedorismo² (GEM) é uma pesquisa sobre empreendedorismo a nível global que ganhou que ganhou amplo reconhecimento ao longo dos 18 anos em que vem sendo aplicada. Teve início em 1999 começando seus estudos em apenas 10 economias e chegando a 2019 com mais de 100 países participantes. A pesquisa se posiciona estrategicamente para análise do empreendedorismo feminino visto que está focada nos empreendedores que iniciam seus negócios e também na avaliação de taxas de participação femininas ao longo das fases do empreendedorismo, além de medir a motivação para iniciarem seus negócios, características empreendedoras, o potencial e o impacto atual de seus negócios nas sociedades onde surgem e como a sociedade se comporta frente a essa atividade (Kelley et al., 2017).

O GEM estuda as competências do empreendedor usando os conceitos de oportunidades percebidas, capacidades percebidas, medo do fracasso e intenções empreendedoras. Tais competências podem ser divididas em duas categorias: competências relacionadas às habilidades do empreendedor (como oportunidades percebidas e capacidades percebidas) e competências relacionadas à personalidade do empreendedor (como medo do fracasso e intenções empreendedoras) (Cruz-ros et al, 2017). A Figura 1 esquematiza essa classificação dos conceitos:

² *Global entrepreneurship monitor* (GEM) – Definido por Minnit (2007) como um grande projeto acadêmico que objetiva estudar as implicações e causas do comportamento empreendedor em diversos países.

FIGURA 1 - Competências do empreendedor - Monitoramento Global de Empreendedorismo

Fonte: autoria própria.

O gênero representa uma variável bastante influente no que tange à auto percepção dos indivíduos quanto a sua orientação para o empreendedorismo (Santos et al., 2018). Embora pesquisas tenham mostrado que existem muitas semelhanças entre homens e mulheres em termos de características (psicológicas, cognitivas e motivacionais), deve-se notar que existem diferenças entre homens e mulheres no que diz respeito ao empreendedorismo (Santos et al., 2017; Bullough et al., 2017).

O processo de produção ou prestação de serviços de uma empresa faz uso de insumos tangíveis e intangíveis, sendo eles categorizados em ativos e competências (Sallah e Caesar, 2020). Além dos recursos básicos como os econômicos e os conhecimentos necessários os esforços empreendedores das mulheres são relacionados diretamente à percepção de competência que as mesmas transparecem para gerir o seu negócio e quais os impactos que seu trabalho pode gerar (Digan, 2019). Este conjunto de habilidades, atitudes e conhecimentos, denominado competências, possibilita o desempenho bem-sucedido de tarefas e resolução de problemas transformando desafios diários em oportunidades (Ploum et al., 2018).

Comumente as competências empreendedoras são ligadas a habilidades de gerenciamento, porém, a atividade empreendedora abrange um leque de competências ainda maior do que aquelas relacionadas à gestão (Armuña, 2020).

Com base nos modelos de competências empreendedoras utilizados por Minnit (2007), Roomi (2010), Ploum (2018), Digan (2019) e Armuña (2020) em suas

pesquisas, foram elencadas quais as competências medir nesta pesquisa através do constructo desenvolvido pela literatura e que embasará a sequência da presente pesquisa. O Quadro 3 elenca as competências e apresenta uma breve descrição para conceituação das mesmas:

QUADRO 3 – Apresentação das competências encontradas na literatura

Competências literatura	Descrição
Planejamento	"Capacidade de identificar alto potencial de oportunidades de baixo potencial e identificar obstáculos antes que se tornem insuperáveis levaria à criação de empreendimentos superiores." (Markman, Baron, 2003)
Senso de oportunidade	"Criar algo de valor, dedicando as habilidades, o tempo e o esforço necessários e, assumindo os riscos financeiros, às vezes físicos e sociais, para colher as recompensas monetárias e a satisfação pessoal resultantes." (Ufuk, Özgen, 2001; Santos et al., 2018)
Pro atividade/ Iniciativa	"Capacidade de agir ativamente responsabilizando-se pela sustentabilidade e melhoria do negócio." (Ploum, 2018)
Liderança	"Os empreendedores bem-sucedidos têm a visão para combinar as descobertas técnicas com as necessidades dos compradores e a resistência, o conhecimento, as habilidades e as habilidades para implantar de forma proveitosa suas ofertas no mercado." (Markman, Baron, 2003)
Resolutividade/ Eficácia	"As características comportamentais que se destacam na maneira como os empreendedores atuam também podem influenciar a vontade de se tornar um empreendedor." (Krakauer, 2018)
Visão estratégica	"Analisar os subsistemas do negócio, desenhar projetos e realizar intervenções a fim do desenvolvimento do negócio" (Ploum, 2018).
Foco/ Persistência	"Medo cria condições adversas para os indivíduos que estão pensando em começar um negócio." (Santos, 2017)
Propensão ao risco	"Medo do fracasso pode impedir que se envolvam em decisões que resultam em crescimento adicional e oportunidades para a empresa." (Sequeira et al., 2016)
Criatividade/ Inovador	"Trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto." (Markman, Baron, 2003)
Socialização	"Conhecer o dono de um negócio bem-sucedido e receber o apoio daqueles que estão em sua rede são fatores capazes de modificar as percepções sobre assumir riscos e fracassar." (Sequeira, 2016)
Flexibilidade/ Resiliência	"Determinação em transformar ideias em ação, superação sob pressão e insucesso temporário, aproveitamento de recursos limitados, aprender na prática e aprender com os erros" (Armuña, 2020)

Comunicação	"Atrair parceiros e funcionários eficazes, desenvolver redes e relacionamentos de negócios, estabelecer confiança e legitimidade e negociar com outros em diversos assuntos."(Markman, Baron, 2003)
-------------	---

Fonte: autoria própria

3 MÉTODO DA PESQUISA

Neste capítulo apresenta-se a abordagem teórico-metodológica utilizada para a realização desse estudo. As metodologias de pesquisa são formas pelas quais a ciência possibilita captar a realidade. O método de pesquisa é escolhido de acordo com o cenário que se busca compreender com mais detalhes. Ele é o caminho para atingir determinado objetivo, devendo assim detalhar de forma clara o motivo de sua escolha e como será operacionalizado (Dalfovo et al., 2008).

O método de pesquisa deve ser escolhido tomando por base a natureza e as sistêmicas do problema que se deseja solucionar, além da profundidade que se busca para melhor interpretá-lo (Dalfovo et al., 2008).

A pesquisa qualitativa auxilia o pesquisador a compreender o que leva os agentes de um fenômeno a agir da forma como agiram sem buscar regularidades (Godoi; Balsini, 2010). Este tipo de pesquisa possui como objetivo principal o entendimento aprofundado de uma situação, auxiliando na interpretação dos significados e intenções dos atores (Cooper, Schindler, 2011). Levando em consideração esses aspectos, para melhor compreensão dos significados atribuídos ao objeto desta pesquisa, a mesma iniciará com pesquisa de cunho qualitativo.

Buscando entender além desses aspectos, serão empregadas em seguida técnicas de cunho quantitativo. A pesquisa quantitativa é considerada um procedimento sistemático para a descrição e explicação de fenômenos, sendo considerada uma pesquisa estruturada com o emprego de métodos estatísticos. É uma forma de quantificar os dados generalizando os resultados da amostra para a população-alvo (Cooper, Schindler, 2011).

As pesquisas quantitativas são recomendadas para pesquisas de cunho descritivo nos âmbitos de administração, social, econômico e de comunicação, sendo capazes de garantir precisão de resultados a fim de evitar distorções da realidade (Yin, 2015).

A fim de atingir os objetivos de pesquisa propostos, presente pesquisa caracteriza-se por possuir caráter quantitativo e qualitativo descritivo, de forma que,

a partir do estudo aprofundado do conteúdo teórico sobre o assunto abordado levantaram-se questionamentos que serão solucionados através da aplicação de técnicas quantitativas ao público alvo deste trabalho (Cooper, Schindler, 2011; Dalfovo et al., 2008).

A aplicação metodológica foi dividida em 2 etapas:

1ª - Revisão bibliográfica: Os dados bibliográficos serão analisados a partir de uma revisão sistemática de literatura buscando levantar os principais aspectos e contribuições de cada trabalho dentro do assunto proposto dentro dos principais jornais e revistas renomados na área de estudo;

2ª - Questionário: A aplicação de questionário busca coletar as informações que não são passíveis de se obter através da Revisão Bibliográfica visando alocar as competências para o empreendedorismo feminino encontradas na literatura dentro das macro competências utilizadas pelo GEM em seus estudos.

Para esta pesquisa, foi realizado o levantamento de dados primários e secundários. Iniciou-se pelo levantamento dos dados secundários através da revisão sistemática de literatura, na qual a partir da busca por artigos publicados em periódicos reconhecidos, dissertações e teses e livros foi possível aprofundamento sobre o tema da pesquisa e delineamento das variáveis a serem então estudadas. Também foram utilizados os dados secundários do GEM. O GEM é uma pesquisa sobre empreendedorismo a nível global aplicada há 18 anos e possui grande representatividade, com abrangência em mais de 100 países. Esta revisão será descrita no capítulo seguinte nos apresentando seus principais resultados.

O levantamento dos dados primários se deu através da aplicação de questionários presencialmente e via internet a mulheres que possuem um negócio e são responsáveis pela sua gestão. Os resultados dos questionários serão apresentados por meio de análise descritiva a fim de investigar e esclarecer as características propostas interpretando a realidade sem qualquer modificação da mesma. O estudo descreverá as características de determinada população estabelecendo relação entre suas variáveis (Cooper, Schindler, 2011).

Seguida da análise descritiva dos dados, a fim de entender como as competências estão agrupadas será realizada uma análise de cluster possibilitando assim a construção um novo *framework* (Doni, 2004; Valli, 2002).

Abaixo segue o resumo metodológico desta pesquisa com a finalidade de apresentar os principais aspectos deste trabalho:

QUADRO 4 - Resumo Metodológico

Tema	Empreendedorismo Feminino.
Título	Empreendedorismo Feminino: Sistematização de Framework de competências
Problema de Pesquisa	À medida que a literatura estudada e apresentada em seguida nos propõe modelos de competências empreendedoras advindos de diversos autores, a presente pesquisa busca entender como as competências encontradas na literatura podem ser relacionadas com aquelas adotadas pelo Monitoramento Global do Empreendedorismo (GEM), sendo esta maior pesquisa sobre empreendedorismo aplicada e renomada globalmente. Deste modo a presente pesquisa propõe uma releitura e sistematização das competências para o empreendedorismo feminino a fim de responder o seguinte questionamento: As competências para o empreendedorismo feminino encontradas na literatura podem ser associadas ao grupo de macro competências utilizadas pelo GEM ?
Objetivo Geral	Entender como as competências para o empreendedorismo feminino presentes na literatura se associam com o grupo de competências do GEM.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar as competências para o empreendedorismo feminino disponíveis na literatura; • Identificar empiricamente as competências com foco no empreendedorismo feminino; • Validar um <i>framework</i> de competências para o empreendedorismo feminino a partir das competências sugeridas no GEM e na literatura.
Tipo	Quantitativa e qualitativa descritiva.
Estratégia	Revisão sistemática de literatura e levantamento de dados primários através de questionário.
Coleta	A coleta de dados se dará inicialmente através de uma revisão bibliográfica, em seguida aplicação de questionários a mulheres gestoras de seu próprio negócio, pessoalmente em eventos e via página dos negócios nas redes sociais.
Análise	Os dados serão analisados de forma descritiva e partir de análise estatística de cluster com o auxílio do <i>software</i> SPSS para a construção de um diagrama buscando agrupar as competências entre si subdividindo-as em grupos.

Fonte: autoria própria

3.1 Desenvolvimento e aplicação do questionário

Para o desenvolvimento do questionário foi realizado o levantamento de literatura sobre as competências das mulheres dentro do empreendedorismo, sendo suas contribuições expostas ao longo do capítulo de revisão teórica e resultados. A partir destas informações foram elencadas as competências utilizadas como variáveis para o estudo:

QUADRO 5 - Resumo das competências e seu embasamento teórico

Competências	Base teórica
Planejamento	Markman, Baron, 2003; Ploum (2018); Armuña (2020)
Senso de oportunidade	Ufuk, Özgen, 2001; Santos et al., 2018; Ploum (2018); Armuña (2020); Minnit e Nardoni (2007)
Pro atividade/ Iniciativa	Ploum (2018); Armuña (2020)
Liderança	Markman, Baron, 2003; Ploum (2018); Armuña (2020)
Resolutividade/ Eficácia	Krakauer, 2018; Ploum (2018); Armuña (2020)
Visão estratégica	Ploum (2018); Armuña (2020)
Foco/ Persistência	Santos, 2017; Ploum (2018); Armuña (2020)
Propensão ao risco	Sequeira et al., 2016; Ploum (2018); Armuña (2020); Minnit e Nardoni (2007)
Criatividade/ Inovador	Markman, Baron, 2003; Ploum (2018); Armuña (2020)
Socialização	Sequeira, 2016; Ploum (2018); Armuña (2020); Minnit e Nardoni (2007)
Flexibilidade/ Resiliência	Del Mar, 2017; Ploum (2018); Armuña (2020)
Comunicação	Markman, Baron, 2003; Ploum (2018); Armuña (2020); Minnit e Nardoni (2007)

Fonte: autoria própria

Objetivando entender como as competências para o empreendedorismo feminino presentes na literatura se associam ao grupo de competências do GEM foram desenvolvidas 3 assertivas para cada competência a fim de investigar como as respondentes se enquadram dentro de cada uma das competências que serão analisadas.

Para realizar esta mensuração, foi empregado o uso de escala de Likert para cada uma das afirmações, devendo as respondentes posicionarem-se quanto ao seu nível de concordância em relação à afirmação exposta. A escolha desta escala se deu a medida que a mesma é indicada para mensurar atitudes dentro de um contexto comportamental, possui facilidade de aplicação e também de entendimento por parte dos respondentes (Junior et al., 2014).

Segue abaixo quadro apresentando as assertivas desenvolvidas com o objetivo de mensurar como as respondentes se enquadram em cada uma das competências levantadas na literatura:

QUADRO 6 – Assertivas confeccionadas para cada uma das competências

Competência literatura	Assertiva
Planejamento	Possuo um plano de negócio para o meu negócio
	Tenho uma projeção financeira de curto, médio e longo prazo
	Tenho planos concretos para o crescimento do meu negócio
Senso de oportunidade	Consigo transformar as dificuldades do dia a dia em novas oportunidades
	São claras as formas de melhorar meu negócio
	Tenho capacidade de encontrar soluções viáveis para novos desafios
Pro atividade/ Iniciativa	Ao encontrar um problema, imediatamente busco solucioná-lo
	Considero-me uma pessoa de iniciativa
	Sou eu quem realiza a maior parte das atividades na minha empresa
Liderança	Considero-me um exemplo a ser seguido
	Quando surgem problemas no negócio, sou a primeira pessoa a quem procuram
	Considero impulsionar o crescimento das pessoas ao meu redor
Resolutividade/ Eficácia	Não sou uma pessoa assertiva
	Busco soluções simples e diretas para resolução de problemas
	Encontro saídas para imprevistos com facilidade e agilidade
Visão estratégica	Tenho claro qual o momento do meu negócio e onde quero chegar
	Sei quais são meus clientes e como manter comunicação e fidelizá-los
	Sei qual meu lucro mensal, capital de giro e investimentos realizados no ultimo ano
Foco/ Persistência	Meu negócio é a minha prioridade
	Não meço esforços para ver meu negócio acontecer
	Não me dedico ao meu trabalho tanto quanto poderia
Propensão ao risco	Surgindo uma oportunidade de crescimento, opto por assumir o risco e agarrá-la
	Realizo experiências e investimentos arriscados
	Tenho medo das consequências de grandes mudanças
Criatividade/ Inovador	Busco sempre encontrar formas diferentes de apresentar meu produto/serviço para meu consumidor
	Considero essencial acompanhar as tendências do mercado
	Inovação faz parte do meu dia a dia
Socialização	Acredito que ter uma rede de contatos é essencial para manutenção do meu negócio
	Esforço-me para manter o melhor relacionamento com clientes e fornecedores
	Sou considerada uma pessoa simpática e sociável por aqueles que me conhecem
Flexibilidade/ Resiliência	Não tenho problemas em mudar meu planejamento quando necessário
	Sinto que posso me adaptar aos acontecimentos e contratempos do dia a dia com facilidade
	Tenho dificuldades em aceitar novas ideias

Comunicação	Consigo falar do meu negócio com facilidade
	Tenho dificuldade em fazer negociações
	Considero-me uma pessoa persuasiva

Fonte: autoria própria

O questionário foi aplicado presencialmente em Ribeirão Preto através da participação em feiras de empreendedorismo e deslocando-se até negócios geridos por mulheres. Esta primeira rodada de aplicação ocorreu nos dias 07/03/2020 e 14/03/2020 resultando em 25 questionários respondidos. Todos aqueles entregues as empreendedoras presencialmente foram preenchidos na hora.

Além destas abordagens, também foi realizada aplicação via internet a partir da interpelação de empreendedoras através das páginas de seus negócios presentes em redes sociais como *Instagram* e *Facebook*. Para este formato de aplicação foram encaminhados em média 10 questionários por dia havendo resposta de cerca de 1/3 dos questionários encaminhados diariamente. No total, foram encaminhados em torno de 200 questionários online ao longo dos meses de Abril e Maio.

A aplicação foi realizada exclusivamente a negócios geridos por mulheres e respondidos por aquelas que são gestoras do mesmo. Os contatos foram levantados através de associações de empreendedorismo feminino como a MEA, Cinta Liga Mais Negócio, Grupo de Mulheres do Brasil, entre outros, que colaboraram através da participação de seus membros na pesquisa.

Os questionários cujas aplicações se deram presencialmente contam com respondentes donas de negócios situados em Ribeirão Preto e região. Aqueles aplicados via internet expandem o campo de pesquisa coletando respostas de diversas localidades.

4 RESULTADOS

4.1 Revisão sistemática de literatura

Objetivando explorar de forma mais consistente e profunda a temática estudada, optou-se por iniciar a pesquisa coletando os dados das pesquisas acadêmicas existentes sobre o assunto. Segundo Martins e Theóphilo (2007, p.86), a procura sistemática por documentos relevantes é importante em variados planejamentos a fim de encontrar informações, evidências e dados.

Realizou-se pesquisa na base de dados do *Scopus* com as palavras de busca “*Women*” e “*Entrepreunership*” na categoria de “*Article title, Abstract, Keywords*” resultando em 2.478 documentos. Limitando a pesquisa a publicações de 2020, 2019 e 2018 para tipos de documentos em formatos de artigos e revisões, idiomas em inglês, espanhol e português e área do conhecimento: negócios, gestão e contabilidade e economia, econometria e finanças, resultaram 424 documentos.

A fim de refinar os resultados alinhando-os com pesquisa que objetivamos embasar, foi adicionada como palavra de busca junto a “*Women*” e “*Entrepreunership*” a palavra “*Competence*”. Realizando-se a busca sem qualquer outro tipo de filtro, foram encontrados 38 documentos, tornando-se mais palpável a confecção de uma revisão bibliográfica para início dos estudos sobre o tema.

Dos 38 documentos encontrados, 28 são artigos, 6 são artigos de eventos, 3 são capítulos de livros e 1 é um livro. Segue abaixo gráfico resumindo e ilustrando os dados principais dos documentos encontrados:

GRÁFICO 1 - Apresentação de documentos por tipo

Fonte: autoria própria

Podemos perceber que no ano de 2018 houve uma grande concentração de publicações sobre a temática:

GRÁFICO 2 - Quantidade de publicações ao longo dos anos

Fonte: autoria própria

A grande maioria das publicações concentram-se nas áreas de Ciências Sociais e/ou Negócios, Gestão e Contabilidade, somando 55% dos resultados obtidos concentrados nessas duas áreas de publicação:

GRÁFICO 3 - Documentos apresentados por área de pesquisa

Fonte: autoria própria

A fim de afunilar os dados para a temática de interesse do trabalho foi aplicado o filtro na área de pesquisa buscando aprofundar a análise de documentos de maneira assertiva. Após aplicação do filtro para que sejam analisadas as publicações da área de Negócios, Gestão e Contabilidade foram encontrados 17 documentos dos quais 13 são artigos, 2 são capítulos de livros e 2 são artigos de eventos. Serão excluídos os capítulos de livros devido a limitação de acesso aos mesmos, de forma que a revisão sistemática apresenta 15 documentos para análise aprofundada de conteúdo.

Abaixo segue quadro com a descrição desses artigos contendo seu título, autores, ano em que foram publicados, revista em que suas publicações aconteceram e o número de citações de cada um dos documentos:

QUADRO 7 – Bibliometria com artigos resultantes da revisão sistemática de literatura

Titulo	Autores	Ano	Revista	Citações
<i>From stand-up to start-up: exploring entrepreneurship competences and STEM women's intention</i>	Armuña C., Ramos S., Juan J., Feijóo C., Arenal A.	2020	<i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	1
<i>Formalizing small and women-led businesses in West Africa: major approaches and their limitations</i>	Fatou G.	2020	<i>Journal of Small Business and Entrepreneurship</i>	
<i>Intangible resources and the growth of women businesses: Empirical evidence from an emerging market economy</i>	Sallah C.A., Caesar L.D.	2020	<i>Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies</i>	
<i>Empowering women through entrepreneurship training and courses: Study in a female-dominated business</i>	Kamasturyani Y., Sugiyo S., Raharjo T.J., Rifai A.	2019	<i>International Journal of Entrepreneurship</i>	1
<i>Women's Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role of Bricolage and Psychological Capital</i>	Digan S.P., Sahi G.K., Mantok S., Patel P.C.	2019	<i>Journal of Small Business Management</i>	1
<i>Relationship of gender to the position of slovak university students on the socio-economic determinants of the business environment and the development of entrepreneurship</i>	Belas J., Gavurova B., Cepel M., Kotaskova A.	2018	<i>Entrepreneurship and Sustainability Issues</i>	6
<i>Regional development via entrepreneurship: women leadership in Lithuanian e-commerce</i>	Raudeliūnienė J., Radeckytė V., Tvaronaviči enė M.	2018	<i>Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018: Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020</i>	2
<i>Management of education concepts in the field of entrepreneurship of university students in the Czech Republic</i>	Gavurova B., Belas J., Kotaskova A., Cepel M.	2018	<i>Polish Journal of Management Studies</i>	2
<i>Entrepreneurial trainers – The competence mix in action-oriented entrepreneurship development programs</i>	Rennemo Ø.	2015	<i>Journal of Entrepreneurship Education</i>	1
<i>Culture and its effect on female entrepreneurship around the world: Convergence or an emerging trend?</i>	Birkner S., Aderemi H.	2015	<i>Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE</i>	1
<i>Growth-expectations among women entrepreneurs: Embedded in networks and culture in Algeria, Morocco, Tunisia and in Belgium and France</i>	Cheraghi M., Setti Z., Schøtt T.	2014	<i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i>	19
<i>Confirmatory factor analysis and alternate test models for impression management in SMEs: A gender based study</i>	Resmi A.T., Kamalana bhan T.J.	2013	<i>International Journal of Information Systems and Supply Chain Management</i>	3

<i>Beyond social capital: The role of perceived legitimacy and entrepreneurial intensity in achieving funding success and superior venture performance in women-led Russian SMEs</i>	Iakovleva T.,Kickul J.	2011	<i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i>	9
<i>Behind the veil: women-only entrepreneurship training in Pakistan</i>	Azam Roomi M.,Harrison P.	2010	<i>International Journal of Gender and Entrepreneurship</i>	38
<i>Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia: Evaluating the role, prospects and problems faced by women in this emergent sector</i>	Singh G.,Belwal R.	2008	<i>Gender in Management</i>	63

Fonte: autoria própria

Além desta bibliometria, segue quadro com um breve resumo de cada artigo encontrado buscando apresentar sua ideia central de pesquisa:

QUADRO 8 - Resumo dos artigos resultantes da revisão sistemática de literatura

Título	Autores	Resumo
From stand-up to start-up: exploring entrepreneurship competences and STEM women's intention	Armuña C.,Ramos S.,Juan J.,Feijóo C.,Arenal A.	Explora a relação entre competências e intenção empreendedoras a fim de avaliar a hipótese de que as mulheres exibem taxas mais baixas de intenção empreendedora do que os homens.
Formalizing small and women-led businesses in West Africa: major approaches and their limitations	Fatou G.	Discute sobre o papel do desenvolvimento de habilidades através de treinamentos, além de abordar mecanismos de financiamento.
Intangible resources and the growth of women businesses: Empirical evidence from an emerging market economy	Sallah C.A.,Caesar L.D.	Através de entrevistas e questionários investiga como ativos intangíveis disponíveis para mulheres empresárias contribuem para o desempenho de seus negócios.
Empowering women through entrepreneurship training and courses: Study in a female-dominated business	Kamasturyani Y.,Sugiyo S.,Raharjo T.J.,Rifai A.	A partir de entrevistas, questionários e observações o artigo pesquisa sobre o aumento de competências através de treinamento e cursos durante o ensino superior.
Women's Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role of Bricolage and Psychological Capital	Digan S.P.,Sahi G.K.,Mantok S.,Patel P.C.	O artigo explora a relação entre o empoderamento feminino e a receita de suas empresas considerando as restrições de recursos enfrentadas pelas empreendedoras.
Relationship of gender to the position of slovak university students on the socio-economic determinants of the business environment and the development of entrepreneurship	Belas J.,Gavurova B.,Cepel M.,Kotaskova A.	O artigo investiga quais determinantes socioeconômicos do empreendedorismo dependem do sexo dos estudantes das universidades eslovacas, além de elucidar como a propensão ao empreendedorismo é influenciada pelo gênero.

Regional development via entrepreneurship: women leadership in Lithuanian e-commerce	Raudeliūnienė J., Radeckytė V., Tvaronavičienė M.	Pesquisa buscou revelar quais os fatores de sucesso da liderança das mulheres nos negócios de comércio eletrônico da Lituânia.
Management of education concepts in the field of entrepreneurship of university students in the Czech Republic	Gavurova B., Belas J., Kotaskova A., Cepel M.	O artigo busca elucidar se o sexo dos estudantes é um determinante significativo sua atitude em relação ao ambiente empreendedor e à propensão ao empreendedorismo.
Entrepreneurial trainers – The competence mix in action-oriented entrepreneurship development programs	Rennemo Ø.	Este artigo investiga fatores contextuais na formação e educação para o empreendedorismo, bem como a conexão com discussões em pesquisas recentes. Concentra-se na relação entre educação para o empreendedorismo e o papel dos treinadores.
Culture and its effect on female entrepreneurship around the world: Convergence or an emerging trend?	Birkner S., Aderemi H.	Através de análise comparativa com base em estudos empíricos anteriores e dados secundários, o artigo explora a hipótese de que a ascensão de mulheres empresárias é culturalmente determinada.
Growth-expectations among women entrepreneurs: Embedded in networks and culture in Algeria, Morocco, Tunisia and in Belgium and France	Cheraghi M., Setti Z., Schøtt T.	O trabalho compara culturas com dados de três sociedades tradicionais e duas sociedades racionais seculares explorando a formação de expectativas das mulheres empreendedoras em cada uma delas.
Confirmatory factor analysis and alternate test models for impression management in SMEs: A gender based study	Resmi A.T., Kamalanabhan T.J.	Este estudo tenta descobrir através de questionário para novos empreendimentos, a diferença entre técnicas de gerenciamento de impressões e diferentes competências sociais empregadas por mulheres e homens empreendedores.
Beyond social capital: The role of perceived legitimacy and entrepreneurial intensity in achieving funding success and superior venture performance in women-led Russian SMEs	Iakovleva T., Kickul J.	O estudo compara a relação entre capital social e as percepções empresariais de competência de legitimidade e sucesso de cunho financeiro.
Behind the veil: women-only entrepreneurship training in Pakistan	Azam Roomi M., Harrison P.	O objetivo deste artigo é entender os desafios relacionados às questões de gênero das mulheres empresárias paquistanesas, explorar as necessidades particulares de capacitação dessas mulheres e avaliar o impacto dos programas de capacitação no estabelecimento e no desempenho das empresas femininas.
Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia: Evaluating the role, prospects and problems faced by women in this emergent sector	Singh G., Belwal R.	Este artigo identifica as áreas problemáticas e as questões de desenvolvimento associadas ao empreendedorismo das mulheres relacionadas às pequenas e médias empresas (PME), além de criar estratégias para garantir o crescimento empresarial das mulheres e o avanço das PME.

Fonte: autoria própria

Os documentos foram utilizados como base do conteúdo teórico do capítulo desta pesquisa, podendo assim ter acesso as principais contribuições desses autores para esta pesquisa ao longo da revisão de literatura anteriormente apresentada.

4.2 Descrição e análise de dados

Através da aplicação do questionário, foram coletadas contribuições de 84 mulheres empreendedoras, gestoras de seus próprios negócios. Quanto ao seu perfil, as respondentes possuem em sua maioria idade entre 26 e 45 anos, sendo 40% de seus negócios situados em Ribeirão Preto, 19% em Araraquara, 14% em São Paulo, 2% em Sertãozinho, 2% no Rio de Janeiro e 18% em outras localidades.

Os gráficos 4 e 5 ilustram estes perfis:

GRÁFICO 4 - Idade respondentes

Fonte: autoria própria

GRÁFICO 5 - Localização respondentes

Fonte: autoria própria

A diversidade apresentada na localização das respondentes é reflexo do formato escolhido para abordagem das empreendedoras durante a coleta de dados. Foram realizadas aplicações presenciais de questionários na cidade de Ribeirão Preto, resultando em uma representatividade 40% da amostra dos negócios estando situados na cidade, além daqueles pertencentes a sua região, que juntas alcançam 44% de representatividade entre os negócios participantes da pesquisa. Os questionários aplicados via internet possuem maior abrangência geográfica, porém, menor concentração de respondentes por cidade.

Grande parte das respondentes se sentiu satisfeita em responder o questionário justificando que as fez refletir sobre aspectos de seu negócio que ainda precisam ser melhorados e capacitações as quais precisam investir a fim de desenvolver a sustentabilidade de seu negócio a médio e longo prazo e crescer como empreendedoras. Alguns dos retornos recebidos foram: “Adorei o questionário, me fez pensar em alguns pontos do meu trabalho”, “Adorei a pesquisa. Me fez refletir ainda mais sobre a gestão da minha empresa”, “As primeiras perguntas me impactaram e vou em busca de arrumar isso”, entre outros.

Além de retornos recebidos quanto a experiência de responder o questionário, a interação também foi uma oportunidade para que as respondentes pudessem

expressar algumas de suas dificuldades e solicitar alguma forma de auxílio: “Garra, perspicácia e coragem, muita coragem pois ter empresa nesse país não é fácil”, “Espero que através desse trabalho possam surgir meios para nos auxiliar e sanar alguns dos maiores problemas e dificuldades em empreender atualmente”, “Sinto falta de dividir meus anseios com outras empreendedoras”, entre outros.

Através dos breves comentários advindos da interação com as respondentes durante a aplicação dos questionários é possível notar como alguns fatores apresentados pela literatura são latentes entre as mulheres que optam por empreender. Os depoimentos nos remetem as barreiras de entrada neste mercado (Marques, 2018; Cabrera et al., 2017; Guzman e Kacperczyk, 2019; Sequeira et al., 2016; Hechavarría e Ingram, 2019), questões ambientais, culturais e governamentais enfrentadas pelas mesmas (Dheer et al., 2019; Walker et al., 2006; Brush et al., 2009; Cabrera et al., 2017) e o anseio e importância de uma rede de apoio e contatos (Sequeira, 2016; Santos, 2017; Cabrera et al., 2017).

Buscando apresentar uma visão ampla dos resultados dos questionários segue Quadro 9 com a apresentação das médias, desvios padrão e variâncias das respostas classificadas de acordo com as competências apresentadas pela literatura e abordadas durante esta pesquisa:

QUADRO 9 – Média, desvio padrão e variância das respostas

Competência	Média	Desvio Padrão	Variância
Planejamento	3,29	1,26	1,59
Senso de oportunidade	3,80	1,01	0,99
Pro atividade/ Iniciativa	4,35	0,92	0,80
Liderança	4,24	0,96	0,88
Resolutividade/ Eficácia	3,87	1,03	1,07
Visão estratégica	3,81	1,12	1,17
Foco/ Persistência	3,84	1,18	1,35
Propensão ao risco	3,25	1,24	1,54
Criatividade/ Inovador	4,26	0,88	0,73
Socialização	4,67	0,66	0,44
Flexibilidade/ Resiliência	4,00	1,09	1,18
Comunicação	3,73	1,18	1,36

Fonte: autoria própria

A coluna das médias nos elucida que as competências mais presentes nas empreendedoras são nesta ordem: Socialização, Pro atividade/ Iniciativa, Criatividade/ Inovador e Liderança, com suas médias de respostas acima de 4. Neste mesmo sentido, podemos constatar que as competências menos presentes nas empreendedoras são Planejamento e Propensão ao risco com suas médias de resposta abaixo de 3,5.

O gráfico 6 ilustra a forma como as competências estão distribuídas de acordo com as suas respostas médias:

GRÁFICO 6 - Distribuição das competências de acordo com a média das respostas.

Fonte: autoria própria

Os desvios padrões apresentados pelas respostas são todos próximos de zero encontrando-se entre 0,66 e 1,26, o que nos leva a constatar a uniformidade dos dados apresentados. Conclusão que também pode ser constatada pela

variância, que apresenta valores entre 0,44 e 1,59 nos fazendo entender que as respostas apresentadas estão próximas das respostas médias.

O Gráfico 7 ilustra a forma como as competências estão distribuídas de acordo com as suas variância e desvio padrão:

GRÁFICO 7 - Variância e desvio padrão apresentados por competência.

Fonte: autoria própria

Analisando a variância das respostas por idade e por localidade constatou-se a existência de variação significativa das respostas médias entre as cidades, principalmente nas competências de Planejamento, Visão Estratégica, Flexibilidade / Resiliência, Senso de oportunidade e Foco / Persistência.

O Gráfico 8 ilustra esta variação de acordo com a resposta média apresentada por essas competências dentro das principais localidades abrangidas pelo estudo:

GRÁFICO 8 - Variação das competências por cidade.

Fonte: autoria própria

Este resultado vai ao encontro dos dados apresentados pela literatura no sentido de que o contexto e cultura onde surgem os negócios são fatores de extrema importância para o seu desenvolvimento e influenciam diretamente na forma de agir e pensar das empreendedoras. A maioria das barreiras e restrições que são experimentadas pelos novos negócios e que são específicas de gênero, são também amplamente baseadas em normas culturais, valores e costumes (Bullough et al., 2017; Hechavarria et al., 2017; Sequeira et al., 2016; Dheer et al., 2019). O ambiente sociocultural em que a mulher está inserida pode criar incentivos e ter influência sobre a sua percepção quanto a disponibilidade de recursos materiais e psicológicos que criam motivação para perseguir objetivos e realizar determinadas atividades, sendo de profunda relevância estudos comparando resultados entre países (Dheer et al., 2019).

Especificamente na competência de Planejamento é encontrada resposta média 3,29, para Senso de Oportunidade 3,8 e Pro atividade/ Iniciativa 4,35. Na competência de Planejamento 30% das respondentes se avaliaram com notas 1 ou

2. Para Senso de Oportunidade 9,5% avaliaram-se com 1 ou 2 e 1,2% avaliaram-se com estas métricas para a competência de Pro atividade/ Iniciativa.

Os resultados vão ao encontro daqueles apresentados pelo Índice Global de Diferença de Gênero (2018) que nos indica que na maioria dos países metade da população feminina não tem controle direto sobre os recursos e ativos.

Quanto ao Senso de Oportunidade, também representa a realidade levantada segundo a literatura e os dados dos sensos apresentados ao longo do trabalho, onde os negócios geridos por mulheres surgem em sua maioria por necessidade do que por oportunidade (Roomi e Harrison, 2010; Brush et al., 2019; Sallah e Caesar, 2020), de forma que a motivação e oportunidades das mulheres para iniciar um negócio geralmente nascem das necessidades da sociedade ou da comunidade (Solesvik et al, 2019).

Para a competência de Liderança a média das avaliações foi de 4,24. Quanto a Resolutividade/ Eficácia a média encontrada é de 3,87 e para Visão Estratégica temos uma média de 3,81. Na competência de Liderança apenas 1,2% das respondentes se avaliaram com respostas 1 ou 2. Para a competência de Resolutividade/ Eficácia temos a incidência de 4,8% dessas respostas e para Visão Estratégica o percentual sobe para 12% das respostas.

A maior discrepância percentual na escolaridade por sexo encontra-se no nível “superior completo”, principalmente no que tange as pessoas da faixa etária mais jovem (25 a 44 anos), em que o percentual de homens que completou a graduação foi de 15,6%, enquanto o de mulheres atingiu 21,5%, indicador 37,9% superior ao dos homens (Índice Global de Diferença de Gênero, 2018).

As dimensões de percepção do empreendedorismo desempenham papel ainda mais relevante do que os níveis de educação no sentido de diminuir a lacuna existente entre gêneros dentro do empreendedorismo, de forma que a percepção que a mulher possui sobre as suas habilidades empresariais influencia diretamente em suas chances de iniciarem seus negócios (Brush, 2017).

Especificamente para a competência de Foco/ Persistência a resposta média é 3,84, para a competência de Propensão ao risco 3,25 e para a competência de Criatividade/ Inovador a média das respostas é de 4,26. Dentro das respostas de

Foco/ Persistência podemos encontrar 10,7% de respostas 1 ou 2, sendo essa porcentagem quase dobrada quando analisa-se a competência de Propensão ao risco: 22,6% e quase nula quando observamos os resultados da competência de Criatividade/ Inovador: 1,2%.

Assim como elucidado pelo estudo de Lerner (2011), os resultados da presente pesquisa também apontam que no geral, as mulheres relatam níveis altos de medo do fracasso, sendo que, esta característica cria condições adversas para os indivíduos que estão pensando em começar um negócio (Santos, 2017).

O contexto em que a mulher está inserida também constitui um papel de grande importância no que diz respeito ao medo de falhar, pois arriscar e declinar as expõe a fortes sanções culturais e sociais, de forma que o medo do fracasso pode impedir que empreendedoras se envolvam em decisões que mesmo sendo arriscadas, podem ser as decisões que resultem em crescimento adicional e oportunidades para a empresa (Sequeira et al., 2016).

A competência de Socialização apresenta como média de respostas 4,67 sendo a competência com melhor resultado dentre as 12 avaliadas. Flexibilidade/ Resiliência possui 4 como resposta média e a competência de Comunicação apresenta a média de respostas de 3,73. Socialização possui apenas 1,2% de respostas 1 e 2. Flexibilidade/ Resiliência apresentaram 4,8% de respostas 1 e 2 e a competência de Comunicação 9,5% dessas respostas.

Para Sequeira (2016), conhecer o dono de um negócio bem-sucedido e receber o apoio daqueles que estão em sua rede são fatores que, são capazes de modificar as percepções sobre assumir riscos e fracassar. De acordo com Santos (2017), existe uma maior propensão a empreender pela oportunidade entre os indivíduos que conhecem pessoas que começaram um negócio nos últimos dois anos. A rede de contatos facilita que as mulheres identifiquem oportunidades e obtenham apoio e recursos para iniciar empreendimentos comerciais (Cabrera et al., 2017).

O gênero no local de trabalho molda a comunidade, impondo obstáculos estruturais que deixam as mulheres mais longe de empreendimentos com alto potencial de crescimento. Já é certo que homens possuem maiores chances de

adquirir estabilidade no emprego e assumir cargos mais altos, sendo assim, a probabilidade de que os mesmos possuam influências para obter informações é maior, o que facilita o desenvolvimento e crescimento de seus negócios (Brush et al, 2009; Guzman e Kacperczyk, 2019).

O Quadro 10 nos apresenta as respostas médias de afirmativa aplicada as empreendedoras:

QUADRO 10 - Respostas médias apresentadas por assertiva

Competência	Assertiva	Média
Planejamento	Possuo um plano de negócio para o meu negócio	3,4
	Tenho uma projeção financeira de curto, médio e longo prazo	3,0
	Tenho planos concretos para o crescimento do meu negócio	3,5
Senso de oportunidade	Consigo transformar as dificuldades do dia a dia em novas oportunidades	3,9
	São claras as formas de melhorar meu negócio	3,7
	Tenho capacidade de encontrar soluções viáveis para novos desafios	3,8
Pro atividade/ Iniciativa	Ao encontrar um problema, imediatamente busco solucioná-lo	4,2
	Considero-me uma pessoa de iniciativa	4,4
	Sou eu quem realiza a maior parte das atividades na minha empresa	4,4
Liderança	Considero-me um exemplo a ser seguido	4,0
	Quando surgem problemas no negócio, sou a primeira pessoa a quem procuram	4,2
	Considero impulsionar o crescimento das pessoas ao meu redor	4,5
Resolutividade/ Eficácia	Não sou uma pessoa assertiva	3,4
	Busco soluções simples e diretas para resolução de problemas	4,3
	Encontro saídas para imprevistos com facilidade e agilidade	4,0
Visão estratégica	Tenho claro qual o momento do meu negócio e onde quero chegar	4,2
	Sei quais são meus clientes e como manter comunicação e fidelizá-los	3,9
	Sei qual meu lucro mensal, capital de giro e investimentos realizados no ultimo ano	3,3
Foco/ Persistência	Meu negócio é a minha prioridade	3,8
	Não meço esforços para ver meu negócio acontecer	4,1
	Não me dedico ao meu trabalho tanto quanto poderia	3,6
Propensão ao risco	Surgindo uma oportunidade de crescimento, opto por assumir o risco e agarrá-la	3,9
	Realizo experiências e investimentos arriscados	2,7
	Tenho medo das consequências de grandes mudanças	3,2
Criatividade/	Busco sempre encontrar formas diferentes de apresentar meu	4,2

Inovador	produto/serviço para meu consumidor	
	Considero essencial acompanhar as tendências do mercado	4,5
	Inovação faz parte do meu dia a dia	4,1
Socialização	Acredito que ter uma rede de contatos é essencial para manutenção do meu negócio	4,7
	Esforço-me para manter o melhor relacionamento com clientes e fornecedores	4,8
	Sou considerada uma pessoa simpática e sociável por aqueles que me conhecem	4,6
Flexibilidade/ Resiliência	Não tenho problemas em mudar meu planejamento quando necessário	4,3
	Sinto que posso me adaptar aos acontecimentos e contratempos do dia a dia com facilidade	3,9
	Tenho dificuldades em aceitar novas ideias	3,8
Comunicação	Consigo falar do meu negócio com facilidade	4,3
	Tenho dificuldade em fazer negociações	3,3
	Considero-me uma pessoa persuasiva	3,7

Fonte: autoria própria

O presente estudo parte da hipótese de que é possível agrupar as competências encontradas na literatura dentro das 4 macro categorias que são adotadas pelo GEM em sua pesquisa. As competências do GEM podem ser divididas em competências relacionadas às habilidades do empreendedor (como oportunidades percebidas e capacidades percebidas) e competências relacionadas à personalidade do empreendedor (medo do fracasso e intenções empreendedoras) (Cruz-ros et al, 2017).

Estando as competências levantadas pela literatura e utilizadas no questionário já apresentadas, foi realizada proposta de alocação das mesmas dentro das macro competências do GEM, como apresentado no Quadro 11:

QUADRO 11 - Competências Empreendedoras

Características GEM	Competência Literatura
Oportunidades Percebidas	Planejamento
	Senso de oportunidade
	Pro atividade/ Iniciativa
Capacidades Percebidas	Liderança
	Resolutividade/ Eficácia
	Visão estratégica

Medo fracasso	Foco/ Persistência
	Propensão ao risco
	Criatividade/ Inovador
Intenções empreendedoras	Socialização
	Flexibilidade/ Resiliência
	Comunicação

Fonte: autoria própria

A fim de compreender como as competências para o empreendedorismo feminino naturalmente se agrupam e validar o constructo proposto com base na literatura, foi realizada uma análise de cluster. A análise foi realizada através do auxílio do *software* SPSS no qual foi possível, seguindo a semelhança entre as variáveis, criar uma estrutura hierárquica representada por um diagrama de árvore ou dendograma (Doni, 2004; Valli, 2002).

Um dendograma ilustra as informações da tabela de amalgamação na forma de um diagrama de árvore demonstrando como os agrupamentos são formados: unindo duas observações individuais ou pareando uma observação individual com um agrupamento existente (Doni, 2004; Valli, 2002).

Seguem abaixo ilustrados na Figura 2 os agrupamentos obtidos a partir dos dados analisados:

FIGURA 2 - Dendograma

Fonte: autoria própria

Aprofundando os agrupamentos apresentados pelo diagrama acima é possível agrupar as competências em 4 grupos, porém de forma diferente do agrupamento inicialmente proposto considerando apenas os dados obtidos através da literatura.

Abaixo segue a Figura 3 a fim de elucidar as mudanças apresentadas do agrupamento inicial para aquele apresentado a partir da alocação natural das variáveis, passível de ser interpretado a partir do diagrama apresentado na Figura 2:

FIGURA 3 - Alterações do agrupamento de competências

Fonte: autoria própria

As competências que tiveram alterações entre os constructos sugeridos foram: Senso de Oportunidade, que migrou de Oportunidades Percebidas para Capacidades Percebidas; Pro atividade/ Iniciativa, que se movimentou de Oportunidades Percebidas para Intenções Empreendedoras; Liderança, que sofreu deslocamento entre Capacidades Percebidas e Intenções Empreendedoras; Foco/ Persistência, que migrou de Medo do Fracasso para Capacidades Percebidas; Criatividade/ Inovador, que se deslocou de Medo do Fracasso para Intenções Empreendedoras; Flexibilidade/ Resiliência, que se movimentou de Intenções Empreendedoras para Capacidades Percebidas e Comunicação, que deixou de pertencer a intenções empreendedoras e passou para o grupo de Capacidades Percebidas.

A partir dos novos dados apresentados podemos construir um novo modelo de *framework* integrando as macro competências utilizadas pelo GEM e àquelas encontradas na literatura. A Figura 4 apresenta essa nova configuração:

FIGURA 4 - Integração competências GEM e competências da literatura

Fonte: autoria própria

Desta forma podemos compreender que o desenvolvimento de determinadas competências que foram agrupadas proporcionam apoio ao desenvolvimento de outras. Como exemplo, dentro do grupo de Capacidades Percebidas é possível citar a ligação entre a Visão Estratégica e o Senso de Oportunidade, pois entendendo sobre o desenvolvimento de um negócio de forma estratégica é possível visualizar

oportunidades e encontrar como alocar recursos de uma nova maneira de forma sistematizada. Da mesma forma a Pro atividade/ Iniciativa está ligada a Liderança dentro do grupo de Intenções Empreendedoras, de maneira que o desenvolvimento da segunda é quase dependente ao da primeira.

Através dos resultados obtidos é possível compreender a alocação das competências de Planejamento e Medo do Fracasso de forma isolada, visto que as mesmas estão menos presentes nas empreendedoras com suas médias de resposta abaixo de 3,5.

Como elucidado pela literatura é possível entender como o Medo do Fracasso está ligado à Propensão ao Risco, de forma que as mulheres relatam níveis altos de medo do fracasso (Lerner, 2011), pois esses aspectos estão ligados a questões culturais, assim, arriscar e declinar expõe as mulheres a fortes sanções culturais e sociais (Sequeira et al., 2016). Explica-se então a tendência de que em seus negócios, as mulheres possuam menor porte, demonstrem nível mais baixo de inovação e estão presentes em indústrias tradicionais (Santos, 2018), pois o medo de falhar as impede de investir em negócios mais arriscados, sendo seus negócios geralmente iniciados a partir das necessidades da sociedade ou da comunidade (Solesvik et al, 2019).

Entende-se que a competência de Planejamento está associada à de Oportunidades Percebidas considerando que ao detectar uma oportunidade o planejamento financeiro, estrutural e de talentos é essencial para a execução dessa nova oportunidade e sobrevivência do negócio (Dornelas, 2014; Solesvik et al, 2019) à medida que, no Brasil, levantamento realizado pelo Sebrae em 2016 aponta que 55% dos negócios que fecharam nos primeiros 5 anos de existência não elaboraram um plano de negócios (SEBRAE, 2016)..

O constructo apresentado pela análise estatística dos dados também possui relação com a classificação das competências do GEM apresentadas por Cruz-ros (2017), na qual as mesmas são divididas entre habilidade e personalidade. Assim competências como Propensão ao risco, Socialização, Criatividade/ Inovador seriam consideradas competências de personalidade, e aquelas mais palpáveis como Planejamento, Visão estratégica, Comunicação, são consideradas habilidades.

5 CONCLUSÕES

O presente trabalho desenvolveu-se à luz do tema de empreendedorismo feminino. Pautado na Teoria das Organizações, focou-se na construção de um *framework* integrativo entre as competências focadas no empreendedorismo feminino utilizadas pelo GEM e àquelas exploradas pela literatura. A fim de entender e aprofundar o assunto em sua completude buscando contribuir com a literatura já existente sobre mulheres empreendedoras, foi realizada uma revisão sistemática de literatura e ao longo do capítulo de revisão teórica foram aprofundadas e apresentadas as principais publicações e discussões sobre o tema.

As mulheres possuem o estigma de criar negócios por necessidade (Brush et al., 2019), possuírem maior dificuldade de acesso ao sistema financeiro do que os homens (Cabrera et al., 2017; Guzman e Kacperczyk, 2019), serem fortemente influenciadas pela cultura que as impõe diferentes barreiras de entrada no empreendedorismo (Bullough et al., 2017; Hechavarria et al., 2017; Sequeira et al., 2016), não possuírem confiança em suas habilidades de negócios (Brush et al., 2017), possuírem menos oportunidades no mercado de trabalho (Duflo, 2012), serem responsáveis pela maior parte dos cuidados domésticos e familiares (Rai et al., 2019; IBGE, 2018), além de estereotipadas como menos detentoras de característica de gestão e empreendedoras (Santos 2018, apud Gupta e Bhawe, 2007; Lim e Envik, 2013).

Para a construção do *framework* de competências empreendedoras foi aplicado questionário presencialmente e via redes sociais a mulheres empreendedoras e gestoras de negócios para que pudessemos entender como as competências estavam presentes nessas mulheres e qual era a ligação das mesmas entre si. Desta forma, foi possível realizar a construção do *framework* integrativo entre as competências do GEM e da literatura proposto como objetivo inicial da pesquisa e representado na Figura 4.

A partir da análise descritiva dos dados do questionário, foi possível observar a similaridade dos resultados obtidos pela pesquisa com as teorias estudadas e apresentadas ao longo da revisão de teoria. Desta forma, podemos entender que a presente pesquisa pode contribuir com a representação de um retrato da realidade

dos estigmas, contexto vivenciado e competências adquiridas pelas mulheres que buscam empreender. A partir da análise do *framework* apresentado, é possível fazer ligações entre as competências de cada grupo para investir e elaborar programas de treinamento, desenvolvimento e capacitação para empreendedoras, além de inspirar o sistema de educação superior em relação às competências que se busca desenvolver para o mercado.

A desigualdade de gênero dentro do empreendedorismo ainda possui um longo caminho a ser percorrido e o estudo das organizações e a forma como o gênero influencia suas atividades e cria barreiras para o desenvolvimento das mulheres dentro do ambiente corporativo, desde as oportunidades do mercado de trabalho até o ambiente empreendedor, que deve ser tema de estudos e debates constantes a fim de que, ao elucidar e entender esses movimentos e influências, tome-se possível lutar contra eles. Sejam através de políticas, programas, capacitações, educação e desenvolvimentos de novas formas de pensar para que um dia não precisemos criar ações compensatórias para diminuir a desigualdade presente em todos os âmbitos sociais, mas sim, que a igualdade seja presente desde o berço e enraizada como uma nova cultura para a sociedade.

Para aprofundar a construção da teoria sobre competências empreendedoras permanece como sugestão para futuras pesquisas a realização de grupos focais e entrevistas em profundidade tornando-se possível através desses outros métodos de pesquisa avaliar, validar e evoluir com base na experiência e conhecimento dessas mulheres o *framework* de competências construído por esta e outras pesquisas exploradas. Além da aplicação de outros métodos de pesquisa, seria interessante a abordagem de mulheres de diferentes partes do Brasil, à medida que esta pesquisa obteve respondentes apenas no Sudeste e em sua maioria de cidades do interior do estado de São Paulo. Sendo o Brasil um país com grande território e uma diversidade cultural e regional marcante seria contundente explorar e comparar a realidade das mulheres empreendedoras nas diferentes localidades.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

AGARWAL, Bina. Gender equality, food security and the sustainable development goals. **Current opinion in environmental sustainability**, 2018.

ANNA, Alexandra L. et al. Women business owners in traditional and non-traditional industries. **Journal of Business venturing**, v. 15, n. 3, p. 279-303, 2000.

ARMUÑA, Cristina et al. From stand-up to start-up: exploring entrepreneurship competences and STEM women's intention. **International Entrepreneurship and Management Journal**, p. 1-24, 2020.

ASCHIDAMINI, Ione Maria; SAUPE, Rosita. Grupo focal estratégia metodológica qualitativa: um ensaio teórico. **Cogitare Enfermagem**, v. 9, n. 1, 2004.

BACKES, Dirce Stein et al. Grupo focal como técnica de coleta e análise de dados em pesquisas qualitativas. **O mundo da saúde**, v. 35, n. 4, p. 438-42, 2011.

BELAS, Jaroslav et al. Relationship of gender to the position of Slovak University students on the socio-economic determinants of the business environment and the development of entrepreneurship. **Entrepreneurship and Sustainability Issues**, 2018.

BELL, Emma et al. Time's up! Feminist theory and activism meets organization studies. **Human Relations**, v. 72, n. 1, p. 4-22, 2019.

BERDINELLI, Talita. Demissão após a maternidade: "Não cometi nenhum erro. Eu só gerei uma vida". **El País**. São Paulo, 2017.

BIRKNER, Stephanie; ADEREMI, Helen. Culture and its Effect on Female Entrepreneurship Around the World: Convergence or an Emerging Trend?. In: **European Conference on Innovation and Entrepreneurship**. Academic Conferences International Limited, 2015. p. 83.

BOTHA, Melodi; NIEMAN, Gideon; VAN VUUREN, Jurie. Enhancing female entrepreneurship by enabling access to skills. **The International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 2, n. 4, p. 479-493, 2006.

BRIXIOVÁ, Zuzana; KANGOYE, Thierry; SAID, Mona. Training, human capital, and gender gaps in entrepreneurial performance. **Economic Modelling**, 2019.

BRUSH, Candida et al. A gendered look at entrepreneurship ecosystems. **Small Business Economics**, v. 53, n. 2, p. 393-408, 2019.

BRUSH, Candida et al. The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more?. **Journal of Business Venturing Insights**, v. 8, p. 105-113, 2017.

BRUSH, Candida G.; DE BRUIN, Anne; WELTER, Friederike. A gender-aware framework for women's entrepreneurship. **International Journal of Gender and entrepreneurship**, 2009.

BULLOUGH, Amanda; MOORE, Fiona; KALAFATOGLU, Tugba. Research on women in international business and management: then, now, and next. **Cross Cultural & Strategic Management**, v. 24, n. 2, p. 211-230, 2017.

CABRERA, Ezilda María; MAURICIO, David. Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 9, n. 1, p. 31-65, 2017.

CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L. Do ponto de vista da mulher: abordagens em estudos organizacionais. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C. **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999. p.276-281.

CALDAS, M.; FACHIN, Roberto; FISCHER, T. **Handbook de estudos organizacionais: reflexões e novas direções (Vol. 2)**. São Paulo: Atlas, 2001.

CHERAGHI, Maryam; SETTI, Zakia; SCHØTT, Thomas. Growth-expectations among women entrepreneurs: embedded in networks and culture in Algeria, Morocco, Tunisia and in Belgium and France. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 23, n. 1-2, p. 191-212, 2014.

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 2011, Porto Alegre: Bookman.

CRUZ-ROS, Sonia; GARZON, Dolores; MAS-TUR, Alicia. **Entrepreneurial competencies and motivations to enhance marketing innovation in Europe**. *Psychology & Marketing*, v. 34, n. 11, p. 1031-1038, 2017.

DAFT, Richard L. **Organization theory and design**. Cengage learning, 2015.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista interdisciplinar científica aplicada**, v. 2, n. 3, p. 1-13, 2008.

DEBUS M. Manual para excelência em investigação mediante grupos focais. Washington: **Academy for Educational Development**, 1997

DEL MAR FUENTES-FUENTES, María et al. **Innovativeness and business relationships in women-owned firms: The role of gender stereotypes**. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, v. 34, n. 1, p. 63-76, 2017.

DHEER, Ratan JS; LI, Mingxiang; TREVIÑO, Len J. An integrative approach to the gender gap in entrepreneurship across nations. **Journal of World Business**, v. 54, n. 6, p. 101004, 2019.

DIGAN, Shaun Paul et al. Women's Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role of Bricolage and Psychological Capital. **Journal of Small Business Management**, v. 57, n. 1, p. 206-229, 2019.

DONI, Marcelo Viana. Análise de cluster: métodos hierárquicos e de particionamento. **São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo**, 2004.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014. 267 p.

DOS SANTOS, Sandra Puhl. As teorias feministas e a evolução das relações de gênero na sociedade. **Ciências Sociais Aplicadas**, v. 20, n. 2, p. 213-223, 2012.

DUFLO, Esther. Women empowerment and economic development. **Journal of Economic literature**, v. 50, n. 4, p. 1051-79, 2012.

FATOU, Gueye. Formalizing small and women-led businesses in West Africa: major approaches and their limitations. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, p. 1-16, 2020.

FREDMAN, Sandra; KUOSMANEN, Jaakko; CAMPBELL, Meghan. Transformative equality: Making the sustainable development goals work for women. **Ethics & International Affairs**, v. 30, n. 2, p. 177-187, 2016.

GAVUROVÁ, Beáta et al. Management of education concepts in the field of entrepreneurship of university students in the Czech Republic. **Polish Journal of Management Studies**, v. 17, 2018.

GODOY, C. K.; BALSINI, C. P. V. **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais**: a pesquisa qualitativa nos estudos organizacionais brasileiros. São Paulo: Saraiva. 2010.

GUNDRY, Lisa K.; WELSCH, Harold P. The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. **Journal of business venturing**, v. 16, n. 5, p. 453-470, 2001

GUPTA, Vishal K.; BHAWA, Nachiket M. The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions. **Journal of Leadership & Organizational Studies**, v. 13, n. 4, p. 73-85, 2007.

GUZMAN, Jorge; KACPERCZYK, Aleksandra Olenka. Gender gap in entrepreneurship. **Research Policy**, v. 48, n. 7, p. 1666-1680, 2019.

HECHAVARRIA, Diana M. et al. Taking care of business: the impact of culture and gender on entrepreneurs' blended value creation goals. **Small Business Economics**, v. 48, n. 1, p. 225-257, 2017.

HECHAVARRÍA, Diana M.; INGRAM, Amy E. Entrepreneurial ecosystem conditions and gendered national-level entrepreneurial activity: A 14-year panel study of GEM. **Small Business Economics**, v. 53, n. 2, p. 431-458, 2019.

IAKOVLEVA, Tatiana; KICKUL, Jill. Beyond social capital: The role of perceived legitimacy and entrepreneurial intensity in achieving funding success and.. 2011.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas de Gênero Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2018.

JEON, Sung-Hee; OSTROVSKY, Yuri. Balancing family and work: transition to self-employment among new mothers. **Oxford Economic Papers**, v. 71, n. 1, p. 47-72, 2018.

JOHNSON, Michael A.; STEVENSON, Regan M.; LETWIN, Chaim R. A woman's place is in the... startup! Crowdfunder judgments, implicit bias, and the stereotype content model. **Journal of Business Venturing**, v. 33, n. 6, p. 813-831, 2018.

JÚNIOR, Severino Domingos da Silva; COSTA, Francisco José. Mensuração e escalas de verificação: uma análise comparativa das escalas de Likert e Phrase Completion. **PMKT–Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia**, v. 15, n. 1-16, p. 61, 2014.

KAMASTURYANI, Yani et al. Empowering Women through Entrepreneurship Training and Courses: Study in a Female-Dominated Business. **International Journal of Entrepreneurship**, 2019.

KAST, Fremont E.; ROSENZWEIG, James E. **Organization and management: a systems approach**. Tóquio: McGraw-Hill Kogakusha, 1970. p. 245.

KELLEY, Donna J. et al. Women's entrepreneurship 2016/2017 report. **Global Entrepreneurship Research Association**. Available online at <http://gemconsortium.org/>, checked on, v. 9, n. 19, p. 2017, 2017.

KIM, Eun Mee. Gender and the Sustainable Development Goals. **Global Social Policy**, 2017.

KRAKAUER, Patricia Viveiros de Castro et al. Brazilian women's entrepreneurial profile and intention. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 10, n. 4, p. 361-380, 2018.

KRASNIQI, Besnik. Routledge Handbook of Entrepreneurship in Developing Economies. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2018.

LERNER, Miri; MALACH-PINES, Ayala. Gender and culture in family business: A ten-nation study. **International Journal of Cross Cultural Management**, v. 11, n. 2, p. 113-131, 2011.

LIM, Seongbae; ENVICK, Brooke R. Gender and entrepreneurial orientation: a multi-country study. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 9, n. 3, p. 465-482, 2013.

MADSEN, Susan R.; SCRIBNER, Robbyn T. A perspective on gender in management: the need for strategic cross-cultural scholarship on women in management and leadership. **Cross Cultural & Strategic Management**, v. 24, n. 2, p. 231-250, 2017.

MANANDHAR, Mary et al. Gender, health and the 2030 agenda for sustainable development. **Bulletin of the World Health Organization**, 2018.

MANOLOVA, Tatiana S. et al. The differential effect of men and women entrepreneurs' human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 31, n. 3, p. 407-426, 2007.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. Departamento de Ciência de Computação e Estatística–IBILCE–UNESP, p. 1-17, 2012.

MARKMAN, Gideon D.; BARON, Robert A. Person–entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. **Human resource management review**, v. 13, n. 2, p. 281-301, 2003.

MARLOW, Susan; MARTINEZ DY, Angela. Annual review article: Is it time to rethink the gender agenda in entrepreneurship research?. **International Small Business Journal**, v. 36, n. 1, p. 3-22, 2018.

MARQUES, Carla et al. The formal-informal dilemma for women micro-entrepreneurs: Evidence from Brazil. **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, 2018.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MATOS, Marlise; CYPRIANO, Breno. Críticas feministas, epistemologia e as teorias da justiça social: em busca de uma teoria crítico-emancipatória de gênero. **Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciências Sociais**, v. 32, 2008.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores : fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 212 p.

MINNITI, Maria; NARDONE, Carlo. Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. **Small business economics**, v. 28, n. 2-3, p. 223-238, 2007.

Mulheres em Hollywood têm ganhos em relação à equidade. **Forbes**, 2019.

NIKOLAEV, Boris; BOUDREAUX, Christopher John; WOOD, Matthew. Entrepreneurship and subjective well-being: The mediating role of psychological functioning. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 44, n. 3, p. 557-586, 2020.

Organização da Nações Unidas (ONU). **Glossário de termos do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5**: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas. 2016.

PAIVA, Mirian Santos. Teoria feminista: o desafio de tornar-se um paradigma. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 50, n. 4, p. 517-24, 1997

PLOUM, Lisa et al. Toward a validated competence framework for sustainable entrepreneurship. **Organization & Environment**, v. 31, n. 2, p. 113-132, 2018.

RAI, Shirin M.; BROWN, Benjamin D.; RUWANPURA, Kanchana N. SDG 8: Decent work and economic growth—A gendered analysis. **World Development**, v. 113, p. 368-380, 2019.

RAMOS, Maély Ferreira Holanda et al . Caracterização das Pesquisas sobre Eficácia Coletiva Docente na Perspectiva da Teoria Social Cognitiva. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília , v. 32, n. 1, p. 91-99, mar. 2016 .

RAUDELIUNIENE, Jurgita ; RADECKYTĖ, Viktorija; TVARONAVICIENE, Manuela. Regional development via entrepreneurship: women leadership in Lithuanian e-

commerce. **Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA)**, 2018

RAZAVI, Shahra. The 2030 Agenda: challenges of implementation to attain gender equality and women's rights. **Gender & Development**, v. 24, n. 1, p. 25-41, 2016.

RENNEMO, Øystein. Entrepreneurial trainers-the competence mix in action-oriented entrepreneurship development programs. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 18, n. 2, p. 135, 2015.

RESMI, A. T.; KAMALANABHAN, T. J. Confirmatory factor analysis and alternate test models for impression management in SMEs: a gender based study. **International Journal of Information Systems and Supply Chain Management (IJISSCM)**, v. 6, n. 2, p. 72-87, 2013.

RINCÓN DIEZ, Virginia; GONZÁLEZ, Miguel; BARRERO, Karle. Women and leadership: Gender barriers to senior management positions. **Intangible Capital**, v. 13, n. 2, p. 319-386, 2017.

ROOMI, Muhammad Azam; HARRISON, Pegram. Behind the veil: women-only entrepreneurship training in Pakistan. **International Journal of Gender and entrepreneurship**, 2010.

ROSE, Stephen J.; HARTMANN, Heidi I. Still a Man's Labor Market: The Slowly Narrowing Gender Wage Gap. **Institute for Women's Policy Research**. 2018.

SALLAH, Cynthia Ayorkor; CAESAR, Livingstone Divine. Intangible resources and the growth of women businesses. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, 2020

SANTOS, Gina et al. Nascent Entrepreneurs' Motivations in European Economies: A Gender Approach Using GEM Data. **Journal of Global Marketing**, v. 30, n. 3, p. 122-137, 2017.

SANTOS, Gina; MARQUES, Carla S.; FERREIRA, João JM. What are the antecedents of women's entrepreneurial orientation?. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 14, n. 4, p. 807-821, 2018.

SANTOS, Gina; MARQUES, Carla Susana; FERREIRA, João J. A look back over the past 40 years of female entrepreneurship: mapping knowledge networks. **Scientometrics**, v. 115, n. 2, p. 953-987, 2018.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SCHREIER, J. (1975). The female entrepreneur: A pilot study. Milwaukee, WI: Center for Venture Management.

SCHWARTZ, E. B. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier. **Journal of Contemporary Business**, 5(1), 47–76.

SEBRAE, N. A. **Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2016.

SEN, Gita. Gender Equality and Women's Empowerment: Feminist Mobilization for the SDG s. **Global Policy**, 2019.

SEQUEIRA, Jennifer M.; GIBBS, Sherrhonda R.; JUMA, Norma A. Factors Contributing To Women'S Venture Success In Developing Countries: An Exploratory Analysis. **Journal of developmental entrepreneurship**, v. 21, n. 01, p. 1650001, 2016.

Serviço Brasileiro de apoio a pequena empresa (SEBRAE), **Perfil Do Microempreendedor Individual**, 2012, Brasília.

SHINNAR, Rachel S. et al. Entrepreneurial intentions and start-ups: Are women or men more likely to enact their intentions?. **International small business journal**, v. 36, n. 1, p. 60-80, 2018.

SINGER, Slavica; HERRINGTON, Mike; MENIPAZ, Ehud.; **Global entrepreneurship monitor 2017/18 global report**. Global Entrepreneurship Research Association.

SINGH, Gurmeet; BELWAL, Rakesh. Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia. **Gender in management: An international journal**, 2008.

SOLESVIK, Marina; IAKOVLEVA, Tatiana; TRIFILOVA, Anna. Motivation of female entrepreneurs: a cross-national study. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 2019.

TALONE, Vittorio G.; Archer, Boltanski e Lahire: partindo com a teoria social de Bourdieu. **Soc. estado.**, Brasília , v. 33, n. 3, p. 973-979, dez. 2018 .

UFUK, Hatun; ÖZGEN, Özlen. The profile of women entrepreneurs: A sample from Turkey. **International journal of consumer studies**, v. 25, n. 4, p. 299-308, 2001.

UN Women. **A Transformative Stand-Alone Goal on Achieving Gender Equality, Women's Rights and Women's Empowerment: Imperatives and Key Components**. 2013, New York.

VALLI, Márcio. Análise de cluster. **Augusto Guzzo Revista Acadêmica**, n. 4, p. 77-87, 2002.

VEIGA, Luciana; GONDIM, Sônia Maria Guedes. A utilização de métodos qualitativos na ciência política e no marketing político. **Opinião Pública**, v. 7, n. 1, p. 1-15, 2001.

VILLASANA, Marcia; ALCARAZ-RODRIGUEZ, Rafael; ALVAREZ, Mario Moisés. Examining entrepreneurial attributes of Latin American female university students. **Gender and Education**, v. 28, n. 1, p. 148-166, 2016.

WALKER, Elizabeth; WEBSTER, Beverley. Management competencies of women business owners. **The International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 2, n. 4, p. 495-508, 2006.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The global gender gap report**. 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso-: Planejamento e métodos**. Bookman editora, 2015.

ZINKERNAGEL, Roland; EVANS, James; NEIJ, Lena. Applying the SDGs to Cities: Business as Usual or a New Dawn?. **Sustainability**, v. 10, n. 9, p. 3201, 2018.

ANEXO I – Questionário

	1	2	3	4	5
Possuo um plano de negócio para o meu negócio					
Tenho uma projeção financeira de curto, médio e longo prazo					
Tenho planos concretos para o crescimento do meu negócio					
Consigo transformar as dificuldades do dia a dia em novas oportunidades					
São claras as formas de melhorar meu negócio					
Tenho capacidade de encontrar soluções viáveis para novos desafios					
Ao encontrar um problema, imediatamente busco solucioná-lo					
Considero-me uma pessoa de iniciativa					
Sou eu quem realiza a maior parte das atividades na minha empresa					
Considero-me um exemplo a ser seguido					
Quando surgem problemas no negócio, sou a primeira pessoa a quem procuram					
Considero impulsionar o crescimento das pessoas ao meu redor					
Não sou uma pessoa assertiva					
Busco soluções simples e diretas para resolução de problemas					
Encontro saídas para imprevistos com facilidade e agilidade					
Tenho claro qual o momento do meu negócio e onde quero chegar					
Sei quais são meus clientes e como manter comunicação e fidelizá-los					
Sei qual meu lucro mensal, capital de giro e investimentos realizados no ultimo ano					
Meu negócio é a minha prioridade					
Não meço esforços para ver meu negócio acontecer					
Não me dedico ao meu trabalho tanto quanto poderia					

Surgindo uma oportunidade de crescimento, opto por assumir o risco e agarrá-la					
Realizo experiencias e investimentos arriscados					
Tenho medo das consequências de grandes mudanças					
Busco sempre encontrar formas diferentes de apresentar meu produto/serviço para meu consumidor					
Considero essencial acompanhar as tendencias do mercado					
Inovação faz parte do meu dia a dia					
Acredito que ter uma rede de contatos é essencial para manutenção do meu negócio					
Esforço-me para manter o melhor relacionamento com clientes e fornecedores					
Sou considerada uma pessoa simpática e sociável por aqueles que me conhecem					
Não tenho problemas em mudar meu planejamento quando necessário					
Sinto que posso me adaptar aos acontecimentos e contratempos do dia a dia com facilidade					
Tenho dificuldades em aceitar novas ideias					
Consigo falar do meu negócio com facilidade					
Tenho dificuldade em fazer negociações					
Considero-me uma pessoa persuasiva					