

EMPREENDEDORISMO FEMININO

ANTUNES, Stefanny Raissa Alves.¹

MACHADO, Jucilene Ribeiro.²

MASCARENHAS, Carlos Cesar.²

NAGATSUKA, Divane Alves da Silva.²

OLIVEIRA, Felipe. Mateus ²

MACHADO, Victor Andrade ²

1 RESUMO

O presente artigo “Empreendedorismo feminino: Suas colaborações para uma Sociedade” mostra a importância de estimular o empreendedorismo feminino e como isso pode impactar de forma positiva toda a economia de um país. Foram levados em conta todos os dados que apontam o empreendedorismo em si como uma inovação atualmente, com números que mostram a força que as mulheres criaram ao longo dos anos. É importante trazer esse assunto, principalmente nos tempos atuais. Sendo usados estudos comparativos para mostrar que as mulheres empreendedoras estão à frente em muitos aspectos e isso cresce cada dia a mais. A ideia principal é mostrar as dificuldades que as mulheres enfrentam e toda a influência que elas exercem sendo donas do seu próprio negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Impactos.

2 INTRODUÇÃO

O artigo tem como foco apresentar dados e pesquisas relacionadas às mulheres como donas de negócios, seu crescimento e mudanças de cenários ao longo dos anos. Tem por objetivo apresentar a importância do empreendedorismo feminino nos dias atuais e como as mulheres estão a procura de oportunidades de abrir o seu próprio negócio. Serão analisadas fontes de pesquisas em sites e estatísticas anuais sobre como a mudança de opinião e expressão da mulher influencia e impacta outras mulheres e o país financeiramente.

Diversas pesquisas mostram que o empreendedorismo feminino no Brasil tem se tornado maior a cada ano que passa. De acordo com as pesquisas feitas pelo SEBRAE entre 2014 e 2019, o empreendedorismo feminino aumenta em 124%. As mulheres tem se preocupado em ter sua própria renda extra, assim, ocupando a parte empreendedora dentro do mercado de trabalho. O PNADC (Pesquisa

Nacional por Amostra de Domicílio contínua) mostrou uma pesquisa realizada pelo IBGE onde 9,3 milhões de mulheres estão à frente dos negócios no Brasil. Em 2018 já eram 34% das “donas de negócios”.

O aumento de mulheres abrindo seus próprios negócios vem da necessidade de uma fonte de renda. Principalmente aquelas que não sustentam apenas a si mesmas e sim tem outras pessoas para cuidar. Um bom exemplo disso são as mulheres que tem filhos e procuram dar condições financeiras melhores para eles. Junto a isso podemos considerar que o motivo independência financeira não está tão longe como imaginamos. A vontade de se desprender de amarras abrindo seu próprio negócio, também entra como uma opção eficaz.

Atualmente o empreendedorismo tem sido tema em diversos locais. A ideia de ter o seu próprio negócio e ser o seu próprio “patrão” é quase como um sonho futuro para muitas pessoas. Boa parte delas não sabem por onde começar ou como tornar tudo o que falam em realidade. Essa insegurança aumenta em relação às mulheres. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Avon mostrou que as mulheres ainda não se sentem encorajadas a entrar no mundo empreendedor. De acordo com os dados, isso diminui seu potencial em 50% ao ponto de limitar suas ações. Essa mesma pesquisa mostrou que 77% das mulheres dizem aumentar sua confiança sendo empreendedora, enquanto 65% dizem que ter o próprio negócio mudou a forma como eram tratadas pelas pessoas.

Esses dados só mostram como o empreendedorismo feminino é importante não só para a sociedade em si e sim para as próprias mulheres. A partir do momento que tem seu próprio negócio tornando-se um modelo a ser seguido não apenas pelas pessoas próximas a ela, mas também por quem vê de fora. É importante termos em mente esses dados e como eles influenciam na maneira de pensar das pessoas. Qualquer pessoa que for começar um negócio necessita de apoio, seja familiar ou qualquer outra pessoa, seja ela próxima ou não. Essas atitudes elevam a confiança das mulheres para deixarem suas inseguranças de lado, fazendo com que seus esforços não sejam limitados e possam dar tudo de si naquele instante.

Lembrando que as principais áreas de atuação estão focadas em moda, beleza e alimentação. Dados como esse mostram o reflexo da sociedade em razão as escolhas que elas têm e suas preferências dentro de tantas oportunidades. Quando pensamos em empreender, precisamos ter em mente que não é apenas vender seu produto, você precisa mostrar que ele vale a pena ser comprado. Que o dinheiro que poderia ser gasto com qualquer coisa, deva ir para o seu produto. Uma mulher que é gosta de cozinhar pode pensar em ideias inovadoras para abrir seu próprio negócio. Esse é apenas um exemplo do que se pode fazer dentro do empreendedorismo feminino.

A motivação é exercida dentro da sociedade atual. Como dito antes, mulheres empreendedoras têm aumentado a cada ano que passa. Elas estão andando conforme os anos e cuidando da sua própria estabilidade financeira. A desmotivação muitas das vezes parte pela falta de apoio das pessoas próximas

e isso juntado a insegurança que as mulheres podem vir a sentir, acaba por “destruir” o seu sonho de empreender sem nem mesmo ter começado.

O empreendedorismo feminino começou a romper barreiras a partir do momento que as mulheres resolveram se posicionar no mercado de trabalho.

3 JUSTIFICATIVA / OBJETIVO

As mulheres estão se tornando as novas geradoras de emprego da nossa sociedade, e abrindo novos caminhos para que o empreendedorismo possa ser conhecido por todas as pessoas. Estatisticamente mostrando que independentemente da idade, nunca é tarde para empreender e ter seu próprio negócio.

A ideia principal focada na liberdade financeira que boa parte das mulheres deseja. A maioria delas tendo seus objetivos focados em estabilizar melhor a sua vida, juntando tudo isso a uma nova autoconfiança que vão adquirir com o tempo. Agora, sabendo do seu real impacto dentro da economia nacional e como suas atitudes influenciam outros, é considerável afirmar que o empreendedorismo feminino veio para pavimentar todos os nichos relacionados a empreender e o sua importância dentro da sociedade em que vivemos.

Desde muitos anos atrás, as mulheres trabalham para crescer no mercado de trabalho. Isso dentro de um país onde não se tinha a noção e tão pouco a ideia que as mulheres poderiam vir a ser donas de seu próprio negócio.

A ideia de colocar esse assunto em alta se dá ao momento em que estamos vivendo. Como dito acima, muitas mulheres começaram a empreender para ter uma renda extra devido à pandemia que se instalou no país e ainda continua. As pessoas precisam continuar com a vida, e digo isso especialmente sobre as mulheres. Começar um negócio do zero não é fácil, principalmente se a pessoa não tem qualquer tipo de apoio e acaba construindo seu espaço sozinho.

É necessário falar mais sobre como essas atitudes impactam não apenas as pessoas ao redor, mas o mundo inteiro. O aumento na economia é notável a cada nova empresa que abre, levando em conta que as mulheres estão em disparada nesses dados. Trazer ao mundo a importância de ter mulheres tomando a frente nos negócios é muito importante. Isso ajuda a impulsionar outras mulheres que querem empreender, mas ainda sentem medo.

A desvalorização da mulher dona do seu próprio negócio ainda existe junto a um machismo enraizado que faz com que a mulher seja colocada como inferior na maioria das vezes. A força e influencia que ela exerce no seu trabalho, impacta outras mulheres e faz com que ela se torne um modelo a ser

seguido por outras. Não é mais uma realidade alternativa ter mulheres que se posicionam e dizem em voz alta o que querem e como querer.

A geração das mulheres empreendedoras aumenta a cada dia. Seus negócios crescem e ficam conhecidos na sua cidade, assim, gerando reconhecimento não apenas para si como também para o lugar em que mora.

Não se esquecendo das novas geradoras de emprego que a sociedade precisa. Então aos poucos pavimentando uma ideia de realização profissional e pessoal que antes parecia impossível e agora, está mais perto do que se imagina.

A necessidade de falar sobre empreendedorismo e através disso influenciar outras mulheres a empreender, é mais que a vontade de fazê-las crescer no mercado de trabalho. O objetivo principal é mostrar que unindo todas essas ações, os impactos econômicos sofreram grandes mudanças e essas mudanças irão ser por conta das mulheres. O mundo precisa de mulheres fortes e inovadoras para que assim tenha uma mudança real no cenário atual. Além de trazer toda a importância do empreendedorismo feminino nos dias atuais necessitando de mais apoio e desenvolvimento. Focando nas oportunidades de se abrir o próprio negócio.

É importante termos em mente que o empreendedorismo feminino é uma peça fundamental para as pequenas cidades. Isso porque uma pequena cidade se sustenta com os comércios locais e quanto maior a abertura deles, maior será a economia. Especificamente falando, as mulheres estão a frente na abertura dos negócios. Sejam eles em estabelecimentos próprios ou sua residência. Nos dias de hoje é comum usarem o sistema de entrega ou no caso, o delivery. Isso está ajudando os pequenos empreendedores a aumentarem seus leques de opções e deixando seus clientes satisfeitos com a maneira que os produtos chegam até eles, de modo rápido e prático.

Como dito anteriormente, as mulheres incentivam umas às outras e assim acontece o que chamamos de “inspiração”. As empreendedoras querem ter voz e serem conhecidas pelos seus trabalhos. Muita das vezes algo que dá certo com uma mulher não dará certo com as outras. Tentar métodos eficazes e práticos dentro dos negócios irá auxiliar na hora de propagar e vender o seus produtos.

Assim, existem estudos necessários que as empreendedoras precisam fazer para se dar bem no mercado. Isso acaba sendo conformado por Zahra e Covin (1995), o fato de que organizações empreendedoras têm um impacto positivo nas medidas de performance financeira.

E com isso, o objetivo é mostrar que com força de vontade e estudo você pode abrir o negócio que desejar sem ter o pensamento que não dará certo e desistir logo no inícios. A persistência é a chave para alcançar aquilo que desejamos. Nos dias de hoje ter o apoio de outros é difícil. Isso é referente não apenas

a pessoas desconhecidas, mas aquelas próximas a você que não reconhecem o seu lado empreendedor. Conseqüentemente apresenta a ideia de que um negócio que mal abriu já pode fechar as portas.

Desta forma, podemos dizer que existe toda uma questão de dúvida e medo que juntas dificultam ainda mais o trabalho. A estabilidade física e mental precisa andar juntas para que seja possível mostrar seu lado inovador sem que existam quaisquer problema.

Por isso observa-se claramente que o maior problema das empreendedoras femininas é a falta de crédito que as pessoas dão as suas ideias, a falta de apoio e incentivo que ocorre quando seus negócios já estão funcionados.

4 METODOLOGIA

Neste artigo a forma da pesquisa qualitativa, obtendo uma amostra diante ao contexto do empreendedorismo feminino. Assim, elaborando um questionário para empreendedoras focando na observação da verificação de valorização e um outro questionário exposto a sociedade para verificar o que tem se observado ao empreendedorismo feminino. Desta forma, busca se ter uma visualização do que as empreendedoras vivem e o que a sociedade visualiza no cotidiano. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática, conforme Gil (2008).

A forma da busca das amostras em relação ao questionário da sociedade foi pelo *google forms* e solicitado as pessoas a acessarem o link e responder, em relação as empreendedoras foi buscado empreendedoras para a realização do questionário.

A abordagem será qualitativa, devido que as principais características dos métodos qualitativos são a imersão do pesquisador no contexto e a perspectiva interpretativa de condução da pesquisa (Kaplan & Duchon, 1988). Além de ter um questionário sendo realizado para verificar o tempo da atuação das mulheres nos negócios e sua visão diante ao processo. Além de verificar se as empreendedoras acreditam que existe a valorização do empreendedorismo feminino.

5 DESENVOLVIMENTO / REVISÃO DA LITERATURA

5.1 EMPREENDEDORISMO

De forma clara e objetiva, o empreendedorismo está atrelado a vontade de inovar em algum aspecto. Na nossa sociedade podemos encontrar diversos problemas se caracterizando pelo seu nível de dificuldade, a que classe pertence e como seus fundamentos podem afetar de forma positiva ou negativa toda a parte econômica e social de uma sociedade. Por isso os empreendedores têm uma visão ampla de qualquer situação que estão dispostos a cuidar, de maneira que mesmo na pior das hipóteses sua mente poderá pensar em uma solução útil e agradável a todos. O empreendedor é conhecido por suas ideias e a maneira que executa elas, ter a visão de um estabelecimento ou empresa de grande porte e saber as mudanças que ela precisa, é um grande feito.

De maneira direta ou indireta contribuindo para a melhoria local dentro das organizações. Conseguindo transformar o pior dos cenários em algo grandioso e criativo trás o real significado de empreender. Com isso, os empreendedores não tem preocupações em como isso pode parecer difícil aos outros. Tendo claramente a consciência de que independente das circunstâncias empreender é um ato digno e responsável daqueles que se preocupam com algo relacionado ao futuro.

Segundo Hisrich & Peters (2002), o empreendedorismo se caracteriza por uma capacidade de identificar oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos.

Não esquecendo que com o empreendedorismo vem a independência e desejo de continuar inovando a aprendendo cada dia mais com o seu negócio próprio. É dado o poder de pegar tudo do zero e transformar em algo novo ou inovar o que já era bom para que tal coisa se torne ainda melhor.

5.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo feminino é o incentivo e apoio a mulheres que querem ter seu próprio negócio e/ou ocupar cargos altos dentro das organizações. Essa ideia é voltada a mulheres que tem uma visão de futuro diferente das demais, pensando em como o trabalho duro e esforço serão compensados no fim.

Nos dias de hoje é comum encontrar mulheres empresárias comando pequenos negócios ou grandes empresas. Muitas delas com estudo elevado em comparação aos demais e competência necessária para lidar com qualquer que seja a problemática. As mulheres brasileiras têm participado ativamente no cenário empreendedor, motivadas por sobrevivência, e maior participação em negócios iniciais em detrimento dos empreendimentos estabelecidos (GEM, 2005).

Tendo as mulheres como linha de frente na abertura dos negócios, além de toda a questão relacionada aos estudos e o tempo que elas têm feito isso. Naturalmente esse progresso tem avançado cada

vez mais, mesmo com todas as dificuldades encontradas ao longo do caminho. Isso levando em conta todo o impacto que elas têm na sociedade.

Assim, para GRZYBOVSKI et. al. 2002,

a mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão.

As mulheres têm o poder de influenciar uma à outra. Seja pelo modo que conduz o seu negócio ou o motivo pelo qual começou a empreender. Esse tipo de incentivo é comum dentro de uma comunidade. A ideia de que: se aquela pessoa pode, eu também posso. O Brasil está em aprendizado quando se trata de “mulheres empreendedoras”. Não é mais incomum notarmos que elas agora estão à frente dos negócios, mas ainda existe certa “resistência” para aceitar. Isso porque as mulheres ainda estão conquistando aos poucos o espaço que antes pertencia apenas aos homens.

5.3 INCENTIVOS

Os incentivos vêm de direções e modos diferentes. Uma das principais é a independência financeira ou usando outras palavras, a independência da CLT. Há tempos as mulheres vêm buscando essa independência, algumas para si mesmas e outras em prol de terceiros (filhos ou outros dependentes). Poder construir um mundo em que você é a dona e dita as regras é quase utópico, mas vem ganhando força a muito tempo. As mulheres não querem mais ser taxadas de incapazes de algo e estão fazendo de tudo para ir atrás de seus sonhos e realizá-los.

As organizações estão se mostrando mais receptivas para as mulheres, o que era uma realidade impossível de acontecer a alguns anos atrás. As palestras e artigos que trazem não só o tema “Empreendedorismo Feminino” como também empreendedoras reais que passaram por dificuldades como todas as outras, mas se reergueram e se tornaram o que são hoje: mulheres fortes e independentes.

Desta forma, foi possível observar que os incentivos partem de diferentes direções, podendo ser dentro de casa como algo mais pessoal ou observando e admirando as mulheres empreendedoras de sua época. É importante ressaltar que graças a esses incentivos as mulheres se sentem mais preparadas para o mercado de trabalho e todas as dificuldades que virão não apenas pela competitividade no âmbito profissional, mas também pelo simples fato de serem mulheres.

E isso foi apresentado na pesquisa GEM (Global entre Monitor, 2019), que praticamente não existe diferença entre homens e mulheres quando se trata do empreendedorismo inicial. Isso sendo positivo diante a busca de políticas voltadas às mulheres empreendedoras.

6. RESULTADOS / ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi realizada com 9 (nove) empreendedoras, com os dados temos questões no qual temos observações interessantes diante a idade e a forma de enxergar o empreendedorismo feminino.

Quadro 1: Questões e apresentação dos resultados - Empreendedoras:

Peruntas	Resultado (%)	Descrição
Qual sua idade?	Menos 18 anos - 36,4%	A maioria(36,4%) têm menos de 18 anos ou está entre 19 e 30
	19 à 30 anos - 36,4%	
	31 à 49 anos - 18,2%	
	Mais 50 anos - 9,1%	
Há quanto tempo é empreendedora?	Menos de um ano - 9,1%	A parte de 45,5% das mulheres têm dois a três anos de mercado
	Um ano - 27,3%	
	Dois à três aos - 45,5 %	
	Mais de três anos - 18,2%	
Qual área de atuação?	Alimentícia - 9,1%	A maior parte das mulheres (54,5%) atuam na parte de Moda e Beleza
	Moda e Beleza - 54,5%	
	Vestuário - 27,3%	
	Outros - 9,1%	
Você acha que o empreendedorismo feminino é valorizado no Brasil?	Sim - 18,2%	A maioria das mulheres (81,8%) acham que não é valorizado
	Não - 81,8%	
Você acha que o empreendedorismo feminino é valorizado na sua cidade?	Sim - 18,2%	A maioria das mulheres (81,8%) acham que não é valorizado
	Não - 81,8%	
O empreendedorismo feminino tem algum tipo de impacto na economia?	Sim - 90,9%	Com a maior porcentagem (90,9%) acreditam que tem impacto
	Não - 0%	
	Talvez - 9,1%	

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Nesta pesquisa, observou que referente a idade dos respondentes temos a prevalência da faixa etária entre menos de 18 anos com 36,4% e a faixa etária de 19 à 30 anos com valores iguais. Constatando assim, que as empreendedoras são muito novas em relação a idade.

Em relação ao tempo do empreendimento temos a reflexão de que são novos no mercado com o período de 2 à 3 anos, ainda buscando uma estabilidade no meio que se encontra. E a atuação das mesma temos 54,5 % na Moda e Beleza, sendo o foco de mulheres atendendo para mulheres.

Na pesquisa foi questionado também a opinião das mesma sobre a valorização do empreendedorismo feminino no Brasil, em sua cidade e se impacta na economia. As respostas formam que 81,8% Acham que não é valorizado o empreendedorismo feminino no Brasil e nem nas suas cidades e 90,9% acreditam sim que o empreendedorismo feminino impacta na economia.

Com isso, apresenta-se as questões e a reflexão das empreendedoras diante as suas experiências e a realidade da falta de incentivos para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino e a busca de uma rede de apoio.

Em contraponto temos a segunda pesquisa voltada a sociedade que nos traz a reflexão de como é visto o empreendedorismo feminino diante aos entendimentos.

Quadro 2: Questões e apresentação dos resultados - Sociedade:

Idade	25% menos de 18 anos 42% de 19 à 30 anos 31% de 31 à 49 anos 2% acima de 50 anos	42% dos respondentes tem entre 19 à 30 anos
Sexo	63% Feminino 37% Masculino	63% foram mulheres que responderam
Você sabe o que é Empreendedorismo?	92% Sim 8% Não	92% informa que sabem o que é empreendedorismo
Quando se ouve falar em Empreendedorismo feminino você consegue entender sobre?	81% Sim 19% Não	81% informam que quando se ouve falar de empreendedorismo feminino entendem sobre.
Se sua resposta foi sim, você entende o quanto ela pode colaborar para a sociedade?	75% Sim 8% Não 17% Não sei dizer	75% entendem que o empreendedorismo feminino colabora para a sociedade.
Dentro de seus conhecimentos, você consegue observar as dificuldades das empreendedoras (mulheres) da sua região?	69% Sim 11% Não 19% Não presto atenção em relação a este assunto	69% informam que conseguem observar as dificuldades das mulheres empreendedoras
Diante a relação de Políticas Públicas, você consegue visualizar incentivos as mulheres para terem seu próprio negócio?	59% Sim, existem poucas 16% Sim, existem muitas 18% Não tenho conhecimento sobre 6% Não tem nenhuma	59% informa que em relação aos incentivos existem poucos.

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Com a pesquisa realizada foi obtido uma amostra de 110 (cento e dez) pessoas observou-se que a população tem um entendimento ao empreendedorismo, até mesmo pela divulgação das mídias. Sendo apresentado no quadro os dados da faixa etária que responderam foram entre 19 à 30 anos com 42%, 25% menos de 18 anos, 31% de 31 à 49 anos e 2% acima de 50 anos. Em relação ao sexo dos respondentes temos 63% foram mulheres e 37% homens. Na segunda questão, com 92% informam que sabem o que é o empreendedorismo e 8% não sabem.

Em relação a terceira questão sobre o entendimento do empreendedorismo feminino, observou se a relação de uma compreensão não tão fácil, já que nos dados temos as seguintes apresentações de dados: 81% informam que entendem e 19% informam que não entendem. Assim, complementou-se a quarta questão com a relação da contribuição do empreendedorismo feminino a sociedade e os dados foram 75% entendem que o empreendedorismo feminino colabora para a sociedade, 8% não entendem e 17% não sabe dizer sobre isso.

Na quinta pergunta teve a verificação se a nossa amostra de 110 (cento e dez) pessoas observam as dificuldades das mulheres empreendedoras e o resultado foi interessante diante a pesquisa pois 69% informam que conseguem observar as dificuldades das mulheres empreendedoras, 11% não, 19% não prestam atenção a este assunto.

E finalizando as questões foi pergunta se diante as políticas públicas, se eles (amostra) visualizavam incentivos para que as mulheres conseguissem ter seu próprio negócio e o resultado foi que 59% sim, existem poucos incentivos, 16% sim, existem muitos incentivos, 18% não tenho conhecimento sobre, 6% não tem nenhuma.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desse artigo foi possível apresentar alguns conceitos para entendimento do empreendedorismo feminino.

Com a apresentação dos resultados da pesquisa foi possível concluir que o empreendedorismo feminino vem crescendo e conseguindo apoio. As mulheres não estão com medo de estar à frente do seu trabalho e se posicionar como dona de si mesma e do seu negócio.

Essa influência vem com um enorme peso para todo o mundo empreendedor, pois é através de exemplos de mulheres bem-sucedidas e donas de negócios que outros se sentiram motivados a começar a empreender sem medo, além dos incentivos que acabam ocorrendo dentro de políticas públicas.

Esse impacto social também é ligado ao fato de que uma pessoa influencia a outra de maneiras diferentes. Assim, como mulheres são as maiores influências de outras. Mesmo que os trabalhos sejam de diferentes nichos.

A palavra autonomia é um dos grandes sonhos de todas as mulheres que deixam seus antigos trabalhos para dar início a sua jornada empreendedora, com o objetivo de se ter um maior controle das suas funções, horários e dinheiro.

Para essas vantagens acontecerem, as mulheres têm se colocado a frente dos seus medos e inseguranças, esperando começar tudo de algum lugar. Os impactos econômicos e sociais são verdadeiros e acontecem a cada momento quando uma mulher resolve empreender e a mesma consegue apoio ou entendem a forma de se iniciar o processo.

A pesquisa em si trouxe a visão das mulheres empreendedoras, na qual para iniciar foram subestimadas e não encontram apoio algum. Para o desenvolvimento do seu próprio negócio foi necessário muito esforço e entendimento de alguns procedimentos para a efetivação. Até por isso, se observou que a maioria dos negócios femininos são voltados a beleza e moda, já que as mesmas possuem um conhecimento mais apropriado.

E diante a visão da sociedade existem algumas informações que não são tão expostas e com isso não tem tanto conhecimento. Porém, o desenvolvimento do empreendedorismo feminino ocasiona impacto na sociedade perante o processo econômico. Devido a possibilitar empregos e maior rentabilidade.

Com isso, a visão deste artigo ressalta a necessidade de incentivos públicos e mais informações a sociedade para que possa ocorrer o empreendedorismo feminino, como também a busca de apoio em instituições que incentivem o empreendedorismo para um aperfeiçoamento das nossas profissionais.

Diante a isso, se sugere a realização de uma pesquisa sobre todos os incentivos públicos focados para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil. E apresenta-se as dificuldades de respostas na pesquisa, devido as mulheres não se considerarem empreendedoras.

8 FONTES CONSULTADAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. 2004.

_____. Relatório global, 2005

.

_____. Relatório global 2019.

JONATHAN, Eva G.; DA SILVA, Taissa MR. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, p. 77-84, 2007.

NATIVIDADE, Daise Rosas da Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *Revista de Administração Pública* [online]. 2009, v. 43, n. 1 [Acessado 11 Novembro 2021] , pp. 231-256. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0034-76122009000100011>>. Epub 26 Mar 2009. ISSN 1982-3134. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122009000100011>. Acessado em 11/10/2021 às 16h15min