



Mulheres Chefes de Domicílio e Empreendedoras

Kátia Patrício Félix¹; Maria Eirilucia Cruz Macêdo²

Resumo: Este presente trabalho versa sobre a inserção da mulher no empreendedorismo, atravessado pela sua designação histórico-social como chefas de domicílio – responsáveis pela manutenção da família. Portanto, tem como objetivo central indagar sobre qual(is) dificuldade(s) as mulheres enfrentam no processo de inserção ao mercado empreendedor hegemonicamente constituído por homens. O método de pesquisa delineou-se por uma pesquisa bibliográfica. Foram analisados artigos publicados em periódicos científicos, bem como em anais de eventos, além de livros disponibilizados pelas plataformas do Google. Por fim, os resultados discorreram sobre a abertura do mercado empreendedor para o público feminino desde o século XX (fortemente motivada pela Constituição Federal de 88). Entretanto, da mesma forma é notório as dificuldades que atravessam essa inserção. Essas dificuldades se relacionam com o processo de construção histórico-social do gênero feminino. Problemas de viés familiar (papel de principal mantenedora da família), social (sem suporte financeiro), além de dificuldades mascaradas nas organizações – “teto de vidro” – estão presentes no processo. Mesmo diante dessas dificuldades, o gênero está conseguindo conciliar o âmbito profissional com outros âmbitos de sua vida, pois possuem perfil de empreendedora e estão ganhando espaço nas lutas sociais (vide o feminismo).

Palavras-chave: Empreendedorismo; empreendedorismo feminino; chefas de domicílio.

Household Heads and Entrepreneurs

Abstract: This work deals with the insertion of women in entrepreneurship, crossed by their historical-social designation as heads of household - responsible for the maintenance of the family. Therefore, its main objective is to inquire about what difficulty (s) women face in the process of insertion into the entrepreneurial market hegemonically made up of men. The research method was outlined by a bibliographic search. Articles published in scientific journals were analyzed, as well as in the annals of events, in addition to books made available by Google platforms. Finally, the results discussed the opening of the entrepreneurial market to the female public since the 20th century (strongly motivated by the Federal Constitution of 88). However, in the same way, the difficulties that go through this insertion are notorious. These difficulties are related to the process of historical and social construction of the female gender. Problems of family bias (role of the main breadwinner of the family), social (without financial support), besides difficulties masked in organizations - “glass ceiling” - are present in the process. Even in the face of these difficulties, gender is managing to reconcile the professional sphere with other areas of its life, as they have an entrepreneurial profile and are gaining space in social struggles (see feminism).

Keywords: Entrepreneurship; female entrepreneurship; household heads.

¹ Aluna no curso de pós-graduação de Gestão de Marketing e Recursos Humanos pelo Centro Universitário Vale do Salgado (UniVS). Contato: katia.pfelix@hotmail.com;

² Professora especialista no curso de pós-graduação em Gestão de Marketing e Recursos Humanos pelo Centro Universitário Vale do Salgado (UniVS). Contato: mariaerilucia@hotmail.com.

Introdução

De acordo com o levantamento realizado no fim de 2018 pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) – Monitoramento de Empreendedorismo Global –, patrocinado pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), revelou-se o seguinte arranjo: mulheres que possuem algum empreendimento ou realizaram alguma ação visando ter o próprio negócio (formal ou informal) totalizavam 24 milhões, abaixo apenas quatro milhões em relação aos homens (SEBRAE, 2019). E mais: as mulheres empreendedoras representam 45% das “chefas de domicílio”, demonstrando que, mesmo com crescimento acelerado de negócios liderados por mulheres, elas procuram conciliar o trabalho, os afazeres domésticos, a busca por independência financeira e a ascensão profissional, visto que as mulheres necessitam mais que os homens do conforto e da segurança de um empreendimento, devido fatores histórico-sociais abordados mais adiante (SEBRAE, 2019).

Sendo assim, os dados denotam o crescente aumento das mulheres inseridas na área de empreendimento, levantando o interesse em novas pesquisas para democratizar esse tema para auxiliar a inserção das mulheres ao mercado empreendedor. A partir disso, indaga-se: qual(is) dificuldade(s) ou impedimento(s) as mulheres enfrentam no processo de inserção no mercado empreendedor hegemonicamente constituído por homens?

Portanto, essa pesquisa objetiva discutir a(s) dificuldade(s) que as mulheres enfrentam em consonância com outras áreas de sua vida para empreender ou tornarem-se empreendedoras. Para tanto, busca definir o que é empreendedorismo e como a mulher está inserida neste contexto.

O presente trabalho delineou-se em uma pesquisa bibliográfica de cunho científico. Foram utilizados artigos e livros de fontes confiáveis disponibilizados por anais de eventos, revistas científicas e serviços do Google – Google Acadêmico e Google Livros. Todo o conteúdo está editado em língua portuguesa. O foco da pesquisa limitou-se a referências que apresentavam as palavras-chaves “empreendedorismo” e “empreendedorismo feminino”.

Por fim, sabendo que muitas das mulheres empreendedoras possuem dificuldades para inserirem-se completamente nesse mercado, é necessário se atentar a esse tema cada vez mais relevante e pesquisar como se dá(ão) essa(s) dificuldade(s), bem como dialogar sobre empresas lideradas por mulheres que, mesmo com poucos investimentos, poucos funcionários e pagando mais taxas com empresas menores – consequentemente menor lucro –, além de outros fatores

sociais contribuintes para a(s) dificuldade(s), têm o crescimento acelerado e satisfatório frente aos negócios liderados por homens (SEBRAE, 2019).

Referencial Teórico

Empreendedorismo

O termo empreendedorismo (em inglês, *entrepreneurship*) é uma expressão que tem origem na França – refere-se àquele que assume riscos e inicia atividades laborais (RUIZ, 2019). Esse termo é bastante popular nos Estados Unidos, onde o capitalismo é robusto e influencia esse tema. No Brasil, o termo começou a ser utilizado recentemente, no fim da década de 1990, devido a “abertura para o mercado externo, grande movimento da privatização de estatais, quebra de alguns monopólios, forte desemprego” (RUIZ, 2019, p. 11), e especialmente devido ao programa Brasil Empreendedor, disponibilizado pelo Governo Federal, a fim de capacitar mais de um milhão de brasileiros na elaboração de planos de negócios, visando captar recursos orçamentários, e de outros programas influentes como Sebrae e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) (DORNELAS, 2008).

GEM (2010) conceitua empreendedorismo como:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas. (p. 215).

Para Bessant e Tidd (2019), empreendedorismo é a união de vários fatores – “visão, paixão, energia, entusiasmo, insight, bom senso e o bom e velho esforço” (p. 10) – que possibilita transformar a ideia em ação; ou a ideia em oportunidades (DORNELAS, 2008) a partir da colaboração dos indivíduos engajados, e a criar valor social e comercial para a organização.

O empreendedorismo é bastante importante em organizações que precisam renovar, de modo criativo, suas ofertas e como a entregam. Entretanto, a força motriz para modificar a organização vem dos próprios indivíduos, agindo sozinhos ou inseridos em grupos. Eles são o pilar central de toda organização.

Ainda segundo os autores Bhidé (2002); Bessant e Tidd (2019), a adoção do empreendedorismo é fundamental, seja em qual for a organização, pois agarrar as oportunidades, elaborar recursos mais criativos e aplicá-los, absorvendo os benefícios, além de criatividade e boa adaptação, são habilidades fundamentais para a longevidade da organização e para a sobrevivência diante o mercado.

Para consolidar o empreendedorismo na organização, é necessário pesquisar e desenvolver ideias. De início, essa etapa é fugaz e incerta. Mas para desenvolvê-las, é necessário esforçar-se, investir e dedicar-se, além de estudar, analisar e testar todas as ideias, para depois aprimora-las e aplica-las na organização. Nessa última etapa é importante conciliar e gerenciar a criatividade com o controle, pois é necessário encontrar soluções rápidas e eficazes para possíveis problemas e atentar-se ao orçamento e outros recursos, como a dedicação e o tempo empregados.

A atual força do empreendedor, de “eliminar barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, e gerando riqueza para a sociedade” (DORNELAS, 2008, p. 6) faz com que a era atual seja reconhecida como “A Era do Empreendedorismo”.

Auxiliado pela força da tecnologia, especialmente a internet, a era atual (Era do Empreendedorismo) permite o empreendedor gerar negócios de relevância mundial em pouquíssimo tempo, algo que era impossível alguns anos atrás. Em países em desenvolvimento, como o Brasil, os negócios concentram-se em “empreendimentos de necessidade”: negócios que os indivíduos se inserem por falta de opções de trabalhos ou para buscarem renda extra. Esses negócios são em sua maioria informais, e acabam por fracassarem rapidamente, pois não têm suporte e planejamento necessários (DORNELAS, 2008).

Dessa forma, a capacitação para o empreendedorismo e a ideia de empreender torna-se cada vez mais relevantes, pois o que se espera é que o poder econômico dos países dependa exclusivamente dos seus pupilos, futuros empreendedores, e de sua competitividade, dado a busca pela sobrevivência em longo prazo das organizações.

Para finalizar, Teixeira et al (2011) defendem que “conhecer mais e melhor as características do empreendedor é conhecer ainda mais e melhor a natureza humana” (p. 7).

Empreendedorismo Feminino

No entanto, a história do empreendedorismo feminino teve um início e percurso diferentes. Foi somente no século XX que as mulheres ganharam espaço nas funções antes realizadas somente por homens, pois muitos deles foram enviados para pontos estratégicos de guerrilha ou mesmo morreram nos campos de batalha das duas Guerras Mundiais. Entretanto, apenas em 1988, com a Constituição Federal, que a mulher teve direito por lei de se igualar aos homens, tanto em salário quanto em condições de trabalho (AMORIM; BATISTA, 2011).

A inserção contínua das mulheres no mercado de trabalho traz mudanças relevantes no que tange a estrutura das relações profissionais, nas estratégias utilizadas e na relação com os clientes (MARTINS et al, 2010), tornando-se um tópico bastante relevante no mundo.

Entretanto, Gimenez, Ferreira e Ramos (2017) denotam que o campo de pesquisa relacionado ao empreendedorismo feminino ainda não é um campo totalmente estabilizado no Brasil. Os estudos tiveram relevância a partir dos anos 2000 e possuem natureza qualitativa.

Gomes (2006) identifica que as pesquisas por empreendedorismo feminino têm crescido consideravelmente, mas agora na óptica de natureza quantitativa. Ainda segundo a autora, as mulheres estão cada vez mais empreendendo, sendo bastante relevante, no que tange ao lado econômico, por gerar renda para a mulher e os colaboradores; social, por possibilitar o equilíbrio entre trabalho e família; e político, ao desenvolver sua autoestima.

Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008) descrevem que a inserção das mulheres no mercado de trabalho não tem mais como único e principal objetivo o complemento financeiro – já que na maioria das vezes a renda principal da casa provém do marido –, mas, sim, de um exercício vocacional, algo como desejo de construir uma identidade como sujeito trabalhador.

Portanto, o empreendedorismo é uma tendência necessária para os estudos, pois, com o passar dos anos, a precarização do trabalho, o crescimento da terceirização, a quarteirização e outros acontecimentos, como a necessidade de sustentar o lar, principalmente por mulheres mães solteiras – cerca de 11 milhões, segundo dados do IBGE de 2015 (O GLOBO, 2017) – contribuíram para o crescimento da mulher inserida no mercado de trabalho.

O empreendedorismo feminino é um mecanismo que colabora para o aumento e ajuste da economia, reforçando a necessidade de entender como se dá o empreendedorismo, mesmo vários impedimentos (GOMES, 2006).

Bhidé (2002) considera empreendedor aquele sujeito que descobre e aproveita as novas oportunidades no mercado, naturalmente criando novos empreendimentos.

Sobre as características clássicas, Gomes (2006) define como: faixa etária de 35 a 50 anos, casada, com filhos, alto nível de educação formal e atuação em pequenos negócios.

Três anos depois, Natividade (2009) salienta que a idade média das mulheres trabalhadoras no Brasil agora gira em torno de 25 a 34 anos, coincidentemente com a idade média da formação da família (construção de um lar com o marido, posteriormente também com os filhos).

Em relação às características qualitativas, Fádua Sleiman, diretora do Conselho Nacional da Mulher Empresária (RADAU, 2017) define o perfil da mulher empreendedora atual como mulheres entusiasmadas, que demandam por informações, delegam poderes e atribuem tarefas, comprometem-se com o desenvolvimento empresarial, tem outras mulheres empresárias que se espelham e se influenciam, respeitam as regras e cativam as pessoas. Acrescenta ainda que a mulher empreendedora “[...] sabe que planejamento e pesquisa são a base do sucesso” (p. 14).

E para alcançar um bom nível administrativo, essas mulheres devem possuir habilidades técnicas (conhecimento de produtos e serviços, atendimento ao cliente, atuação profissional etc.); habilidades gerenciais (conhecimento de administração, planejamento, controle, organização, coordenação, etc.); e habilidades pessoais (relação social e interpessoal) (RUIZ, 2019).

E, ao contrário do que se pensa, o perfil de um empreendedor é em sua maioria de dúvidas, incertezas, dilemas e reflexões, intrínsecos à personalidade e ao convívio social. Esses questionamentos estão relacionados à trajetória profissional, como melhorias para a empresa, questionamentos sobre a atuação profissional etc.; e para/com o âmbito individual e social, como dúvidas sobre a família apoiar, se essa é a carreira que deseja seguir, será futuro certo ou se conseguirá transpor às dificuldades etc.

Mulheres: Chefes de Domicílio e Empreendedoras

Os mais de 20 discursos apresentados no livro organizado pela Letícia Hoppe e Ionara Rech (2019) denotam a dificuldade financeira, familiar e social que as mulheres enfrentam para

ingressar no empreendedorismo. Os depoimentos denotam resiliência, inspiração, força de vontade e, sobretudo, a responsabilidade de cuidar, educar e amar os filhos.

Entre tantas dificuldades descritas no depoimento, como a conciliação entre casa-família-trabalho, a organizadora Letícia Hoppe encabeça um projeto denominado Empreendedorismo Feminino, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Nascido em 2016, o projeto oferece um espaço de discussão sobre negócios, economia, gênero e tantos outros temas pertinentes na identificação da mulher enquanto ser social. Além das discussões, o projeto intervém com workshops, palestras, seminários, e auxilia as novas empreendedoras a adentrar no mercado de trabalho.

Para Diehl e Boas (2015), o empreendedorismo de mulheres influencia positivamente no que tange à “descentralização do poder, que possibilita maior velocidade nas ações; o incentivo nas relações, com base na confiança e comprometimento; e a interação que facilita a comunicação e proporciona transparência.” (p. 9). Sendo assim, é considerável que a mulher exerça uma liderança mais compreensiva que os homens. Embora não signifique que seja menos exigente, mas busca entender cada indivíduo antes de cobra-lo.

Para liderar, Leite (1994) destaca que as mulheres levam em consideração opiniões compartilhadas pelo grupo, já que o perfil de uma mulher empreendedora está presente o espelhar-se em outras empreendedoras. Entretanto, para Cassol (2006), no empreendedorismo feminino é destacada a habilidade de gerenciamento das mulheres; característica que garante o sucesso nas empresas onde têm mulheres na liderança.

Assim como cresce o empreendedorismo feminino, a sociedade se desenvolve. Hoje, as mulheres são – e podem ser – líderes empresariais, presidentes, chefes de família, e assumem cada vez mais os postos que antes pertenciam aos homens - e somente a eles.

Por si só a iniciação no mercado empreendedor é difícil, mas as mulheres enfrentam dificuldades extras, dado o processo de construção histórica atrelada a esse gênero (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Rodrigues, Padilla e Malheiros (2011) definem que a estrutura social desestimula o ingresso da mulher no mercado de trabalho. Em contrapartida, ressalta-se a importância das características e competências individuais que as mulheres possuem. O papel social de mulher desestimula o empreendedorismo no que se refere aos problemas decorrentes do gênero, como ter o cargo de cuidar e se responsabilizar pela casa e pelos filhos, carecendo de autoestima e de autoconfiança, gerando menos experiências de trabalho e maior exposição a situações de

desemprego e de exploração da mão-de-obra. Os efeitos do trabalho na mulher produzem potencialidades de libertação, autonomia, aumento da autoestima, dentre outros benefícios.

As mulheres possuem menos destaque, confiança e credence em sua posição profissional se comparado ao *mainstream*³ masculino dominante, por exemplo, no âmbito de financiamentos⁴ (RODRIGUES; PADILLA; MALHEIROS, 2011).

Lages (2005) identifica que os estereótipos intrínsecos na cultura colocam a mulher como papel secundário em relação ao mercado de trabalho, realocando-a fortemente ao âmbito doméstico. Em sua opinião, para superar as barreiras que impedem a livre inserção das mulheres no mercado de trabalho, deve-se iniciar por transformações culturais que possibilitem o reconhecimento e aceitação das potencialidades das mulheres no que diz respeito ao trabalho.

Portanto, a autora confirma que somente após essas mudanças, pode-se pensar em mulheres inseridas facilmente no mundo do trabalho e do mercado empreendedor. Embora as transformações sociais venham acontecendo paulatinamente, estão direcionadas apenas às mulheres mais privilegiadas – as que possuem melhor condição socioeconômica (LAGES, 2005).

As mulheres pagam um alto preço por essas transformações: altas jornadas de trabalho análogo ao escravismo, estresse, doenças psicossomáticas, esgotamento profissional (Síndrome de *Burnout*), cobranças do lar e do cuidado dos filhos etc (LAGES, 2005).

Se há barreira relacionada à aquisição de recursos econômicos e outros insumos, há violência simbólica, como pontua Bourdieu (2012). A dominação patriarcal, a opressão e a discriminação são tão fortemente internalizadas nos corpos dos indivíduos, que se tornam naturais à divisão das coisas pelo sexo. Sendo assim, cabe à mulher a manutenção da casa e da família; e ao homem, o trabalho e a renda familiar.

A confluência entre o papel esperado pela sociedade e o papel real da mulher exerce força impeditiva e dificuldade em compor elenco profissional, tanto como proprietária como colaboradora, impedindo o crescimento ou a manutenção do empreendimento (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Teixeira e Bomfim (2016) defendem que o conflito na dimensão profissional administrativa não é exclusivo das mulheres. Mas, no caso dos homens, eles têm apoio geralmente da esposa. Caso seja o contrário, por mais que tenha ajuda de terceiros – ou do

³ Corrente de pensamento mais comum ou generalizada no contexto de determinada cultura.

⁴ Este é um dos fatores contributivos que, segundo o relatório do GEM 2018, as mulheres pedem menores quantidades e valores de empréstimos, pois elas não são “confiáveis” para tal.

marido –, ainda há a manutenção da família, as tarefas do lar para realizar e os filhos para cuidar.

Carrijo e Ferreira (2017) ainda expõem outros dois fatores impactantes na relação da mulher com o empreendedorismo: o “teto de vidro”⁵ existente nas organizações e o assédio moral e sexual sofrido pelas mulheres.

Considerações Finais

A partir do discutido, é notável a abertura de espaço no mercado de trabalho para o empreendedorismo feminino, desde o século XX, onde as mulheres estão ocupando cada vez mais os espaços que antes pertenciam aos homens – e somente a eles. Entretanto, da mesma forma é notória as dificuldades que as mulheres perpassam nesse processo de inserção empreendedora.

Considerando que apenas a partir da efetivação da Constituição Federal, em 1988, as mulheres puderam prestigiar direitos, salários e condições de trabalho iguais aos homens, elas vêm empreendendo cada vez mais com o objetivo não mais de suporte financeiro – visto que geralmente é o marido que fornece a principal renda –, mas de independência financeira, de construção de uma identidade autônoma, de desenvolvimento da autoestima, de libertação.

As dificuldades que as mulheres enfrentam no processo empreendedor são reforçadas pela construção histórico-social intrínseca ao gênero – as mulheres possuem um papel secundário no mercado, onde são constantemente realocadas para o âmbito doméstico.

As dificuldades, em sua maioria, repercutem do viés familiar (relacionado ao suporte e manutenção da família – marido e filhos); e social (não possuem suporte financeiro tais quais os homens possuem – pois não estão no *mainstream* empresarial –, da mesma forma que muitas vezes não possuem apoio do marido ou mesmo de familiares mais próximos). Essas dificuldades desestimulam a inserção e influenciam diretamente na identidade delas, além de forçarem-nas a uma maior exposição a situações de desemprego ou de exploração da mão-de-obra – ou mesmo do corpo.

⁵ “Teto de vidro” é uma expressão que significa uma “barreira transparente”, onde impede a mulher de se igualar aos homens nas organizações, tanto em cargo hierárquico como em salário. Em sua obra denominada “Mulheres: Muito Além do Teto de Vidro” (1994), a autora Christina Leite aborda melhor esse termo.

As mulheres líderes de empreendimentos possuem perfil característico para o sucesso, pois cativam os clientes e colegas de trabalho, delegam poderes e atribuem tarefas, respeitam regras, comprometem-se etc. Os benefícios delas perpassam a descentralização do poder, confiança e comprometimento com a clientela, facilitação e transparência na comunicação entre outros benefícios, tornando a liderança feminina mais compreensiva – e muitas vezes melhor – que a dos homens.

Sendo assim, mesmo com todas as dificuldades visíveis (não apoio familiar, financeiro, entre outros) e não visíveis (preconceitos mascarados nas relações sociais – “teto de vidro”), as mulheres estão chegando ao topo das organizações, dado seu modelo de gestão e de empreendimento; estão conseguindo conciliar o âmbito profissional dos outros âmbitos (social e familiar) com muita luta e esforço para romper os paradigmas patriarcais; e por fim, mas não menos importante, estão libertando-se dos pesos históricos intrínsecos ao gênero que tanto as empurram contra a liberdade e dificultam a construção de uma identidade autônoma e independente financeiramente.

Referências

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades vivenciadas em histórias de vida. **Anais do VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)**. Goiânia, mar. 2014.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. São Paulo, 2011. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 5 fev. 2020.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e Empreendedorismo**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BHIDÉ, Amar. As perguntas que todo empreendedor deve responder. In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e estratégia**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. 11ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CARRIJO, Michelle de Castro; FERREIRA, Sara Regina Rizza. Empreendedorismo feminino no Brasil: uma análise a partir de dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Rev. Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 6, n. 6, 2017.

CASSOL, Neidi Krewer. **A Produção Científica na área de empreendedorismo feminino: análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI)**. 2006. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Regional de Blumenau. Blumenau, 2006.

DIEHL, Bruna Villas Boas; BOAS, Andréa Vilas Boas. **Elas Empreendedoras**. São Paulo: Simplissimo Livros Ltda, 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil: 2010**. Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf. Acesso em: 16 jan. 2020.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Empreendedorismo feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa. **Rev. Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, 2017.

GOMES, Almiralva Ferraz. **Mulheres Empreendedoras**. São Paulo: UESB, 2006.

HOPPE, Letícia; RECH, Ionara. (Orgs.). **Empreendedorismo Feminino: Protagonistas de Nossas Vidas**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2019.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Rev. Estação Científica**, 2005, v. 1, n. 7.

LEITE, Christina Larroudé de Paula. **Mulheres: Muito além do teto de vidro**. São Paulo: Atlas, 1994.

MARTINS, Cibele Barsalini; CRNKOVIC, Luciana Helena; PIZZIANATTO, Nadia Kassouf; MACCARI, Emerson Antonio. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Rev. de Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)**. Santa Maria, v. 3, n. 2, p. 288-302, mai./ago. 2010.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Rev. de Administração Pública (RAP)**. Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231-256, jan./fev. 2009.

O GLOBO. Em 10 anos, Brasil ganha mais de 1 milhão de famílias formadas por mães solteiras. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/em-10-anos-brasil-ganha-mais-de-1-milhao-de-familias-formadas-por-maes-solteiras.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2020.

PEÑALOZA, Verónica; DIÓGENES, Camila Gomes; SOUSA, Sara Jamile Aragão. Escolha profissional no curso de Administração: tendências empreendedoras e gênero. **Rev. de Administração Mackenzie (online)**, v. 9, n. 8, p. 151-167, 2008.

RADAU, Monise. Mulheres em Evidência: Entrevista com Fádua Sleiman. In: MEU PRÓPRIO NEGÓCIO. **Guia Para Montar Seu Próprio Negócio**. 2ª ed. São Paulo: On Line Editora, 2017.

RODRIGUES, Frederica; PADILLA, Beatriz; MALHEIROS, Jorge. A dimensão psico-social do empreendedorismo imigrante feminino. **Rev. Migrações**, Lisboa, 2011, n° 8, p. 93-122.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo**. São Paulo: Senac, 2019.

SEBRAE. **Relatório especial: Empreendedorismo feminino no Brasil**. 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acessado em: 06 dez. 2019.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Rev. Bras. Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, 2016.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; DUCCI, Norma Pimenta Cirilo; SARRASSINI, Noeli dos Santos; MUNHÊ, Vilma Pimenta Cirilo; DUCCI, Larissa Zamarian. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **Rev. de Gestão (REGE)**, v. 18, n. 1, p. 3-18, 2011.



Como citar este artigo (Formato ABNT):

FÉLIX, Kátia Patrício; MACÊDO, Maria Eirilúcia Cruz. Mulheres Chefes de Domicílio e Empreendedoras. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, Maio/2020, vol.14, n.50, p. 127-138. ISSN: 1981-1179.

Recebido: 09/03/2020.

Aceito: 13/03/2020