

## EMPREENDEDORISMO FEMININO NO SETOR DE VESTUÁRIO: OPORTUNIDADES E DESAFIOS NO MUNICÍPIO DE ILHÉUS-BA

Láís Neves da Silva<sup>1</sup>  
Cristiane Nunes dos Santos<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente trabalho teve como objetivo identificar as oportunidades e dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras do setor de vestuário no município de Ilhéus. A pesquisa, realizada por questões de amostragem devido a restrições de tempo, consistiu no envio de um questionário para as mulheres empreendedoras desse segmento, o qual ficou disponível por 10 dias. O estudo envolveu 10 mulheres empreendedoras classificadas como Micro Empresas (ME), localizadas no centro de Ilhéus, Bahia. A metodologia adotada iniciou-se com uma revisão bibliográfica para compreender os motivos que levaram as mulheres a empreender no ramo do vestuário e o funcionamento desse setor quando administrado por mulheres. Posteriormente, foi conduzida uma pesquisa qualitativa que incluiu a interação do pesquisador com as participantes e o ambiente, visando compreender o contexto vivenciado por elas. Em seguida, empregou-se um método quantitativo que utilizou técnicas estatísticas para analisar o perfil das empreendedoras, identificando características e dificuldades comuns. Por fim, realizou-se uma pesquisa descritiva para detalhar as características do empreendedorismo feminino no setor de vestuário em Ilhéus. A coleta de dados foi feita através de questionários aplicados às mulheres empreendedoras, buscando analisar suas trajetórias e identificar padrões comuns. Foram selecionadas lojas de médio porte no centro de Ilhéus para análise comparativa. Os resultados obtidos revelaram que o empreendedorismo feminino no setor de vestuário em Ilhéus é impulsionado por mulheres de diversas faixas etárias, cada uma contribuindo com suas experiências e perspectivas únicas.

1039

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino. Desafio. Oportunidades.

### 1 INTRODUÇÃO

Os estudos voltados ao empreendedorismo feminino relacionam o fenômeno à presença de mulheres à frente dos negócios, sejam elas formalizadas ou não (ONU Mulheres, 2021). Este fenômeno vem crescendo, ainda mais com o estímulo de políticas públicas norteadas pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, com parte das metas estabelecendo a igualdade de gênero no desenvolvimento econômico mundial (ONU Mulheres, 2016).

Em Ilhéus, na Bahia, segundo a prefeitura de Ilhéus em 2024 teve o aumento de 32,1% na abertura de novas empresas liderada por mulheres, é evidente o crescimento do

<sup>1</sup>Discente do curso de Administração da Faculdade de Ilhéus, Centro de Ensino Superior, Ilhéus, Bahia.

<sup>2</sup>Docente do curso de administração da Faculdade de Ilhéus, Centro de Ensino Superior, Ilhéus, Bahia.

empreendedorismo feminino no ramo do vestuário. Mais que um negócio, essa jornada representa a força e a criatividade das mulheres que transformam sonhos em realidade.

O empreendedorismo feminino no vestuário em Ilhéus é um caminho promissor, mas exige persistência, planejamento e apoio. Através de iniciativas que facilitem o acesso ao crédito, incentivem a capacitação e profissionalização, além de promoverem a visibilidade e o reconhecimento das empreendedoras, esse setor florescerá ainda mais, impulsionando o desenvolvimento local e a emancipação das mulheres.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE (2016), mesmo sendo uma parcela tão significativa e apresentando maior conhecimento adquirido, as mulheres ainda enfrentam muitas dificuldades como o investimento desigual, o desestímulo, a educação desigual, o sexismo, dentre outras, para empreender. Ainda assim, com todas as dificuldades e limitações, a cada dia que passa aparece mais empreendimento liderados por mulheres.

Além disso, a escolha do tema foi motivada pela importância de discutir o empreendedorismo feminino e seus desdobramentos específicos na localidade de Ilhéus, com um foco particular no nicho de vestuário. O nicho de vestuário em Ilhéus se revela propício à iniciativa de mulheres. A criatividade, sensibilidade e visão aguçada delas se traduzem em produtos inovadores e diferenciados, conquistando a clientela e impulsionando o crescimento do negócio.

A determinação, foco, força e resiliência foram características evidentes nas mulheres empreendedoras, que enfrentam corajosamente os desafios e persistem em seus objetivos.

### 1.1 Problematização

Analisando o cenário comercial, e visto que a maior parte do empreendedorismo é motivado por uma necessidade, as mulheres empreendedoras e chefes de domicílio, segundo o Sebrae (2022), representam 49% do total de pessoas que abrem uma empresa e no setor de vestuário representam aproximadamente 18%.

Empreender não é tão simples quanto se imagina, ainda mais sendo mulher, que além das dificuldades comuns do negócio existe também a incidência da jornada dupla para aquelas que são mães e donas de casa, sendo criado assim mais um obstáculo à sua frente: manter o equilíbrio entre a atividade profissional e a vida em família. Nesse

contexto, quais as oportunidades e os desafios das empreendedoras do setor de vestuário, em Ilhéus, enfrentam

## 1.2 Justificativa

A pesquisa é relevante à medida que reúne informações para a literatura e compartilha com a sociedade vivências de profissionais, de forma a analisar a complexidade da problemática. Sob esse viés, será observado o perfil de mulheres que empreendem na área da moda, para identificar suas características quanto ao espírito empreendedor, entender que obstáculos precisaram ser superados e como fizeram isso. Uma visão analítica para promover a mulher empreendedora.

Nos últimos tempos o empreendedorismo feminino vem tendo um aumento visível visto que no ano de 2020 aumentou 41% em relação aos homens, devido ao encorajamento da mulher em empreender. Com isso, além da contribuição para a economia e para geração de empregos, esse movimento vem também modificando as relações sociais. Ao alcançarem a autonomia financeira, não há mais a necessidade de se submeterem a terceiros a fim de que possam ser sustentadas. Desta forma, essa liderança feminina possui enorme potencial de transformar o núcleo das empresas trazendo novos horizontes diante das decisões serem tomadas.

Além disso, a escolha do tema se deu devido à necessidade da discussão sobre o empreendedorismo feminino e seus desdobramentos específicos na localidade de Ilhéus e observando o nicho de vestuário.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo desempenha um papel crucial na geração de riqueza e no aumento das opções de emprego em uma região (Cortez; Veiga, 2019). Bessant e Tidd (2019, p. 11) definem o empreendedorismo como “a força motriz que impulsiona esse processo por meio dos esforços de indivíduos entusiasmados, equipes engajadas e redes focadas”.

Bessant e Tidd (2019) destacam que o empreendedorismo ocorre em diferentes estágios. Por exemplo, há o empreendedor de negócios, que pode estar na fase inicial de uma nova startup ou em organizações já estabelecidas que buscam renovar suas ofertas

ou a maneira como as criam e entregam. Existem também os empreendedores internos, que possuem a motivação, energia e visão para implementar novas ideias dentro da organização em que trabalham. Além disso, há empreendedores cuja paixão por mudanças está ligada à melhoria das condições sociais ou ambientais.

O empreendedorismo começou a triunfar no Brasil na década de 1990, durante a abertura da economia. Nesse período, as empresas de diversos âmbitos e portes precisaram se remodelar visto que havia a necessidade de se destacar para poder voltar a crescer diante do cenário competitivo.

A mobilidade em favor do empreendedorismo no Brasil pode ser conceituada como: “(...) a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade” (Schlindwein, 2004, p. 28).

Para Bernhoeft (2002, *apud* Schlindwein, 2004, p. 34) o espírito empreendedor do brasileiro é reconhecido internacionalmente, essa característica brasileira é mais acentuada até que em países como Estados Unidos, França, Canadá e Itália. Mesmo assim temos também os mais altos índices de mortalidade de empresas.

Atualmente, o cenário empreendedor no Brasil é promissor. De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o país conta com cerca de 43 milhões de empreendedores, e a tendência é de crescimento contínuo. Segundo a GEM, é essencial apoiar novos negócios, destacando que o suporte às mulheres empreendedoras é fundamental para a ascensão do empreendedorismo no Brasil, contribuindo significativamente para o impulsionamento econômico.

## **2.2 Empreendedorismo feminino**

O papel da mulher no mundo dos negócios transcende a mera contribuição para a renda familiar. Segundo Gomes (2004), o empreendedorismo feminino representa uma mudança social de grande porte, impactando profundamente diversos aspectos da vida. O empreendedorismo feminino não se limita apenas à geração de renda. É um movimento que impulsiona a transformação social, impactando positivamente a vida das mulheres, suas famílias e a sociedade como um todo.

As mulheres que empreendem conquistam maior autonomia e flexibilidade, possibilitando a realização de seus sonhos e objetivos pessoais em conjunto com a carreira profissional.

Ser uma mulher empreendedora no Brasil significa navegar por um universo de oportunidades e desafios únicos. Segundo a Rede Mulher Empreendedora (REM), 53% das empreendedoras brasileiras são mães, o que torna a conciliação entre as demandas do negócio e a criação dos filhos um obstáculo constante. Essa rotina dupla, como é conhecida, exige força, organização e resiliência para alcançar o sucesso.

Mas os desafios não param por aí. Muitas mulheres empreendem por necessidade, buscando na criação do próprio negócio a tão desejada independência financeira. Em um mercado de trabalho ainda desigual, essa alternativa se torna crucial para garantir o sustento da família e realizar sonhos profissionais.

Diante desse cenário, a busca por conhecimento se torna um pilar fundamental. Investir em cursos, workshops e materiais é essencial para aprimorar as habilidades e competências necessárias para gerenciar um negócio com sucesso. Essa busca por aperfeiçoamento constante demonstra a força e a determinação das mulheres empreendedoras, que não se intimidam diante dos obstáculos e estão sempre em busca de novas oportunidades para crescer.

1043

Segundo o SEBRAE (2020) as mulheres donas de negócios (Comparado aos homens)

- São mais jovens
- Ganham menos
- Trabalham mais sozinhas (Conta Própria)
- Trabalham menos horas no negócio
- Estão há menos tempo na atividade atual
- 49% são chefes de domicílio
- Empregam menos (menor proporção de empregadores e menor número de empregados)
- Têm estruturas de negócio mais simples
- Contribuem mais à previdência na atividade atual
- Trabalham mais no setor de serviços (destaque: alojamento e alimentação)

A jornada da mulher empreendedora no Brasil é marcada por desafios, mas também por conquistas inspiradoras. Sua força, determinação e busca por conhecimento são os ingredientes principais para o sucesso. Com o apoio de políticas públicas e iniciativas de incentivo, essas mulheres seguirão quebrando barreiras, conquistando novos espaços e construindo um futuro mais próspero e igualitário para todos.

### 2.3 Empreendedorismo no setor de vestuário

No dinâmico mundo da moda, as associações do ramo de vestuário assumem um papel crucial no empoderamento dos empreendedores e no fortalecimento do setor como um todo. Atuando como um porto seguro para os negócios, essas entidades oferecem um leque de vantagens e benefícios que impulsionam o crescimento e a competitividade das empresas.

A Associação Brasileira do Vestuário (ABRAVEST), fundada em 1982, se destaca como um exemplo notável de como as associações contribuem para o sucesso do empreendedorismo no ramo de vestuário. Com abrangência nacional e internacional, a ABRAVEST se dedica a representar os interesses das indústrias produtoras de roupas, defendendo seus direitos e buscando soluções para os desafios enfrentados no dia a dia.

As pequenas lojas de bairro são a alma do comércio local, onde a familiaridade e o atendimento personalizado constroem laços duradouros com os clientes. Nesses espaços acolhedores, encontramos peças clássicas e atemporais que dialogam com a história da cidade, preservando a memória afetiva dos moradores. Mais do que simples pontos de venda, as lojas de bairro são verdadeiros centros de convivência, onde se trocam ideias, experiências e histórias, tecendo a trama social que define a identidade de Ilhéus.

O empreendedorismo feminino no setor de vestuário em Ilhéus apresenta um cenário promissor, com um número crescente de mulheres abrindo seus próprios negócios e impulsionando a economia local. O mercado de vestuário em Ilhéus acompanha as tendências globais e se adapta às demandas do público local. A constante atualização das coleções, a busca por novos materiais e tecnologias e a valorização da produção artesanal demonstram a vitalidade do setor, que se reinventa a cada dia para atender às necessidades e desejos dos consumidores.

No município de Ilhéus, na Bahia, é possível encontrar diversos empreendimentos no ramo de vestuário, que vão desde pequenas lojas de bairro até grandes empresas. Atualmente em Ilhéus possui 31 empresas ME (Microempresa) no ramo de vestuário segundo econodata.

## 3 MATERIAL E MÉTODOS

### 3.1 Quanto ao tipo de pesquisa de abordagem

A presente pesquisa se deu inicialmente através de dados bibliográficos, uma vez que foi utilizado embasamento científico já consolidado para entender o que levou as mulheres

a terem a iniciativa em empreender no ramo de vestuário, bem como conhecer como decorreu o processo inicial até os dias atuais e compreender como é o funcionamento do referido setor sendo administrado pelo sexo feminino.

Assim sendo, após ter como fundamento a pesquisa científica, foi colocado em prática a realização da pesquisa qualitativa que segundo Fernandes (2003), uma pesquisa qualitativa requer envolvimento do pesquisador com as pessoas, eventos e ambiente como parte integrante do processo, diante o exposto, a pesquisa foi realizada a fim de entender o cenário atual e local vividos por elas.

Atrelado a isso, foi aplicado também o método quantitativo da pesquisa que de acordo com Michel (2005), a pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza a quantificação nas modalidades de coleta de informações e no seu tratamento, mediante técnicas estatísticas, tais como percentual, média, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outros. Após analisar o perfil das empreendedoras, foi traçado um padrão das características que se repetem, bem como os dados em comum entre as mesmas.

O referido trabalho se trata de uma pesquisa descultiva por amostrar devido a dificuldades de identificar todas as empreendedoras por conta do período de tempo disponível. Deste modo, o questionário foi enviado para as mulheres empreendedoras do ramo de vestuário e perdurou por 10 dias.

O estudo foi realizado no município de Ilhéus-BA com 10 mulheres empreendedoras do mercado de vestuário feminino, que foram selecionadas por estarem no centro da cidade e serem do porte ME.

Por fim, foi elaborada também a pesquisa do gênero descritivo na qual foi elaborada a descrição do empreendedorismo feminino do setor de vestuário no município de Ilhéus. Essa pesquisa descreve as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática” (Gil, 2008).

Desta forma, a coleta desses dados, foram realizadas com as mulheres empreendedoras do setor de vestuário na cidade de Ilhéus-BA para que através das informações obtidas, pudessem ser analisadas as características em comum assim como o que elas faziam antes de começar a jornada empreendedora.

Posto isso, foi aplicado um questionário que perdurou do dia 29 de maio até 07 de junho de 2024, totalizando 10 dias, para mulheres empreendedoras do mercado de vestuário

feminino, que fossem de acesso da discente, que foram selecionadas no bairro do centro em Ilhéus.

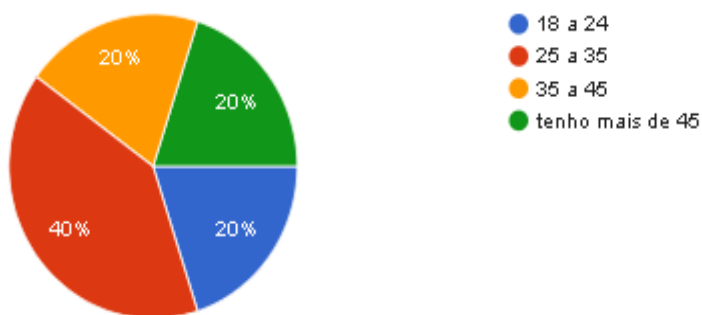
Foram escolhidas para pesquisa as lojas de fácil acesso pela aluna, o critério para selecionar as entrevistadas foi, além de atuarem no ramo da moda serem do porte ME.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Empreendedoras do setor de vestuário em Ilhéus-BA

A figura 1 revela que há uma diversidade de faixas etárias entre as empreendedoras envolvidas no setor de vestuário, a maior proporção de participantes está na faixa etária acima de 35 a 40 anos, representando 40%. Isso indica que há uma presença significativa de empreendedoras mais maduras e experientes nesse setor, trazendo consigo conhecimentos e habilidades adquiridos ao longo dos anos, além de possivelmente terem mais recursos disponíveis para investir em seus negócios.

Figura 1 – Faixa etária.



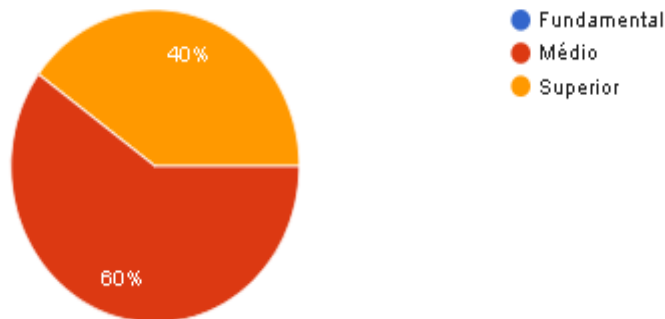
Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Essa distribuição diversificada de faixas etárias sugere que o empreendedorismo feminino no setor de vestuário em Ilhéus-BA é impulsionado por mulheres de diferentes idades, e diferentes trajetórias.

Com base nos dados fornecidos sobre a escolaridade das empreendedoras, é possível observar que a maioria delas, representando 60%, possui o ensino médio completo, o que sugere que essas mulheres finalizaram seus estudos no nível de ensino secundário. Mesmo sem prosseguir para a educação superior, elas demonstram habilidades e conhecimentos suficientes para empreender no setor de vestuário.



**Figura 2** – Nível de escolaridade

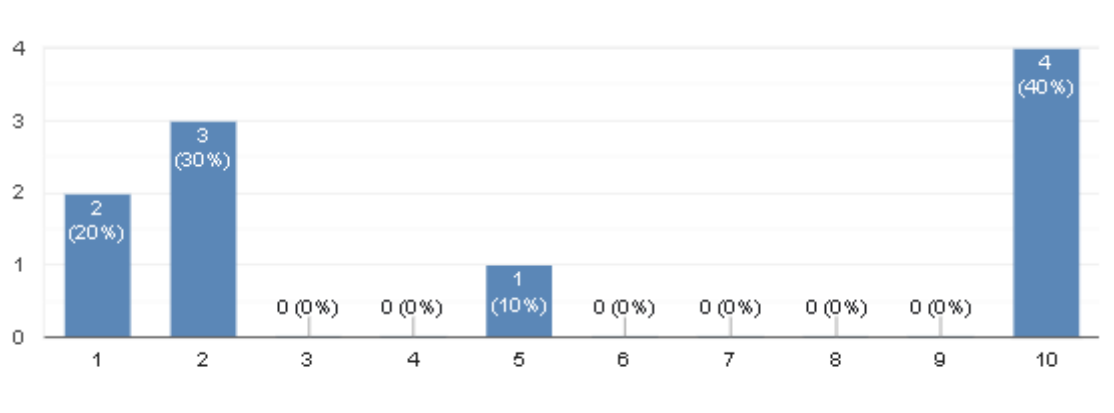


**Fonte:** Dados da pesquisa (2024).

É crucial destacar que a escolaridade é um fator relevante no empreendedorismo, porém não é o único determinante do sucesso empresarial. Habilidades, experiência prática, networking e outros fatores desempenham papéis igualmente importantes no cenário empreendedor.

Ao analisar a figura 3 que representa o tempo de existência das empresas, é possível observar que a maioria delas, representando 40%, está no mercado há mais de 10 anos. Isso indica uma presença significativa de empreendedoras femininas que iniciaram seus negócios e conseguiram se desviar dos gargalos e se manter no local. Essa concentração pode ser resultado de diversos fatores, como a facilidade de entrada no mercado, o surgimento de novas oportunidades ou mesmo o crescimento do interesse pelo empreendedorismo feminino na região.

**Figura 3** – Quanto tempo a empresa está em atividade no município



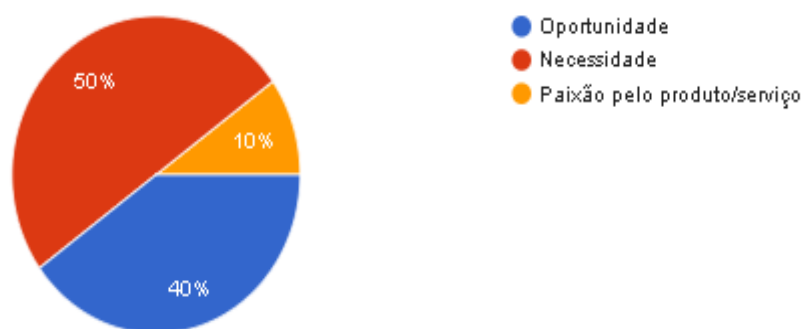
**Fonte:** Dados da pesquisa (2024).

A distribuição do tempo de existência das empresas no setor de vestuário sugere uma dinâmica empreendedora feminina em constante evolução. É fundamental considerar as

oportunidades e os desafios específicos enfrentados pelas empreendedoras nesse contexto, como a concorrência, o acesso a recursos e a capacitação necessária para se manterem competitivas no mercado.

Com base nos dados fornecidos sobre os principais motivos para a criação da empresa, observa-se que a grande maioria das empreendedoras, representando 50%, indicou que o motivo principal para a criação da empresa foi a necessidade. Isso nos leva a refletir sobre diversos fatores que podem causar essa necessidade, tais como desigualdade no mercado de trabalho, baixa renda e pobreza, e falta de oportunidades em algumas áreas. No entanto, é importante ressaltar que o empreendedorismo por necessidade nem sempre é negativo.

**Figura 4** – o que motivou a empresária a iniciar o seu próprio negócio

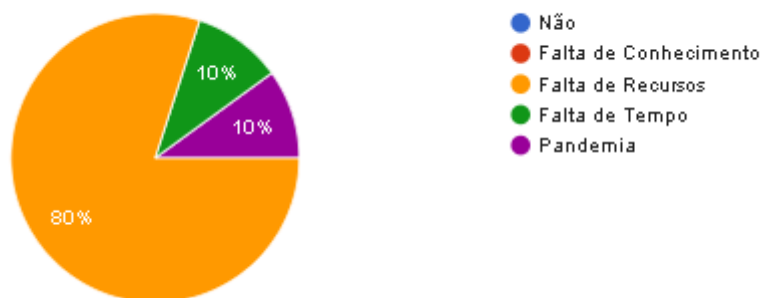


**Fonte:** Dados da pesquisa (2024).

Por outro lado, é crucial que os governos e a sociedade civil implementem políticas públicas e iniciativas que apoiem as mulheres empreendedoras, proporcionando suporte e oportunidades para o desenvolvimento de seus negócios.

Podemos observar na figura 5 que 80% das empreendedoras enfrentaram o obstáculo de não possuir capital inicial para abrir o próprio negócio. É importante ressaltar que, de acordo com o Sebrae em 17 de abril de 2023, a falta de recursos é um dos principais desafios enfrentados pelos empreendedores brasileiros. Isso pode incluir não apenas a falta de capital inicial, mas também o acesso a crédito, recursos humanos qualificados e infraestrutura adequada.

**Figura 5** – Você enfrentou algum obstáculo ao iniciar seu negócio?

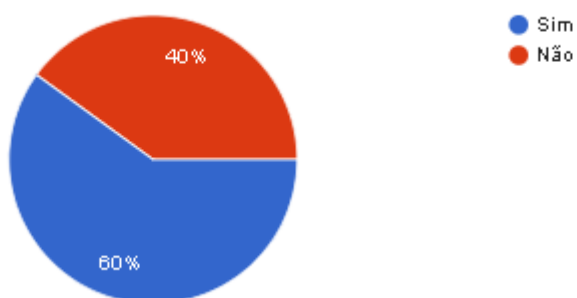


**Fonte:** Dados da pesquisa (2024).

No entanto, existem várias maneiras pelas quais os empreendedores podem superar a falta de recursos. Isso inclui o desenvolvimento de um plano de negócios sólido, aproveitamento de recursos do governo e financiamento alternativo.

A figura 6 que foi mencionado revela que 60% das empreendedoras ilheense buscam orientação empresarial antes de iniciar seus negócios. Essa estatística é um indicador positivo do crescente interesse das mulheres em empreender e da importância que elas atribuem ao suporte profissional para alcançar o sucesso.

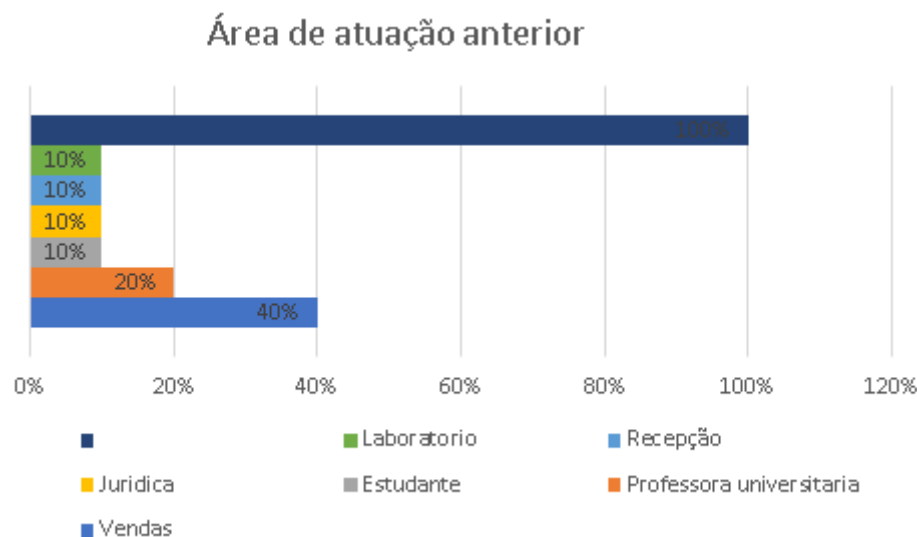
**Figura 6** – Você buscou orientação antes de iniciar seu negócio?



**Fonte:** Dados da pesquisa (2024).

Quando essas empresas buscam orientações empresariais elas diminuem os riscos e aumentar as chances de sucesso, essas empreendedoras começam a ter mais conhecimento a determinadas e ferramentas, começam a ganhar mais confiança e autoconfiança porque passam a entender melhor o que precisa ser feito dentro do gerenciamento empresarial, e só colocando em evidencia que essas empresárias podem obter esse suporte no programa SEBRAE Delas.

É inspirador observar a diversidade de mulheres que decidem empreender, provenientes das mais variadas áreas profissionais, como identificado na imagem: vendas, docência universitária, consultoria, recepção, jurídica, laboratório e estudante. Apesar de suas trajetórias distintas, algumas características comuns podem ter impulsionado a jornada empreendedora dessas mulheres. Por exemplo, a criatividade e inovação, considerando que o mundo dos negócios passa por diversas mudanças, podem ter sido o diferencial delas. Além disso, habilidades interpessoais e comunicação, flexibilidade e adaptabilidade, busca por crescimento e realização pessoal também podem ter contribuído para o sucesso empreendedor delas.



**Fonte:** Dados da pesquisa (2024).

Vale ressaltar que a jornada empreendedora dessas mulheres foi única e marcou um grande avanço em suas trajetórias. O que foi exemplificado acima demonstra apenas características, habilidades e motivações que elas podem ter em comum e que fortaleceram o desejo de empreender.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Motivada pelo crescente protagonismo da mulher no empreendedorismo, principalmente no setor de vestuário, este artigo busca aprofundar-se nesse universo em franca expansão. O objetivo é compreender os desafios e oportunidades dessas mulheres, que atuam em diversos níveis de suas carreiras.

Ao mesmo tempo, o artigo destaca a importância do empreendedorismo feminino como ferramenta de empoderamento e conquista de espaço no mercado de trabalho. Também evidencia as capacidades das mulheres para administrar seus próprios negócios com sucesso.

A pesquisa apresentada demonstra que, mesmo atuando em setores completamente diferentes do empreendedorismo, essas mulheres estão conseguindo se manter no mercado e alcançar o porte de Microempresa (ME). A mais recente tem 2 anos de atuação e 40% dessas empresárias estão no mercado há mais de 10 anos. A pesquisa também revelou que 50% dessas empresas surgiram por necessidade, o que demonstra que, mesmo com a turbulência da vida corrida, diversas oscilações e o fardo de ser dona de casa, essas empreendedoras conseguiram dar a volta por cima e empreender.

A pesquisa realizada permitiu um recorte no tema, possibilitando uma melhor compreensão de como funciona o empreendedorismo feminino na prática e qual o seu papel crucial no cenário atual. Desse modo, as oportunidades e desafios que permeiam essa realidade, traçando um perfil das empreendedoras e narrando suas trajetórias inspiradoras. Ressalta-se que a pesquisa, além de contribuir para o conhecimento sobre o tema, também serve como fonte de inspiração para outras mulheres que desejam empreender e conquistar seus sonhos.

## REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, Jeanete Carla de; ANJOS, Mayara Abadia Delfino dos. **Empreendedorismo feminino: um estudo no estado de Minas Gerais**. Fucamp, [S.L.], v. 1, n. 0, p. 1-22, 12 maio 2018.

BARROS, Suzane Carvalho da Vitória; MOURÃO, Luciana. **Panorama da participação feminina na educação superior, no mercado de trabalho e na sociedade**. Psicologia & Sociedade, [S.L.], v. 30, n. 0, p. 1-11, 8 out. 2018. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1807-0310/2018v30i174090>>. Acesso em: 02 nov. 2024.

Blog Fia. **Empreendedorismo Feminino: o que é, desafios e ideias**. 26 ago. 2022. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/empreendedorismo-feminino/#:~:text=Empreendedorismo%20feminino%20%C3%A9%20o%20movimento,altos%20cargos%20dentro%20de%20empresas>>. Acesso em: 02 nov. 2024.

CARREIRA, Suely da Silva; FRANZONI, Ana Benciveni; ESPER, Aulina Judith Folle; PACHECO, Daniela Chagas; GRAMKOW, Fabiana Bohm; CARREIRA, Manoel Francisco. **Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico**. NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia, vol. 5, núm. 2, abril-junho, 2015, pp. 6-13 Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial Santa Catarina.

CHIAVENATO, Idalberto. **Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar seu próprio negócio.** 2d. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

CNN. **Empreendedorismo feminino no Brasil aumenta 41% durante a pandemia, diz LinkedIn.** São Paulo, 22 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/empreendedorismo-feminino-no-brasil-aumenta-41-durante-a-pandemia-diz-linkedin/>>. Acesso em: 28 nov. 2022.

DIAS, Fabrício Alexandre. **O perfil do empreendedor e aspectos sócio-demográficos do movimento denominado “camelódromo”:** Um estudo em Balneário Camboriú. 2007. 62 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Centro de Educação Balneário Camboriú, Balneário Camboriú, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FREITAS JÚNIOR, Olival de Gusmão. **Empreendedorismo: Transformando Sonhos em Riqueza para a Sociedade.** Maceió: [S.L], 2016. 179p.

GOMES, A. F. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista, BA.** Revista Alcance, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

HEERDT, Ana Paula Szpoganicz. **Empreendedorismo: livro didático.** Palhoça: UnisulVirtual, 2019.

ONU Mulheres, Organização Internacional do Trabalho, União Europeia. **Os desafios enfrentados por mulheres que são mães e que empreendem em pequenos negócios** Rio de Janeiro, 2021.

ONU Mulheres. **Princípios do Empoderamento Feminino, Igualdade Gera Negócios.** Rio de Janeiro, 2017.