



## EMPREENDEDORISMO FEMININO: LEVANTAMENTO DA PRODUÇÃO ACADÊMICA NO BANCO DE DADOS DA SPELL

Ohana Soares Xavier<sup>1</sup>  
André Luís Janzkovski Cardoso<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a produção acadêmica sobre empreendedorismo feminino publicada na base de dados da SPELL. Com os objetivos específicos de quantificar o total de artigos publicados sobre empreendedorismo feminino, identificar as abordagens mais estudadas sobre o assunto e destacar os autores e instituições que mais publicaram sobre a temática. Este estudo adota uma abordagem qualitativa e bibliométrica, de caráter descritivo no banco de dados da SPELL, os dados foram tratados e analisados por meio da leitura dos títulos, resumos, conclusões e posterior foi elaborada a apresentação dos dados. Como resultados foram encontrados 57 artigos sobre a temática pesquisada, entre os anos de 2003 a 2025. Foram analisadas as abordagens mais estudadas. Foram 133 diferentes conceitos e teorias e resumidos em treze categorias principais, sendo as categorias de gênero, desafios e dificuldades e teorias as que mais se destacaram. Rivanda Meira Teixeira foi a autora que mais publicou artigos sobre a temática. Outra categoria analisada foram as Instituições de Ensino Superior e a Universidade de São Paulo foi a que se destacou com maior número de autorias. Pelo que foi apresentado foi possível identificar que, apesar do crescimento do empreendedorismo feminino, o aumento dos estudos nessa temática vem ocorrendo de forma lenta nos últimos anos.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; mulheres empreendedoras; base de dados SPELL.

### ABSTRACT

The paper aims to analyze the academic productions on female entrepreneurship published in the Spell database. The specific objectives of quantifying the total number of articles published on female entrepreneurship, identifying the most studied approaches on the subject, and highlighting the authors and institutions that have published the most on the topic. This study adopts a bibliometric qualitative interpretation, of a descriptive and exploratory nature, in the Spell database, in which the data were processed and analyzed through the reading of titles, abstracts, conclusions, and subsequently the data tabulation was prepared. In the results, we found 57 articles on the researched topic. After analyzing the articles, the most studied approaches were identified. A total of 133 different concepts and theories were identified and summarized into thirteen main categories, the categories of gender, challenges and difficulties, and theories being the most prominent. Rivanda Meira Teixeira was the author who published the most articles on the topic. Another category analyzed was the Higher Education Institutions, and the University of São Paulo stood out as having the largest number of publications. According to what was presented, it was possible to identify that, despite the growth of female entrepreneurship, the increase in studies on this topic has been occurring slowly in recent years.

**Keywords:** Entrepreneurship; Female entrepreneurship; Women entrepreneurs; SPELL database.

<sup>1</sup> Universidade Federal de Rondonópolis (UFR), Rondonópolis-MT, ORCID 0009-0004-7030-3215

<sup>2</sup> Universidade Federal de Rondonópolis (UFR), Rondonópolis, MT, ORCID 0000-0002-6213-8123, <http://lattes.cnpq.br/3915316192050513>



## 1. INTRODUÇÃO

A GEM (2024) considera empreendedorismo qualquer forma de criar um empreendimento, seja de maneira autônoma, iniciando uma nova empresa ou expandindo alguma já existente e acrescenta que empreender começa antes mesmo de formalizar o negócio.

No Brasil, o empreendedorismo tem se destacado como um fator gerador de riqueza e empregos, contribuindo para enfrentar problemas sociais e impulsionar o desenvolvimento econômico (Barbosa *et al.*, 2021). Nos últimos tempos, o empreendedorismo vem ganhando destaque no mundo dos negócios e o número de mulheres que vem se tornando empreendedoras vem crescendo consideravelmente chamando a atenção dos estudiosos que buscam entender tal crescimento. De acordo com o SEBRAE (2025), o número de empreendedores no Brasil chega a 30,4 milhões; desses, 65,9% são homens e 34,1% são mulheres.

Desde muito tempo, as mulheres lutam para terem os mesmos direitos que os homens. O que antes era considerado como fragilidade feminina, como a sensibilidade e a responsabilidade social, vistas como inadequadas às funções organizacionais, hoje é reconhecido como um conjunto de competências valiosas nas organizações (Barbosa; Meneguete, 2025). De acordo com Lindo *et al.* (2007), das mulheres que trabalham no Brasil, 67% são empreendedoras, e essas representam 42% dos empreendedores nacionais, sendo o Brasil o 4º país com mais mulheres empreendedoras do mundo. O empreendedorismo feminino traz consequências positivas para a economia, pois quando uma mulher empreende ela não traz renda somente a ela, ela fomenta o crescimento do negócio, incentivando a inovação e gerando empregos que na maioria das vezes vão ser preenchidos por mulheres, criando um efeito multiplicador (Cresol, 2024).

Diante disso, surgiu a curiosidade de como o tema vem sendo abordado pelos estudiosos, surgindo a seguinte problemática: Como as abordagens relacionadas ao empreendedorismo feminino vem sendo discutidas na literatura acadêmica?

Sendo o objetivo desse artigo analisar a produção acadêmica publicada na base de dados da SPELL acerca do empreendedorismo feminino, sendo a base SPELL relevante para os acadêmicos especialmente na área de administração e por disponibilizar artigos científicos sem custo, sendo de fácil acesso aos acadêmicos, professores e pesquisadores, com os objetivos específicos de quantificar o total de artigos publicados sobre empreendedorismo feminino, identificar as abordagens mais estudadas sobre o assunto e destacar os autores e instituições que mais publicaram sobre a temática. Para isso foi feito um levantamento dos artigos publicados na base de dados da SPELL, buscando por empreendedorismo feminino no campo resumo, resultando em 57 artigos publicados, sendo estes analisados e filtrados retirando as informações consideradas importantes referentes ao tema em estudo.

Considerando a importância econômica e social do tema e seu crescimento nos últimos anos acredita-se demonstrar com a realização deste estudo um panorama de como o empreendedorismo feminino tem sido abordado nas publicações disponíveis na base de dados da SPELL. Embora os resultados não representem a totalidade da produção científica sobre o assunto, podem contribuir para futuras pesquisas, destacando tendências e temas recorrentes identificados nesta base de dados.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO FEMININO

A palavra empreendedorismo é a tradução da palavra francesa *entrepreneur*, usada no século XII, que originalmente significava aquele que incentivava brigas. Posteriormente, no século XVIII, passou a designar a pessoa que criava projetos e/ou empreendimentos. Cantillon,



então, lhe deu um novo significado, referindo-se às pessoas que compram, processam e vendem a terceiros, gerando um negócio — significado esse usado até os dias atuais (Dolabela, 1999).

Diversos autores definem o empreendedorismo e o empreendedor, na maioria deles as definições são similares umas às outras. Para Gonçalves e Santos (2023), empreendedorismo não é apenas abrir um negócio; um empreendedor apresenta ideias diferentes dos outros e se preocupa em buscar inovações para que seu negócio cresça, permitindo assim atender melhor o seu público. Souza, Souza e Oliveira (2017) definem empreendedorismo como um conjunto de ações e decisões que se juntam para transformar sonhos em realidade. Nesse mesmo sentido, Dolabela (2013) define os empreendedores como pessoas que conseguem transformar seus sonhos em realidade, sendo alguém que estabelece circunstâncias, ambientes ou condições. O que define o empreendedor é a maneira diferenciada que ele tem de ver no mercado aquilo que os outros não veem, sendo uma das suas principais características identificar oportunidades e não só usá-las, mas também transformar essa oportunidade em um negócio de sucesso (Dolabela, 1999).

A GEM (2024) compreende como empreendedor aquele que cria um novo negócio ou administra um negócio novo. Na mesma linha, Oliveira e Silva (2017) entendem o empreendedorismo como a iniciativa de algo novo e desconhecido, mas que também seja criativo e inovador, definindo o empreendedor como uma pessoa disposta a assumir riscos.

Nos últimos tempos o empreendedorismo vem ganhando destaque especialmente com o aumento do empreendedorismo feminino, despertando o interesse de estudiosos. Amorim e Batista (2017) compreendem o empreendedorismo feminino como a busca por autonomia e sustento que resulta em um crescimento pessoal e profissional para a empreendedora. Além disso esse aumento tem resultado em iniciativas de reconhecimento, como exemplo o dia 19 de novembro que é comemorado o dia internacional do empreendedorismo feminino, data estabelecida pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2014, não somente para parabenizar as mulheres empreendedoras, mas também com o objetivo de apoiar, reconhecer e incentivar mais mulheres a empreender (Cresol, 2024). O empreendedorismo feminino vem crescendo consideravelmente. Alguns fatores justificam esse aumento no número de mulheres no empreendedorismo, entre eles o nível de escolaridade das mulheres, que tem sido maior nos últimos anos, principalmente se comparado ao dos homens, e as mudanças no tamanho da família, com menos filhos ou nenhum (Machado, 2012).

Outros fatores relacionados à busca pelo empreendedorismo também são discutidos. Segundo Serra *et al.* (2024), o empreendedorismo feminino está relacionado com a busca pela independência financeira e pelas habilidades que possuem para induzir modificações ao seu redor. Outras mulheres empreendem em busca de uma flexibilidade entre trabalho e família, para conciliar sua dupla jornada, mas ao empreender percebem que nem sempre isso é possível (Gonçalves; Santos, 2023).

Empreender traz facilidades na vida familiar, pois possibilita a flexibilização de horários (Barbosa *et al.*, 2021), o que permite à mulher desempenhar suas outras funções, que ainda são consideradas obrigatórias pela sociedade. Assim, empreender possibilita à mulher regular seu tempo e sua carreira (Lindo *et al.*, 2007), podendo escolher o quanto se dedica a cada uma delas.

Segundo o SEBRAE (2025), as mulheres empreendedoras se dedicam menos tempo ao trabalho em comparação aos homens; em média, elas trabalham de 34 a 35 horas semanais, enquanto os homens empreendedores trabalham entre 40 e 43 horas semanais. Contudo, isso não significa que as mulheres se dedicam pouco ao empreendedorismo, mas que são as que mais assumem o “trabalho invisível”, que são os trabalhos domésticos e o cuidado com pessoas, o que acaba afetando a dedicação ao empreendimento.

As mulheres empreendedoras comandam setores como beleza, moda e bem-estar, setores que movimentam bilhões de reais por ano e têm ganhado destaque nos setores de impacto



social, como educação, saúde e sustentabilidade, que trazem benefícios para a economia e para a sociedade (Cresol, 2024). Porém mesmo depois de alcançarem tantas conquistas, as mulheres ainda são cobradas por antigos valores sociais. Há a cobrança pelo sucesso profissional, mas também são cobradas para que cumpram seu papel de mãe, mesmo que para isso a carreira profissional fique em segundo plano (Barbosa; Meneguete, 2025).

## 2.2 MOTIVAÇÃO, DESAFIOS E DIFICULDADES

Um ponto importante diante desse crescimento é o que leva a mulher a empreender, as motivações, tema esse que também vem sendo discutido. Picanço, Albuquerque e Periotto (2017) destacam que alguns empreendedores podem ser motivados por oportunidade ou necessidade. A motivação por oportunidade é uma escolha feita com base em uma análise de mercado, já a motivação por necessidade acontece pela falta de uma colocação no mercado de trabalho (Bandeira; Amorim; Oliveira, 2020).

Para Dornelas (2007, p. 41), um empreendedor por oportunidade está sempre atento, buscando perceber quando a oportunidade de fato irá surgir e sabe aproveitá-la, sendo esses considerados empreendedores de sucesso. Já os empreendedores motivados pela necessidade possuem poucos recursos, como educação e estrutura para empreender, o que faz com que seus empreendimentos sejam simples e pouco inovadores (Dornelas, 2007, p. 29).

Segundo Serra *et al.* (2024), um dos principais motivos que levam as mulheres a empreender é a maternidade, devido à flexibilidade de poder trabalhar e ser mais presente nos cuidados dos filhos, podendo também lhes proporcionar uma vida melhor. Eles destacam que o empreendedorismo possibilita a flexibilização que a mulher precisa para conciliar trabalho e família. No mesmo sentido, Barbosa *et al.* (2021) afirmam que uma das motivações da mulher empreendedora é a maternidade, colocando os filhos como principal motivação para se dedicar aos seus negócios. Cardella *et al.* (2020) também argumentam que a mulher que busca empreender tem como motivação a vontade de conciliar as responsabilidades com a família com o desejo de ter sua independência pessoal, graças à flexibilidade que o empreendedorismo proporciona.

Muitas mulheres procuram empreender em sua própria residência, pois assim conseguem conciliar a dupla jornada, continuando com as obrigações tradicionais de mulher, como ser mãe, esposa e dona de casa (Amorim; Batista, 2017). E para conseguir a flexibilização que precisam, as mulheres acabam se limitando em seus empreendimentos, como explica Castro *et al.* (2022), muitas vezes seus empreendimentos são menores e de baixo valor, e que setores como indústria, varejo e serviços são os mais escolhidos. Serra *et al.* (2024) complementam que os desafios que as mulheres encontram ao empreender são o que limitam seu crescimento e permanência no mercado e estão relacionados à discriminação de gênero e à multiplicidade dos papéis que exercem.

A flexibilidade não significa que irão trabalhar menos, com carga horária menor do que em um emprego considerado formal, pelo contrário, trabalham mais, porém conseguem liberdade para gerenciar seus horários conforme as necessidades de cada dia, mesmo que para isso tenham que trabalhar fora dos horários normais de trabalho (Lindo *et al.*, 2007). O fato é que as mulheres estão cada vez mais em busca do empreendedorismo, seja por falta de empregos formais, para contribuir com a renda da família ou mesmo pela realização pessoal, ressaltam Amorim e Batista (2017).

Outra situação também tem levado a mulher ao empreendedorismo, Machado (2012) acrescenta que a discriminação nas organizações também têm sido motivo para a busca pelo empreendedorismo feminino, onde impedimentos são colocados para que as mulheres cresçam na organização.



Na visão de Dolabela (1999) ter motivação não é o suficiente para empreender, segundo o autor, é preciso ter preparo, como análise de negócio e de mercado, além de preparar a si mesmo para saber como buscar o sucesso e usufruir da sorte. Mas Independente da motivação, seja por oportunidade ou necessidade, Barbosa *et al.* (2021) destacam que a mulher tem sua importância no empreendedorismo.

Apesar dos avanços e do sucesso conquistado pelo empreendedorismo feminino as mulheres enfrentam diversos desafios no dia a dia para alcançar seus objetivos. Entre eles Machado (2012) destaca como um dos principais desafios o difícil acesso às instituições financeiras e aos fundos de capital de risco.

Outros desafios estão relacionados às multitarefas que as mulheres desempenham. Para dar conta dessas funções, muitas preferem manter seus negócios menores, pois assim conseguem administrar de perto, acreditando que, no caso de expandir o negócio, podem perder a qualidade do serviço, já que precisam dividir seu tempo com a família (Lindo *et al.*, 2007). Segundo Cardella *et al.* (2020), um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres ao empreender, que gera muito estresse, é manter o equilíbrio entre as atividades do lar e as atividades profissionais.

Neste mesmo contexto, Barbosa *et al.* (2021) destacam o conflito trabalho-família, no qual o desempenho de múltiplos papéis traz consequências, pois o trabalho influencia a relação familiar e a família influencia o trabalho, já que o tempo gasto em um diminui o tempo disponível para o outro. Apresentando uma dificuldade em separar os dois, mesmo quando o trabalho é realizado em outro estabelecimento.

Ser mãe é mais um papel a ser exercido, e muitas vezes é preciso buscar ajuda de outras pessoas para conciliar tais atividades, uma vez que o tempo e a dedicação já não são os mesmos. O empreendedorismo feminino tem influenciado o ambiente familiar, pois muitas vezes existe falta de apoio por parte do cônjuge ou de algum outro membro da família (Barbosa *et al.*, 2021).

### 2.3 TEORIA DA REPRESENTATIVIDADE SOCIAL

Mesmo com todas as mudanças que a modernidade trouxe, a visão da sociedade perante o papel do homem e da mulher apresentam poucas mudanças, principalmente quando se diz respeito à carreira profissional e ao conflito trabalho-família. O homem tem como prioridade a carreira profissional e a mulher os cuidados com a família (Lindo *et al.*, 2007). Essas construções estão fortemente relacionadas às representações sociais, que, segundo Moscovici (1988), dizem respeito ao conjunto de ideias que compõem o pensamento cotidiano e que organizam nossas crenças, valores e percepções sobre o mundo. São essas representações que permitem às pessoas classificar e interpretar comportamentos, pessoas e objetos, inserindo-os em um contexto social compreensível.

Entretanto, as representações sociais não devem ser confundidas com verdades científicas, pois nem sempre refletem a realidade de forma objetiva. Tomá-las como verdade absoluta seria limitar a realidade aos significados atribuídos pelos grupos sociais. Para Moscovici (1988), elas podem ser simultaneamente verdadeiras, ilusórias e contraditórias, e que expressam como as pessoas percebem e vivem sua realidade

Nesse sentido, Musse e Gonçalves (2020) defendem que a representação social consiste na forma de ler a realidade social, fazendo uma conexão entre o mundo e as coisas que nele existem, onde o social interfere na representação, e a representação interfere na realidade social. Araújo (2022) complementa que, representações sociais são resultado da interação social; são a junção de um conjunto de conhecimentos, imagens e opiniões que fazem com que o indivíduo memorize pessoas ou acontecimentos.



A Teoria da Representatividade Social oferece uma abordagem útil para descrever e explicar fenômenos sociais, uma vez que expressa pensamentos e comportamentos compartilhados por determinados grupos sociais (Moraes *et al.*, 2018).

Ser mulher é estabelecer-se na estrutura social a partir do que a sociedade entende sobre o feminino e sua relação com o masculino (Fabrício; Vizeu, 2024). Ainda hoje, para a sociedade, ser mulher está ligado a ser mãe, e quando a mulher abre mão da maternidade para se dedicar à carreira, ela é cobrada pela família e pelos amigos, pois, para a sociedade, o trabalho não pode vir em primeiro lugar, já que ser mulher ainda está ligado a ser mãe e dona de casa (Cursino; Neto, 2015).

Moscovici (1988) explica que essas representações contribuem para a construção de uma psicologia social do conhecimento, ao possibilitar a comparação entre diferentes grupos e culturas explica e acrescenta que a sociedade está em constante criação de novas representações sociais com o objetivo de mobilizar ações e atribuir sentido às interações humanas surgidas das questões do cotidiano.

A Teoria das Representações Sociais, segundo Crusoé (2004), quando analisada como um processo, investiga de que forma as representações são construídas e como elementos novos ou desconhecidos são assimilados aos universos de conhecimento compartilhado. Sua função está relacionada à capacidade dos indivíduos de compreenderem e explicarem a realidade de acordo com seu sistema cognitivo e com os valores e crenças que compõem seu universo. É importante reconhecer que a Teoria das Representações Sociais foi influenciada por diversos estudos e abordagens, como as concepções de Durkheim sobre representações, de Saussure sobre linguagem, as representações infantis discutidas por Piaget e a teoria do desenvolvimento cultural proposta por Vygotsky (Vieira; Cunha; Duarte, 2024).

As representações sociais não são, necessariamente, construções consensuais. O significado atribuído a um objeto e o próprio processo de atribuição são resultados de construções psicossociais, que articulam a história individual com as experiências vividas em grupo (Matos *et al.*, 2010). Essas representações, ao serem construídas e compartilhadas entre os indivíduos, vão além de elementos isolados, pois contribuem para a criação de uma realidade comum que viabiliza a comunicação. Elas nascem da necessidade humana de se relacionar com o mundo e com as pessoas com quem se convive (Teixeira *et al.*, 2020).

Assim, as representações sociais correspondem a sistemas de explicações e valores que organizam a experiência humana, funcionando como práticas sociais que emergem, desaparecem e se transformam ao longo do tempo. Elas são produzidas na interação social e compartilhadas por grupos em situações específicas. Portanto, reduzir as representações sociais a simples opiniões, mitos ou pareceres é um equívoco, já que elas constituem formas de conhecimento construídas coletivamente e cristalizadas ao longo do tempo. Representam, portanto, uma construção social da realidade que se origina na sociedade e a ela retorna (Moraes *et al.*, 2018).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A temática foi escolhida diante do conhecimento sobre o crescimento do empreendedorismo feminino e dos desafios enfrentados pelas mulheres ao empreender. Com isso, o presente estudo foi desenvolvido com o objetivo de analisar a produção científica relacionada à temática do empreendedorismo feminino, buscando compreender como esse tema vem sendo discutido nos últimos anos.

Para isso, foi utilizado como recurso metodológico a pesquisa qualitativa e bibliométrica desenvolvida a partir de um estudo de caráter descritivo com consulta à base de dados da SPELL. O tratamento e a análise dos dados foram feitos por meio de leitura dos títulos, resumos



e conclusões dos artigos e posterior tratamento analítico por meio da tabulação/apresentação das descobertas e característica da produção, disseminação e construção do conhecimento sobre o tema, como volume da produção por pesquisadores e instituições, análises temáticas, palavras-chave, abordagem de pesquisa e métodos empregados, além de conceitos e teorias mais empregados. A pesquisa foi realizada utilizando a palavra-chave “empreendedorismo feminino” no campo de pesquisa “resumo”, resultando em 57 artigos publicados entre os anos de 2003 e 2025. Após o preenchimento dos dados indicados anteriormente, e após tabulações e organizações dos dados em tabelas dinâmicas, apresentam-se os resultados das análises.

#### **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS**

Os resultados obtidos conversam com diversos aspectos apresentados no referencial teórico. A literatura aponta que o empreendedorismo feminino está fortemente associado à busca por autonomia, à flexibilidade para conciliar trabalho e família e à superação de barreiras como o acesso a recursos financeiros e a persistência de papéis sociais tradicionais (Amorim; Batista, 2017; Machado, 2012; Barbosa *et al.*, 2021). Na análise das publicações da base SPELL, observou-se que tais temáticas permanecem recorrentes. Além disso, verificou-se a presença de pesquisas que tratam das representações sociais sobre o papel da mulher empreendedora, reforçando a importância dessa abordagem para compreender como valores, crenças e expectativas sociais moldam as trajetórias das empreendedoras (Moscovici, 1988; Fabrício; Vizeu, 2024). Ainda que restritos ao conteúdo disponível na SPELL, esses achados evidenciam uma convergência entre as questões teóricas levantadas e as linhas de estudo que têm recebido atenção no campo acadêmico.

##### **4.1 – ANÁLISE DA QUANTIDADE DE ARTIGOS AO LONGO DOS ANOS**

Conforme citado anteriormente, a pesquisa no banco de dados SPELL resultou em 57 artigos sobre empreendedorismo feminino, publicados em diferentes períodos entre os anos de 2003 e 2025. Nos anos de 2003, 2006 e 2007 foi encontrado apenas um artigo em cada ano sobre a temática, não havendo publicações nos anos de 2004 e 2005. Em 2008 foram encontradas duas publicações, e em 2009 o número de artigos voltou a cair para um. No ano de 2010 não foi encontrada nenhuma publicação.

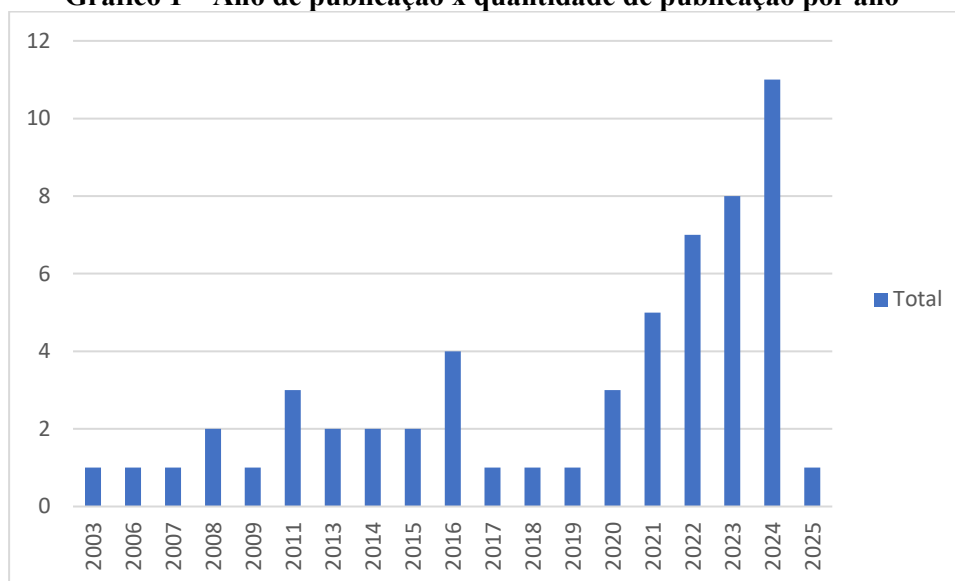
A partir de 2011, as publicações passaram a aumentar, com três artigos encontrados naquele ano; contudo, em 2012 não houve publicações. Nos anos de 2013, 2014 e 2015 foram encontrados dois artigos em cada ano. Em 2016, o número de artigos dobrou em comparação com o ano anterior, chegando a quatro publicações. Nos anos de 2017, 2018 e 2019, o número voltou a cair para uma publicação por ano.

Em 2020, o número de publicações aumentou para três artigos; em 2021 foram cinco, em 2022 sete e em 2023 oito artigos. O ano de 2024 foi o que apresentou maior número de publicações sobre a temática, com onze artigos encontrados. Já em 2025, até a data desta pesquisa, foi identificado apenas um artigo publicado. Essa distribuição está ilustrada no Gráfico 1.

Diante dos resultados, percebe-se que, embora o empreendedorismo feminino esteja em constante crescimento, o número de publicações e discussões relacionadas à temática identificadas na base SPELL ainda é reduzido. Observa-se um aumento considerável no número de publicações entre os anos de 2021 a 2024, sendo que, em 2024, registraram-se 11 publicações, o que representa menos de um artigo por mês. Esses dados indicam que, no contexto específico da SPELL, a temática ainda é pouco explorada no meio acadêmico.



**Gráfico 1 – Ano de publicação x quantidade de publicação por ano**



Fonte: dados da pesquisa (2025)

#### 4.2 ANÁLISE DE REVISTAS QUE PUBLICARAM

Uma variedade de 41 revistas publicou sobre empreendedorismo feminino na pesquisa realizada. Dentre elas, a Revista Pensamento Contemporâneo em Administração destacou-se, com quatro publicações sobre a temática, representando 7% dos artigos encontrados. As revistas Desenvolvimento em Questão, REGEPE Entrepreneurship and Small Business e Revista Alcance realizaram três publicações cada, correspondendo a 5% dos artigos para cada uma. As revistas Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão, Gestão e Desenvolvimento, Reuna, Revista Brasileira de Gestão de Negócios, Revista de Administração FACES Journal, Revista de Gestão e Secretariado e Revista Eletrônica de Ciência Administrativa apresentaram duas publicações cada, totalizando 4% das publicações sobre o tema por revista. Outras 30 revistas publicaram apenas um artigo cada, representando 53% do total encontrado. Essa distribuição está ilustrada no Quadro 1.

**Quadro 1 - Revistas x quantidade de publicações x porcentagem**

Revistas	Qtde,	%	% Acumulado
Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	4	7%	7%
Desenvolvimento em Questão	3	5%	12%
REGEPE Entrepreneurship and Small Business	3	5%	18%
Revista Alcance	3	5%	23%
Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão	2	4%	26%
Gestão e Desenvolvimento	2	4%	30%
Reuna	2	4%	33%
Revista Brasileira de Gestão de Negócios	2	4%	37%
Revista de Administração FACES Journal	2	4%	40%
Revista de Gestão e Secretariado	2	4%	44%
Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	2	4%	47%
30 outras Revistas	30	53%	100%
<b>Total Geral</b>	<b>57</b>		



Fonte: dados da pesquisa (2025)

Analisando os dados, percebe-se uma variedade de revistas, porém cada revista com poucas publicações sobre a temática, sendo que a revista que mais se destacou apresentou apenas 4 publicações e considerando período pesquisado neste estudo a quantidade de publicações é quase que insignificante.

### 4.3 PALAVRAS-CHAVE

Na categoria de palavras-chave foram encontradas 222 palavras que foram indicadas nos artigos e não foram modificadas nessa pesquisa, apenas agrupadas por semântica/conceitos). Diante disso, realizou-se uma síntese, agrupando-as em categorias. Ao final, foram estabelecidas quinze categorias, conforme descrito a seguir: empreendedorismo feminino que corresponde a 20% das palavras-chave encontradas, tipo de empreendedorismo que corresponde a 14% das palavras-chave, gênero que corresponde a 11%, empreendedorismo que corresponde a 9%, características empreendedoras, questões positivas, questões negativas que correspondem a 7% cada uma, características Femininas que corresponde a 6%, teorias que corresponde a 5%, social que corresponde a 4%, ensino, tipo de pesquisa correspondem a 3% cada uma, gestão que corresponde a 2%, raça e estereótipos de gênero que correspondem a 1% das palavras-chave encontradas cada uma. Conforme ilustrado no Quadro 2.

**Quadro 2 – Categorias de palavras-chave x quantidade x porcentagem**

<b>Categoria Palavras-chave</b>	<b>Contagem palavras-chave</b>	<b>Porcentagem</b>
Empreendedorismo feminino	44	20%
Tipo de empreendedorismo	31	14%
Gênero	25	11%
Empreendedorismo	19	9%
Características Empreendedoras	16	7%
Questões +	15	7%
Questões -	15	7%
Características Femininas	14	6%
Teorias	11	5%
Social	9	4%
Ensino	7	3%
Tipo de pesquisa	6	3%
Gestão	5	2%
Raça	3	1%
Estereótipos de Gênero	2	1%
<b>Total Geral</b>	<b>222</b>	<b>100%</b>

Fonte: dados da pesquisa (2025)

O Quadro 3 consolida os grupos de palavras-chave com mais de 10 aparições.

Na categoria empreendedorismo feminino está inclusas as palavras-chave como mulher empreendedora, empreendedorismo de mulheres, empreendedora brasileira, empreendedoras, entre outras. A categoria tipo de empreendedorismo abrange termos como empreendedorismo digital, empreendedorismo imigrante, empreendedorismo negro, empreendedorismo no turismo, entre outras.



Na categoria gênero, as palavras-chave referem-se a temáticas como desigualdade de gênero, desigualdade salarial entre gêneros, gênero, violência contra a mulher, performance do gênero, entre outras. A categoria empreendedorismo inclui palavras-chave como empreendedorismo, desenvolvimento de rede, desenvolvimento local, desenvolvimento, entre outras. A categoria características empreendedoras está relacionada a termos como competências empreendedoras, formação empreendedora, intenção empreendedora, perfil empreendedor, entre outras.

**Quadro 3 – Categoria palavras-chave x contagem x porcentagem exemplos**

<b>Categoria Palavras-chave</b>	<b>Contagem palavras-chave</b>	<b>Porcentagem</b>	<b>Exemplos de Palavras Agrupadas</b>
Empreendedorismo feminino	44	20%	Mulher empreendedora, empreendedorismo de mulheres, empreendedora brasileira, empreendedoras, entre outras.
Tipo de empreendedorismo	31	14%	Empreendedorismo digital, empreendedorismo imigrante, empreendedorismo negro, empreendedorismo no turismo, entre outras.
Gênero	25	11%	Desigualdade de gênero, desigualdade salarial entre gêneros, gênero, violência contra a mulher, performance do gênero, entre outras.
Empreendedorismo	19	9%	Empreendedorismo, desenvolvimento de rede, desenvolvimento local, desenvolvimento, entre outras.
Características Empreendedoras	16	7%	Competências empreendedoras, formação empreendedora, intenção empreendedora, perfil empreendedor, entre outras.
Questões +	15	7%	Confiança, empoderamento, felicidade no trabalho, motivações, sucesso empresarial, oportunidade, subjetividade, entre outras.
Questões -	15	7%	Barreiras culturais, conflito, dificuldades, discriminação, machismo, preconceitos, decolonialidade, entre outras.
Características Femininas	14	6%	Maternidade, família, feminismo, liderança feminina, literatura feminina, dedicação, entre outras.
Teorias	11	5%	Capacidades dinâmicas, epistemologia, estratégia como prática, perspectiva crítica, teoria institucional, modelo analítico, entre outras.

Fonte: dados da pesquisa (2025)

A categoria questões positivas abrange palavras como Confiança, empoderamento, felicidade no trabalho, motivações, sucesso empresarial, oportunidade, subjetividade, entre outras. Enquanto a categoria questões negativas inclui termos como Barreiras culturais, conflito, dificuldades, discriminação, machismo, preconceitos, decolonialidade, entre outras.



Na categoria características femininas, destacam-se palavras como Maternidade, família, feminismo, liderança feminina, literatura feminina, dedicação, entre outras. Já a categoria teorias contempla termos como Capacidades dinâmicas, epistemologia, estratégia como prática, perspectiva crítica, teoria institucional, modelo analítico, entre outras.

A categoria social inclui palavras como inovação social, inclusão social e impacto social. Na categoria ensino, estão presentes termos como ensino superior, formação e imersão. A categoria tipo de pesquisa reúne palavras como estudos brasileiros, bibliometria e revisão de literatura. A categoria gestão inclui termos como gestão de custos, marketing e processo sucessório. Na categoria raça, encontram-se palavras como identidade racial, mulheres negras e raça. Por fim, a categoria estereótipos de gênero apresenta termos semelhantes e representa a menor incidência entre as palavras-chave analisadas.

#### 4.4 AUTORIAS

Diversos autores escreveram sobre o tema abordado. Rivanda Meira Teixeira foi a autora que mais publicou artigos sobre a temática conforme dados dessa pesquisa, com um total de três artigos, correspondendo a 2% dos artigos encontrados, conforme o Quadro 4.

**Quadro 4 – Autores x quantidade de publicações x porcentagens**

<b>Autores</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>% Acumulado</b>
Rivanda Meira Teixeira	3	2%	2%
Adriana Roseli Wünsch Takahashi	2	1%	3%
Almiralva Ferraz Gomes	2	1%	4%
Armindo dos Santos de Sousa Teodósio	2	1%	5%
Fabiana Pinto de Almeida Bizarria	2	1%	6%
Fábio Vizeu	2	1%	8%
Flávia Lorene Sampaio Barbosa	2	1%	9%
Gabriele Ferreira da Silva	2	1%	10%
Jane Mendes Ferreira	2	1%	11%
Joiceli dos Santos Fabrício	2	1%	12%
Roberto Pessoa de Queiroz Falcão	2	1%	13%
149 outros autores	149	87%	100%
<b>Total Geral</b>	<b>172</b>		

Fonte: dados da pesquisa (2025)

Outros autores, como Adriana Roseli Wünsch Takahashi, Almiralva Ferraz Gomes, Armindo dos Santos de Sousa, Teodósio, Fabiana Pinto de Almeida Bizarria, Fábio Vizeu, Flávia Lorene Sampaio Barbosa, Gabriele Ferreira da Silva, Jane Mendes Ferreira, Joiceli dos Santos Fabrício e Roberto Pessoa de Queiroz Falcão, fizeram duas publicações cada, sendo, no total, responsáveis por 10% das publicações. Outros 149 autores publicaram apenas um artigo sobre a temática.

Conforme os dados da pesquisa em um total de 172 autorias a maioria dos autores fizeram apenas uma publicação sobre o empreendedorismo feminino, aparentemente não dando continuidade aos estudos sobre a temática (pelo menos não publicado na base da SPELL). Por outro lado, os autores que tiveram mais publicações, que foram minoria, ainda possuem um número pequeno de publicações (na base da SPELL).



#### 4.5 INSTITUIÇÕES DE ENSINO (AUTORIAS)

Outra categoria analisada foram as Instituições de Ensino Superior (IES). No total, 167 instituições foram identificadas como responsáveis pelas publicações analisadas. A Universidade de São Paulo foi a que mais se destacou, com 9 publicações. Em seguida, a Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e a Universidade Federal de Sergipe tiveram 8 publicações cada.

A Universidade de Fortaleza, a Universidade Federal do Paraná e a Universidade Federal do Piauí registraram 6 publicações cada. Já a Universidade do Extremo Sul Catarinense, a Universidade Federal de Lavras, a Universidade Federal do Rio Grande do Norte e a Universidade Positivo contribuíram com 5 artigos cada uma.

A Fundação Getúlio Vargas, a Universidade do Vale do Itajaí, a Universidade Estadual do Ceará, a Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia e a Universidade Federal de Pernambuco publicaram 4 artigos cada. Além dessas, outras 56 instituições de ensino superior foram responsáveis por 50% das publicações analisadas. Conforme ilustrado no Quadro 5.

**Quadro 5 – IES versus quantidade de publicações e porcentagens por região**

Instituições de Ensino Superior (IES)	Contagem de IES	%	% Acum	Região
Universidade de São Paulo	9	5%	5%	Sudeste
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	8	5%	10%	Sudeste
Universidade Federal de Sergipe	8	5%	15%	Nordeste
Universidade de Fortaleza	6	4%	19%	Nordeste
Universidade Federal do Paraná	6	4%	22%	Sul
Universidade Federal do Piauí	6	4%	26%	Nordeste
Universidade do Extremo Sul Catarinense	5	3%	29%	Sul
Universidade Federal de Lavras	5	3%	32%	Sudeste
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	5	3%	35%	Nordeste
Universidade Positivo	5	3%	38%	Sul
Fundação Getúlio Vargas	4	2%	40%	Sudeste
Universidade do Vale do Itajaí	4	2%	43%	Sul
Universidade Estadual do Ceará	4	2%	45%	Nordeste
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia	4	2%	47%	Nordeste
Universidade Federal de Pernambuco	4	2%	50%	Nordeste
56 outras IES	84	50%	100%	
<b>Total Geral</b>	<b>167</b>			

Fonte: dados da pesquisa (2025)

De acordo com os dados da pesquisa apresentados no Quadro 5, dentre as quinze instituições que mais se destacam, percebe-se um índice maior de publicações sobre a temática na região nordeste do país. Porém nenhuma publicação nas regiões norte e centro-oeste.

#### 4.6 CORRENTE TEÓRICA E CONCEITOS

Foram analisadas também os conceitos e teorias abordados nos artigos. Ao todo, identificaram-se 133 diferentes conceitos e teorias, os quais foram organizados em categorias representativas, conforme Quadro 6.

Destacam-se treze categorias principais: gênero, desafios e dificuldades, teorias, estratégias, motivação, ramos de atividade, empreendedorismo por oportunidade ou necessidade,



empreendedorismo, pontos fortes e fracos, características do empreendedor, rede de apoio, produção científica e influência familiar.

**Quadro 6 – Conceitos e Teorias x quantidades x porcentagem**

Conceitos e Teorias	Soma de Conta- gem	Porcenta- gem
Gênero	31	23%
Desafios e dificuldades	21	16%
Teorias	16	12%
Estratégias	14	11%
Motivação	10	8%
Ramos de atividade	8	6%
Empreendedorismo por oportunidade ou necessidade	8	6%
Empreendedorismo	6	5%
Pontos fortes e fracos	5	4%
Características do empreendedor	5	4%
Rede de apoio	3	2%
Produção científica	3	2%
Influência familiar	3	2%
<b>Total Geral</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

Fonte: dados da pesquisa (2025)

Dentre os conceitos mais abordados, destacam-se aqueles relacionados ao gênero, que discutem assuntos como desigualdade de gênero, desigualdade salarial, diferenças de gênero e heteronormatividade de gênero presentes em 23% dos conceitos identificados. Em seguida, aparecem os desafios e dificuldades, que apresentam conceitos como desafios e dificuldades ao empreender e multiplicidade de papéis femininos, discutidos em 16% dos estudos. As teorias, são abordadas em 12% dos artigos e serão discutidas no próximo quadro.

Na categoria estratégias foram discutidos assuntos como plano de negócios, origem de capital, tipos de estratégias e inovação social, entre outras, sendo esta categoria discutida em 11% dos conceitos. Na categoria motivação foram abordados temas como incentivo, motivação ao empreender, empoderamento feminino e superação, sendo estes representantes de 8% dos conceitos abordados.

Na categoria ramos de atividade foram abordados temas como redes sociais, mulheres no mercado de turismo, marketing digital, intraempreendedorismo e intenção empreendedora, entre outros representando 6% dos conceitos assim como a categoria empreendedorismo por oportunidade ou necessidade.

A categoria de empreendedorismo além de apresentar discussões sobre o empreendedorismo em si, apresenta também discussões nos temas de formação empreendedora, empreendedorismo feminino e educação feminina representando 5% dos conceitos encontrados.

Pontos fortes e fracos discutem assuntos como oportunidades e ameaças no setor, capacidades dinâmicas, competências empreendedoras, além dos pontos fortes e fracos do empreendedorismo, sendo estes discutidos em 4% dos conceitos, assim como a categoria características do empreendedor que aborda temas como empreendedor de sucesso ou fracasso, perfil empreendedor e perspectiva fenomenológica.



Outras categorias representam 2% dos conceitos cada uma, sendo elas, a categoria rede de apoio traz discussões como aconselhamento empresarial e apoio a mulheres empreendedoras, produção científica que discute os estudos sobre o empreendedorismo feminino e a categoria de influência familiar que aborda temas como *Background* familiar e sucessão familiar.

Ao todo os artigos apresentaram 14 teorias, algumas discutidas em mais de um artigo como é o caso da teoria das representações sociais e a teoria institucional, conforme ilustrado no Quadro 7.

**Quadro 7- Teorias apresentadas x quantidades**

Teorias	Soma de quantidades
Teoria da Representação social	3
Teoria Institucional	2
Teoria Neo-Institucional	1
Teoria das Redes sociais	1
Teoria Crítica	1
Teoria da Fronteira	1
Teoria da Aprendizagem Social	1
Teoria Decolonial	1
Teoria da Imersão Mista	1
Teoria Organizacional	1
Teoria Sócio-histórica	1
Teoria Causation e Effectuation	1
Teoria da Subjetividade	1
<b>Total Geral</b>	<b>16</b>

Fonte: dados da pesquisa (2025)

A teoria da Representatividade social foi encontrada em 3 artigos, sendo a teoria mais discutida entre os artigos estudados e sendo essa destacada no referencial teórico deste estudo e a teoria Institucional foi discutida em 2 artigos. Outras teorias encontradas foram a Teoria Neo-Institucional, Teoria das Redes sociais, Teoria Crítica, Teoria da Fronteira, Teoria da Aprendizagem Social, Teoria Decolonial, Teoria da Imersão Mista, Teoria Organizacional, Teoria Sócio-histórica, Teoria Causation e Effectuation e a Teoria da Subjetividade, sendo estas discutidas apenas 1 vez dentro dos 57 artigos estudados.

Considerando a quantidade de artigos estudados e a quantidade de conceitos e teorias discutidos nestes, percebe-se que grande parte das pesquisas não apresenta bases teóricas em suas discussões. Essa ausência de embasamento teórico pode comprometer a profundidade das análises e dificultar o avanço do conhecimento científico sobre os fenômenos sociais abordados.

#### 4.7 TEMÁTICA PRINCIPAL

Ao analisar as temáticas principais dos artigos, foram identificadas 57 diferentes abordagens. Após a análise, essas temáticas foram agrupadas em dez categorias principais: características do empreendedorismo feminino é a categoria com mais temática relacionadas, representando 39% das temáticas apresentadas, motivação ao empreender e gênero apresentam 14% das temáticas, cada uma. Desafios e dificuldades do empreendedorismo feminino, redes sociais no empreendedorismo feminino, literatura sobre empreendedorismo, e histórias de empreendedoras apresentam 5% das temáticas, enquanto empreendedorismo imigrante, e representações sociais apresentam 2% e intraempreendedorismo apenas 1% das temáticas discutidas, conforme ilustrado no Quadro 8.



A categoria características do empreendedorismo feminino é que mais se destacou com 39% das temáticas discutidas, sendo exemplos de algumas delas: Características do empreendedorismo feminino, empreendedorismo feminino periférico, empreendedorismo resiliente, planejamento estratégico e gestão feminina em pequenas empresas, entre outras.

**Quadro 8 – Temática principal x quantidades x porcentagem**

Temática Principal	Contagem de Te-	
	mática	Porcentagem
Características do empreendedorismo feminino	22	39%
Motivação ao empreender	8	14%
Gênero	8	14%
Desafios e dificuldades do empreendedorismo feminino	5	9%
Redes Sociais no Empreendedorismo Feminino	3	5%
Literatura sobre empreendedorismo	3	5%
Histórias de empreendedoras	3	5%
Empreendedorismo imigrante	2	4%
Representações sociais	2	4%
Intraempreendedorismo	1	2%
<b>Total Geral</b>	<b>57</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados da pesquisa (2025)

Na categoria motivação ao empreender as temáticas apresentadas são: Fatores motivacionais que levam o público feminino a aventurarem-se no mundo dos negócios, rede De Apoio E Seu Impacto No Empreendedorismo Feminino, o poder do batom, entre outras.

E na categoria gênero as temáticas são: Percepção de estereótipos de gênero, por uma ressignificação do empreendedorismo feminino, gênero, Imersão e Empreendedorismo, entre outras.

#### 4.8 TEMÁTICA SECUNDÁRIA

Dos 57 artigos analisados, 37 apresentavam subtemáticas, enquanto 20 tratavam apenas da temática principal. As 37 subtemáticas identificadas foram organizadas em dez categorias distintas: gênero, características do empreendedorismo feminino e estudo de caso foram as subtemáticas mais abordadas entre os artigos representando 11% do total, cada um. Empreendedorismo feminino estava presente em 9% das subtemáticas, desafios foi abordado em 7% das subtemáticas. Microempreendedora e incentivos foram abordados em 5% dos artigos, cada um. Satisfação foi subtemática de 4% dos artigos. Representatividade social e estudos sobre empreendedorismo foram abordados em 2% das subtemáticas dos artigos, cada um, conforme ilustrado no Quadro 9.

Na categoria gênero, foram abordadas subtemáticas como: Sexo Frágil, Laços Fortes? E uma análise pós-estruturalista da performance de gênero, entre outras. Na categoria características do empreendedorismo feminino algumas subtemáticas foram: tendências empreendedoras e gênero, e mulheres gerentes de empresas, entre outras. E na categoria estudo de caso exemplos de subtemática foram: estudo de caso com professoras de Programas de Mestrado e Doutorado em Administração de Curitiba-PR e Um estudo no segmento da moda do Agreste Pernambucano, entre outras.



Quadro 9 – Subtemática x quantidades x porcentagem

Subtemática	Quantidade	Porcentagem
(vazio)	20	35%
Gênero	6	11%
Características do empreendedorismo feminino	6	11%
Estudo de caso	6	11%
Empreendedorismo feminino	5	9%
Desafios	4	7%
Microempreendedoras	3	5%
Incentivos	3	5%
Satisfação	2	4%
Representatividade social	1	2%
Estudos sobre empreendedorismo	1	2%
<b>Total Geral</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Fonte: dados da pesquisa (2025)

#### 4.9 ABORDAGEM E MÉTODOS DE PESQUISA

Em relação às abordagens de pesquisa, dos 57 artigos encontrados 5 utilizam a abordagem teórica, enquanto a maior parte, totalizando 52 artigos, utilizaram a abordagem teórico-empírica. Conforme ilustrado no Quadro 10, entre os artigos encontrados foram utilizados quatro tipos de métodos de pesquisa, sendo o método qualitativo o mais empregado, representando 68% dos artigos. Em seguida, o método quantitativo corresponde a 18% das publicações, o ensaio teórico a 9%, e o método misto foi utilizado em apenas 5% dos artigos publicados.

Quadro 10 – Métodos de pesquisa x quantidades x porcentagem

Métodos de pesquisa	Contagem de Métodos	Porcentagem
Qualitativo	39	68%
Quantitativo	10	18%
Ensaio Teórico	5	9%
Misto	3	5%
<b>Total Geral</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Fonte: dados da pesquisa (2025)

#### 4.10 MODELOS CONCEITUAIS USADOS NOS ESTUDOS

Dentre os 57 artigos estudados, apenas 1 deles apresentou modelo teórico integrativo, sendo este proposto por Cunha, Nascimento e Falcão (2024) que busca explicar o empreendedorismo de mulheres imigrantes com união entre duas abordagens teóricas, a Imersão Mista (IM) e a Nova Teoria Institucional (Neo-IT).

Segundo os autores, a combinação das duas teorias permite uma visão mais completa, pois considera tanto as relações sociais envolvidas quanto as regras e estruturas institucionais. A proposta busca melhorar os modelos antigos, que só focavam nos obstáculos ou facilidades,



sem entender a interação entre a pessoa e o ambiente (Cunha; Nascimento; Falcão, 2024). A proposta é apenas teórica, desenvolvida com base em revisão da literatura e argumentação analítica e não foi aplicada empiricamente, servindo como base para futuras pesquisas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como objetivo analisar a produção acadêmica sobre empreendedorismo feminino publicados na base de dados da SPELL. Para complementar o estudo, os objetivos específicos eram de quantificar o total de artigos publicados sobre empreendedorismo feminino, identificar as abordagens mais estudadas sobre o assunto e destacar os autores e instituições que mais publicaram sobre a temática.

Para isso foi realizada uma busca no campo resumo com a palavra-chave, empreendedorismo feminino, resultando em 57 artigos. Após análise dos artigos, foi elaborada a tabulação dos dados chegando aos seguintes resultados:

As publicações encontradas foram dos anos 2003 a 2025, sendo o ano de 2024 o que apresentou maior número de publicações sobre a temática, com onze artigos encontrados. Uma variedade de 42 revistas publicou sobre empreendedorismo feminino na pesquisa realizada, dentre elas, a Revista Pensamento Contemporâneo em Administração destacou-se, com quatro publicações sobre a temática, representando 7% dos artigos encontrados. Foram encontradas 222 palavras-chave, realizou-se uma síntese, agrupando-as em categorias e dessas se destacaram empreendedorismo feminino que corresponde a 20% das palavras-chave encontradas, tipo de empreendedorismo que corresponde a 14% das palavras-chave, gênero que corresponde a 11%.

Diversos autores escreveram sobre o tema abordado. Rivanda Meira Teixeira foi a autora que mais publicou artigos sobre a temática conforme dados dessa pesquisa, com um total de três artigos, correspondendo a 2% dos artigos encontrados. Outra categoria analisada foram as Instituições de Ensino Superior (IES), no total, 167 instituições foram identificadas como responsáveis pelas publicações analisadas, a Universidade de São Paulo foi a que mais se destacou, com 9 publicações.

Foram identificados 133 diferentes conceitos e teorias e resumos em treze categorias principais, sendo as categorias de gênero, desafios e dificuldades e teorias as que mais se destacaram com 23%, 16% e 12% do total de conceitos e teorias, respectivamente. Os artigos apresentaram 16 teorias, algumas discutidas em mais de um artigo como é o caso da teoria das representações sociais que foi discutida em 3 artigos e a teoria institucional que foi discutida em 2 artigos.

Ao analisar as temáticas, foram identificadas 57 diferentes abordagens que foram agrupadas em categorias sendo as categorias que mais se destacaram: características do empreendedorismo feminino é a categoria com mais temática relacionadas, representando 39% das temáticas apresentadas, motivação ao empreender e gênero que apresentam 14% das temáticas, cada uma. Dos 57 artigos analisados, 37 apresentavam subtemáticas, enquanto 20 tratavam apenas da temática principal, as subtemáticas identificadas foram organizadas em categorias distintas sendo as de maior destaque: gênero, características do empreendedorismo feminino e estudo de caso representando 11% do total, cada um.

Em relação às abordagens de pesquisa, dos 57 artigos encontrados 5 utilizam a abordagem teórica, enquanto a maior parte, totalizando 52 artigos, utilizaram a abordagem teórico-empírica. Entre os artigos encontrados foram utilizados quatro tipos de métodos de pesquisa, sendo o método qualitativo o mais empregado, representando 68% dos artigos.

Pelo que foi apresentado foi possível identificar que, apesar do crescimento do empreendedorismo feminino, o aumento dos estudos nessa temática vem ocorrendo de forma lenta



nos últimos anos, apresentando um destaque maior apenas no ano de 2024. Quanto aos autores e universidades percebe-se que há uma grande variedade, porém nesta pesquisa apresentaram poucas publicações (recorte da base da SPELL).

Notou-se que a maior parte das pesquisas foi em relação aos desafios e dificuldades de empreender e a discussões sobre gênero. E que poucos estudos abordaram os desafios relacionados a origem de capital e ao uso das redes sociais no empreendedorismo feminino.

A limitação desse estudo está no fato de ser feita em apenas uma base de dados, sugerindo assim que novas pesquisas sejam realizadas com uma amplitude maior de pesquisas sobre a temática.

## REFERÊNCIAS

- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Revista Científica*, Marília: UNIESP, 2017. Disponível em: <https://uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: mai. 2025.
- ARAÚJO, Ismeinem Vieira de Faria. O papel das representações sociais no ensino da arte perante a diversidade cultural. In: PARANHOS, William Roslindo (org.). *História: espaços, poder, cultura e sociedade*. v. 3. Ponta Grossa: Atena Editora, 2022. cap. 4, p. 29–32. DOI: 10.22533/at.ed.3872225034.
- BANDEIRA, Patrícia Bock; AMORIM, Marcos Vinicius; OLIVEIRA, Manoela Ziebell de. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Trabalho (En)Cena*, v. 20, n. 3, p. 1105-1113, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>. Acesso em: 3 ago. 2025.
- BARBOSA, H. M. A.; ROCHA NETO, M. P. da; CÂMARA JÚNIOR, S. L.; SILVA, P. M. M. da. Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. *GeSec: Revista de Gestão e Secretariado*, v. 12, n. 2, p. 94–121, 2021.
- BARBOSA, Eneida; MENEGUETE, Fabiula. As perspectivas de mulheres em posições de liderança em micro e pequenas empresas na cidade de Manaus – AM. *Revista de Administração, Sociedade e Inovação*, v. 11, n. 1, p. 114–132, jan./abr. 2025. Disponível em: <http://www.rasi.vr.uff.br>. Acesso em: 8 abr. 2025.
- CARDELLA, G. M.; HERNÁNDEZ-SÁNCHEZ, B. R.; SÁNCHEZ-GARCÍA, J. C. Empreendedorismo feminino: uma revisão sistemática para delinear os limites da literatura científica. *Frontiers in Psychology*, v. 11, p. 1557, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>.
- CASTRO, Beatriz Leite Gustmann de; PONTELLI, Greice Eccel; NUNES, Andrieli de Fátima Paz; KNEIPP, Jordana Marques; COSTA, Vânia Medianeira Flores. Empreendedorismo feminino no setor de serviços: análise da capacidade de resiliência em tempos da covid-19. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, v. 7, n. 3, p. 44–63, set./dez. 2022. DOI: <https://doi.org/10.29327/237867.7.3-5>.
- CRESOL. Dia do empreendedorismo feminino: conheça essa data. 2024. Disponível em: <https://blog.cresol.com.br/dia-do-empreendedorismo-feminino-conheca-essa-data/>. Acesso em: 11 jun. 2025.
- CRUSOÉ, Nilma Margarida de Castro. A teoria das representações sociais em Moscovici e sua importância para a pesquisa em educação. *Aprender: Cadernos de Filosofia e Psicologia da Educação*, Vitória da Conquista, ano II, n. 2, p. 105–114, 2004.
- CUNHA, Victoria Barboza de Castro; NASCIMENTO, Thiago Cavalcante; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz. Em busca de um modelo integrativo para o empreendedorismo feminino imigrante. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, v. 64, n. 1, p. 1–25,



2024. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/74618/em-busca-de-um-modelo-integrativo-para-o-empreendedorismo-feminino-imigrante>. Acesso em: 1 ago. 2025.

**CURSINO, Adélia Maria de Campos; CARVALHO NETO, Antonio.** O estilo de gestão da mulher executiva brasileira: o feminino no masculino ou o masculino no feminino? In: ANDRADE, Juliana Oliveira; CARVALHO NETO, Antonio (org.). **Mulheres profissionais e suas carreiras sem censura.** São Paulo: Atlas, 2015. p. 137–153.

**DOLABELA, Fernando; FILION, Louis Jacques.** Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, p. 134–180, 2013.

**DOLABELA, Fernando.** Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999. p. 32–47.

**DORNELAS, José Carlos Assis.** Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

**FABRÍCIO, Joiceli dos Santos; VIZEU, Fabio.** Por uma ressignificação do empreendedorismo feminino a partir de três visões filosóficas sobre o gênero e poder = For a reframing of women's entrepreneurship from three philosophical views on gender and power. **REGEPE - Revista de Gestão, Empreendedorismo e Pequenas Empresas**, v. 13, n. 3, set./dez. 2024. DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2347>.

**GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.** **Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025 Global Report: entrepreneurship reality check.** London: GEM, 2025.

Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51621>. Acesso em: 3 ago. 2025.

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM).** **GEM 2023/24 Women's Entrepreneurship Report: reshaping economies and communities.** [S.l.: s.n.], 2024. p. 72. Disponível em: <https://gemconsortium.org/report/202324-womens-entrepreneurship-report-reshaping-economies-and-communities-2>. Acesso em: 1 jun. 2025.

**GONÇALVES, Haline Maltez do Couto; SANTOS, Fernando de Almeida.** Empreendedorismo feminino: como empreender e conciliar as funções maternas. **Revista Pensamento & Realidade**, Fortaleza, v. 38, n. 2, p. 60–78, 2023. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/60426>. Acesso em: 1 jul. 2025.

**LINDO, Maíra Riscado; CARDOSO, Patricia Mendonça; RODRIGUES, Mônica Esteves; WETZEL, Ursula.** Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **RAC Eletrônica**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, art. 1, p. 1–15, jan./abr. 2007. Disponível em: [https://arquivo.anpad.org.br/periodicos/arq\\_pdf/a\\_621.pdf](https://arquivo.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_621.pdf). Acesso em: 1 mai. 2025.

**MACHADO, Francis Berenger.** Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. Trabalho apresentado no Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD), Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://silo.tips/download/dilemas-de-mulheres-empendedoras-em-empresas-inovadoras-nascentes>. Acesso em: 5 mai. 2025.

**MATOS, Fátima Regina Ney; FELL, André Felipe de Albuquerque; FELL, Nilke Sylvania Pizziolo; ROLIM, Germana Ferreira.** Representações sociais e empreendedorismo: o significado do termo para alunos do curso de Administração de Empresas. In: VI Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 6., 2010, Recife. Anais... Recife: VI EGEPE, 2010.

**MORAES, Patrícia Regina de; SOUZA, Indira Coelho de; PINTO, Denise Almada de Oliveira; ESTEVAM, Sebastião José; MUNHOZ, Wanderley Adaid.** A teoria das repre-



sentações sociais. São Paulo: UNISEPE, 2018. Disponível em: [https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2018/06/teoria\\_representacoes.pdf](https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2018/06/teoria_representacoes.pdf).

Acesso em: 29 jul. 2025.

**MOSCOVICI, S.** Notes towards a description of social representations. **European Journal of Social Psychology**, v. 18, n. 3, p. 211-250, 1988. Disponível em:

<https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>. Acesso em: 30 jul. 2025.

**MUSSE, C. F.; GONÇALVES, I. de S.** Narrativa e animação: representações da maternidade na websérie Conception. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 14, n. 3, 2020.

**OLIVEIRA, Edi Carlos de; SILVA, Emerson José Gomes da.** Um olhar pelo retrovisor: diferentes trajetórias de empresas rondonenses que alcançaram o sucesso ao empreender e inovar no segmento de bijuterias. In: PIKANÇO, Fabiana Cristina de Azevedo; PERIOTTO, Tânia Regina Corredato (orgs.). **Empreendedorismo e inovação**. Maringá – PR: Unicesumar – Centro Universitário de Maringá, 2017. Cap. 2.

**PIKANÇO, Fabiana Cristina de Azevedo; ALBUQUERQUE, Ricardo Azenha Loureiro; PERIOTTO, Tânia Regina Corredato.** O perfil empreendedor do profissional da educação: a experiência dos acadêmicos do curso de Pedagogia da Unicesumar – Maringá - PR. In: PIKANÇO, Fabiana Cristina de Azevedo; PERIOTTO, Tânia Regina Corredato (orgs.). **Empreendedorismo e inovação**. Maringá – PR: Unicesumar – Centro Universitário de Maringá, 2017. Cap. 3.

**SERRA, Milla Rayane Nascimento; FONSECA E FONSECA, Paulo Roberto Campelo; BANDEIRA, Nehemias Pinto; CRUZ, Cristina Nitz da; LOBATO, Fabiana Mendes; NUNES, Thiago Soares.** Multiplicidade de papéis do empreendedorismo feminino: uma análise da percepção de empreendedoras do varejo de São Luís do Maranhão. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 23, n. 4, p. 270–285, out./dez. 2024. ISSN 1984-6975 (online). Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/facesp/article/view/10462>. Acesso em: 24 mai. 2025.

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE.** Empreendedorismo feminino: 4º trimestre de 2024. Brasília, DF: SEBRAE, 28 fev. 2025. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/08/2024-07-31-relatorio\\_empreendedorismo\\_feminino\\_202304.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/08/2024-07-31-relatorio_empreendedorismo_feminino_202304.pdf). Acesso em: 24 jun. 2025.

**SOUZA, Adriana Ferreira de; SOUZA, Andreia Aparecida Ferreira de; OLIVEIRA, Edi Carlos de.** O reflexo no espelho e a projeção do “eu”: a evolução da maquiagem no contexto da mulher empreendedora. In: PIKANÇO, Fabiana Cristina de Azevedo; PERIOTTO, Tânia Regina Corredato (orgs.). **Empreendedorismo e inovação**. Maringá – PR: Unicesumar – Centro Universitário de Maringá, 2017. Cap. 1.

**TEIXEIRA, Marcella Barbosa Miranda; CAMPOS, Rita de Cássia Leal; SILVA, Amanda Fontes; ASSIS, Lílian Bambirra de.** “Que horas ela volta?”: uma análise fílmica à luz da representação social e da construção social da realidade. **Revista Interface**, v. 17, n. 2, ago./dez. 2020. ISSN 2237-7506. Disponível em: <https://revistainterface.com/2020/12/que-horas-ela-volta-uma-analise-filmica-a-luz-da-representacao-social-e-da-construcao-social-da-realidade/>. Acesso em: 29 jul. 2025.

**VIEIRA, Antonia Máira Emelly Cabral da Silva; CUNHA, Maria Priscila Borges Carvalho da; DUARTE, Wladimir Geovanne dos Santos.** Teoria das representações sociais e educação: apontamentos teóricos. **Educação e Cultura Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 21, 2024. Disponível em: <https://www.revistas.unesa.br/index.php/EducacaoCulturaContemporanea>. Acesso em: 28 jul. 2025.