

AS DIFICULDADES ENFRENTADAS POR BRASILEIRAS EMPREENDEDORAS EM PORTUGAL

DIFFICULTIES FACED BY BRAZILIAN WOMEN ENTREPRENEURS IN PORTUGAL

Agatta da Costa Manso¹

¹ Universidade do Minho (UMinho) — vínculo acadêmico de origem do trabalho, encerrado em 2022

agattamanso-66045p@adv.oa.pt

Resumo. A imigração de brasileiros para Portugal é algo que vem crescendo e se tornando realidade nos últimos anos, mas é necessário considerar as dificuldades enfrentadas por pessoas do gênero feminino na criação de uma condição de trabalho condizente com sua realidade. O presente capítulo tem como objetivo principal discutir as dificuldades enfrentadas por mulheres brasileiras ao empreender em Portugal, discutir possibilidades de mudança dessa condição a partir da análise comparativa entre empreendedoras brasileiras em uma outra realidade econômica. Diversos são os estudos que afirmam que o empreendedorismo é um dos meios de criação de emprego muitas vezes escolhidos por imigrantes diante das dificuldades em se recolocarem no mercado de trabalho, mas ainda há a necessidade de que se discuta o assunto para que cada vez mais mulheres disponham-se a percorrer o caminho do empreendedorismo, e para que finalmente consigam ultrapassar o “teto de vidro” que lhes são socialmente impostos. A pesquisa é exploratória, com metodologia qualitativa, foi realizada a partir da análise de estudos e conteúdos. Foi necessário um estudo qualitativo visando demonstrar as principais dificuldades enfrentadas por mulheres em empreender no exterior, para compreender seus principais motivadores. Verifica-se que a maior dificuldade das mulheres ao iniciar seu próprio negócio está na obtenção de recursos financeiros, adaptações culturais, preconceitos e burocracia. Conclui-se que mesmo diante de todas as dificuldades as mulheres têm se mostrado capazes de iniciar uma atividade empreendedora, independente do país, diante do seu pensamento estratégico, pela sua maneira de pensar o empreendedorismo, e, principalmente pela necessidade da modificação do cenário econômico mundial.

Palavras-chave: EMPREENDEDORISMO; DIVERSIDADE; IMIGRAÇÃO; MULHERES.

Abstract. Brazilian immigration to Portugal has grown and become a reality in recent years, but it is necessary to consider the difficulties faced by women in creating working conditions compatible with their reality. The main objective of

this chapter is to discuss the difficulties Brazilian women face when engaging in entrepreneurship in Portugal and possible ways to change this situation through a comparative analysis with Brazilian women entrepreneurs in another economic context. Several studies state that entrepreneurship is one means of job creation often chosen by immigrants because of the difficulties of re-entering the labor market. However, the topic still needs to be discussed so that more women are willing to pursue entrepreneurship and can finally overcome the 'glass ceiling' socially imposed upon them. This exploratory study used a qualitative methodology based on an analysis of studies and content. A qualitative study was necessary to demonstrate the main difficulties women face when undertaking entrepreneurial activities abroad and to understand their principal motivations. The greatest difficulties women face when starting their own businesses involve obtaining financial resources, cultural adaptation, prejudice, and bureaucracy. It is concluded that, despite all the difficulties, women have shown themselves capable of initiating entrepreneurial activity regardless of the country, given their strategic thinking, their way of understanding entrepreneurship, and, above all, the need to change the global economic landscape.

Keywords: Entrepreneurship. Diversity. Immigration. Women.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o aumento do número de mulheres a frente de seus negócios tem aumentado substancialmente, de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) do ano de 2021, mundialmente são 274 milhões de mulheres envolvidas em start-ups, 139 milhões são proprietárias ou gerentes de empresas, e 144 milhões são investidoras informais.

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU) o empreendedorismo é um dos melhores caminhos para o desenvolvimento de uma nação, através do positivo impacto económico, social e político. O impacto económico gerado é proveniente da geração de novos postos de trabalho e a inovação com a criação de novos negócios.

O conceito de empreendedorismo feminino surge da realização da atividade empreendedora por pessoas do género feminino, motivado pelas dificuldades enfrentadas dentro e fora do mundo corporativo.

Para Takahashi (2005), as mulheres possuem perfis específicos no empreendedorismo, tais como, serem casadas, terem filhos e possuem alto nível de escolaridade, iniciam empresas com baixo capital social e de pequeno porte, e possuem experiência prévia nos setores em que atuam.

Dessa forma, o presente capítulo, tem como principal objetivo discutir as principais dificuldades encontradas por imigrantes brasileiras em iniciarem seus próprios negócios em Portugal.

De acordo com Machado (2003) diversas são as razões que motivam as mulheres a criação de um novo negócio, tais como a realização pessoal e independência, oportunidade de mercado, dificuldade na obtenção de altos cargos nas empresas e por necessidade.

O povo brasileiro tem como perfil cultural a miscigenação racial de várias etnias e, por isso, o Brasil pode ser enquadrado historicamente num país receptor de imigrantes, assim

como de emissor (Cruz et al., 2017). Diante da análise histórica a imigração brasileira vive em constante ascensão, e tem se destacado pelo nível de qualificação das pessoas, as possibilidades de inserção no mercado de trabalho e a crescente imigração feminina. As barreiras encontradas por empreendedoras são inúmeras, por isso a importância dos estudos ao que diz respeito as formas de gestão desempenhadas por imigrantes do gênero feminino. As mulheres são detentoras dos menores salários, poucas são as políticas sociais para o desenvolvimento de negócios femininos, no mercado de trabalho a progressão de carreira é escassa e fica cada vez mais difícil alcançar espaços de decisão e poder.

Ao que diz respeito ao modelo feminino de gestão, no entendimento de Robbins e Coulter (1998), as mulheres valorizam os indivíduos como seres humanos. Já no entendimento de Oliveira (2010) e Gomes (2004) as mulheres encorajam a participação dos outros, com a partilha de poder e informações, estimulam, valorizam e motivam para o trabalho.

O capítulo inicia-se com a visão feminina do empreendedorismo em Portugal e no Brasil, realiza-se a apresentação de alguns dados objetivando embasar as dificuldades encontradas por mulheres em seus países de origem, e finaliza discutindo-se as dificuldades enfrentadas pelas brasileiras, bem como a necessidade de inclusão e diversidade no empreendedorismo para que mais mulheres ocupem espaços de liderança e na busca da igualdade.

Após a maternidade, muitas mulheres se deparam com diversas dificuldades para retornarem ao mercado de trabalho, assim algumas mulheres encontram na abertura do próprio negócio a saída para enfrentarem esses desafios. Para essas mulheres, o empreendedorismo é uma opção de carreira que pode colaborar na administração dos papéis de família e de trabalho, obtendo um maior equilíbrio. (Dourado, 2016, p. 50)

É fundamental a necessidade da promoção do incentivo e demonstrar quais são as ferramentas que devem ser utilizadas por estas mulheres na edificação do seu empreendimento e obtenção do sucesso.

Objetivo Geral

O presente artigo tem como objetivo geral discutir e verificar as dificuldades enfrentadas por brasileiras imigrantes em empreender em Portugal. Verifica-se que diversos são os fatores que motivam a opção ao empreendedorismo, e, portanto, é importante que se discuta questões que se referem ao preconceito e discriminação enfrentados, ao que diz respeito a ao acesso à informação, ao crédito, a conciliação do negócio com a vida familiar, e as demais adversidades encontradas no início da atividade empresarial.

Objetivos específicos

- 1.2.1. Conceituar o empreendedorismo feminino.
- 1.2.2. Demonstrar as adversidades e o sucesso experimentado pelo empreendedorismo feminino imigratório.
- 1.2.3. Analisar as principais motivações de imigrantes brasileiras a empreender.

Questão problematizadora

Tendo em vista que a porcentagem populacional no Brasil e Portugal é composta majoritariamente por mulheres, de acordo com a pesquisa elaborada pelo GEM, por que as mulheres brasileiras têm encontrado tantas dificuldades para serem donas do seu próprio negócio ao imigrarem? Quais estratégias são capazes de incentivar mais mulheres a empreender?

Justificativa

A discussão trazida no presente capítulo é importante para que se analise ou modifique a situação atual da sociedade como um todo, de forma que mais mulheres consigam mais acesso ao emprego e na edificação de suas empresas, para que se alcance uma igualdade de gênero até mesmo no empreendedorismo entre países que possuem tratados de cooperação como os mencionados.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para elaboração do capítulo foi inicialmente formação teórica e exploratória, através de análise de estudos relacionados com o tema. Não se descartou a utilização de metodologia quantitativa, com a coleta de dados de pesquisas populacionais já realizadas, a fim de demonstrar o número de empreendedoras no Brasil e Portugal, bem como sua população ativa.

A coleta de dados é realizada primeiramente através de livros e artigos, seguidos das pesquisas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Banco Mundial e Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e Comitê Europeu.

O EMPREENDEDORISMO FEMININO EM PORTUGAL

Desde os anos 70 é que a União Europeia vem tratando a igualdade de gêneros como um objetivo social, embora já tivesse havido previsão em 1957 no Tratado de Roma, sobre a igualdade de remuneração, aprovada somente em 1975, seguida de uma diretiva aprovada em 1976 ao que se refere ao acesso ao emprego e formação profissional. E somente no ano de 2002 é que se incluiu dentre as diretivas, a proibição formal do assédio sexual. (Comissão Europeia, 2004, p. 5.1)

O empreendedorismo em Portugal, apesar de recente, é considerado como um possível meio de acesso ao mercado de trabalho, e conseqüentemente, uma forma alternativa capaz de gerar mudanças profissionais, sociais e económicas. A necessidade de se gerar uma economia mais sustentável e competitiva, o empreendedorismo passa a ser um mecanismo importante de inclusão profissional da população como um todo.

A população atual portuguesa no ano de 2021 é de 10.344.802, sendo em sua maioria composta por pessoas do género feminino (5.423.632). De acordo com o mesmo estudo demográfico, no ano de 2020, 17% das mulheres viviam em risco de pobreza em Portugal, e ao que diz respeito a diferenças salariais no ano de 2019 o ganho médio de pessoas do género feminino era de 1087€, enquanto as pessoas do género masculino percebiam o valor médio de 1312.40€. (INE, Pordata).

Os fatores motivacionais que levam os portugueses na criação de seus negócios, de acordo com o GEM, são: ter autonomia para criação do próprio emprego, realização profissional e o oferecimento de uma boa ideia mercadológica.

Consequentemente, a ausência de lucros é a maior razão para o encerramento das empresas, ou seja, pode-se considerar uma falta de planejamento e estratégia para os negócios seja por parte estatal e privada.

Em Portugal, apesar de existirem muitos programas de apoio ao empreendedorismo, as mulheres ainda têm menor participação em setores económicos de valor acrescentado como: ciências, matemáticas, tecnologias e engenharias, ficando sua grande maioria em áreas como ciências sociais e humanas.

“Elas tendem a escolher áreas de negócio ou autoemprego em serviços de baixo valor, próximas de atividade de cuidado, atendimento ao público e imagem, que remetem para espaços de intimidade e domesticidade” (Casaca 2012, in Brandão et al, 2019, p. 2971). Na perspectiva de Minniti e Naudé (2007), ao contrário do que se pensa, a idade, o tipo de trabalho, o nível de rendimento e educação não impacta na criação de novos negócios femininos, mas o desejo de realização profissional é o fator motivacional que mais se destaca entre as mulheres portuguesas.

De acordo com os dados do Fórum Económico Mundial de 2021, Portugal é um dos países em que as desigualdades entre os géneros tende a diminuir no decorrer dos anos, ocupando o 22º lugar no ranking de 156 países estudados. Mas ainda assim, muito ainda tem de ser feito, principalmente pelo Poder Público, para que essa disparidade seja totalmente eliminada da sociedade portuguesa como um todo.

O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

As mulheres ingressaram no mercado de trabalho no Brasil nos anos 70, com o surgimento dos movimentos sindicais e feministas no país. E foi nos anos 80 que passaram a ter mais visibilidade dentro desses movimentos, em virtude do surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única dos Trabalhadores (CUT). Já a igualdade jurídica de direitos, só foi conquistada às mulheres com o advento da Constituição Federal de 1988.

De acordo com o GEM realizado no Brasil no ano de 2019, a taxa de empreendedorismo total do país é de 38,7%, o que representa 53 milhões de brasileiros realizando uma atividade empreendedora. Esse número pode ser explicado pelo período vivido no país em que houve uma retomada económica e a baixa inflação, a operacionalização da Reforma Trabalhista e a Reforma da Previdência, bem como a aprovação da medida provisória da liberdade económica, no sentido de desburocratizar a abertura de empresas. O empreendedorismo brasileiro tem por sua grande maioria a presença masculina, mas estima-se que em 2019, havia 25,8 milhões de mulheres a frente de seus negócios. Isso ocorre porque o nível de abandono ao empreendedorismo entre as mulheres é maior do que os homens, vez que as mulheres buscam uma alternativa em momentos de piora da renda familiar, e desiste do projeto quando essa situação muda.

O empreendedorismo feminino brasileiro está ligado a falta de empregos existentes, ou seja, o principal fator motivacional que inspiram mulheres estarem a frente de seus negócios é a escassez de empregos (90,8%). Outro fator motivacional ao empreendedorismo feminino no Brasil é fazer a diferença no mundo (53,2%), construção de riqueza ou renda (31,8%) e continuar uma tradição familiar (24,4%). (GEM, 2019)

“A criação do próprio negócio surge como um das alternativas ao emprego incerto. Não só por uma conjuntura socioeconômica, que faz com que o desenvolvimento de novos negócios seja uma necessidade ou alternativa ao desemprego, mas também, pelo sonho de ter o próprio negócio.” (Barbosa; Santos, 2008, p. 2)

As atividades empreendedoras femininas estão majoritariamente ligadas a serviços domésticos como limpeza de residências, diaristas, cuidadoras de crianças e idosos, cozinheira, lavadeira, passadeira e jardineira. Outro ramo de atuação feminina é o de tratamento estético e de beleza, ficando em terceiro lugar as atividades comerciais de varejo.

Morais (2015) aduz que homens estão mais propensos a atividades relacionadas a fabricação, finanças e áreas técnicas, enquanto as mulheres tendem para áreas ligadas a prestação de serviços.

Outra característica das empreendedoras brasileiras, está relacionado com a obtenção de renda para início das atividades empresariais, em que de acordo com Machado et al (2003), a principal fonte de recurso é proveniente de suas economias pessoais, empréstimos de familiares e amigos.

DESIGUALDADE, CONFLITO, MOTIVAÇÃO

A intenção de ver melhorias no mundo atual, vem por anos marcando as mulheres na luta pela igualdade de direitos e oportunidades. Sabe-se que as mulheres, principalmente imigrantes, têm enfrentado cada vez mais dificuldades em manter-se em seus postos de trabalho e até mesmo de iniciarem seu próprio negócio.

De acordo com o Guia EQUAL sobre a Integração da Perspectiva do Género, (2004, p. 2.1) ao que diz respeito a participação feminina na sociedade menciona que:

“A igualdade de participação das mulheres e homens em todos os aspectos da sociedade é essencial para um crescimento duradouro e para a democracia e simboliza igualmente um nível de maturidade política da sociedade”.

Atualmente, apesar de estar o perfil feminino vinculado a atividades “maternais” como cuidar e servir, há ainda uma pouca expressão feminina na contribuição das áreas relacionadas com a inovação, tecnologias e engenharias. Há de se considerar ainda o despendimento de tempo na realização de cuidados e trabalhos domésticos realizados por mulheres, o que faz com que aumente ainda mais a desigualdade entre os géneros.

Frisa-se que por muito das vezes as mulheres necessitam reduzir seu tempo de trabalho para suprir as necessidades familiares, e passam a constituir a maioria dos desempregados, dos piores salários e das pessoas que cuidam dos outros (Comissão Europeia, 2004, p. 2.1)

“Observa-se que a pandemia de COVID-19 trouxe alterações drásticas a vida das mulheres trabalhadoras; salienta que as mulheres em teletrabalho ficaram com sobrecarga de trabalho, já que tiveram de conciliar o trabalho, os filhos e as tarefas domésticas, o que agravou a sua situação; assinala que muitas mulheres tiveram que suportar mais despesas com menos salário.” (Parlamento Europeu, 2021)

Ou seja, em todos os contextos a disparidade de direitos e deveres entre os géneros tem se sobressaído no decorrer dos anos, sendo ainda mais agravados com a decorrência do período pandémico.

De acordo com o Relatório Global de Lacunas entre os Géneros do ano de 2021, em decorrência da pandemia de COVID-19, seriam necessários 135 anos para que as mulheres consigam o mesmo padrão de vida e oportunidades que os as pessoas do género masculino.

De acordo com Jonathan (2003), diversas são as dificuldades enfrentadas pelas mulheres no desenvolvimento de suas empresas, tais como captação de recursos financeiros e investidores anjos.

Nas sociedades contemporâneas democráticas é direito de todo cidadão a igualdade, integração e de oportunidades (*mainstreaming*), o respeito e a dignidade, o tratamento dos trabalhadores como uma pessoa completa, o fomento e a participação de uma cultura dentro do conceito de igualdade, e o aumento da capacidade de visão, ou seja, como os sistemas atuais correspondem às necessidades salariais, segurança no trabalho, oportunidades de formação e promoção. (Comissão Europeia, 2011, p. 66-67)

Ocorre que mesmo em se tratando de géneros, entre as mulheres também há uma certa desigualdade, ao serem caracterizadas por etnia, religião, educação, origem sexual, deficiência, classe social. Ou seja, uma mulher com grau universitário de classe social mediana não tem as mesmas oportunidades que uma mulher de uma classe social superior, ainda que enfrentem discriminações em seu quotidiano, suas necessidades e aspirações são diferentes.

De 2017 até os dias atuais só houve aumento na imigração brasileira em Portugal, que era majoritariamente masculino, passou a receber uma maior presença feminina.

As imigrantes que, inicialmente, imigravam com o intuito de reunir a família, atualmente, imigram em busca de melhores condições de vida e para se libertarem da discriminação, opressão e preconceito vivenciados no seu país. É importante mencionar que a imigração entre homens e mulheres é diferente, assim como há também uma heterogeneidade em relação a imigrar entre as próprias mulheres (Neves et al., 2016; Padilla, 2007).

Entretanto, a partir dos estudos realizados por Gomes (2018) em associações ao apoio a imigrantes, a mulher brasileira ainda é vista com com “colonialidade de género” (p. 433), ao que diz respeito a sensualidade, simpatia e mestiçagem colonial.

O setor da beleza é o que encontra-se em primeiro lugar das atividades empreendedoras da imigrantes, ficando em quarto lugar as atividades domésticas, o que contraria o entendimento de que mulheres brasileiras dedicam-se exclusivamente a prostituição.

O fator motivacional das imigrantes brasileiras no empreendedorismo português variam consoante a sua história de vida. Em sua grande maioria o início de um negócio próprio advém da oportunidade para desenvolver algo novo, ter mais tempo para a família, e transformar a suas capacidades em um produto. Há também empreendedoras motivadas pela necessidade da criação de seu próprio posto de emprego e encontraram no empreendedorismo uma fonte de rendimento.

Dentre as dificuldades encontradas pelas imigrantes brasileiras nos últimos anos é inegável mencionar a pandemia de Covid-19 e seu impacto nos negócios e na economia mundial, mas também é necessário mencionar os fatores culturais como o conservadorismo português, a venda de produtos tradicionais brasileiros, a língua que apesar de ser a mesma os meios de comunicação são diferentes.

Há ainda que se mencionar o fator preconceito e xenofobia existente entre portugueses e brasileiros, o que dificulta o sucesso de novos negócios, principalmente femininos. Acarretando ainda mais dificuldades na questão documental, crédito, habitacional e burocrático.

Ocorre que mesmo diante das dificuldades muitas empreendedoras buscam apoio em seus familiares, amigos, outras empreendedoras que incentivam e auxiliam na abertura e manutenção do negócio.

Ser mulher é um ato de resistência, é carregar consigo um histórico de dor, de machismo, de pré-julgamentos, de rivalidades, de comparações, de formas de ser e de estar no mundo, é ser plural, é contestar a normatividade, é ser quem ela desejar ser. (Pandolfi, 2021, p. 24)

Portanto, diante de todas as adversidades enfrentadas por mulheres imigrantes e empreendedoras, ainda que atuem em sua dupla jornada, alternando a vida pessoal com a profissional, a realização e a gratificação de fazer o que gostam e atuar positivamente na economia como um todo, faz do empreendedorismo feminino um vetor para o sucesso.

CONCLUSÃO

Contudo, conclui-se que a atuação feminina no empreendedorismo, é marcada por dificuldades, mas que vem sendo superadas cotidianamente por mulheres em todo o mundo. Não há dúvidas sobre a capacidade do enfrentamento das adversidades, mesmo em situação de desigualdade e diante da competência intelectual e laboral das mulheres há que se ressaltar o impacto social positivo.

As dificuldades encontradas por imigrantes brasileiras vão da questão cultural, social, idioma, escolar, étnico, financeiro e etc. Mas a capacidade feminina para melhor percepção da inovação nas empresas aliados ao equilíbrio da vida pessoal e profissional são fatores determinantes para o sucesso empresarial.

É evidente a necessidade da realização de políticas públicas voltadas ao público feminino imigrante, no sentido de aprimorar a educação empreendedora, visando a maior desburocratização de forma que mais pessoas consigam ter acesso e a oportunidade de formalizar a abertura de um negócio.

É fundamental a discussão do presente tema, para demonstrar o quanto o empreendedorismo feminino vem buscando por melhor espaço e oportunidade para que mais mulheres estejam em posição de igualdade social entre países em regime de cooperação.

As características femininas identificadas nos casos de sucesso estão na capacidade de transformação, da possibilidade e alcance de maiores metas, da diversidade de áreas de atuação dentro e fora das empresas, a busca por novos conhecimentos, a necessidade de aumento da renda e melhoria da qualidade de vida familiar. Portanto, ainda que estejam as mulheres enfrentando inúmeras dificuldades para estarem a frente de seus negócios e

empresas, variados são os aspectos positivos que as fortalecem na conquista do sucesso empresarial.

REFERÊNCIAS

1. AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. Núcleo de Pesquisa da Finan, v.3, n. 3, 2012.
2. ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SÃO PAULO. Participação de mulheres empreendedoras cresce no Brasil. Disponível em: <https://acsp.org.br/publicacao/s/participacao-de-mulheres-empreendedoras-cresce-no-brasil>. Acesso em 01 jul. 2020.
3. BANCO MUNDIAL. Mulheres, empresas e o direito. Uma década de reformas. 2019. Disponível em: <http://pubdocs.worldbank.org/en/452081564753722018/WBL-DECADE-OF-REFORM-2019-Portuguese-WEB.pdf>. Acesso em 10 jul. 2020.
4. BARBOSA, J. D.; SANTOS, R. B dos.. 2008. Ensino de Empreendedorismo: uma alternativa para a formação do administrador. Disponível em: http://www.angrad.org.br/area_cientifica/artigos/ensino_de_empreendedorismo_u_ma_alternativa_para_a_formacao_do_administrador/708/>.
5. Comissão Europeia (2004), Guia EQUAL sobre a Integração da Perspectiva do Género. Disponível em: https://ec.europa.eu/employment_social/equal_consolidated/data/document/gendermain_pt.pdf.
6. Comissão Europeia (2011), Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. Science, economy and society highlights 2010, Socio-economic Sciences and Humanities Science in Society, Pictures Shutterstock, Printed in Belgium.
7. Comissão Europeia (2021), SME Country fact sheet Portugal.
8. DOURADO, C. S.V.. 2016. Empreendedorismo materno: a importância do comércio eletrônico na viabilidade de novos negócios gestados por mães. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Gestão Social). Salvador. UFBA.
9. FERNANDES, João André Tavares; CAMPOS, Fabiana de; SILVA, Mirian Oliveira da. Mulheres empreendedoras: o desafio de empreender. Contribuições a las ciencias sociales. 2013. Disponível em: https://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost. Acesso em: 09 jul. 2020.
10. FRANCO, Michele Maria Silva. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGPE). Goiânia, 2014. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2020.
11. Global Entrepreneurship Monitor. 2013. GEM Portugal 2013: 2004-2013: Uma Década de Empreendedorismo em Portugal. Sociedade Portuguesa de Inovação, Instituto Universitário de Lisboa, Instituto de Apoio às Pequenas Empresas e à Inovação & Fundação Luso-Americana para o desenvolvimento.
12. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. 2019/2020. Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em 10 de jun. 2020.
13. Global Entrepreneurship Monitor. 2020. Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP. ISBN: 978-65-88012-00-0.

14. Global Entrepreneurship Monitor. 2020. Empreendedorismo no Brasil: 2019. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP.
15. GOMES, A. F.. 2004. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu proprio negocio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista, Bahia. Revista Alcance - UNIVALI - v. 11, n. 2, p. 207-226.
16. GOMES, Almiralva Ferraz - O outro no trabalho: mulher e gestão - ensaio - Administração Geral. Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 1-9, julho/setembro 2005.
17. GOMES, M., S. (2018) Gênero, colonialidade e migrações: Uma análise de discursos institucionais sobre a “Brasileira Imigrante” em Portugal. Política & Sociedade, 17(38), 404-439. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2018v17n38p404>.
18. GOUVEA, Anna Beatriz Cautela Tvrzka de; e SILVEIRA, Amélia. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/facsp/article/view/127/124>. Acesso em 20 jul. 2020.
19. HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael, P. Empreendedorismo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
20. IBGE EDUCA JOVENS. Conheça o Brasil - População - Quantidade de homens e mulheres. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320quantidadedehomensemulheres.html#:~:text=De%20acordo%20com%20dados%20da,%C3%A9%20superior%20ao%20de%20homens.&text=A%20popula%C3%A7%C3%A3o%20masculina%20apresentou%20padr%C3%A3o,mulheres%2C%2017%2C5%25>. - Acesso em 15 jun. 2020.
21. JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE - Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Anais... Brasília. DF: EGEPE,UEM/ UEL/UnB, 2003.
22. LODEN, Marilyn. Liderança feminina: como ter sucesso nos negócios sendo você mesma. São Bernardo do Campo, SP: Bandeirnte, 1988.
23. MACHADO, H. P. V. (2003) Sucessão familiar e gênero: implicações para estudos sobre empresas familiares. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 3., 2003. Brasília. Anais... Brasília: UEL/UEM/PPA/UnB, 2003.
24. MINNITI, M. & Naudé, W. (2010) “What do we know about the patterns and determinants of Female Entrepreneurship across countries?” in European Journal of Development Research, Vol. 22, Nrº. 3, pág. 277-293.
25. NEVES, A., S., A., Nogueira, M., C., O., C., Topa, J., B., & Silva, E., G.. 2016. Mulheres imigrantes em Portugal: Uma análise de gênero. Estudos de Psicologia, 33(4), 723-733. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-02752016000400015>.
26. OLIVEIRA, Flavia. Mercado de Trabalho: igualdade ainda em construção. In Mulheres um século de transformações. Curadoria: Schuma Schumacher. 2018.
27. OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del-Rei, Minas Gerais. VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Florianópolis, SC, 23 a 25 maio, 2010.
28. PADILLA, B.. 2007. A imigrante brasileira em Portugal: Considerando o gênero na análise. In Malheiros, J., M. (Org.), Imigração brasileira em Portugal (pp. 113-134). Lisboa: Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI). Disponível em:

https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/179693/1_ImigrBrasileira.pdf/7d926056-f322-427a-8393-73fb1848da37.

29. PANDOLFI, Tiara Cominote. 2021. Empreendedorismo feminino: Um estudo exploratório sobre a perspectiva de mulheres brasileiras empreendedoras em Portugal. Mestrado em Psicologia Social e das Organizações. ISCTE Ciências Humanas. Em: Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/22989>.
30. ROBBINS, S. & Coulter, M. (1998) Administração. Prentice-Hall do Brasil, Rio de Janeiro.
31. ROBINS, S. P.; COULTER, M. Administração. 5. ed. Rio de Janeiro: PHB, 1998.
32. São Paulo: FEA-USP, 2005.1.
33. SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. Journal of Economic History, p. 149-159, nov, 1947. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Creative-Response-in-Economic-History-Schumpeter/c7bb95044edce89708212f72f9e55343503e024c>. Acesso em 02 de jul. 2020.
34. SILVA, Mariana Santos da; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. Revista Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, v. 13, n. 2, p. 150-167, dec. 2016. ISSN 2446-6875. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370>. Acesso em: 02 jul. 2020.
35. TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F. Gestão Feminina e Planejamento Estratégico em MPE's: Uma Análise Preliminar do Perfil no setor educacional de Curitiba. VII SEMEAD, 2004.
36. TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F.. 2005. Empreendedorismo, gestão feminina e planejamento estratégico em Mpe. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 8., 2005. São Paulo. Anais...
37. TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. Mulheres Empreendedoras. GV-executivo. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo: FGV-EAESP, v. 12, n. 1, p. 50-53, jan/jun, 2013.
38. UCHOA, Pablo. Coronavírus: por que países liderados por mulheres se destacam no combate à pandemia? BBC, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52376867> - Acesso em: 25 jul 2020.