



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL DO PIAUÍ
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MARCIANE OLIVEIRA ALENCAR

MAPEAMENTO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA
SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO

ANGICAL DO PIAUÍ

2024

MARCIANE OLIVEIRA ALENCAR

MAPEAMENTO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA
SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso de Bacharelado em
Administração do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Angical do
Piauí .

Orientador: Prof. Me. Reginaldo Magalhães

ANGICAL DO PIAUÍ

2024

MAPEAMENTO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO

Marciane Oliveira Alencar¹
Reginaldo Magalhães²

RESUMO

O crescimento contínuo da presença feminina no empreendedorismo tem gerado um crescente interesse acadêmico, resultando em diversas publicações científicas sobre o assunto. Este estudo tem como objetivo geral mapear a produção científica nacional sobre empreendedorismo feminino indexados nas bases de dados Portal de Periódicos da CAPES e SPELL no período compreendido de 2018 a 2023, por meio de indicadores bibliométricos. Para isso, foram empregadas as técnicas de análise bibliométrica em 30 artigos encontrados. Os resultados principais indicaram que as publicações científicas sobre empreendedorismo feminino no Brasil estão distribuídas em 24 periódicos indexados nas bases de dados SPELL e Portal de Periódicos da CAPES, sendo produzidas por 106 autores vinculados a 23 instituições em 13 estados diferentes. Foi observado que as publicações sobre esse tema ganharam destaque nos anos de 2020 e 2021, com Teixeira e Bonfim sendo as autoras mais profícuas. Além disso, foi destacada a relevância de artigos escritos em colaboração, e as Universidades Federais UFS e UFPI se destacaram como as instituições de ensino superior com maior produção científica nesse contexto. Como sugestão para futuras investigações, propõe-se a realização de uma análise bibliométrica em âmbito internacional, englobando outras bases de dados como a Scopus e Web of Science.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; produção científica; bibliometria.

ABSTRACT

The continuous growth of women's presence in entrepreneurship has generated growing academic interest, resulting in several scientific publications on the subject. This study's general objective is to map the national scientific production on female entrepreneurship indexed in the CAPES Periodicals Portal and SPELL databases in the period from 2018 to 2023, through bibliometric indicators. For this, bibliometric analysis techniques were used in 30 articles found. The main results indicated that scientific publications on female entrepreneurship in Brazil are distributed in 24 journals indexed in the SPELL and CAPES Periodicals Portal databases, being produced by 106 authors linked to 23 institutions in 13 different states. It was observed that publications on this topic gained prominence in the years 2020 and 2021, with Teixeira and Bonfim being the most prolific authors. Furthermore, the relevance of articles written in collaboration was highlighted, and the Federal Universities UFS and UFPI stood out as the higher education institutions with the largest scientific production in this context. As a suggestion for future research, we propose carrying out a

¹ Discente vinculado ao curso Bacharelado em Administração. Instituto Federal do Piauí – Campus Angical. caang.2020119badm24@aluno.ifpi.edu.br.

² Prof. orientador vinculado ao curso Bacharelado em Administração. Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual (UFS - 2020). Especialista em Logística e Distribuição (UFPI - 2016), Graduado em Administração de Empresas (UFPI-2014) e coordenador do Curso Bacharelado em Administração do IFPI - Campus Angical. reginaldo.magalhães@ifpi.edu.br.

bibliometric analysis at an international level, encompassing other databases such as Scopus and Web of Science.

Keywords: female entrepreneurship; scientific production; bibliometric

Data de aprovação: 05/06/2024

1 INTRODUÇÃO

As mulheres lutam diariamente para ocupar espaços no mercado de trabalho aos quais não tinham acesso até recentemente. Nesse longo percurso elas encontraram como aliado o empreendedorismo feminino, adquirindo cada vez mais autoconfiança e autonomia financeira ao abrirem suas próprias empresas. Ademais, tal prática empreendedora é vista como resultado do avanço na garantia dos direitos das mulheres e no caminho à equidade gênero, trazendo diversidade ao meio empresarial, e desfazendo os paradigmas associados a representatividade feminina no mercado trabalhista, já que as posições de liderança nas organizações são majoritariamente ocupadas pelos homens.

Conforme os últimos dados de uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), através de informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) do IBGE, o Brasil alcançou, em 2022, um marco histórico de mulheres na gestão de um empreendimento. No terceiro trimestre do respectivo ano, havia 10,3 milhões de mulheres donas de negócios no país, a maior quantidade de mulheres empreendedoras da história. Além disso, a participação feminina representa 34,4% do universo de empreendedores no país, um percentual muito próximo ao recorde de 34,8%, constatado no segundo trimestre de 2019. (Agência Sebrae, 2023)

O crescimento contínuo do empreendedorismo feminino desperta interesse acadêmico, resultando em diversas publicações científicas. À face do exposto, este estudo propõe responder a seguinte problemática: qual é o panorama da produção científica brasileira sobre empreendedorismo feminino segundo os parâmetros bibliométricos? Dessa forma, o objetivo geral desta pesquisa é mapear a produção científica nacional sobre empreendedorismo feminino indexados nas bases de dados Portal de Periódicos da CAPES e Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL) no período compreendido de 2018 a 2023, por meio de indicadores bibliométricos.

De maneira mais específica, pretende-se: a) Apresentar a distribuição das publicações ao longo dos últimos anos; b) Identificar os autores, os periódicos e as instituições de ensino superior mais prolíficos; c) Apresentar a localização geográfica das publicações e as palavras-chave que mais ocorrem nos artigos científicos.

Esta pesquisa faz-se necessária, visto que os estudos bibliométricos colaboram no levantamento de pesquisas em periódicos, autores e temáticas relevantes acerca de um assunto específico, contribuindo na identificação de lacunas para novas pesquisas e a ampliação do conhecimento em uma área (Vendruscolo; Bercht, 2015). Assim, este trabalho contribui com as pesquisas na área da administração e afins, uma vez que será apresentado o panorama atual das pesquisas científicas sobre o empreendedorismo feminino no contexto brasileiro, propondo também novas investigações na área.

Do ponto de vista metodológico, o trabalho possui caráter descritivo e quantitativo a partir de um estudo bibliométrico, utilizando informações das bases de dados Portal de Periódicos da CAPES e SPELL, por meio dos artigos publicados no recorte temporal de 2018 a 2023 sobre o referido tema.

O presente trabalho está estruturado em 5 seções, primeiramente têm-se a introdução, apresentando as questões iniciais do estudo, em seguida apresenta-se a fundamentação teórica, logo após os procedimentos metodológicos detalhando as etapas e ferramentas utilizadas na análise bibliométrica, posteriormente a análise dos resultados encontrados e por fim as considerações finais da pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O conteúdo teórico do presente estudo está disposto em 4 tópicos. O primeiro apresenta os principais conceitos e definições de empreendedorismo sob a ótica de autores renomados do campo do empreendedorismo, além de trazer as definições do empreendedorismo feminino. O segundo tópico demonstra o crescimento e a evolução do empreendedorismo feminino no atual cenário brasileiro. O terceiro tópico versa sobre os desafios enfrentados pelas empreendedoras brasileiras e as oportunidades que as mesmas encontram no mercado empreendedor. O quarto tópico faz uma analogia da situação do empreendedorismo feminino no Brasil com outros países, e também faz uma comparação da produção científica brasileira versus a internacional sobre a temática abordada.

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO: CONCEITOS E DEFINIÇÕES

O termo empreendedorismo é bastante utilizado no âmbito empresarial e na maioria das vezes está associado à criação de empresas ou de um produto/serviço inovador. Segundo Dornelas (2005), o empreendedorismo consiste em transformar ideias em oportunidades através do envolvimento de pessoas e processos que produzem a criação de empresas de sucesso.

Para Dolabela (2008) o empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra Entrepreneurship e utilizado para caracterizar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, origens, sistema de atividades e meio de atuação.

A definição de empreendedorismo aplica-se a ambos os gêneros. Todavia, o que difere é como o gênero feminino está organizado no mundo, na sociedade, e como os sujeitos sociais participam da construção dessa função de gênero, já que a liderança corporativa há muito tempo é vista como um papel atribuído aos homens e as mulheres eram designadas as atividades domésticas (Silva et al, 2019).

De acordo com o Sebrae (2023), o empreendedorismo feminino é definido como uma atividade que integra empreendimentos idealizados e liderados por uma ou mais mulheres. Em uma visão mais abrangente, também pode ser entendido como uma iniciativa de liderança feminina, incluindo o desempenho de mulheres em cargos de chefia dentro da empresa.

Em síntese, diante das ideias apresentadas acima, é possível inferir que os autores mencionados convergem em sentidos semelhantes, pois concordam com a importância de transformar ideias em oportunidades empresariais, levando em conta a participação de pessoas e processos. Em adição, eles abordam questões de gênero no empreendedorismo, dando ênfase a liderança feminina e a inclusão das mulheres no mercado empreendedor.

2.2 CRESCIMENTO E EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

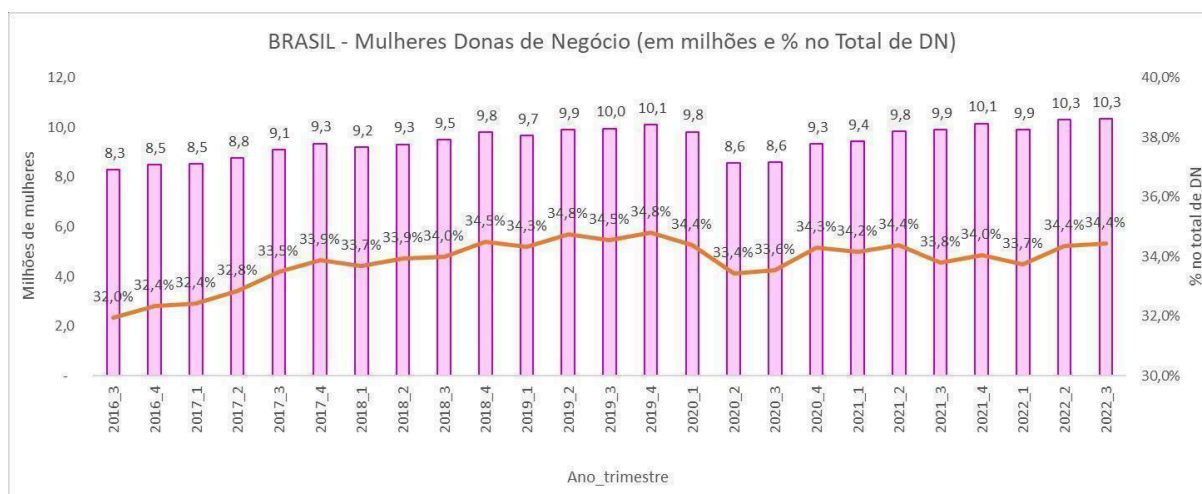
No início do século XX, as mulheres conquistaram direitos civis e políticos através do acesso à educação, o que marcou o início da procura da igualdade de gênero. Nos anos 70, esses movimentos tiveram um impacto positivo nas instituições sociais e redefiniram a divisão do trabalho em termos de papéis de gênero. Desde então, a participação das mulheres

no mercado de trabalho aumentou, mas, apesar desse aumento, ainda é pequena em comparação com a participação masculina (Lages, 2005).

Conforme Trevisan (2014) a participação feminina no mercado de trabalho brasileiro teve um crescimento significativo nas últimas décadas, entretanto, os homens ainda continuam sendo os maiores responsáveis pelo quadro de funcionários no âmbito empresarial. A procura pelo seu espaço e a luta para reduzir a desigualdade de gênero, fazem com que as mulheres caminhem por espaços por elas nunca percorridos. Além disso, as mulheres têm cotidianamente buscado aperfeiçoar seu nível educacional para se qualificarem e diminuir o sexismo (Maio et al., 2012).

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae intitulada como “ Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2022”, constatou que o país atingiu o recorde de mulheres Donas de Negócios (10.344.858 mulheres) no terceiro trimestre de 2022. As mulheres empreendedoras correspondem por 34,4% dos Donos de Negócios enquanto os homens respondem por 65,6%. O gráfico 1 apresenta a evolução do número de mulheres empreendedoras brasileiras do terceiro trimestre do ano de 2016 até o terceiro trimestre de 2022.

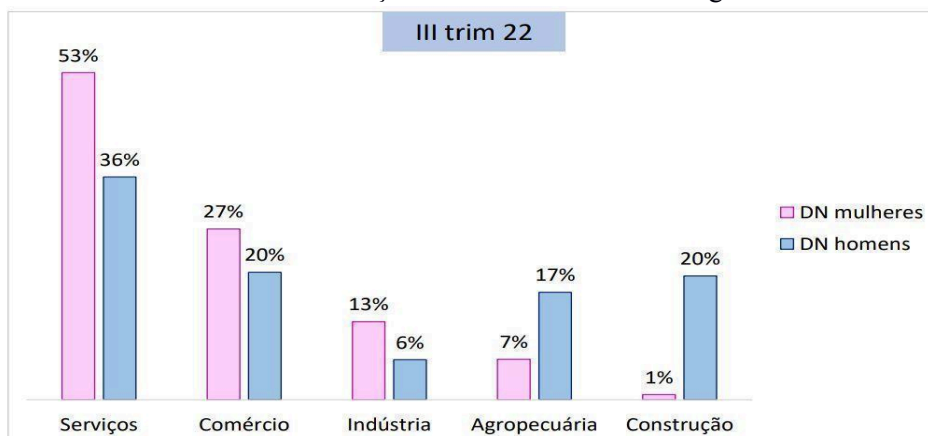
Gráfico 1 – Mulheres Donas de Negócios no Brasil



Fonte: SEBRAE, 2022.

Outro dado relevante evidenciado na pesquisa é que as mulheres empreendedoras atuam majoritariamente no setor de serviços (53% x 36% no caso dos homens). Conforme demonstra o gráfico 2.

Gráfico 2 – Distribuição de setor de Donas de Negócios



Fonte: SEBRAE, 2022.

Atividades em que predominam mulheres à frente dos negócios são: Cabeleireiros e tratamento de beleza; Comércio do vestuário; Serviços de bufê e de comida preparada; Comércio de produtos farmacêuticos, cosméticos e perfumaria; Confeção; Profissionais de saúde; Atividades de ensino; Serviços domésticos.

2.2.1 Perfil da mulher empreendedora brasileira

De acordo com os resultados de um levantamento promovido pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), denominado “Empreendedoras e seus negócios 2020: recorte dos impactos da pandemia” é possível entender o perfil das empreendedoras do Brasil.

Figura 1 - Perfil da mulher empreendedora brasileira



Fonte: IRME, 2020.

O gráfico mostra que de acordo com a distribuição geográfica, 44,7% das mulheres empreendedoras são do sudeste do Brasil, 20,3% são do nordeste, 17,7% do sul, 10,3% do norte e 7% do centro-oeste. Em relação à idade, 48% das mulheres empreendedoras têm entre 35 a 50 anos, 25% têm entre 25 a 34 anos de idade, 19% das mulheres têm mais de 51 anos e 8% têm entre 18 e 24 anos de idade. Quanto à identificação racial a pesquisa apontou que 60% são mulheres brancas, 27% são pardas, 10% são mulheres pretas e 2% outras. Referente ao grau de escolaridade, ainda segundo o relatório 38% das empreendedoras possuem pós-graduação, 33% têm ensino superior completo, 14% possuem ensino médio completo, 13% têm ensino superior incompleto ou em andamento, 2% têm ensino médio incompleto ou fundamental completo.

Em última análise, os dados apresentados neste tópico revelam um panorama dinâmico e em constante evolução no que se refere à participação das mulheres no empreendedorismo no Brasil. Assim, depreende-se um aumento significativo no número de mulheres empreendedoras, marcando uma tendência positiva. O perfil diversificado das empreendedoras, no tocante a idade e escolaridade, denota a riqueza de perspectivas e experiências que contribuem para a diversificação do setor. Além disso, esse cenário reforça a importância de continuar fomentando o empreendedorismo feminino e de elaborar políticas e oportunidades que permitam que mais mulheres se tornem donas de negócios e contribuam para o desenvolvimento econômico do país.

2.3 DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA MULHERES EMPREENDEDORAS

O processo empreendedor é marcado por condições adversas seja para homens como para mulheres, demandando de ambos os sexos uma atitude corajosa e organizada para que a ideia saia do papel e ganhe forma. No entanto, para as mulheres, as dificuldades parecem ser mais acentuadas devido aos aspectos culturais (Loschi; Perissé, 2019).

Com respaldo na literatura, viver em uma cultura que privilegia o homem em detrimento da mulher, facilita o empreendedorismo do primeiro grupo. E apesar dos obstáculos que elas encontram, as mulheres têm demonstrado sua competência na condução e administração de seus empreendimentos. Os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, conforme encontrado na literatura, incluem múltiplas jornadas de trabalho, preconceito de gênero, falta de incentivos por meio de políticas públicas mais inclusivas, além de altas taxas de juros (Cohen, 2016).

Seguindo essa linha de raciocínio, Fernandes e Duarte (2020) denotam que a falta de incentivo, tanto no que diz respeito a apoio político como familiar, são alguns exemplos dos entraves enfrentados pelas mulheres que aspiram ser empresárias ou que já atuam no mercado de trabalho. Ademais, a falta de confiança por receio de fracasso empresarial faz com que a maioria das mulheres tenha medo de investir esforço, tempo e recursos em novos empreendimentos.

Os autores Gimenez, Ferreira e Ramos (2017) corroboram que apesar da evolução significativa do empreendedorismo feminino, as mulheres ainda enfrentam vários desafios para entrar no mercado de trabalho, obter igualdade de remuneração, criar e desenvolver as suas próprias empresas. Estes desafios são influenciados pelos diferentes papéis que as mulheres tem desempenhado, principalmente no que se refere ao equilíbrio entre as atividades empresariais e familiares.

Paralelo a isso, a dificuldade de acesso ao financiamento é outro desafio importante enfrentado pelas mulheres empresárias (Silva; Lasso; Mainardes, 2016). As questões de gênero também afetam e limitam o acesso das mulheres empreendedoras aos recursos financeiros, humanos ou sociais (Thébaud, 2015).

Concordando com essa afirmação, Bolson, Oliveira e do Vale (2018) argumentam que as mulheres têm inúmeras barreiras a mais a serem superadas para se tornarem empreendedoras do que os homens, que vão desde a falta de apoio da família e dos amigos, baixas chances de conseguir crédito em bancos, falta de confiança de clientes e fornecedores, além de outros processos que indicam uma cultura machista associada aos negócios.

Apesar de todas as adversidades, o empreendedorismo feminino está em ascensão e já apresenta diversas iniciativas em curso em todo o país. Esse crescimento notável ocorre devido a certas características que favorecem a gestão dos negócios. Por exemplo, as mulheres costumam combinar sensibilidade, intuição e colaboração com qualidades como coragem, determinação e proatividade. Isso resulta no desenvolvimento de habilidades essenciais para liderar equipes e administrar empresas (Sebrae, 2019).

Nesse contexto, no que tange às oportunidades da gestão feminina frente aos negócios, Loiola (2016) salienta que o empreendedorismo feminino é visto como uma oportunidade adicional para criar emprego, prestar outros serviços e criar expectativas diferentes, porque a visão das mulheres sobre o mercado de trabalho é naturalmente diferente. Além do mais, as mulheres também procuram o empreendedorismo não só por razões econômicas, mas também por uma questão de reconhecimento de suas habilidades.

Franco (2014) afirma que as mulheres percebem o empreendedorismo como uma oportunidade de vida mais promissora, associada ao crescimento profissional e à busca de realização pessoal. Já segundo o Sebrae (2022) para muitas mulheres, o empreendedorismo representa a possibilidade de independência econômica e de uma vida mais digna.

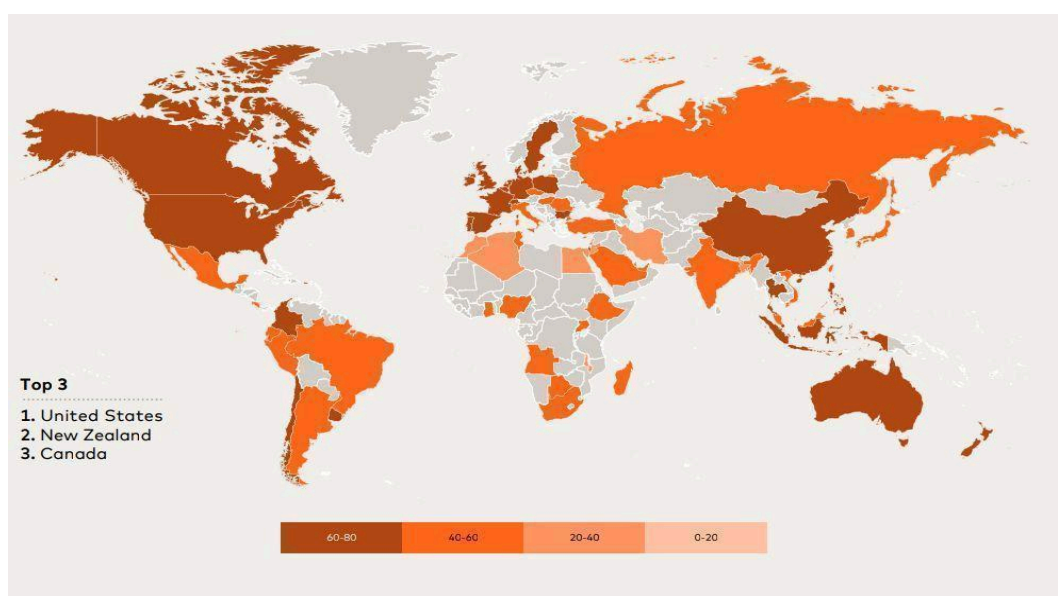
À vista disso, pode-se afirmar que existem muitas oportunidades para as mulheres empreendedoras no cenário brasileiro, visto que o Brasil é um país que possui uma economia diversificada e um mercado em constante evolução.

2.4 PANORAMA DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO CONTEXTO GLOBAL

A Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE), índice da Mastercard responsável por mapear as condições do empreendedorismo feminino e analisar os fatores socioeconômicos que motivam ou impedem mulheres de progredir e prosperar nos negócios, realizou no ano de 2021 uma pesquisa baseada em 65 economias que representam 82,4% da força de trabalho feminina, foram usados 12 indicadores e 27 subindicadores que avaliam três componentes centrais: resultados do progresso das mulheres, treinamento e acesso ao financiamento e, por último, condições para o empreendedorismo.

Dos três componentes principais avaliados pelo índice foi constatado que os Estados Unidos, a Nova Zelândia e o Canadá assumiram a liderança no MIWE na classificação global, impulsionadas por fortes pontuações em todos os três componentes. Tais economias continuam fornecendo as condições necessárias para facilitar o acesso das mulheres ao apoio financeiro e serviços, bem como sua capacidade de iniciar, operar e prosperar em negócios. As mulheres comandam uma forte participação nas propriedades empresariais, impulsionada por condições favoráveis, como alta qualidade da governação, resultados sociais positivos, atitude cultural e vibrante dinamismo empreendedor. Conforme está expresso na figura 2.

Figura 2 - Classificação global do Índice Mastercard de Mulheres Empreendedoras 2021



Fonte: MIWE, 2021.

De acordo com o estudo, em termos de avanço das condições para as mulheres se tornarem empreendedoras ao longo de 2021, dos três principais componentes avaliados no índice, o Brasil ocupa uma posição de destaque, seguido do Chile e da Colômbia. Ademais, o Brasil é citado ao lado de outras economias de renda média-alta da região, como Costa Rica, Uruguai e Colômbia, ao apresentar um “progresso notável das mulheres de negócios”, ultrapassando países desenvolvidos como Espanha, França, Alemanha e Reino Unido.

Na sequência deste resultado, a Colômbia também lidera a categoria de “Mulheres Líderes Empresariais”, com 55% dos cargos de liderança ocupados por mulheres. Outra estatística em que a Colômbia se destaca é o aumento do número de mulheres em idade ativa

que decidiram criar uma empresa em 2021. A proporção é de 9,3% para as mulheres e 8,4% para os homens, seguida pelo Uruguai, com 7,5% de mulheres em comparação com 4,0% de homens.

2.4.1 Produção científica brasileira x Produção científica internacional

Conforme os resultados de uma pesquisa conduzida por Alves (2020) em que analisou-se a produção científica de trabalhos sobre empreendedorismo feminino entre os anos de 2010 a 2020 com dados retirados da base SCOPUS, é passível de entendimento que o país com mais estudos no campo de pesquisa sobre empreendedorismo feminino é os Estados Unidos da América, que possui 137 artigos científicos encontrados (18,4%). O Reino Unido encontra-se em segundo lugar com 103 artigos (13,9%). E a Índia ocupa o 3º lugar, com 72 artigos científicos (9,7%). Estes países representam 42% do total de artigos científicos encontrados. Como é demonstrado no Quadro 1.

Quadro 1 – Total de produção científica por países

Países	Quantidade de artigos científicos	Percentual %
Estados Unidos da América	137	18,49%
Reino Unido	103	13,90%
Índia	72	9,72%
Espanha	50	6,75%
Suécia	41	5,53%
Canadá	36	4,86%
Austrália	30	4,05%
Itália	30	4,05%
Malásia	30	4,05%
Alemanha	29	3,91%

Fonte: Alves, 2020.

Esses dados sustentam a conclusão de que os países mais relevantes em referência a números de publicações encontram-se nos continentes Americano, Europeu e Asiático. Isso significa que as pesquisas sobre o tema Empreendedorismo Feminino não estão concentradas em apenas uma parte do mundo. No caso do Brasil, que não está representado no quadro 1, o país se encontra na 32ª posição, com apenas 7 pesquisas identificadas sobre empreendedorismo feminino no banco de dados SCOPUS (Alves, 2020).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa básica quanto a sua natureza. Esse tipo de pesquisa, conforme Appolinário (2011) tenciona o avanço do conhecimento científico e não tem nenhum interesse com a aplicabilidade imediata dos resultados obtidos.

No que concerne aos objetivos do estudo, apresentam-se características descritivas. Isto porque os investigadores necessitam ter um conjunto de informações sobre o que pretendem estudar e, para que a investigação tenha alguma validade científica, precisam de definições precisas de técnicas, métodos, modelos e teorias para orientar a coleta e interpretação de dados (Triviños, 2011).

A abordagem metodológica adotada neste estudo foi a bibliometria. Por definição, é um método quantitativo e estatístico que visa medir os índices de produção e a propagação do

conhecimento científico em determinada área do conhecimento (Huang et al., 2019). Outrossim, os estudos bibliométricos são relevantes de diversas formas, considerando que permitem identificar os principais autores e textos numa determinada área, encontrar temas centrais, emergentes e ausentes, identificar revistas que podem ser fontes de investigação e identificar teorias e metodologias como base para investigação futura (Prado et al., 2019).

Partindo dessa premissa, escolheu-se a pesquisa quantitativa. Tendo em vista que segundo Prodanov e Freitas (2013) esse tipo de abordagem considera que tudo pode ser quantificável, em outras palavras, converter opiniões e informações em valores numéricos para classificação e análise.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, considera-se a classificação proposta por Silva e Menezes (2005), apresentada no Quadro 2.

Quadro 2 - Aspectos e classificação da pesquisa

Aspectos	Classificação
Natureza	Pesquisa Básica e Pesquisa Aplicada
Abordagem do problema	Pesquisa Quantitativa e Pesquisa Qualitativa
Objetivos	Exploratória, Pesquisa Descritiva e Pesquisa Explicativa
Procedimentos técnicos	Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Documental, Pesquisa Experimental, Levantamento, Estudo de Caso, Pesquisa <i>Expost-Facto</i> , Pesquisa-Ação e Pesquisa Participante.

Fonte: adaptado de Silva e Menezes (2005).

Mediante o contexto elucidado, a pesquisa foi conduzida pelas seguintes etapas: (1) Definição das palavras-chave; (2) Busca dos termos nas bases de dados; (3) Inserção dos filtros de busca; (4) Exportação dos dados; (5) Análise dos resultados obtidos.

De forma complementar, a pesquisa se dá por meio da mineração de textos científicos nas bases de dados Portal de Periódicos da CAPES e SPELL, através da busca por palavras-chave, localização dos termos, disponibilidade, recorte temporal, tipo de documento e idioma. A seguir, no Quadro 3, estão dispostos as categorias e os critérios empregados na busca dos artigos científicos nas respectivas bases de dados, com o intuito de facilitar a compreensão da metodologia utilizada.

Quadro 3 – Categorias e critérios da análise bibliométrica

Categorias	Crítérios
Base de dados	Portal de Periódicos da CAPES e SPELL
Palavras-chave	Empreendedorismo feminino
Localização dos descritores	Título, resumo ou palavras-chave.
Disponibilidade	Periódicos revisados por pares
Espaço temporal	2018 a 2023
Tipo de documento	Artigo científico
Idioma	Português

Fonte: elaborado pela autora (2023).

Como critério de exclusão foram descartados os artigos que não estivessem escritos em língua portuguesa bem como os tipos de documentos teses e dissertações. Sendo assim, a

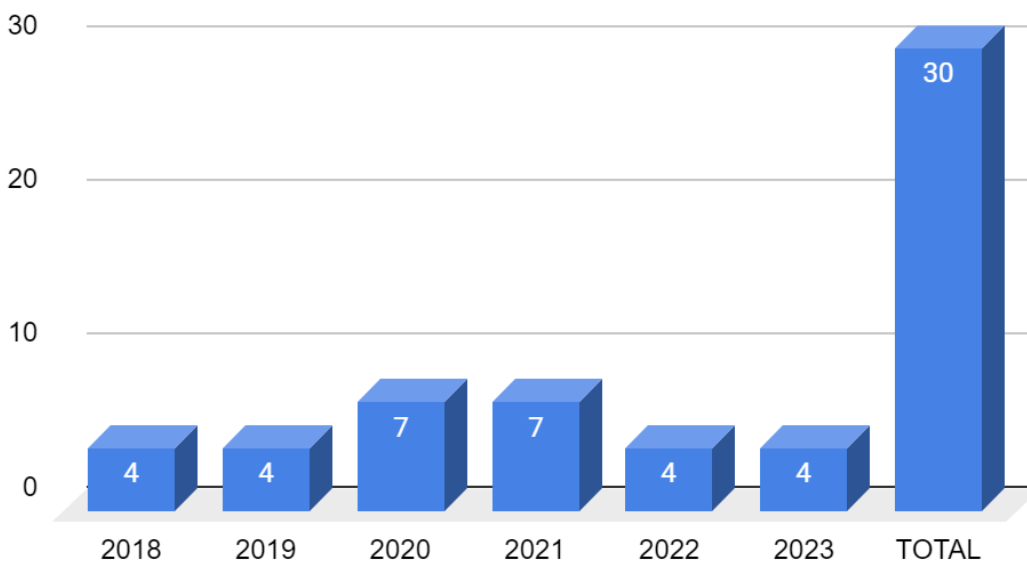
busca inicial às bases Spell e Portal de Periódicos da CAPES resultou em 30 artigos. Após a definição desta amostra, os dados bibliométricos extraídos dos bancos de dados foram organizados e tabulados, utilizando como ferramenta o software Microsoft Excel, gerando gráficos e tabelas para representar visualmente os resultados da pesquisa.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O mapeamento bibliométrico realizado neste estudo representa uma etapa fundamental para compreender a evolução e o panorama atual da produção científica no âmbito do empreendedorismo feminino. Nesse viés, os principais aspectos a serem abordados na análise incluem a evolução temporal das pesquisas, a produtividade dos autores, periódicos e das Instituições de Ensino Superior, a composição de autoria, a distribuição geográfica das publicações e a frequência de palavras-chave dos principais trabalhos.

Após analisar bibliométricamente as produções científicas indexadas em duas bases de dados nacionais, foram localizados 30 artigos, dos quais 16 são provenientes da SPELL e 14 oriundos do Portal de Periódicos da CAPES. A visualização gráfica da distribuição dos estudos científicos nos últimos anos pode ser conferida no gráfico 3.

Gráfico 3 – Distribuição das publicações de 2018 a 2023

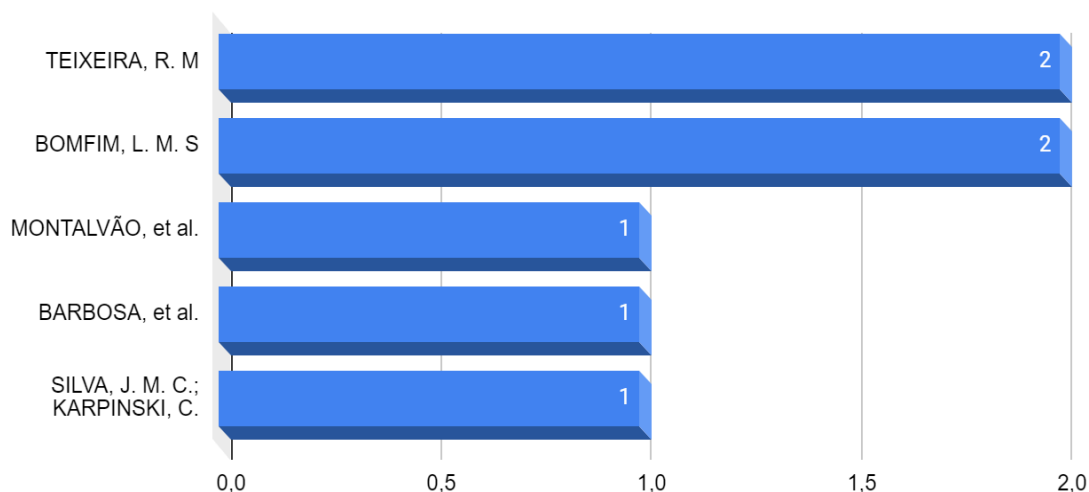


Fonte: elaborado pela autora (2024).

Observa-se que entre os anos de 2020 e 2021, houve aumento significativo no volume de publicações científicas sobre empreendedorismo feminino, revelando um interesse crescente na área e um reconhecimento da importância do papel das mulheres no empreendedorismo. Entretanto, nos anos posteriores, observou-se um declínio nesse número, com apenas quatro publicações registradas.

Neste estudo, foram identificados 106 autores, apresentando um perfil composto por 62 mulheres (58%) e 44 homens (42%). No que concerne aos pesquisadores mais profícuos, foi constatado que Teixeira e Bonfim emergiram como as autoras mais proeminentes no campo do empreendedorismo feminino, ambas contribuindo com duas publicações. Os demais autores contribuíram com apenas uma publicação. Como demonstra o gráfico 4.

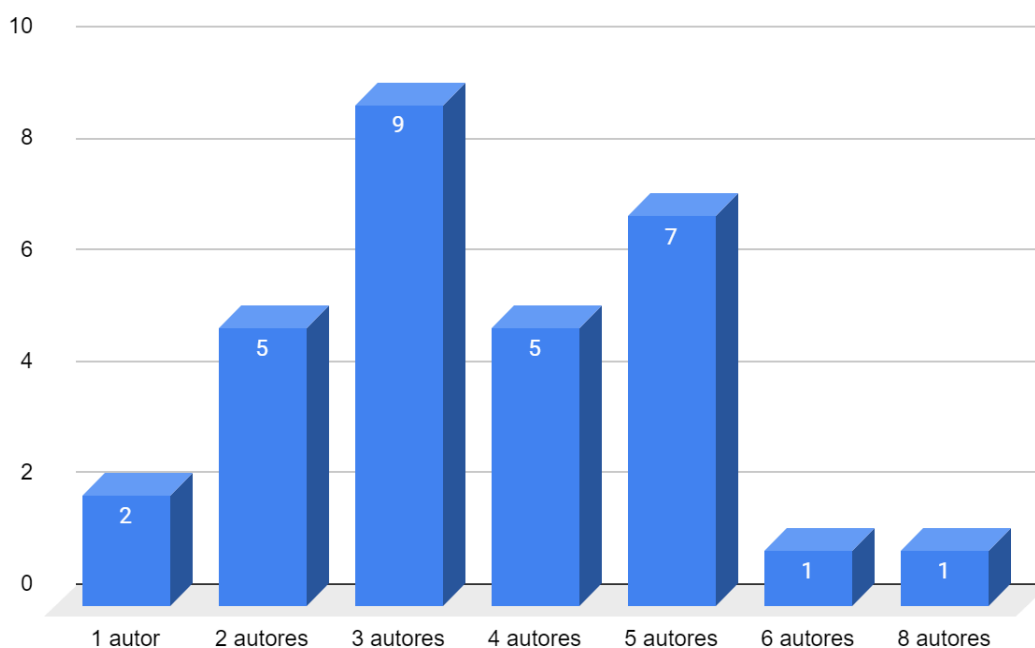
Gráfico 4 – Autores mais prolíficos



Fonte: elaborado pela autora (2024).

Em referência a composição de autoria, os artigos encontrados foram analisados em função da quantidade de autores, que variou de 1 a 8. O Gráfico 5 evidencia o predomínio de parcerias na produção científica sobre a temática.

Gráfico 5 – Composição de autoria



Fonte: elaborado pela autora (2024).

Os resultados revelam que os artigos com 3 autores destacaram-se com um total de 9 publicações e na sequência os artigos que apresentaram 5 autores em suas publicações. Desse modo, percebe-se que as publicações feitas com a colaboração de outros pesquisadores se sobressaem em relação às individuais.

A Tabela 1 contempla os 24 periódicos analisados neste estudo, com ênfase aos 4 que mais publicaram artigos sobre o tema no período analisado.

Tabela 1 – Periódicos mais prolíferos

Periódicos	Quantidade	Qualis
Gesec: Revista de Gestão e Secretariado	3	A4
Revista da Micro e Pequena Empresa	3	A4
Diálogo com a Economia Criativa	2	B5
Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas	2	B3

Fonte: elaborado pela autora (2024).

Diante dos dados apresentados, enfatiza-se a Revista de Gestão e Secretariado e Revista da Micro e Pequena Empresa como os periódicos que mais publicaram estudos relacionados ao empreendedorismo feminino, com 3 publicações cada. Ambos os periódicos são classificados atualmente na Plataforma Sucupira com os estratos Qualis CAPES A4 no quadriênio (2017-2020) na área da Administração. Em seguida, realça-se a Revista Diálogo com a Economia Criativa e a Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, com duas publicações cada. As mesmas possuem estratos Qualis CAPES B5 e B3, respectivamente. Cerca de 20 revistas publicaram apenas um artigo.

Nos estudos analisados, foram constatadas 23 instituições ativas na produção de conhecimento acerca do empreendedorismo feminino. A Tabela 2 enfatiza as cinco IES com maior produtividade acadêmica sobre o tema em análise.

Tabela 2 – Instituições de Ensino Superior mais produtivas

Instituições de Ensino Superior (IES)	Quantidade
Universidade Federal de Sergipe – UFS	3
Universidade Federal do Piauí – UFPI	3
Centro Universitário Campo Limpo Paulista – UNIFACCAMP	3
Universidade Federal de Pernambuco – UEPE	2
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM	2

Fonte: elaborado pela autora (2024).

Percebeu-se que as Universidades Públicas Federais, destacam-se como expoentes na produção de pesquisas científicas, estando representadas por duas instituições, a Universidade Federal de Sergipe e Universidade Federal do Piauí, com 3 estudos publicados cada. Em seguida, o Centro Universitário Campo Limpo Paulista também com 3 publicações. Infere-se que estas instituições contribuem com um total de 13 artigos, representando 43,33% do total de publicações sobre o tema, dentro da amostra investigada.

No que tange a localização geográfica das produções científicas, constatou-se que as publicações sobre empreendedorismo feminino estão distribuídas em 13 estados brasileiros. A região nordeste do Brasil se destaca com um total de 14 publicações, correspondendo a um percentual de 46,7% dos artigos analisados. Esse número evidencia o crescente interesse e reconhecimento da importância das mulheres empreendedoras na região. Em segundo lugar, a região Sudeste com 9 publicações, posteriormente as regiões Sul e Norte, ambas com 3 produções e por fim a região Centro-Oeste com apenas uma publicação. Como pode ser observado no gráfico 6.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino é de suma importância tanto no âmbito econômico quanto acadêmico, uma vez que reflete o contexto social no qual as mulheres enfrentam um mercado de trabalho em sua maioria dominado por indivíduos do sexo masculino. Dessa forma, esta pesquisa teve como objetivo principal mapear a produção científica de trabalhos sobre o empreendedorismo feminino quanto às publicações desenvolvidas nos últimos anos. Para atingir os objetivos traçados, a pesquisa foi configurada através de uma análise bibliométrica nas bases de dados SPELL e Portal de Periódicos da CAPES, a partir dos artigos científicos publicados entre 2018 e 2023 que abordavam sobre o tema.

Como resultados, identificou-se que as pesquisas sobre o empreendedorismo feminino ganharam notoriedade entre os anos de 2020 e 2021, em que o número de pesquisas sobre o tema cresceu de forma constante. Seguindo para o contexto da produtividade dos autores destacaram-se duas autoras, Teixeira e Bonfim, ambas com duas publicações sobre a temática. Ao analisar a produção científica por região, notou-se uma predominância na região Nordeste com 14 artigos publicados no período analisado. Quanto aos termos mais relevantes e aparentes nos artigos científicos, as palavras com destaque foram “empreendedorismo feminino”, “mulher”, “trabalho”, “redes sociais”, “conflito”, “empresas”, “motivação”, “empoderamento” e “gênero”.

Além disso, esta pesquisa traz como contribuição uma visão abrangente das pesquisas científicas sobre empreendedorismo feminino no contexto brasileiro, auxiliando em uma melhor compreensão do estado atual da arte acerca do tema. Também é possível identificar os níveis de colaboração entre pesquisadores e instituições, ilustrando as parcerias acadêmicas que estão contribuindo com o avanço do conhecimento nessa área.

Em relação às limitações encontradas, a pesquisa é limitada quanto ao idioma e às bases de pesquisa, visto que buscou-se o uso de apenas artigos publicados em língua portuguesa vinculados em bases de dados nacionais. Portanto, para investigações futuras, sugere-se a realização de uma revisão bibliométrica sobre o tema no contexto internacional, abrangendo outras bases de dados como a Scopus e Web of Science, pois representam uns dos mais relevantes e respeitados bancos de dados internacionais, sendo profusamente utilizadas por estudos bibliométricos no mundo inteiro.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA SEBRAE. **Brasil Alcança Marca Histórica de Mulheres à Frente de Empreendimento**. Disponível em: agenciasebrae.com.br/cultura-empresadora/brasil-alcanca-marca-historica-de-mulheres-a-frente-de-empreendimentos/. Acesso em: 8 de set. 2023.
- ALVES, C. L. S. **Empreendedorismo feminino: um estudo bibliométrico da produção científica entre 2010-2020**. 2020. 23 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, Patos, 2020.
- APPOLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de Metodologia Científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 295p.
- BOLSON, S.B.; OLIVEIRA, L.M.P.; DO VALE, M.P.; Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e**

Pequenas Empresas, [S. l.], v. 3, n. 02, p. 84–102, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/view/176>. Acesso em: 12 out. 2023.

COHEN, M. **Como escalar montanhas de salto alto? Exercendo no poder feminino**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 9788575424032

_____. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 97885754233873

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando idéias em negócios**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 9ª reimpresão. ISBN 853521500X

FERNANDES, R. A. S.; DUARTE, K. A. Empreendedorismo feminino: análise de perfil de mulheres empreendedoras no Brasil. **Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação**, v. 6, n. 2, p. 1-11, 2020. Disponível em: <<http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1030>>. Acesso em: 08 Mar. 2021

FRANCO, Michele Maria Silva. **Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas**. Goiânia: VIIIEGEPE, 2014.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

HUANG, C., YANG, C., WANG, S., Wu, W., SU, J., & LIANG, C. (2019). Evolution of topics in education research: A systematic review using bibliometric analysis. **Educational Review**, 72(3), 1-17.

IRME. **Pesquisa Instituto Rede Mulher Empreendedora 2020**. Disponível em: <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1606148439EMPREENDEDORAS_E_SEUS_NEGCIOS_2020__RECORTE_DOS_IMPACTOS_DA_PANDEMIA.pdf> Acesso em: 07 de out. 2023.

LAGES, S. R. Desafios do empreendedorismo feminino uma reflexão sobre as Dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, v. 1, n. 7, 2005

LOSCHI, M.; PERISSÉ, C. Mercado de trabalho reflete desigualdades de gênero. **Revista Retratos**, v. 1, n. 17, p. 19-26, 2019. Disponível: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25223-mercado-de-trabalho-reflete-desigualdades-de-genero>>. Acesso em: 28 mai. 2021.

MAIO, C. A.; ARAUJO, E. A. 5., HAMZAGIC, M., SILVA, J. L. G. Mulheres na liderança a evolução das mulheres no mercado de trabalho. In: ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 16 e ENCONTRO LATINO AMERICANO DE PÓS-GRADUAÇÃO, 12. **Anais**. São José dos Campos Universidade do Vale do Paraíba, 2012

MIWE. **The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2021**. Disponível em: <https://www.mastercard.com/news/insights/2022/mastercard-index-of-women-entrepreneurs-2021/> Acesso em: 08 de out. 2023.

PRADO, J. W. et al. Realismo crítico e estudos organizacionais: uma análise bibliométrica. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Niterói, v. 13, n. 2, p. 125-147, 2019.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª. Ed. Novo Hamburgo: Universiade Freevale, 2013.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades**. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/empreendedorismo-feminino-desafios-oportunidades/> Acesso em: 31 de out 2023.

SEBRAE. **Programas de incentivo e apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/programas-de-incentivo-e-apoio-ao-empreendedorismo-feminino-no-brasil,687b6c3b30816810VgnVCM1000001b00320aRCRD> Acesso em: 06 de out 2023.

SEBRAE. **Quais as oportunidades do empreendedorismo feminino?**. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/quais-as-oportunidades-do-empreendedorismo-feminino> Acesso em: 14 de out 2023.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. UFSC, Florianópolis, 4a. edição, 2005.

SILVA, J. V et al. Empreendedorismo feminino e o mercado de trabalho: O Perfil da mulher empreendedora em Araguaína-To. *J Business Techn*, v. 10, n. 2, p. 64-89, 2019.

SILVA, M. S.; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

THÉBAUD, S. (2015). **Social Forces**. v. 94 n. 1, p 61-86

TREVISAN K... Presença feminina no mercado de trabalho aumenta em 2012, diz IBGE **G1**, 2014.

TRIVINOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**, 1º edição São Paulo, Atlas. 2011.

VENDRUSCOLO, M. I.; BERCHT, M. (2015). Prática Pedagógica de Docentes de Ciências Contábeis da Região Sul e Sudeste do Brasil: um estudo da percepção da afetividade. **Revista ConTexto**, 15(29), 113-129.