



## SER EMPREENDEDORA EM PORTUGAL: PERSPECTIVAS DE MULHERES BRASILEIRAS

### BEING A FEMALE ENTREPRENEUR IN PORTUGAL: BRAZILIAN WOMEN'S PERSPECTIVES

Recebido em 27.09.2022 Aprovado em 26.12.2022

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v10i3.56017>

#### Tiara Cominote Pandolfi

[tcpie@iscte-iul.pt](mailto:tcpie@iscte-iul.pt)

Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Lisboa, Portugal

<https://orcid.org/0000-0002-2437-3704>

#### Maria Helena Santos

[helena.santos@iscte-iul.pt](mailto:helena.santos@iscte-iul.pt)

Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), CIS-IUL, Lisboa, Portugal

<https://orcid.org/0000-0001-7708-4634>

#### Carla Cerqueira

[carla.cerqueira@ulusofona.pt](mailto:carla.cerqueira@ulusofona.pt)

Universidade Lusófona, CICANT, Porto, Portugal

<https://orcid.org/0000-0001-6767-3793>

#### Resumo

Este estudo pretendeu conhecer os processos psicossociológicos que as mulheres brasileiras empreendedoras em Portugal vivenciam no exercício de sua profissão. Treze mulheres brasileiras empreendedoras foram entrevistadas. Uma análise temática permitiu identificar cinco temas, percebendo-se, nomeadamente, que as adversidades encontradas foram sobretudo a pandemia da Covid-19 e as diferenças culturais entre o Brasil e Portugal, ressaltando-se que o fato de ser imigrante e mulher pode interferir no negócio. Entretanto, elas conseguem sobressair e procuram sempre o melhor para a sua empresa e clientes.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino. Mulheres brasileiras. Dificuldades. Motivações.

#### Abstract

This study aimed to understand the psychosociological processes that Brazilian female entrepreneurs in Portugal experience in the exercise of their profession. Thirteen Brazilian female entrepreneurs were interviewed. A thematic analysis allowed the identification of five themes, underlying that the adversities encountered were mainly the Covid-19 pandemic and the cultural differences between Brazil and Portugal. The results highlight that being an immigrant and a woman can interfere with the business. However, they manage to stand out and always seek the best for their company and customers.

**Keywords:** Feminine entrepreneurship. Brazilian women. Difficulties. Motivations.

## Introdução

O termo “empreendedorismo” tem diversas definições, porém, de acordo com Mendes (2007), este pode ser resumido como a capacidade de colocar em prática as ideias, planejar, gerir e aceitar os riscos para a concretização de um projeto, o que exige ter criatividade e inovação. Relativamente ao empreendedorismo feminino, Bernardino et al. (2018) descreveram-no como uma “atividade de uma mulher ou de um grupo de mulheres que inicia, organiza e gere um negócio correndo riscos e lidando com a incerteza econômica” (p.103).

Apesar de, nos últimos anos, existir um crescimento de mulheres na área do empreendedorismo, em que Portugal também segue a tendência (Mastercard Index, 2022), a escassez de mulheres empreendedoras dá-se por questões familiares, por procurarem empregos formais e, principalmente, por estarem inseridas numa cultura de herança sexista, na qual são elas que se devem encarregar dos cuidados da casa e dos/as filhos/as (Peñaloza et al., 2008). Esta tendência está relacionada com a assimetria de mulheres em muitas esferas de decisão econômica e no mercado de trabalho (Paço & Casaca, 2021).

O primeiro artigo identificado que mencionou a “mulher empreendedora” é datado da década de 1970, no qual a autora concluiu que as motivações das mulheres eram de independência e de satisfação profissional, assemelhando-se às motivações dos homens ao empreenderem (Brush, 2008). Muitos outros estudos foram realizados, depois deste, como, por exemplo, no Brasil (e.g., Alperstedt et al., 2014), nos Estados Unidos da América (e.g., Waddell, 1983), em França (e.g., Orhan & Scott, 2001) e em Portugal (Bernardino et al., 2018; Ribeiro, 2021; Santos, 2014), entre outros (e.g., ver Hughes et al., 2012). Ao analisar estes estudos, constatamos que os objetivos estão muito relacionados com as principais motivações que levam as mulheres a empreender; as limitações e as barreiras que elas enfrentam ao procurarem empreender; e as comparações entre empreendedores, homens e mulheres.

Em Portugal há poucos estudos centrados nas mulheres migrantes, nomeadamente mulheres brasileiras empreendedoras (Chaves, 2012; Malheiros et al., 2010; Padilla, 2008). As investigações existentes têm-se focado nos momentos prévios à implementação da empresa, parecendo haver um esquecimento total sobre o que está ocorrendo com as empreendedoras, no seu dia a dia, ao gerirem uma empresa, havendo ainda uma necessidade de conhecer e analisar quais os processos psicossociológicos que perpassam a vida destas mulheres no seu cotidiano profissional.

De acordo com a revisão de literatura realizada por Yadav e Unni (2016), a maior parte dos artigos encontrados sobre este tema enquadra-se em investigações positivistas, particularmente, centradas em comparar mulheres e homens, por isso, as autoras salientaram a necessidade de artigos com métodos de investigação qualitativos, focados em histórias de vida, análises do discurso, etnografias e estudos de caso.

Assim, o presente estudo adota uma perspectiva qualitativa e pretende conhecer os processos psicossociológicos que as mulheres brasileiras empreendedoras em Portugal vivenciam no exercício de sua profissão, focando não só os motivos, mas também as dificuldades que perpassam o seu cotidiano. Pretende especificamente: i) descrever os motivos que fizeram com que as mulheres brasileiras se tenham tornado empreendedoras em Portugal, e compreender quais são as motivações mais comuns; ii) descrever quais foram (e ainda são) as dificuldades vivenciadas por estas mulheres empreendedoras, para perceber quais são os obstáculos mais comuns; e iii) identificar os processos psicossociológicos mais salientes nas mesmas.

## Fundamentação teórica

### As mulheres e o mundo do trabalho

Historicamente, as mulheres têm sido percebidas como sendo “o sexo frágil”, que precisa de proteção, e os homens têm sido percebidos como fortes. Como tal, têm sido eles que “saem do lar” para trabalhar e para prover tudo o que é necessário à família. Este pensamento sedimenta uma cultura sexista que produz concepções em que as mulheres têm a inclinação e a necessidade de cuidar e se ocupar das tarefas do lar e da criação dos/as filhos/as, ao contrário dos homens, que têm habilidades para trabalhar fora de casa e serem provedores da casa (Amâncio, 1994; Barnett, 2004; Peñaloza et al., 2008).

Com os estereótipos de gênero definidos, os empregadores estavam autorizados a não contratar mulheres solteiras com idade para casar e mulheres casadas. Aos homens não era inerente o mundo doméstico, dedicavam-se, então, exclusivamente ao trabalho, porque era onde realizavam os seus talentos (Barnett, 2004).

Ser professora era uma das poucas opções de trabalho às mulheres, mas, entretanto, essa opção não era compatível com a manutenção do casamento e havia aí uma barreira para com as mulheres casadas, que só conseguiam trabalhar como professoras por pouco tempo ou só conseguiam exercer a profissão anos mais tarde. Até ao final dos anos 50, as mulheres casadas eram proibidas de ensinar e as mulheres com filhos/as foram proibidas de ensinar até ao final dos anos 60 (Barnett, 2004).

Durante a Segunda Guerra Mundial, os homens foram para a guerra. Com a ausência deles, verificou-se uma escassez de mão-de-obra. Por isso, as proibições e os mitos em torno do gênero foram contrariados e, assim, as mulheres solteiras e casadas, passaram a ser contratadas e preencheram os postos de trabalho. Contudo, no período do pós-guerra, as mulheres foram despedidas para que os homens pudessem regressar ao trabalho (Almeida, 2000; Barnett, 2004).

Entre as décadas de 1940 e 50, as mulheres começaram a resistir às subordinações e, questões sobre a sua sexualidade e sobre a domesticidade começaram a ser alteradas. Foi-se gerado uma nova consciência feminina, novas descobertas da ciência e da ampliação do mercado de trabalho e trouxe consigo a “dupla jornada de trabalho”, porque o lar continuava a ser essencialmente feminino (Almeida, 2000). Além disso, para que elas conseguissem ter uma carreira, precisavam de estar preparadas, ou seja, precisavam de ingressar nas escolas e as legislações referentes aos direitos das mulheres persistiam em demorar (Almeida, 2000).

As mudanças dos papéis tradicionais das mulheres ocorreram a partir da década de 1960, em que a industrialização, os processos de urbanização e as mudanças nos regimes políticos exigiam a criação de vagas no ensino superior, passando a ser bastante frequentado pela população feminina (Peñalosa et al., 2008). Durante a década de 70, iniciou-se uma estagnação dos salários recebidos pelos homens. Por essa razão, as mulheres começaram a trabalhar em locais até então considerados apenas apropriados aos homens, para, assim, poderem auxiliar no orçamento familiar (Barnett, 2004). Ainda nos anos 70, foi consolidado o acesso ao ensino superior e as mulheres tiveram, então, a possibilidade de exercer as profissões (Almeida, 2000). Não estando tão caladas e confinadas na penumbra doméstica, as mulheres passaram a ser parte importante do sistema produtivo.

O silêncio sofrido das antepassadas pareceu ter ficado para trás e as vozes das mulheres tornaram-se uma constante no panorama sociopolítico e econômico dos vários países (Almeida, 2000). O que, inicialmente, ajudaria a completar o rendimento familiar fez o mercado crescer por causa da presença das mulheres. A sua inserção no mercado de trabalho contribuiu para grandes mudanças, principalmente, nos tradicionais papéis atribuídos aos homens e às mulheres e os diversos obstáculos que elas ainda enfrentavam, resultantes de uma cultura sexista. Registrou-se, também, que as mulheres começaram a ter suas próprias aspirações profissionais e realizações pessoais e familiares (Gomes et al., 2005; Peñalosa et al., 2008). No entanto, as assimetrias de gênero no mundo do trabalho e emprego persistem a vários níveis. No caso de Portugal, dados do Boletim Estatístico sobre Igualdade de Gênero da Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Gênero (CIG), referentes a 2020, revelam que a taxa de emprego dos homens é superior às mulheres e que há mais mulheres desempregadas.

## **Empreendedorismo**

O conceito de “empreendedorismo” foi originalmente definido a partir do século XVIII, com base no pensamento de economistas como Say, Marshall, Schumpeter, Knight, Kirzner e Cantillon, sendo este o cientista mais antigo a conceptualizar o conceito. Contudo, segundo Moura (2012), vários trabalhos acadêmicos referiram que o empreendedorismo pode ser entendido em seis períodos: i) iniciou-se no século XIII, com Marco Polo; ii) continuou na Idade Média, no século XVI; iii) surgiu de maneira explícita no século XVII, com Cantillon e, iv) no século XVIII, distinguiu-se capitalista de empreendedor; a pessoa que necessita do capital; v) no final do século XIX, não havia diferenças entre gestor e empreendedor e, vi) no século XX, ser um empreendedor era sinônimo de ser inovador (Moura, 2012).

Apesar de o empreendedorismo ter sido um assunto ao longo de vários séculos, é apenas na década de 80, do Século XX, que ele se torna objeto de estudo em quase todos os ambientes de conhecimento, destacando-se nas políticas econômicas dos países. Para os economistas, “não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes empreendedores” (Baggio & Baggio, 2014, p. 25).

O empreendedorismo tem sido estudado há vários anos, com o intuito de compreender as características de quem empreende, a sua essência, como as pessoas conseguem olhar para as oportunidades e transformá-las em lucro e em negócios de sucesso (Abrahão, 2018). Existem diversas definições de empreendedorismo. Um dos conceitos mais antigos é o de Joseph Alois *Schumpeter*, que atribuiu ao empreendedor o caráter inovador, ou seja, só considera empreendedorismo quando a empresa é inovadora, percebe novas oportunidades, cria necessidades e, conseqüentemente, novos consumidores (Mendes, 2007; Pimpão, 2011). Outros autores já mencionados são Richard Cantillon, que definiu como uma pessoa que gera mudança, especula o risco, compra a um preço e vende a um preço incerto, e Jean Baptiste Say, que destacou o papel do empreendedor em motivar e coordenar um projeto em conjunto e, assim, gerar valor (Mendes, 2007). No que concerne ao perfil, também Vericat (2013) refere que “as pessoas empreendedoras, quer tenham entre mãos um negócio ou não, são geralmente flexíveis, ambiciosas, autoconfiantes, perseverantes, responsáveis e gostam de arriscar”(p.25).

A partir do século XXI, com base em Schumpeter, Cantillon e Say, outras pessoas foram formulando os vários conceitos de empreendedorismo e de empreendedor. Não há uma teoria universal, logo, não há uma definição exata, contudo, as várias definições complementam-se (Moura, 2012; Santos, 2014).

Apesar de o negócio poder ser criado com o auxílio de várias pessoas, o empreendedorismo é caracterizado como a ação de apenas uma pessoa, cujas características são específicas de um empreendedor e é esse indivíduo o grande responsável pelo crescimento e sucesso da empresa (Ferreira & Nogueira, 2013). Nesse sentido, o empreendedor é definido como alguém que possui bom humor; entusiasmo; descobre, avalia e explora oportunidades; é inovador; assume riscos; planeja e gere projetos; e não se fixa nos problemas, mas sim nas soluções (Baggio & Baggio, 2014; Brush, 2008; Mendes, 2007).

### Empreendedorismo feminino

De acordo com o relatório de 2018/2019 do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), o espírito empreendedor das mulheres deve ser pensado no âmbito dos ecossistemas de empreendedorismo, estando estes relacionados com a política, os *clusters* regionais, os sistemas de inovação, o contexto e os quadros institucionais que favorecem o empreendedorismo. Existem diversos elementos que se interligam e influenciam mutuamente e que facilitam a inovação e o empreendedorismo e, por isso, olhar para a presença das mulheres neste setor requer um conhecimento situado (Elam et al., 2019).

Nos últimos anos, a quantidade de mulheres empreendedoras tem crescido e estão cada vez mais presentes na economia mundial, contribuindo para a receita e para a criação de novos empregos e a instauração de novos sistemas. Aliás, o empreendedorismo feminino pode ser definido como o envolvimento de mulheres na tomada de decisão e gestão de negócios independentes, com o objetivo de contribuir para a redução da pobreza, para o aumento das receitas locais e para o desenvolvimento econômico local (Hapsari & Soeditaningrum, 2018).

Contudo, o “mundo dos negócios” continua dominado pelos homens e as empresas criadas e geridas por mulheres ainda são pequenas, em comparação com as empresas dos homens, além de ainda existirem dificuldades familiares na vida social e laboral, colocando obstáculos ao empreendedorismo das mulheres (Abrahão, 2018; Brush, 2008; Winn, 2005). De acordo com dados de um relatório do *European Institute for Gender Equality* (EIGE, 2016, p. 4), as desigualdades de gênero no empreendedorismo incluem: acesso ao crédito, às finanças e ao capital; oportunidades de trabalho em rede para mulheres empresárias; segregação horizontal de gênero; conciliação da vida profissional e familiar; preconceitos e estereótipos sobre as mulheres nos negócios.

Apesar do crescente aumento de mulheres empreendedoras e de uma preocupação mesmo visível em termos de políticas públicas (e.g., Casaca et al., 2021, 2022), ainda há poucas investigações referente às mesmas. Dos estudos sobre empreendedorismo, a maioria incide nos homens, focando-se no perfil do empreendedor, nas motivações e

limitações dos empreendedores (Bernardino et al., 2018; Brush, 2008). Por exemplo, as características de um empreendedor, citado no tópico anterior, se baseiam em investigações com homens empreendedores.

De acordo com a revisão sistemática realizada por Kai e Queiroz (2022), foram encontradas algumas pesquisas referentes ao empreendedorismo como “papel da mulher no desenvolvimento econômico, especialmente em países subdesenvolvidos; os desafios que envolvem o empreendedorismo feminino, em comparação ao masculino; as barreiras e dificuldades das mulheres para irem além de seu papel familiar tradicional” (p. 19) entre outras. Nota-se com isso que há um interesse, ainda que reduzido, por entender o empreendedorismo feminino.

O primeiro artigo sobre empreendedorismo feminino foi publicado em meados dos anos 70 do século XX, escrito por Eleanor Brantley Schwartz. A primeira apresentação sobre mulheres empreendedoras foi feita por Hisrich e O'Brien, na Conferência sobre Empreendedorismo, no *Babson College*, em 1981, e, em 1985, foi publicado o primeiro livro sobre mulheres empreendedoras. Apesar destas publicações, a área referente ao empreendedorismo feminino só foi desenvolvida significativamente após os anos 90, ao serem realizadas duas conferências dedicadas exclusivamente a esta área (Brush, 2008; Yadav & Unni, 2016).

O fato de muitas mulheres ainda não estarem na gestão de grandes empresas e a empreender diz respeito a uma estrutura social que inclui família e gênero, que influencia as mulheres e os homens na procura de diferentes caminhos e carreiras (Winn, 2005). Por isso, como relata Ferreira e Nogueira (2013, p. 403):

Considerar gênero e empreendedorismo como produções também subjetivas, abrem-se possibilidades para escapar de dualismos e dicotomias. As questões de gênero e a atividade empreendedora não podem ser separadas de questões sociais e significações e ressignificações no plano individual. As representações sociais do que é ser mulher e empreendedora são colocadas para os indivíduos pelas diversas vias da subjetividade social, mas também são objeto de reflexão por parte do indivíduo. Em síntese, pode-se registrar que tanto o ser mulher, quanto o ser empreendedora funcionam como produções sociais, configuradas a partir dos significados atribuídos pelo próprio indivíduo, que lhes confere sentido único.

Além disso, também é importante equacionar de que mulheres estamos a falar, pois estas não são um grupo homogêneo, o que implica compreende múltiplas pertencas identitárias.

## Mulheres brasileiras em Portugal

Os imigrantes são muitas vezes reconhecidos como altamente empreendedores (Fairlie & Lofstrom, 2013). Cruz et al. (2017), a partir do conceito internacional descrito pela Organização Internacional para as Migrações (OIM), descreveram que “fluxos migratórios são movimentos de uma população para outros territórios, estados ou nações” (pp. 39-40), incluindo refugiados/as e pessoas deslocadas. A nação brasileira tem as suas raízes culturais na miscigenação racial de várias etnias e, por isso, tem uma particularidade interessante. O Brasil pode ser enquadrado historicamente num país receptor de imigrantes, assim como de emissor (Cruz et al., 2017).

Portugal é um país que atrai muitas pessoas brasileiras, nomeadamente, devido ao fato de o idioma ser parecido, por causa de acordos bilaterais, pela qualidade de vida e segurança que o país oferece, entre outros motivos. Uma análise sociohistórica sobre a imigração brasileira em Portugal nos permite perceber uma constante modificação em relação à quantidade, qualificação, inserção laboral e feminização. Até há pouco tempo, o fluxo migratório era predominantemente masculino, entretanto, se começou a perceber uma feminização nesse fluxo (Fernandes et al., 2021). A mais recente imigração se caracteriza por ser a mais diversa, em comparação com os antigos fluxos migratórios, além de que o perfil do imigrante solteiro que procura a sua sorte no exterior, antes predominante, dá lugar às pessoas que vêm com a sua família procurar uma nova vida (Fernandes et al., 2021; Senne, 2020). 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; Queiroz, 2018).

De acordo com o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras de Portugal (SEF) os/as brasileiros/as são a maioria dos/as imigrantes, e a quantidade de mulheres já se revelou superior desde 2007, atingindo, em 2015, cerca de 60%. Entretanto, é importante a consciência de que os dados que geralmente são fornecidos, refletem a realidade dos/as imigrantes legalizados/as. Esses/as imigrantes estão documentados/as por três estatutos. O primeiro, e mais importante, é o do reagrupamento familiar, no qual as mulheres eram a maioria em 2018 (65%). O segundo é o de

trabalhadores/as assalariados/as, sendo 41% de mulheres, em 2018. E, finalmente, o terceiro é o estatuto de estudante, no qual as mulheres eram 56% no mesmo ano (Fernandes et al., 2021; Queiroz, et al., 2020).

Há o entendimento de que os/as brasileiros/as possuem uma etnicidade própria para os/as portugueses/as: para estes/as, os/as brasileiros/as são simpáticos/as (quase como uma herança genética) e, por isso, preferem ser atendidos/as por brasileiros/as em restaurantes, lojas, etc. (Padilla, 2007). Especificamente sobre as mulheres, a partir da investigação realizada por Gomes (2018) com associações de apoio a imigrantes, esta entende que a mulher brasileira ainda é vista com “colonialidade de gênero” (p. 433), ao desenvolver um discurso em que a beleza, a sensualidade e a alegria são apresentadas como características “naturais”. Além disso, continua a ser reproduzido um discurso em que se “hiper sexualiza” a mulher brasileira, um corpo dócil, útil, fruto de uma mestiçagem colonial e que tem de ser controlado, de acordo com participantes da mesma investigação.

Em relação ao mercado de trabalho, as mulheres brasileiras estão em trabalhos maioritariamente relacionados com a limpeza, os cuidados e o setor da estética, logo, na área da beleza (França & Padilla, 2019). Contrariando as ideias de que estas mulheres se dedicam apenas à prostituição e ao acompanhamento de homens, ideias essas que foram formuladas e cristalizadas por estereótipos mediáticos (Correia, 2014). De destacar, nomeadamente, a mediação do chamado movimento “Mães de Bragança”, em maio de 2003, em que várias mulheres portuguesas, residentes em Bragança, solicitaram às autoridades que expulsassem as prostitutas brasileiras por estarem, supostamente, a seduzir os seus maridos (Minga, 2018). Este posicionamento com repercussões públicas gerou um preconceito específico sobre as mulheres brasileiras (Miranda, 2011).

Se nos debruçarmos especificamente sobre a esfera do empreendedorismo, as mulheres brasileiras imigrantes em Portugal estão a empreender, em primeiro lugar, em setores da beleza, em segundo no comércio, em terceiro na hotelaria e restauração e, em quarto lugar, estão as atividades domésticas (Chaves, 2012). Em relação ao setor de beleza, Rodrigues (2010) verificou que este é um “mercado protegido para as imigrantes” (p. 77), além de ser a “representação social dos papéis e relações de gênero que marcam tanto as oportunidades da oferta como da procura no mercado” (p.79). Além disso, nesse setor em especial, há um peso menor em relação à estrutura do patriarcado, sendo essa área mais associada à feminização.

De acordo com Padilla (2008), vários estudos mostram que há uma elevada taxa de empreendedorismo entre os/as imigrantes, quando comparados com as cidadãs e os cidadãos locais. De acordo com a investigação de Santos (2020), dos 187 participantes, 124 são mulheres, indicando que pode haver uma maior quantidade de mulheres a empreender em Portugal. Ainda de acordo com Padilla (2008), ao compreender o empreendedorismo imigrante, principalmente o feminino, há a necessidade de se perceber que a criação de uma empresa deve ser entendida dentro de um contexto social, econômico e pessoal. Por isso, é necessário considerar estes aspectos no país em que se encontra, o que pode favorecer, ou desfavorecer, o/a empreendedor/a. Neste sentido, em Portugal o Alto Comissariado para as Migrações (ACM)<sup>1</sup> tem uma secção específica dedicada a quem quer empreender, com a legislação, o que é necessário, os programas de apoio, entre outros aspectos.

### Procedimentos metodológicos

Neste estudo foram realizadas entrevistas individuais semiestruturadas a 13 mulheres empreendedoras de nacionalidade brasileira a desenvolverem o seu negócio em Portugal. Com idades entre os 20 e os 48 anos ( $M = 32$ ;  $DP = 10$ ), seis destas mulheres são solteiras, quatro são casadas e três são divorciadas. Cinco delas têm filhos/as.

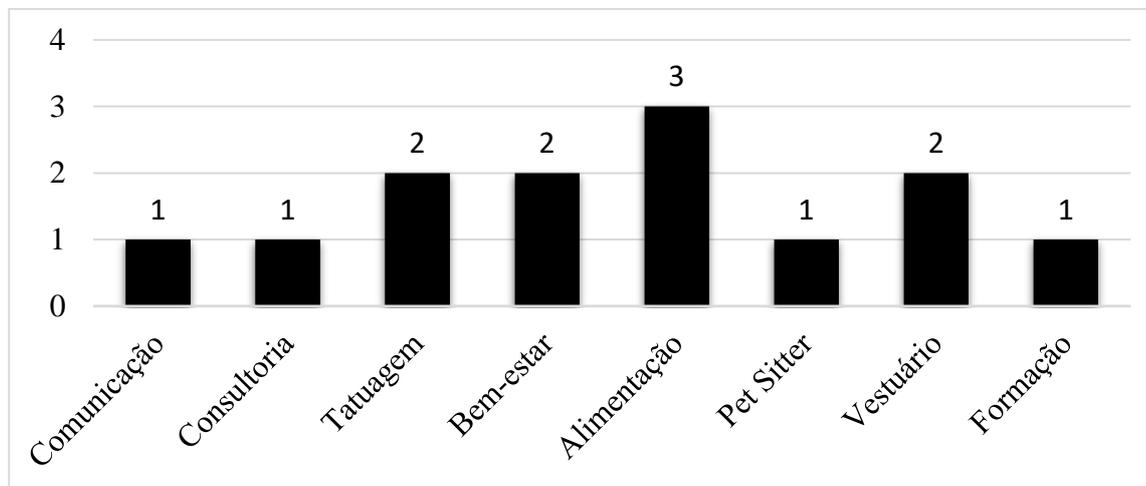
No que se refere ao setor do empreendimento, como mostra a Figura 1, estas mulheres encontram-se em diversas áreas profissionais. Três das empresas consideradas estão no mercado há mais de oito anos, sete estão há entre um e três anos e três estão há menos de um ano.

---

<sup>1</sup> Informação retirada de: <https://www.acm.gov.pt/empreender>

Figura 1

Setor do empreendimento



A maioria destas empresas (oito) está situada em Lisboa e as outras situam-se no Norte (Braga; Vila Nova de Gaia e Porto) e Sul (Montijo e Faro) de Portugal.

Para realizarmos as entrevistas, procurámos as participantes, na maior parte das vezes, através das redes sociais (e.g., *Instagram* e *Facebook*) e outras vezes, por indicação de pessoas próximas. Após o parecer favorável da Comissão de Ética da instituição das duas primeiras autoras (Parecer 134/2020), começámos por entrar em contacto com várias possíveis participantes, informando-as sobre o estudo e perguntando-lhes se aceitariam participar numa entrevista. Após concordarem em participar no estudo, era marcada uma data e uma hora, conforme as suas disponibilidades.

Todas as entrevistas foram realizadas através da Plataforma *Zoom*, devido à pandemia de Covid-19 e, por vezes, também devido à localização geográfica das participantes. De acordo com os procedimentos éticos, todas as participantes assinaram um consentimento informado antes da realização das entrevistas. Este informava as participantes sobre os objetivos do estudo e garantia o anonimato e confidencialidade das suas identidades. O consentimento pedia, ainda, autorização para a gravação das entrevistas em áudio, para efeitos de transcrição fidedigna da informação. As entrevistas foram todas realizadas entre o dia 25 de novembro de 2020 e o dia 14 de fevereiro de 2021, tendo variado em termos de duração entre 20 minutos e 1 hora.

Os dados foram recolhidos através da técnica da entrevista individual, por via de dois instrumentos, i) um breve questionário sociodemográfico com o intuito de caracterizar a amostra, e ii) um guião de entrevista semiestruturado, que foi construído a partir do quadro teórico efetuado. O guião está dividido em quatro momentos, centrados nas motivações, dificuldades, questões sociais e questões pessoais, sendo as duas últimas referentes às questões psicossociais.

O material das 13 entrevistas foi analisado com recurso à análise temática (Braun & Clarke, 2006), metodologia que permite “identificar, analisar e reportar os padrões (temas) nos dados” existentes (p.79). Segundo as autoras, a análise temática engloba seis fases de análise: i) a transcrição e leitura dos dados, realizando alguns apontamentos iniciais; ii) a codificação sistemática dos dados, identificando os códigos presentes; iii) a definição e organização destes códigos por temas relevantes; iv) a revisão dos temas em termos dos excerto que estes codificam e do conjunto de dados, criando um mapa da análise temática; v) a reavaliação dos temas, das suas especificidades e dos nomes lhe foram atribuídos; e vi) à redação do relatório, interligando a análise realizada com os objetivos ou as questões de investigação definidas e o quadro teórico, incluindo uma seleção e análise dos excertos das entrevistas que ilustrem os temas identificados. Trata-se de uma análise dedutiva, ancorada na literatura sobre o tema (Braun & Clarke, 2006) do empreendedorismo feminino, mas também de uma análise indutiva, devido à possibilidade de

identificar temas fora do âmbito do nosso quadro teórico. Após várias leituras do material das entrevistas, foram identificados cinco temas que serão sistematizados a seguir.

## Apresentação e análise dos resultados

A partir das entrevistas realizadas a mulheres empreendedoras brasileiras e com negócios em Portugal, foram identificados cinco temas principais centrados sobre: i) as motivações que levam as mulheres a começarem e a continuarem a empreender; ii) as adversidades que estas empreendedoras enfrentam iii) o ser imigrante; iv) o ser empreendedora; e v) o ser mulher. Como mostra o Quadro 1, alguns dos temas englobam vários subtemas.

**Quadro 1**  
**Temas e subtemas**

Temas	Subtemas
Motivações para começar ou continuar a empreender	
Adversidades que enfrentam	Efeitos da pandemia da Covid-19 Diferenças culturais entre Portugal e Brasil
Ser imigrante	
Ser empreendedora	Características da empreendedora ideal A importância da resiliência Sozinhas, mas acompanhadas
Ser mulher	

### Motivações para começar ou continuar a empreender

Num mundo em que o empreendedorismo se tornou uma *buzzword* na área do trabalho e do emprego, a qual ainda é dominada pelos homens, as motivações de quem empreende ganham destaque nos discursos. Neste estudo, verifica-se alguma diversidade no que concerne às motivações explicitadas pelas mulheres empreendedoras, as quais se relacionam com as suas histórias de vida. Contudo, a maior parte das motivações apresentadas são comuns à maioria das entrevistadas.

É de destacar que, na sua maioria, elas iniciaram o empreendimento quando perceberam uma oportunidade para desenvolver algo de novo, uma oportunidade de ter mais tempo para a sua família e de transformar a sua arte num produto comercializável, o que vai ao encontro da investigação realizada por Malheiros et al. (2010), que verificou que uma das principais motivações para a abertura de uma empresa pelas imigrantes (em geral, não só brasileiras) ocorre pela procura da independência (53%) e de uma realização profissional (43%). Estes dados também estão na linha do estudo realizado por Winn (2005), que relata que, ao empreender, algumas mulheres conseguem reunir os dois desejos de ter uma carreira e ter uma família, devido à autonomia e flexibilidade que o ato de empreender carrega consigo. Este aspecto se relaciona com as dificuldades de conciliação entre a esfera profissional, familiar e pessoal que são vivenciadas maioritariamente pelas mulheres, tal como se tem constatado em vários estudos (CIG, 2021).

Ainda de acordo com o estudo realizado por Malheiros et al. (2010), no qual a opção de empreender por necessidade (auxiliar no rendimento familiar e não conseguirem um emprego formal) vem em terceiro lugar, se assemelha à presente investigação, em que poucas são as entrevistadas que mencionam empreender por não conseguirem estar no mercado formal de trabalho. Apenas duas participantes mencionaram o fato de empreenderem por necessidade:

Essa foi a minha ideia [não ter uma loja, fazendo apenas a produção e a distribuição] desde o início, porque eu não queria trabalhar com o público no final de semana, eu queria ter tempo p'ro meu filho, ter tempo

p'ra família, já há 20 anos trabalhei, final de semana, feriado, não tinha horário e eu disse 'não, agora, eu quero ter o meu final de semana'. [E7, 48 anos, casada, 1 filho, alimentação]<sup>2</sup>

“Então, eu até cheguei a fazer algumas entrevistas, mas não passava e... enfim, passou um tempo, eu continuei mandando currículo, mas, daí, eu não conseguia nem entrevistas mais, [...] é isso, foi por causa de não ter conseguido um emprego fixo, digamos assim. [E6, 20 anos, solteira, sem filhos/as, alimentos]

Para além das motivações iniciais que desencadeiam o processo de empreender, as entrevistadas mencionam as motivações que as fazem continuar com o empreendimento, que vão para além do fator financeiro, pois elas mencionam que empreendem por pensarem, também, na sociedade e no bem que o seu produto fará a outras pessoas, como mostram os seguintes excertos:

A gente queria muito ter um espaço que todas nós nos sentíssemos confortáveis e bem dentro dele” [E5, 20 anos, solteira, sem filhos/as, tatuagem]

Decidi que eu não iria vender só doces iria vender também sentimentos, de certa forma, então gratidão, alegria, carinho. [E11, 23 anos, solteira, sem filhos/as, alimentação]

As motivações referidas pelas entrevistadas podem ser relacionadas com a história de vida das mulheres no mercado de trabalho, no qual elas ao iniciarem uma atividade ainda pensam nos seus familiares e, por isso, buscam um trabalho em que podem ajudar financeiramente na casa e, principalmente, que lhes dê flexibilidade para cuidarem da casa e dos filhos. Entretanto, mesmo que esse pensamento ainda perpassasse as mulheres empreendedoras, elas estão fazendo mudanças no mundo do empreendedorismo, enfrentando obstáculos e buscando por seus próprios desejos, como muitas mulheres já fizeram, buscando aprimorar e melhorar um setor até então só de homens. Além de que empreender gera um empoderamento nas mulheres, dando a elas autonomia para poderem decidir sobre sua própria vida (Kai & Queiroz, 2022) em todas as esferas.

### **Adversidades que enfrentam**

Como mencionam Oliveira et al. (2022) em sua investigação “Ser mulher e iniciar um empreendimento significa enfrentar responsabilidades e desafios além daqueles enfrentados por homens empreendedores” (p.38). Assim, muitas são as adversidades das mulheres em qualquer setor do mercado de trabalho, principalmente, os que são mais vinculados tradicionalmente aos homens. Com as mulheres desta pesquisa não parece ter sido diferente, além de serem mulheres também são imigrantes e essa é uma das principais dificuldades que elas mencionaram encontrar no seu dia a dia, por conta da diferença cultural. Para além disso, no período em que foram realizadas as entrevistas Portugal, tal como o resto do mundo, se encontrava em pandemia de Covid-19 (Santos et al., 2021), tendo esta sido uma das grandes adversidades relatadas por todas elas.

De fato, outro tema identificado neste estudo prende-se com as dificuldades que estas mulheres enfrentaram, e continuam a enfrentar, ao empreender. Este tema engloba dois subtemas que são os i) efeitos da pandemia da Covid-19; e ii) as diferenças culturais entre Portugal e Brasil.

O primeiro subtema revela que a pandemia da Covid-19 está muito presente nos diversos discursos das entrevistadas, tendo trazido algumas mudanças para estas mulheres empreendedoras, que tiveram de se reinventar, de se adaptar e de procurar novas formas de continuarem com o seu empreendimento, ao procurarem fabricar novos produtos e ao atenderem menos clientes do que o desejado. Para além disso, vivenciaram a instabilidade, as incertezas e os medos que este período pandêmico trouxe, juntamente com as medidas estabelecidas pelo Governo. É de destacar que a pandemia teve impactos maiores na vida das mulheres que ficaram numa situação de maior vulnerabilidade no mundo do trabalho (Silva et al, 2020a).

Também em outros estudos anteriores (e.g., Alperstedt et al, 2014; Malheiros et al., 2010; Marinha et al., 2014; e Rahim et al, 2017) percebe-se que as questões financeiras, como a falta de recursos próprios, auxílio financeiro,

---

<sup>2</sup> As variáveis apresentadas entre parênteses, a seguir a cada um dos excertos das entrevistas, são pequenas descrições de cada entrevistada, correspondendo ao número da entrevista, idade da entrevistada, ao seu estado civil, se tem filhos/as e o setor da empresa.

falta de créditos, falta de caixa, entre outros, são as principais dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras. Este aspecto é também sublinhado no relatório do EIGE (2016) sobre as mulheres empreendedoras. No presente estudo, as entrevistadas comentam sobre as dificuldades financeiras, não como as principais dificuldades, mas sim, por conta da pandemia e com os desdobramentos da Covid-19, por isso, a atual investigação não vai ao encontro dos outros estudos realizados anteriormente, pois foca-se numa situação econômica e social particular influenciada por questões de saúde pública:

Hoje em dia, eu tenho medo de... principalmente por causa da pandemia, dessas coisas. Essas medidas que eles estão agora... é de fechar aos sábados e eu acredito que isso ainda vai piorar e ainda vai durar bastante tempo. Então, tudo o que... essas medidas me assustam bastante, primeiro, porque há muita gente assustada ainda, há muitos clientes que ainda não voltaram, quando fechou em março por causa da pandemia, até hoje, não voltaram. Então, eu tenho ali uns 30, 40% de clientes que ainda não voltaram. [E8, 38 anos, casada, duas filhas, bem-estar]

O segundo subtema deste tema mostra que outra das dificuldades mais apontadas pelas entrevistadas foi o fato de estarem a viver numa cultura diferente da sua. As diferenças culturais e as suas conseqüentes incompreensões parecem ainda condicionar o crescimento da empresa. Isso perpassa o ser imigrante, esse ser que sofre com a falta de pertença, com as dificuldades em conseguir as documentações e conseguir arrendar um estabelecimento, e também sofre com a falta de confiança de alguns cidadãos e cidadãs. Ademais, as participantes são mulheres e, com isso, vivenciam tudo o que perpassa o ser mulher e, especificamente, o ser mulher empreendedora. Muitas das entrevistadas relataram o fato de os/as portugueses/as serem mais conservadores/as e mais tradicionais do que os/as brasileiros/as (que adoram novidades), principalmente, quando o assunto é alimentação, e como isso atrapalha na venda do produto. Além disso, há a questão da língua, embora no Brasil e em Portugal se fale português, a maneira de escrever e de comunicar dos/as portugueses/as é diferente da dos/as brasileiros/as:

Apresentar o produto, porque sendo uma coisa brasileira e com esse nome (risos), talvez as pessoas, meio que ficaram na dúvida e eu tinha que, tipo, apresentar, fazer toda a apresentação meio que histórica (risos). [E6, 20 anos, solteira, sem filhos/as, alimentos]

### Ser imigrante

Outro tema identificado nos discursos das mulheres entrevistadas está relacionado com o fato de elas serem imigrantes e o que isso significa na vida delas, seja pelas dificuldades culturais mencionadas anteriormente, seja ainda pela falta de pertencimento e pela xenofobia que ainda existem. Com efeito, um dos discursos que se destaca (E2, 40 anos, casada, 1 filha, consultoria) menciona a falta de pertença que os/as imigrantes sentem. Como esta entrevistada refere, “até ir ao supermercado é desafiador quando você é imigrante, porque você não tem mais seus produtos preferidos, você não sabe onde são as prateleiras, você fica completamente perdida”. Para além disso, ainda há o preconceito, neste caso, a xenofobia que os/as brasileiros/as que vêm viver e trabalhar para Portugal têm de enfrentar. Isso ainda acontece por conta da segunda vaga de imigração, como relatou França e Padilla (2019), em que a *mídia* auxiliou a desenvolver um estereótipo do/a brasileiro/a como seres inferiores e subalternos e especificamente as mulheres, de acordo com Gomes (2018), ainda há um discurso referente a beleza e sensualidade, como algo inerente a elas.

De acordo com as entrevistadas, ainda há um certo preconceito por serem imigrantes brasileiras e empreendedoras. Tal atrapalha o empreendimento, porque alguns portugueses e portuguesas ainda são desconfiados/as em relação aos/as brasileiros/as, até porque alguns brasileiros e brasileiras não deixaram uma boa impressão no passado. Por isso, há ainda algumas dificuldades no que se refere a documentações, a arrendamentos e ao empreender, para além de alguns portugueses e portuguesas ainda acharem que elas lhes estão “a roubar” o seu trabalho. Também, outros estudos anteriores apontavam para este preconceito existente na sociedade portuguesa em relação às mulheres brasileira que, por um lado, estava relacionado com todo o passado colonial, mas com a mediatização de determinados casos que contribuíram para uma estereotipização do que é ser brasileira em Portugal (Miranda, 2011):

Acho que, primeiramente... sendo estrangeira, é um pouco difícil, porque... a gente deixa de ter algumas vantagens. Às vezes, precisam de alguns documentos que a gente não tem, precisa até... p'ro respeito das pessoas assim, às vezes, a gente é brasileiro, aí, é meio complicado. [E5, 20 anos, solteira, sem filhos/as, tatuagem]

### Ser empreendedora

O empreendedorismo, como já mencionado, é descrito como algo solitário, é uma ação de apenas uma pessoa (Ferreira & Nogueira, 2013), mesmo que um empreendimento possa ser criado por várias pessoas conjuntamente. No caso das entrevistadas nessa pesquisa, a maioria delas iniciou o empreendimento de forma sozinha, algumas com o auxílio dos seus conjugues e familiares, outras foram sozinhas e apenas uma que junto com o marido criou uma empresa, mas todas sabem da grande responsabilidade que possuem para fazer com que a empresa cresça. Isso mostra que elas se assemelham ao que o mercado diz sobre empreender, bem como se assemelham com as características ditas de um bom empreendedor (Baggio & Baggio, 2014; Brush, 2008), visto que elas são entusiasmadas, avaliam e exploram oportunidades, são inovadoras, planejam projetos e não ficam paralisadas com os problemas, mas sim buscam soluções.

Noutro tema identificado no material das entrevistas, que abrange as características que as mulheres empreendedoras devem ter para desenvolverem as suas empresas, percebem-se três subtemas, sobre: i) características da empreendedora ideal; ii) a importância da resiliência; e iii) sozinhas, mas acompanhadas.

O primeiro subtema revela que muito se tem dito sobre um “perfil empreendedor”, a maior parte das vezes, assim mesmo, no masculino, utilizando o masculino como falso neutro. No material destas entrevistas, conseguimos identificar um perfil sobre as mulheres empreendedoras. De fato, podemos caracterizar uma empreendedora como uma mulher que é perseverante, persistente, com garra, com um foco, comunicativa, simpática, dedicada, humilde, intensa (na linha de Bernardino et al., 2018), que tem cuidado com sua empresa e com o seu produto, que procura oferecer o melhor, que é organizada, firme, que consegue ser clara e objetiva, que confia em si mesma, que tem paciência, que consegue compreender o outro e que é resiliente. O “empreendedorismo não é para os fracos de coração” (Winn, 2005, p. 385), algo que as empreendedoras entrevistadas parecem saber bem quando se autocaracterizam e mostram a sua trajetória no mercado português:

Muita firmeza e, principalmente por ser mulher, não dentro, dentro só do negócio, mas para fora do negócio, quando a gente vai vender, quando vai negociar as impressões da revista, falar com pessoas para desenvolvimento, outros serviços que a gente precisa contratar para desenvolver, mesmo o empreendimento, também tem que ter muita firmeza, por ser mulher. [E1, 32 anos, separada, sem filhos/as, comunicação]

De acordo com o Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa (2021), a resiliência é a “capacidade de reagir a trauma ou dificuldade [...] capacidade de defesa e recuperação perante fatores ou condições adversas”. O segundo subtema identificado mostra que esta capacidade foi enunciada diversas vezes pelas mulheres entrevistadas, algumas de uma forma mais explícita e outras de uma forma mais implícita. Este aspecto é enunciado também em outros estudos que procuram mostrar a relação entre empreender e a capacidade de resiliência (Silva et al., 2020b). Todas estas mulheres, nas suas trajetórias como empreendedoras, demonstraram esta capacidade de reagir às adversidades que vão aparecendo, cada uma com a sua forma de ser e de agir, mas conseguiram enfrentar:

Foi principalmente com trabalho, trabalhando muito (risos), tenta de uma forma, tenta de outra e não... não deixar esmorecer. [E13, 43 anos, divorciada, 3 filhos, formação]

Tinha dias que eu acertava, tinha dias que eu errava, passei seis meses testando, jogando bolo no lixo, jogado doce no lixo, até que chegou um momento que eu disse ‘não, agora, realmente, tá do jeito que eu gosto. [E7, 48 anos, casada, 1 filho, alimentação]

Um último subtema identificado evidencia que empreender, por vezes, pode tornar-se solitário, sobretudo, quando não há com quem dividir as tarefas, quando não há formas de lidar com as dificuldades que surgem. Além disso, saber que a empresa depende exclusivamente de si própria, pode ser um fardo que nem todas as pessoas estão dispostas a ter, até porque elas precisam também assumir alguns riscos e a depender do quanto estão sozinhas ou

não, precisar assumir algum risco pode vir a paralisá-las e não tomar decisões (Oliveira et al., 2022). Mesmo que o ato de empreender seja um pouco solitário, muitas das mulheres entrevistadas encontram apoio nos seus familiares, noutras empreendedoras e nas suas amizades, que, em alguns casos, foram as principais incentivadoras à abertura do negócio, porque, assim como referiu Winn (2005), para conseguir crescer, a empresa precisa de ter pessoas em torno da empreendedora que a auxiliem. Contudo:

O colocar para rodar, sou eu, literalmente, eu p'ra preparar proposta, eu para preparar texto, eu para fazer imagem, eu para prospetar, eu para partilhar, e, isso, é muito solitário. Eu nunca tinha trabalhado sozinha, sou da publicidade, da comunicação, sabe, a publicidade você não faz sozinha, você tem um redator, tem um diretor de arte, tem um atendimento, e, isso, pronto, é um desafio imenso para mim, é trabalhar sozinha. [E2, 40 anos, casada, 1 filha, consultoria].

### Ser mulher

Diferente de um empreendedor homem, que não é julgado quando a sua empresa cresce no mercado, as empreendedoras costumam ser julgadas até pelo seu crescimento, aspecto este que se relaciona com a sociedade patriarcal em que vivem e que não deixa de marcar a sua trajetória como pessoas e como profissionais. Elas têm de provar muito mais o seu profissionalismo pelo fato de serem mulheres (Bruschini & Puppini, 2013). E, por serem mulheres fortes, as empreendedoras tendem a minimizar as questões pessoais e de gênero e procuram potencializar os resultados (Abrahão, 2018), até porque “quando nossa autoestima não está em jogo, estamos muito mais dispostos a ser corajosos e a correr o risco de mostrar nossos dons e talentos” (Brown, 2016, p. 49).

Um último tema identificado mostra que, para as mulheres entrevistadas, não é diferente. Muitas delas relatam situações que perpassam o ser mulher, como, por exemplo, o importar-se com o que o outro irá pensar; comparar-se com outras mulheres; o medo de se expor, principalmente por causa da sexualização do corpo feminino; e a falta de confiança em si mesma e no seu produto e uma baixa autoestima. Isso piora ainda mais quando elas passam a perceber a si e ao seu produto como um só e, assim, a crítica relativa ao produto torna-se numa crítica feita a si mesma, até porque:

O desafio da gente é tentar agradar o máximo de pessoas, né? Porque você não agrada todo mundo, mas você tem que tentar agradar ao máximo. [E7, 48 anos, casada, 1 filho, alimentação]

Posso dizer que sim, em alguns aspectos, sim, como mulher. Acho que, às vezes, a gente cai. Realmente, a comparação é o meu problema maioritário. E, então, às vezes, eu me comparo a outras mulheres, me comparo as outras amigas que empreendem, eu penso "poxa, eu não sou assim, eu não sou assado, eu não sou tão carismática, ou eu não sou tão solta", sei lá, sabe, esse tipo de coisa. [E11, 23 anos, solteira, sem filhos/as, alimentação]

Uma questão identificada importante diz respeito ao empreender em profissões ditas “masculinas”. Com efeito, duas participantes mencionam trabalhar com tatuagem e ambas referem que as pessoas consideram estranho uma mulher ser dona deste tipo de estabelecimento e questionam se há algum homem como sócio. Esta situação não acontece com as outras empreendedoras, que optaram por profissões tradicionalmente consideradas “femininas”. Este cenário se equipara ao encontrado nos estudos de Alperstedt et al. (2014) e de Botelho et al. (2009), em que uma das maiores barreiras encontradas pelas mulheres entrevistadas foi o preconceito de serem mulheres e estarem num setor masculino, enfrentando, por isso, dificuldades em se sobressair, quando comparadas com os homens, na linha dos estudos de Amâncio, Santos e outras (e.g., Amâncio, & Santos, 2021; Santos et al., 2015, 2016, 2022).

Mesmo com todas as adversidades que elas enfrentam por serem mulheres, imigrantes e empreendedoras, ainda que refiram que se sentem cansadas fisicamente, a parte emocional encontra-se realizada, a gratificação de fazer o que gostam e bem-feito sobressai em relação a todas as dificuldades que possam aparecer:

Ao mesmo tempo, apesar do cansaço físico, é... o emocional é só gratidão, é gratidão, eu me sinto muito feliz, é um cansaço, mas é uma felicidade, assim, enorme. [E6, 20 anos, solteira, sem filhos/as, alimentos]

## Considerações finais

O presente estudo pretendeu conhecer os processos psicossociológicos que perpassam a vida das mulheres brasileiras que estão empreendendo em Portugal, assim como procurar conhecer as motivações que fizeram com que elas começassem a empreender e as dificuldades enfrentadas e suas vivências.

Os resultados mostram que as motivações encontradas estão relacionadas com o fato de estas mulheres quererem desenvolver algo de novo, algo que lhes faça sentido a elas, o fato de transformarem a sua arte e as suas ideias em algo comercializável, para além de terem tempo para a família e pensarem no bem que o seu produto fará à sociedade.

As duas principais dificuldades relatadas pelas entrevistadas dizem respeito à situação de pandemia de Covid-19 e ao fato de estarem empreendendo num país diferente do seu, as quais causam instabilidade, incertezas e medos. As diferenças culturais e linguísticas também condicionam o crescimento da empresa, pela falta de pertença e pela falta de confiança de alguns nativos, aspectos estes relacionados com o fato de serem vistas como imigrantes.

Os relatos mostram que, por detrás dessas mulheres fortes, com garra, resilientes, que procuram o melhor para o seu produto e para a sua empresa, há, muitas vezes, mulheres que se sentem sozinhas, que se sentem pressionadas a procurar a perfeição, com medo de se expor, com falta de confiança em si, com baixa autoestima, estando sempre num processo de comparação social com outras.

Em conclusão, apesar de todas as questões internas que estas mulheres vivenciam ao exercer a sua profissão, como os medos e as inseguranças, em geral, elas são mulheres fortes, resilientes, que querem ver o seu empreendimento crescer e encontram em si mesmas a força e a criatividade necessária para isso acontecer. Esta investigação veio trazer as vozes destas mulheres, as suas vivências, sofrimentos, e tudo o que acompanha a sua vida de empreendedoras. É, por isso, um contributo para trazer o “lugar de fala” (Ribeiro, 2019) de mulheres que acabam por ser alvo de múltiplas formas de opressão, por serem mulheres numa área dominada por homens, e por serem imigrantes.

Os resultados aqui encontrados apontam, assim, para a necessidade de desenvolver políticas públicas, grupos de apoio, entre tantas outras formas, que apoiem e ajudem as mulheres empreendedoras, principalmente as imigrantes, que estão fora do seu país de origem e, muitas vezes, em situações de maior vulnerabilidade e que, mesmo assim, procuram transformar as suas vidas e as de outras pessoas. O desenvolvimento deste tipo de medidas torna-se cada vez mais importante, até pelo aumento do número de mulheres empreendedoras a nível mundial (Elam et al., 2019).

Por fim, é de referir que este é um estudo exploratório que procura contribuir para a literatura no campo do empreendedorismo, migrações e gênero, visto que há uma escassez de publicações sobre mulheres imigrantes e empreendedoras e, principalmente, sobre as mulheres brasileiras empreendedoras em Portugal. Além disso, o estudo tem uma índole qualitativa e retrata uma amostra pequena de empreendedoras, não permitindo generalizar os resultados e obter uma percepção mais abrangente e, por isso, fica a sugestão de futuros estudos relacionados com empreendedorismo feminino vinculados com a imigração, independentemente do país de origem e de destino. Ainda a mencionar que a investigação foi realizada no período de pandemia de Covid-19 e algumas das respostas das entrevistadas fazem sobressair as especificidades deste período, por isso, será importante perceber se a instabilidade econômica é um fator que tem maior impacto em negócios dirigidos por mulheres ou se não existe uma correlação com a dimensão de gênero.

## Referências

- Abrahão, B. R. (2018). *Os fatores relevantes do sucesso individual de mulheres empreendedoras do estado de Minas Gerais, Brasil*. [Dissertação mestrado]. Universidade de Coimbra.
- Almeida, J. S. (2000). As lutas femininas por educação, igualdade e cidadania. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, 81(197), 5-13. <https://doi.org/10.24109/2176-6681.rbep.81i197.947>

- Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, 16(40), 221-234. Retirado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2735/273532832015.pdf>
- Amâncio, L. (1994). *Masculino e feminino: a construção social da diferença*. Afrontamento.
- Baggio, A., F., & Baggio, D., K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25-38. Retirado de: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empendedorismo-apostila02.pdf>
- Amâncio, L., & Santos, M. H. (2021). Gender equality and modernity in Portugal. An analysis on the obstacles to gender equality in highly qualified professions. *Social Sciences*, 10(5), 162. <https://doi.org/10.3390/socsci10050162>
- Barnett, R. C. (2004). Preface: women and work: where are we, where did we come from, and where are we going? *Journal of Social Issues*, 60(4), 667-674. <https://doi.org/10.1111/j.0022-4537.2004.00378.x>
- Bernardino S., Santos, J. F., & Cardoso, C. (2018). Empreender no feminino em Portugal: motivações e obstáculos. *European Journal of Applied Business and Management*, 4(1), 101-117. Retirado de: <https://nidisag.isag.pt/index.php/IJAM/article/view/290>
- Botelho, L. L., Schons, C., Vieira, B., & Cunha, C. J. (2009). Desafios gerenciais das mulheres empreendedoras: como exercer a liderança em espaços de identidade masculina? O caso da Alpha Tecnologia. Espiritu empresarial - General. Retirado de: [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/1904/1/27.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/1904/1/27.pdf)
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brush, C. G. (2008). Women entrepreneurs: a research overview. *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*, 1-22. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0023>
- Bruschini, C., & Puppini, A. B. (2013). Trabalho de mulheres executivas no Brasil no final do século XX. *Cadernos de Pesquisa*, 34(121), 105-138. Recuperado de <https://publicacoes.fcc.org.br/cp/article/view/491>
- Brown, B. (2016). A coragem de ser imperfeito. Macedo, J. (trad.). Sextante.
- Casaca, S. F., Guedes, M. J., Marques, S. R., & Paço, N. (2021). Pode uma lei progressista acelerar uma trajetória de grande lentidão? Mulheres nos conselhos de administração em Portugal. *Revista de Administração de Empresas*, 61(2), 1-7, <https://doi.org/10.1590/S0034-759020210206>
- Casaca, S. F., Marques, S. R., Guedes, M. J., & Seierstad, Cathrine (2022) Gender-balanced seats, equal power and greater gender equality? Zooming into the boardroom of companies bound by the Portuguese gender quota law. *Social Sciences*, 11(10), 449. <https://doi.org/10.3390/socsci11100449>
- Chaves, T. M. M. (2012). Empreendedorismo no sector da beleza: brasileiras na Quinta do Conde. [Dissertação de mestrado]. Iscte – Instituto Universitário de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10071/4982>
- Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género. (2021). Igualdade de género em Portugal 2021: Trabalho e emprego. Retirado de: [https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2021/11/4\\_Trabalho-e-emprego.pdf](https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2021/11/4_Trabalho-e-emprego.pdf)
- Correia, J. C. (2014). Dez anos depois de Bragança, a representação da mulher brasileira nos media. Correia, J. C. (2014). Dez anos depois de Bragança, a representação da mulher brasileira nos media. *Verso e Reverso*, 28(69), 186-192. <https://doi.org/10.4013/ver.2014.28.69.04>

- Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q., Mancebo, R. C., & Castro, A. R. C. (2017). Trajetórias do empreendedorismo imigrante e estratégias de mercado a partir das experiências de brasileiros no exterior. *Caderno de Gestão e Empreendedorismo*, 5(2), 37-54. <https://doi.org/10.32888/cge.v5i2.12711>
- Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa. (2021). Porto: Porto Editora, 2003-2021. Retirado de: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/resili%C3%A9ncia>
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor. 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. Retirado de: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20182019-womens-entrepreneurship-report>
- European Institute for Gender Equality. (2016). Gender in entrepreneurship. Retirado de: <https://eige.europa.eu/publications/gender-entrepreneurship>
- Fairlie, R. W., & Lofstrom, M. (2013). Immigration and entrepreneurship. IZA, Discussion Paper No. 7669. Institute for the Study of Labor. Retirado de: <https://docs.iza.org/dp7669.pdf>
- Fernandes, D., Peixoto, J., & Oltramari, A. P. (2021). A quarta onda da imigração brasileira em Portugal. *Revista Latinoamericana de Población*, 15(29), 34-63. Retirado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7951720>
- Ferreira, J., M., & Nogueira, E., E., S. (2013). Mulheres e suas histórias: Razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(4), 398-417. 10.1590/S1415-65552013000400002
- França, T., & Padilla, B. (2019). Imigração brasileira para Portugal: entre o surgimento e a construção mediática de uma nova vaga. *Cadernos de Estudos Sociais*, 33(2). <https://doi.org/10.33148/CES2595-4091v.33n.220181773>
- Gomes, F. A., Santana, P. G. W., & Silva, M. J. (2005). Mulheres empreendedoras: Desafios e competências. *Técnica administrativa*, 4(24). Retirado de: <http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>
- 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. <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2018v17n38p404>
- Hapsari, N. R., & Soeditaningrum, N. (2018). Cultural factors on female entrepreneurship: A literature review. *E3S Web of Conferences*, 73, 11018, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187311018>
- Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C., Carter, S., & Welter, F. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429-442. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x>
- Kai, F. O. & Queiroz, A. R. A. (2022). Revisão sistemática sobre empreendedorismo e empoderamento feminino na base de dados da web of science. *Caderno de Gestão e Empreendedorismo*, 10(2), 16-29. <https://doi.org/10.32888/cge.v10i2.55753>
- Malheiros, J., Padilla, B., & Rodrigues, F. (Coord.). (2010). Mulheres Imigrantes Empreendedoras. *Coleção estudos de gênero*, 7. Retirado de: [https://www.cig.gov.pt/siic/pdf/2014/Mulheres\\_Emigrantes\\_Empreendedoras.pdf](https://www.cig.gov.pt/siic/pdf/2014/Mulheres_Emigrantes_Empreendedoras.pdf)
- Marinha, C., Silva, L., Carreto, M., Terrível, P., & Costa, T. (2014). Empreendedorismo feminino, um olhar sobre Portugal. *Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal – IFDEP*. [http://www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-feminino\\_versao\\_web.pdf](http://www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-feminino_versao_web.pdf)
- Mastercard Index. (2022). The mastercard index of women entrepreneurs. Retirado de: <https://www.mastercard.com/news/media/phwevxcx/the-mastercard-index-of-women-entrepreneurs.pdf>

- Mendes, A. R. O. (2007). Apontamentos sobre a educação para o empreendedorismo em Portugal. *Revista Portuguesa de Pedagogia*, 41(3), 285-298. [https://doi.org/10.14195/1647-8614\\_41-3\\_14](https://doi.org/10.14195/1647-8614_41-3_14)
- Minga, E. A. P. (2018). Além das “mães de Bragança”: a estereotipização da mulher brasileira no jornalismo português. *Mediapolis*, 7, 93-106. [https://doi.org/10.14195/2183-6019\\_7\\_6](https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_6)
- Miranda, J. (2011). Mulheres em contexto migratório: figurantes ou protagonistas? In Neves, S. (coord.), *Gênero e Ciências Sociais* (pp. 197-214). ISMAI – Centro de Publicações do Instituto Superior da Maia. <http://hdl.handle.net/10400.2/3119>
- Moura, D. P. (2012). *Empreendedorismo e crescimento económico: evidências para Portugal*. [Tese de doutoramento]. Iscte – Instituto Universitário de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10071/6574>
- 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. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-02752016000400015>
- Oliveira, B. A., Paiva, V. V., & Ramos, A. C. S. (2022). Empreendedorismo feminino: os desafios enfrentados e as estratégias adotadas por empreendedoras no município de João Pessoa – pb. *Caderno de Gestão e Empreendedorismo*, 10(1), 30-47. <https://doi.org/10.32888/cge.v10i2.55109>
- Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247. <https://doi.org/10.1108/09649420110395719>
- Paço, N., & Casaca, S. F. (2021). Equilíbrio entre mulheres e homens nos órgãos de governo das empresas cotadas em bolsa. A influência do compromisso estratégico empresarial. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 96, 75-91. <https://doi.org/10.7458/SPP20219619400>
- 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). [https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/179693/1\\_ImigrBrazileira.pdf/7d926056-f322-427a-8393-73fb1848da37](https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/179693/1_ImigrBrazileira.pdf/7d926056-f322-427a-8393-73fb1848da37)
- Padilla, B. (2008). O empreendedorismo na perspectiva de gênero: Uma primeira aproximação ao caso das brasileiras em Portugal. *Revista Migrações - Número Temático Empreendedorismo Imigrante*, 3, 191-215. Retirado de: [https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/183863/Migr3\\_Sec2\\_Art4\\_PT.pdf/1f8fb32c-aa6c-4a0e-b406-17d013fdcf7a](https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/183863/Migr3_Sec2_Art4_PT.pdf/1f8fb32c-aa6c-4a0e-b406-17d013fdcf7a)
- Peñaloza, V., Diógenes, C. G., & Sousa, S. J. A. (2008). Escolha profissional no curso de administração: Tendências empreendedoras e gênero. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(8), 151-167. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000800009>
- Pimpão, A. B. D. (2011). *A formação superior em empreendedorismo em Portugal: mapeamento e análise comparativa*. [Dissertação de Mestrado]. Iscte – Instituto Universitário de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10071/4005>
- Queiroz, C. C. (2018). *Os estereótipos também envelhecem? Uma análise descolonial das intersecções entre racismo, sexismo e idadismo, a partir das vivências de migrantes brasileiras em Portugal*. [Tese de doutoramento]. Universidade do Minho, Braga. <https://hdl.handle.net/1822/56245>
- Queiroz, C. C., Cabecinhas, R., & Cerqueira, C. (2020). Migração feminina brasileira e a experiência do envelhecimento em Portugal: sexismo e outros “ismos”. *Revista Equatorial*, 7(12), 1-23. <https://doi.org/10.21680/2446-5674.2020v7n12ID17914>
- Rahim, I. H., A., Fabeil, N. F., & Sung, T. P. (2017). Motivator and challenges of women entrepreneurs. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(3), 111-121. Retirado de: <http://gbse.com.my/v1no3jan17/Paper-50-.pdf>

- Ribeiro, D. (2019). *Lugar de fala. Feminismos plurais*. Editora Jandaíra.
- Ribeiro, K. R. (2021). *Gestão Feminina: um estudo exploratório sobre as mulheres empreendedoras e intraempreendedoras na área metropolitana de Lisboa – Portugal*. [Dissertação de mestrado]. Universidade Autónoma de Lisboa, Lisboa. <http://hdl.handle.net/11144/5054>
- Rodrigues, F. A. A. (2010). *A “beleza” das mulheres imigrantes empreendedoras*. [Dissertação de mestrado]. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/4818>
- Santos, L. A. N. (2014). *Empreendedorismo feminino em Portugal*. [Dissertação de mestrado]. Instituto Politécnico do Porto, Porto. <http://hdl.handle.net/10400.22/6635>
- Santos, C. M. F. (2020). *Um estudo sobre empreendedorismo de imigrantes brasileiros em Portugal*. [Dissertação de mestrado]. Universidade do Minho, Braga. <http://hdl.handle.net/1822/69625>
- Santos, M. H., Amâncio, L., & Roux, P. (2015). Numbers do not tell the whole story: Gender and medicine in Portugal. *Women's Studies International Forum*, 53, 73-82. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2015.08.005>
- Santos, M. H., Roux, P., & Amâncio, L. (2016). Experiences et strategies de femmes investies dans un “monde d’hommes” : le cas de la politique locale portugaise. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 82, 69-87. <http://dx.doi.org/10.7458/SPP2016826945>
- Santos, M. H., Rosa, M., Correia, R. B., & Xavier, E. (2021). Gender roles and dynamics in COVID-19 times: Changes and continuities in sharing arrangements of housework and caregiving. *PSICOLOGIA*, 35(1), 147–156. <https://doi.org/10.17575/psicologia.v35i1.1688>
- Santos, M. H., Morais, P., & Correia, R. (2022). Gender dynamics in a masculine professional context: The case of the Portuguese Air Force. *Social Sciences*, 11(2), 82. <https://doi.org/10.3390/socsci11020082Senne>
- A. (2020), *Motivações para a auto-expatiação: o caso dos imigrantes brasileiros em Portugal*. [Dissertação de mestrado]. Universidade do Minho, Braga. <http://hdl.handle.net/1822/70236>
- Silva, P. A., Carmo, R. M., Cantante, F., Cruz, C., Estevão, P., Manso, L., & Pereira, T. S. (2020a). Trabalho e desigualdades no grande confinamento - perdas de rendimento e transição para o teletrabalho (Estudos Colabor, no2/2020): Colabor - Laboratório Colaborativo para o Trabalho, Emprego e Proteção Social. Retirado de <https://colabor.pt/wp-content/uploads/2020/04/Estudos-CoLABOR-2.pdf>
- Silva, P. M. M., El-Aouar, W. A., Silva, A. W. P., Castro, A. B. C., Sousa, J. C. A., & Dantas, D. K. T. (2020b). O impacto da resiliência no empreendedorismo feminino. *XVII Congresso Virtual de Administração (2020)*. Retirado de: <https://convibra.org/publicacao/21074/>
- Waddell, F. T. (1983), Factors affecting choice, satisfaction, and success in the female self employed. *Journal of Vocational Behavior*, 23(3), 294-304. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(83\)90043-X](https://doi.org/10.1016/0001-8791(83)90043-X)
- Winn, J. (2005), Women entrepreneurs: can we remove the barriers? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 381–397. <https://doi.org/10.1007/s11365-005-2602-8>
- Yadav, V., & Unni, J. (2016), Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(12), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0055-x>