



Estratégia e Gestão Organizacional

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM MAPEAMENTO DOS DESAFIOS
ENFRENTADOS POR MULHERES EM NOVA CRUZ/RN**

SILVA, Hellen Beatriz Pereira¹

SILVA, Ian Joseph da Costa²

RESUMO

A participação feminina na economia é crucial para a sustentação e desenvolvimento da sociedade brasileira. Apesar do crescente número de estudos sobre empreendedorismo feminino, ainda há uma lacuna significativa na literatura quanto aos principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras. Este trabalho visa mapear as principais dificuldades encontradas por empresárias na cidade de Nova Cruz – RN, através de questionários quantitativos aplicados a 33 empreendedoras locais. Os resultados mostraram que as dificuldades identificadas na literatura coincidem com a realidade de Nova Cruz, com exceção dos “conflitos trabalho-família”, que não se revelaram tão significativos quanto na literatura existente. Além disso, o estudo analisou os segmentos de mercado das participantes e a porcentagem de acesso aos serviços de consultoria, bem como os motivos que levaram à utilização ou à falta desses serviços. Esses achados fornecem uma visão mais detalhada das barreiras enfrentadas pelas mulheres empreendedoras na região e destacam áreas onde políticas e suporte podem ser aprimorados para apoiar melhor o empreendedorismo feminino.

Palavras-chave: empreendedorismo; dificuldades ao empreender; serviços de apoio ao empreendedorismo.

1 INTRODUÇÃO

O papel do empreendedor é de entender e oportunizar a partir das necessidades identificadas na sociedade, tomando a iniciativa de empreender, sendo contemporâneo, inovador e revolucionário. O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Assim, um dos objetivos da atividade empreendedora é transformar

¹ Graduanda em Administração. UFRN. E-mail: hellenbpsif@gmail.com.

² Graduando em Medicina. UFRN. E-mail: ianjoseph01@gmail.com



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia
23 a 27 de setembro de 2024

ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da sua comunidade (Chiavenato, 2007).

Dessa forma, no cenário de iniciar um novo projeto profissional, podem existir diversas razões pela qual uma pessoa decide empreender, podendo ser por necessidade ou oportunidade (Baggio; Baggio, 2015). O processo de empreender por oportunidade é regido por identificar algum tipo de lacuna no mercado, a fim de começar um novo negócio. Por outro lado, o empreendedorismo por necessidade compreende a pessoa que encara o desafio de começar algo novo, ao considerar que o mercado de trabalho não oferece mais alternativas de emprego adequadas, deparando-se com a necessidade de obter uma fonte de renda para seu sustento e, conseqüentemente, da sua família.

Nesse contexto, o empreendedorismo feminino tem se destacado (Melo; Silva; Almeida, 2019). Conforme a última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), realizada pelo IBGE, cerca de 9,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil e, em 2018, as mulheres já eram 34% dos “donos de negócio”. Além disso, o Relatório Especial de Empreendedorismo Feminino no Brasil, divulgado pelo Sebrae em 2019, apontou que 48% dos MEIs são mulheres (IBGE, 2018; SEBRAE, 2019).

O relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2018, mostrou que o Brasil ficou em sétimo lugar no ranking de proporção de mulheres à frente de empreendimentos iniciais (com menos de 42 meses de existência). Ressalta-se que o GEM é uma das principais pesquisas sobre empreendedorismo no mundo, englobando dados de 49 países.

Assim, a participação do público feminino na economia é de suma importância para a sustentação da sociedade brasileira, e carece de estudos mais abrangentes sobre a temática do empreendedorismo feminino (Amorim; Batista, 2012).

Portanto, o presente trabalho objetiva mapear as principais dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras da cidade de Nova Cruz – RN, por meio de questionários quantitativos aplicados a trinta e três empresárias locais. Esse artigo demonstra-se importante devido a carência de estudos mais abrangentes na área, principalmente no município pesquisado, o que poderá favorecer as empreendedoras locais e demais setores da sociedade interessados em empreendedorismo.

Além desta seção introdutória, o presente artigo está organizado em mais quatro seções. A segunda seção apresenta o referencial teórico, que aborda as temáticas Empreendedorismo e



Empreendedorismo Feminino. Na terceira seção, a metodologia aplicada. Na quarta, os resultados obtidos pela pesquisa. Na quinta parte, por fim, as considerações finais. Assim, o presente artigo, em sua estrutura, contempla pontos importantes para a discussão do empreendedorismo feminino na cidade analisada e na literatura.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

O termo “empreendedorismo” tem origem na palavra latina *imprehendere*, tendo sua aparição na língua portuguesa em meados do século XV. A palavra “empreendedor” e “empreendedorismo” também tem outras duas origens: o vocábulo francês *entrepreneur* literalmente traduzida, significa “Aquele que está entre ou intermediário” (Hisrich, 1986, p.96), e a de origem inglesa *entrepreneurship* (*entrepreneur* + sufixo *ship*) (Baggio; Baggio, 2015).

Ademais, a origem da ação empreendedora figurou-se na idade média, quando limitava-se ao ato de prestar serviços ao governo; já no século XVIII, graças ao advento da industrialização, surge a diferenciação entre o investidor de capital e o empreendedor, devido a inventores como Thomas Edison precisarem de investimentos em seus estudos (Bispo; Souza; Junior; Araújo; Cardoso; Silva, 2015). Todavia, na contemporaneidade, o conceito de empreendedorismo está associado à ideia de inovar, buscar mudanças e transformar fatos em oportunidades, seja no negócio, seja na sociedade, impulsionada pela criatividade e aceitação de riscos e possibilidades de fracasso (Baggio; Baggio, 2015).

Nesse sentido, ao iniciar-se na ação empreendedora, pode-se perceber três tipos de contextos, são eles: a necessidade (indivíduo movido por motivos econômicos e pessoais, seja pela ausência de oportunidades no mercado de trabalho, seja por opções insatisfatórias), oportunidade (quando motivado por uma forte realização pessoal e, ao encontrar uma oportunidade no mercado, age para a realização de sua ideia) (Vale; Correa; Reis, 2014), e o pós-sobrevivência (começou o negócio por necessidade, mas conseguiu passar pelas crises e permanecer com o projeto em andamento) (Loiola, 2016); o que revela que a motivação para empreender não se limita apenas a dicotomia necessidade-oportunidade, mas, sim na multiplicidade de motivações (Vale *et al.*, 2014).



2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O Empreendedorismo Feminino é um fenômeno marcado pela contínua presença de mulheres à frente de negócios, sejam eles próprios ou herdados de família. (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014). Além disso, a participação da mulher no empreendedorismo aumenta exponencialmente desde o ano de 2001 (Teixeira; Silva; Sousa; Lavor, 2021). Visto que, mesmo com tantos agentes que favorecem a escassez de mulheres no mercado de trabalho empreendedor, a sua presença no meio empresarial favorece a empresa em diversos quesitos, especialmente na gestão organizacional, apresentando maior sensibilidade, empatia, comprometimento e vontade de ajudar, em especial se for no ramo de prestação de serviço (Amorim; Batista, 2012).

Não obstante, no cenário administrativo brasileiro, compreende-se a relevância do papel da mulher no mercado empreendedor; porém, encontra-se concomitante com a dupla jornada de trabalho, intensificando o gerenciamento de conflitos trabalho-família, o que forma uma série de estressores ao tentar conciliar tais atividades. (Barbosa; Neto; Júnior; Silva, 2021). Segundo o artigo escrito pelos autores, foi realizado o estudo sobre a relação trabalho-família, que contou com 10 microempreendedoras do ramo de confeitaria que atuam na cidade de Natal/RN, por meio de uma pesquisa quantitativa, a qual constatou que todas as empreendedoras presentes no estudo, que relataram efetuar múltiplas tarefas, sofreram de esgotamento físico e mental (Barbosa *et al.*, 2021).

Ademais, o estudo feito pelas autoras (Alperstedt *et al.*, 2014) também verificou a existência de diversas situações que, muitas vezes, se tornam um obstáculo à vida empreendedora feminina, como por exemplo: relação trabalho-família, falta de apoio financeiro, cuidado com filhos e/ou dependentes, ausência de confiança e conflitos pessoais, por exemplo, fatores esses que têm origem e são agravados pela multiplicidade de papéis. Além disso, a falta de tempo para o cuidado de si, também esteve presente como consequência do conflito na área laboral e familiar, sendo dedicado tempo a essas atividades apenas em última instância (Teixeira; Bomfim, 2016).

À luz da literatura, é dado que as mulheres são as mais afetadas ao se introduzirem no campo do empreendedorismo, seja pelo preconceito arraigado na sociedade, seja pelos conflitos internos associados ao cuidado com atividades domésticas e a família (Teixeira; Bomfim,



2016). Outrossim, temas como a aversão aos riscos, e a prudência no manuseio de capital (próprio e de terceiros) estão presentes na vida das mulheres empreendedoras, o que pode indicar uma maneira de administrar mais “conservadora” e com menos flexibilidade, levando em consideração às possíveis perdas e a demanda de capital para o sustento da prole. (Melo; Silva, Almeida, 2019).

Nesse sentido, para Villas Boas (2010, p.51) “Existem admiráveis diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino” que são reveladas no seu comportamento perante riscos e oportunidades ao empreender, marcadas pela configuração *Causation* e *Effectuation*, no que tange a manipulação de capital e a prudência. (Melo *et al.*, 2019). Para isso, demasiadas vezes é necessário que as mulheres ajam com resiliência para enfrentar os empecilhos que resistem à sua vida empreendedora, esse agir é uma ajuda direta, fazendo com que as mulheres lidem melhor com os episódios antagônicos, conduzindo-se harmonicamente, capacitadas a enfrentar rapidamente às condições adversas. (Silva; Silva; Castro; Sousa, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esse estudo pode ser classificado como uma análise quantitativa, pois os dados arrecadados podem ser quantificados e foram colhidos por meio de perguntas objetivas, além de tentar estabelecer relações entre variáveis (Vergara, 2013). Empírica, uma vez que é fruto de pesquisa em campo, a observação do contexto pesquisado e ser aplicável para qualquer ambiente (Praça, 2015), além disso o estudo tem uma abordagem descritiva, haja vista que ela objetiva expor características de um fenômeno e/ou populações, instituindo relações entre as variáveis e a definição de sua natureza. “Não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação” (Vergara 2000, p. 47), e de cunho explicativo, pois são aquelas que possuem preocupação primordial a identificação de fatores determinantes e/ou contribuintes no que tange a ocorrência de fenômenos, aprofundando em grau superior o conhecimento da realidade, visto que explica a razão, o porquê das coisas. Por essa razão é o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta significativamente (Gil, 2002). Assim, busca-se mapear os principais problemas associados ao empreendedorismo feminino na cidade de Nova Cruz - RN, consoante com a literatura revisada, a exemplo da relação trabalho-família, falta de apoio financeiro, ausência de confiança e conflitos pessoais, por exemplo, fatores esses que têm origem e são agravados pela multiplicidade de papéis (Alperstedt *et al.*, 2014).

Na presente investigação, define-se como população adotada para a pesquisa o universo empreendedor do município de Nova Cruz/RN. A cidade interiorana, que a princípio o povoado foi chamado de Urtigal, na atualidade denomina-se Nova Cruz, estendendo o seu território por 277,7 km², com 37.554 habitantes com base no último censo (IBGE, 2021) e PIB *per capita* de R\$ 13.044,25 (IBGE, 2019). Sobretudo, historicamente, a localidade é adjetivada de modo positivo pela sua proficiência empresarial, principalmente pelo comércio e os serviços.



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024

Além disso, em consonância com o objeto de estudo analisado, as mulheres empreendedoras abrangem diversos fragmentos de mercado, como, por exemplo, serviços e vendas; ademais tencionou-se obter respostas para as interrogações delineadas no questionário eletrônico, o qual foi encaminhado por meio de lista de contatos de WhatsApp e pelo direct do Instagram. A amostra foi selecionada por acessibilidade, com instrumento enviado via formulário eletrônico, tendo um total de 33 respondentes.

Ressalta-se que a amostra é não-probabilística, resumindo-se em selecionar um subgrupo da população (Gil, 2002) que não abrange todo universo empreendedor da cidade estudada que, com base nas informações disponíveis e analisadas a partir de um determinado tipo de critério, não havendo a participação de todos os elementos do corpo social, o que torna os resultados não generalizáveis (Fink, 1995). Em que as perguntas foram enviadas e baseadas em um perfil já conhecido da população. Assim, categorizou-se também por amostra por conveniência, visto que esse método se torna mais rápido e acessível para o instrumento da pesquisa vigente.

Em relação ao instrumento de coleta, o mapeamento fará uso de um *survey* eletrônico, visto que o método desejado visa responder questões do tipo “o que?”, “porquê?”, “como?” e “quanto?”, tendo o foco de interessado sobre “o que está acontecendo” ou “como e por que isso está acontecendo” (Freitas, Oliveira, Saccol, Moscarola, 2000), utilizando o formulário digital desenvolvido pela plataforma “*Google Forms*” da *Google Inc.*TM. Enviado a aproximadamente 100 potenciais participantes do perfil empresarial feminino, obtendo 33 respostas de empreendedoras da localidade contemplada. O instrumento de coleta abrangeu as dimensões: Perfil da Empresa, Perfil do Respondente e Dificuldades para empreender. Foram feitas seis perguntas ao público-alvo da pesquisa, com subdivisões em uma delas.

A ferramenta aplicada para colher as informações a serem analisadas foi direcionada por meio de mensagens individuais em redes sociais como o *WhatsApp* e o *Instagram*. Assim, o roteiro de pesquisa foi decidido da seguinte forma: Dados pessoais, segmento de mercado, possíveis medos, anos de atuação, investimento inicial (ou não) e a obtenção (ou não) de serviços de consultoria.

Para a análise dos elementos obtidos, foi utilizado o pacote estatístico de Análise de Dados do programa Microsoft ExcelTM, sendo realizadas inferências estatísticas com base na análise descritiva dos dados da amostra.

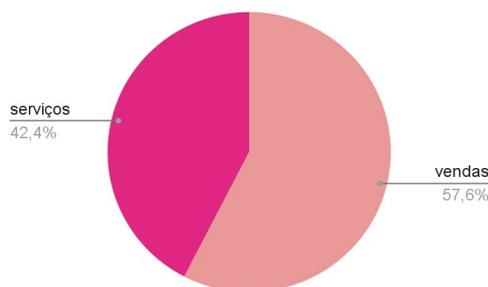
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Na primeira etapa de análise das empresárias novacruzenses, foi analisado o seu segmento de mercado, seja vendas ou serviços, por exemplo, apresentando predominância nas entrevistadas com 57,6% para vendas e 42,4% para a área de serviços. Com subdivisões nos setores de venda, a exemplo de (Acessórios, artigos personalizados para festas, Bijuterias, Doces, Jóias, Livraria e loja de chocolates, Loja de cosméticos, Loja de maquiagem, Plantas, Vestuário infantil), e serviço (Aulas de Jump e Hitbox, Atendimento nutricional, Bronzeamento natural, Manicure, Pedicure e Serviços em Salão de Beleza). Ressalta-se, pois, que parte das respostas foram adaptadas para as categorias “vendas” e “serviços”, uma vez que algumas respondentes proferiram sua área de atuação em vez da categoria estudada. Em consonância



com as suas atividades laborais, a média apresentada pelas empresárias novacruzenses é de 5,45 de anos de atuação, com casos de 6 meses a até 20 anos, na coleta de dados.

Figura 1 - Análise de segmento de mercado das empreendedoras de Nova Cruz/RN

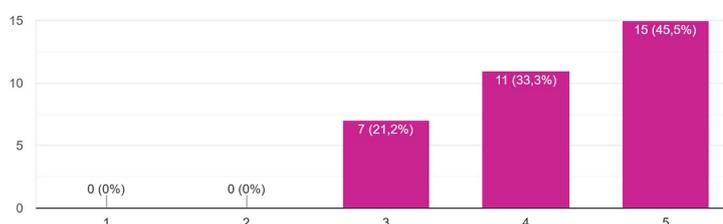


Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Quanto ao grau de satisfação ao abrir um empreendimento, a amostra pesquisada revelou um caráter alto, com uma tendência maior aos indicadores 4 e 5 na Escala de Likert com 33,3% e 45,5% do total, respectivamente, o que representa proximidade ao indicativo “excelente”, obtendo média simples de 4,24 pontos. Simultâneo ao crescimento descrito por (Da Silva; El-Aouar; Da Silva; De Castro; De Sousa, 2019) de microempreendedoras individuais estarem em ascensão, produzindo maior empregabilidade, assumindo cargos importantes, maior poder de compra, redução de gastos, entre outros fatores primordiais para o desenvolvimento do país.

Figura 2 - Grau de satisfação ao abrir um empreendimento

4) Numa escala de 1 a 5, como foi sua experiência com a abertura do negócio? (Sendo 1 identificador para péssimo e 5 para excelente)
33 respostas



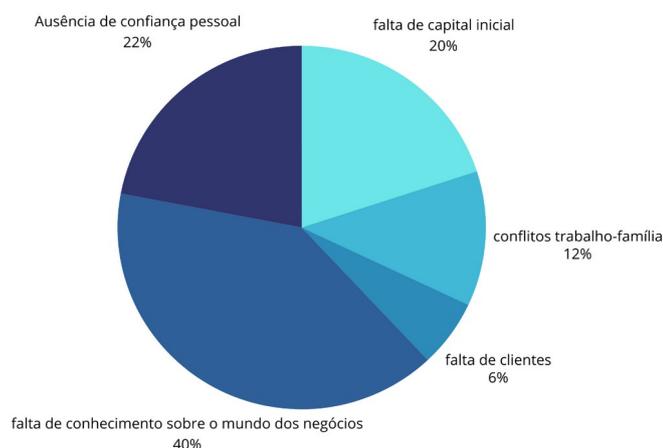
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Outrossim, os dados levantados por meio do instrumento evidenciaram que o fator “conflitos trabalho-família” não esteve presente de maneira significativa, aparecendo em apenas 12% dos casos, o que não corrobora plenamente com o que foi identificado na literatura e na prática em (Alperstedt *et al.* 2014), e na proporção de 6 em 7 encontrada por (Teixeira; Bonfim, 2016), todavia está em concordância com o observado em (Barbosa; Rocha; Neto; Câmara; Júnior; Silva, 2021) por ter uma presença mais diminuta dos conflitos pelo público analisado, uma vez que elas se sentiam satisfeitas com seu trabalho, o que assemelha-se com o



encontrado nesta pesquisa, pois 12% das respondentes se identificaram com a opção “conflitos trabalho-família” mostrada no instrumento, tanto que o estudo utiliza-se de uma amostra não probabilística. Ademais, a “falta de capital” demonstrou-se o mais presente entre os resultados, com a fração de 40% das respondentes, o que também assemelha-se com o identificado por (Alperstedt *et al.* 2014).

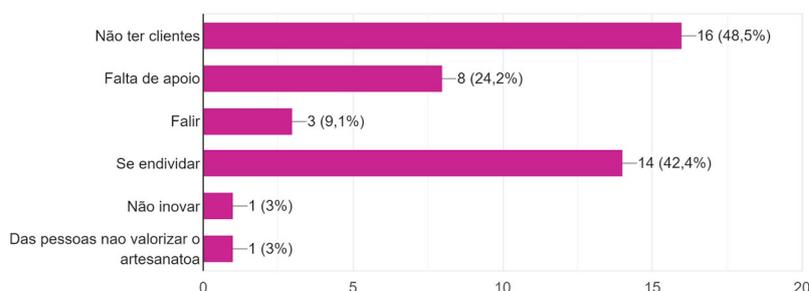
Figura 3 - Principais dificuldades ao iniciar o negócio



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Diante do cenário administrativo brasileiro, constatou-se que parte significativa 48,5% das empreendedoras de Nova Cruz relataram ter como principal apreensão ao iniciar sua empresa o quesito não ter clientes, seguido da aversão em endividar, apresentando um montante de 42,4% das respostas. Ademais, (Frigotto; Della Valle, 2016) afirmam que em situações de pouca ou nenhuma informação sobre a laboração empreendedora, mulheres seriam mais propensas à vertente da causalidade demonstrada pela maior aversão aos riscos por parte do corpo empresarial feminino - pensamento este que se alinha com o observado no instrumento e nos estudos de (Melo *et al.* 2019).

Figura 4 - Principais medos em iniciar uma empresa

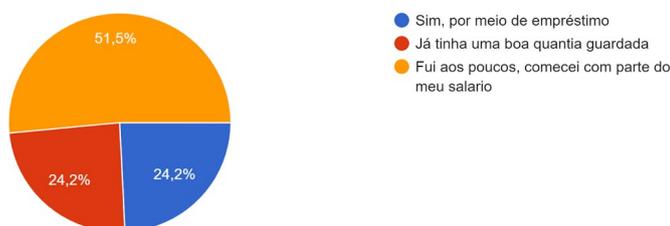


Fonte: Elaborado pelos autores (2022).



Também foi explorado no questionário, a investigação da quantia do investimento inicial no seu respectivo negócio, apresentando maioria das respostas as que iniciaram por meio de empréstimo com 51,5%, as que já haviam uma boa quantia guardada com 24,2%, situação homóloga às empreendedoras que começaram aos poucos, com parte do seu salário correspondente a 24,2%. Paralelamente no Brasil, para auxiliar a introdução feminina no ramo empresarial, ferramentas como um programa ofertado pela Caixa Econômica Federal, no ano de 2019, com vantagens que possibilitam a abertura maior para profissionais empreendedoras (Caixa, 2019).

Figura 5 - Quantia dedicada em investimento

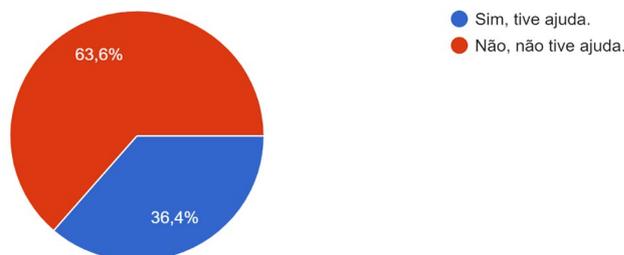


Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Em conformidade com a literatura e o que foi abordado por (Da Silva *et al.* 2018) a resiliência no empreendedorismo feminino apresenta um estilo diferenciado em relação às demais, possuindo maiores atributos favoráveis, que cativam o seu público, porém, deve-se atentar às situações antagônicas, pois diante de pressão extrema, as particularidades positivas podem ausentar-se e dar lugar a conflitos de gestão.

Foi direcionada uma nova indagação no instrumento, perguntando às empreendedoras: “você teve ajuda de pessoas mais experientes na área de administração, como serviços de consultoria, por exemplo?” Em resposta à questão, 36,4% das mulheres entrevistadas relataram terem sido ajudadas, ao passo que as 63,6% restantes não tiveram esse apoio.

Figura 6 - Porcentagem de acesso à ajuda



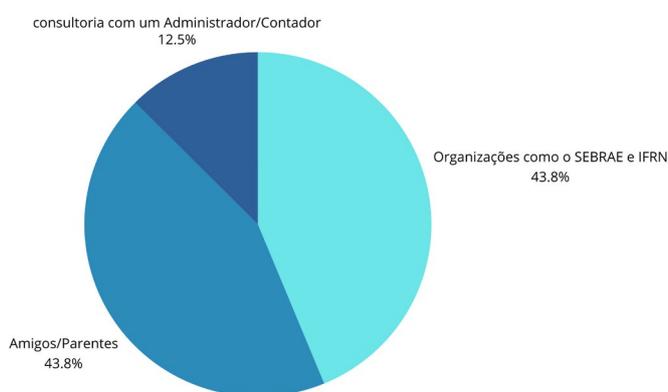
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

As mulheres que usufruíram de assessoria contabilizaram 43,8% com a opção “ajuda de Organizações como o SEBRAE e IFRN”, (43,8%) também para a opção “amigos/parentes” e



(12,5%) com consultoria com um Administrador/Contador. Sobretudo, em nosso país, o Brasil, os primeiros empreendimentos começaram a surgir na década de 90, com empreendedores pouco qualificados, devido a essa inequação, entidades como SEBRAE e Softex foram criadas para auxiliar os jovens empreendedores facilitando a eles lidarem com as mais novas variadas situações. Em consonância com o estudo, é possível observar a constante busca pela inovação e delineamento de estratégias no ramo empresarial, tornando o ser empreendedor revolucionário ao longo dos séculos, sendo atemporal (Bispo; Souza; Junior; Araújo; Cardoso; Silva, 2015) .

Figura 7 - Distribuição da natureza da ajuda



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

No que tange a parcela da amostra que não obteve ajuda ao iniciar sua atividade empreendedora, é possível identificar os motivos para tal e estão distribuídos em: falta de conhecimento com (43,5%), falta de oportunidade (21,7%), não conhecimento de ferramentas (como SEBRAE, Análise SWOT e 5W2H, por exemplo) que também contabilizou (21,7%) e a falta de interesse com (13,0%). Asseverando o abordado por (Alperstedt *et al.* 2014), haja vista que problemas administrativos como falta de capital, de formação e conhecimento na área de gestão, de pessoal e insumos estiveram presentes nas análises das autoras, o que sustenta a hipótese das pesquisadoras de que a falta de conhecimento e oportunidade é um obstáculo para a melhor inserção da mulher no empreendedorismo.

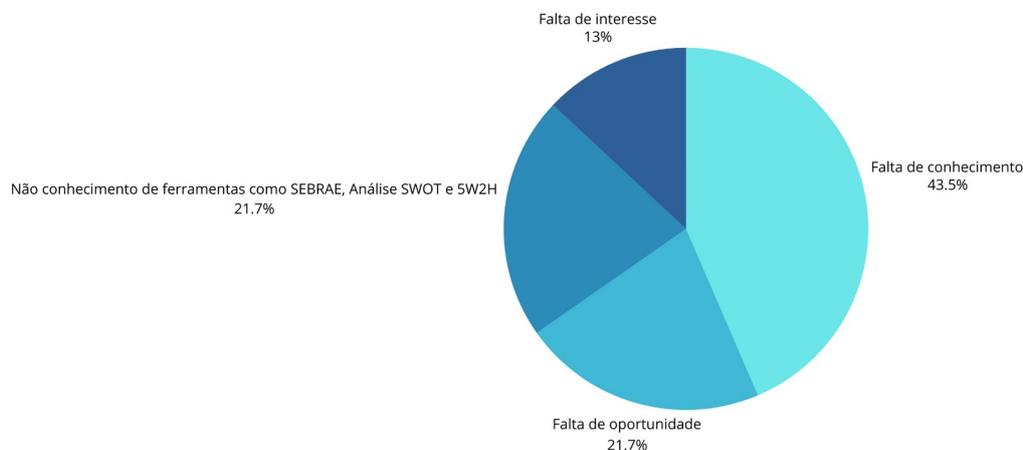
Figura 8 - Por que não obteve ajuda ?



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia

23 a 27 de setembro de 2024



Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, inicialmente, objetivou mapear as principais dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras do município de Nova Cruz - RN, a fim de que fosse possível identificar os fatores que, geralmente, são empecilhos para a vida empreendedora da amostra selecionada, além de verificar se há concordância com o observado na literatura revisada pelos autores, somando-se o fato que a participação feminina é de suma importância para a economia. (Amorim; Batista, 2012).

Quanto ao produto da pesquisa, foi observado que os fatores levantados na bibliografia condizem com a realidade empreendedora novacruzense, salvo o ponto “conflitos trabalho-família” que não mostrou-se tão significativo como o visto na literatura e nos estudos de (Alperstedt *et al.*, 2014), o que, todavia, se encontra em consonância com o abordado nos estudos de (Barbosa *et al.*, 2021) onde os conflitos na área laboral e familiar eram diminutos - o que corrobora com o grau alto de satisfação das empreendedoras presente escala Likert do instrumento. Além disso, identificou-se o segmento de mercado da amostra e a porcentagem de acesso, ou não, de ajuda em serviços de consultoria e os motivos para esses dois caminhos.

O artigo em questão tem sua importância para o arcabouço teórico dessa temática, uma vez que traz, à luz da literatura, um olhar empírico direcionado ao público empreendedor feminino de Nova Cruz - RN, visando abordar conceitos como as dificuldades em começar e manter seu próprio negócio no município. Nesse prisma, o presente estudo limita-se em sua abrangência pelo fato de contar com apenas 33 respondentes e ter sido aplicado a apenas uma localidade. Dessa forma, sugere-se que novas pesquisas sejam feitas em outros locais e contextos, contemplando-se uma quantidade maior de indivíduos da amostra.



REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014. Acesso em: 21 março 2022.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da FINAN*, v. 3, n. 3, p. 1-13, 2012. Acesso em: 21 março 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015. Acesso em: 25 abril 2022.

BARBOSA, H. M. A.; ROCHA NETO, M. P.; CÂMARA JÚNIOR, S. L.; SILVA, P. M. M. Gerenciando o Conflito Trabalho-Família no Empreendedorismo Feminino: Evidências de um Estudo com Microempreendedoras Individuais. *Revista de Gestão e Secretariado*, v. 12, n. 2, p. 94-121, 2021. Acesso em: 21 março 22.

BISPO, Cláudio; SOUZA, Diego; JUNIOR, Valmir; ARAÚJO, Felipe; CARDOSO, Nayara ;SILVA, Paula. Empreendedorismo e Inovação. 12p. Artigo. UNICEUSA. Acesso em: 27 de março 22

CAIXA. Caixa Mulheres. 2019. Disponível em: <http://www.caixa.gov.br/mulheres/Paginas/default.aspx>. Acesso em: 23 abril 2022

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007. Acesso em: 24 abril 2022.

DA SILVA, Pablo Marlon Medeiros et al. A resiliência no empreendedorismo feminino. *Gestão e Sociedade*, v. 13, n. 34, 2019. Acesso em: 23 abril 2022.

FINK, Arlene. How to report on surveys. Thousand Oaks, Sage, 1995f. [The Survey Kit, v.9] Acesso em: 27 junho 2022.

FREITAS, Henrique et al. O método de pesquisa survey. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, v. 35, n. 3, 2000. Acesso em: 28 junho 2022.

FRIGOTTO, Maria L.; DELLA VALLE, Nives. Gender and the Structuring of the Entrepreneurial Venture: An Effectuation Approach. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, v. 2016, 2016. Acesso em: 27 junho 2022.

GIL, Antônio Carlos. Como classificar as pesquisas. *Como elaborar projetos de pesquisa*, v. 4, n. 1, p. 44-45, 2002. Acesso em: 11 julho 2022.



26º Seminário de Pesquisa do CCSA

Crise Climática, Desenvolvimento e Democracia
23 a 27 de setembro de 2024

HSRICH, Robert. D. et al. Entrepreneurship. 1986, p.96. Acessado em: 11 de junho 22

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA . Censo Brasileiro de 2019. Rio de Janeiro: IBGE, 2022 Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rn/nova-cruz.html>> ACESSO EM: 19 JUL. 2022. Acesso em: 27 junho 2022.

LOIOLA, Camila Coutinho. Mulher empreendedora: dificuldades e preconceitos. **Trabalho de Conclusão de Curso**). Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2016. Acesso em: 27 abril 2022.

MELO, Felipe Luiz Neves Bezerra de; SILVA, Rafael Rodrigues da; ALMEIDA, Tatiane Nunes Viana de. Gender and Entrepreneurship: a comparative study between the Causation and Effectuation approaches. BBR. Brazilian Business Review, v. 16, p. 273-296, 2019. Acesso em: 10 fevereiro 2022.

PRAÇA, F. S. G. 08, nº 1, p. 72-87, JAN-JUL, 2015. Revista Eletrônica “Diálogos Acadêmicos” (ISSN: 0486-6266) Acesso em: 27 abril 2022.

Teixeira, C. M., da Silva, A. F., de Sousa, F. N. T., & de Lavor, N. B. (2021). EMPREENDEDORISMO, FEMININO. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, 6(3), 151-171. Acesso em: 17 abril 2022

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016. Acesso em: 12 abril 2022.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. Revista de Administração Contemporânea, v. 18, p. 311-327, 2014. Acesso em: 26 março 2022.

VERGARA, Sylvia C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000. Acesso em: 19 abril 2022

VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 14.ed. São Paulo: Atlas, 2013. Acesso em: 25 fevereiro 2022

VILLAS BOAS, Andréa. Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você – São Paulo: Ed. Do autor, 2010. Acesso em: 23 fevereiro 2022