

O PERFIL EMPREENDEDOR DAS MULHERES USUÁRIAS DO CRAS DO BAIRRO SÃO FRANCISCO EM ZÉ DOCA/MA

Sandra Sousa Silva
CAMPELO¹

RESUMO

O empreendedorismo feminino vem crescendo no mundo e as mulheres têm procurado diversas maneiras de empreender. Cada vez mais mulheres passam a atuar no mundo dos negócios, pois acreditam ser um panorama propício para a atuação empreendedora e buscam por meio disso, escolhas alternativas para geração de renda e sustento familiar, tornando-se um amplo movimento de incentivos, estando em posições de liderança, assim promovendo uma maior diversidade no mercado contribuindo para a inovação. O objetivo da pesquisa foi realizar um breve levantamento do perfil empreendedor das mulheres usuárias do CRAS em Zé Doca MA. A pesquisa foi realizada através de questionários online, foram respondidos 40 questionários com mulheres de 19 a 44 anos. O propósito dos questionários era conhecer os desejos e anseios de empreender, suas experiências profissionais, suas principais características pessoais e as dificuldades enfrentadas pelas mulheres. Os resultados obtidos através dos questionários permitiu observar as principais experiências citadas pelas usuárias do CRAS 35% afirmaram possuir experiências como vendedoras, seguidas pelo ramo de estética com 22%. O questionamento onde se pergunta as principais características pessoais como empreendedoras os resultados mostra as principais qualidades destacadas pelas mulheres 67% se consideram responsáveis, 62% esforçadas, 40% organizadas e inteligentes. Diante do questionamento quais os maiores desafios enfrentados pelas mulheres que atuam como microempreendedoras, o apoio financeiro com 70% foi a opção mais destacada por todas as mulheres.

Palavras - chave: Empreendedorismo; Mulheres empreendedoras; Perfil empreendedor.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino atualmente tem se destacado em âmbito nacional, a grande participação da mulher tem proporcionado e estimulado outras mulheres a se tornarem empreendedoras.

¹ Discente do Curso de Serviço Social da Universidade La Salle - Unilasalle, matriculada na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I, sob a orientação do Prof. Me. Pedro Faccio de Conto. E-mail: sandra.202030729@unilasalle.edu.br. Data de entrega: 30 de nov. 2023.

As mulheres nos dias atuais vem ganhando destaque diante da sociedade e vem ocupando seu espaço, por sua competência de gerenciar e organizar sua casa ou seu ambiente de trabalho. Muitas têm desempenhado com, sutalidade, liderança, proatividade e coragem, tornando-se capazes de gerenciar o que a elas foi atribuído, ainda assim continuam enfrentando obstáculos, tendo que provar para sociedade que são capazes de administrar.

A pesquisa tem como objetivo realizar um levantamento do perfil empreendedor das mulheres usuárias do CRAS do Bairro São Francisco de Zé Doca. Para se observar e ter uma visão ampliada desse público é necessário, conhecer as principais características, seus desejos de empreender, e suas principais dificuldades encontradas, podendo assim a pesquisa ser útil e apresentar de maneira significativa, ajudando muitas mulheres que buscam e anseiam empreender, diante disso justifica se a pesquisa.

O processo de coleta de dados se baseou na aplicação de um questionário online disponibilizado através da plataforma Google Forms. Foi enviado um link através do whatsapp para as mulheres, foram respondidos 40 questionários.

A pesquisa tem relação com o projeto de intervenção realizada no processo de estágio II no Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), do bairro do São Francisco em Zé Doca MA. O projeto de intervenção permitiu observar as causas do desemprego das mulheres usuárias do CRAS Zé Doca-MA. Buscando o empoderamento das mulheres e o desenvolvimento profissional. O bairro São Francisco por se tratar de um bairro periférico possui muitas vulnerabilidades sociais, o que fez despertar o desejo de realizar o projeto para esse público.

Em suma, esta pesquisa está dividida em cinco seções a primeira é constituída pela Introdução, a segunda Referencial Teórico, sendo destacados os seguintes subtópicos, Empreendedorismo; Perfil Empreendedor e Empreendedorismo Femenino, a terceira sessão a metodologia, quarta análise discussão dos dados dos questionários, e cinco as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Segundo Baggio e Baggio (2014), empreendedorismo pode ser simplesmente entendido como fazer algo com criatividade e entusiasmo. Define-se como pôr algo

em prática com entusiasmo, inovação, criatividade e motivação, disputando com os desafios e riscos. Os mesmos autores acrescentam que é uma luz, uma ideia para aproveitar a oportunidade da melhor forma possível, racionalmente, em busca do autoconhecimento tendo como suporte as experiências. Além disso, empreender também é se aproveitar das oportunidades de um cenário propício.

O Termo, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012), é a principal fonte de pesquisa sobre empreendedorismo do mundo, designa empreendedorismo como qualquer método, ferramenta, artifício e etc. que objetive a inauguração de um novo empreendimento, de uma nova fonte de renda ou que objetiva expandir um empreendimento já existente. E, por extensão, empreendedor é quem se utiliza desse método.

De acordo com Zarpellon (2010), O empreendedorismo é mais visto como um acontecimento individual que pode estar ligado com a criação de um negócio e que por meio de uma oportunidade ou até mesmo por necessidade de sobrevivência potencializa uma pessoa ou comunidade a desenvolver competências necessárias, como por exemplo, a de solucionar problemas e de construir o seu próprio futuro. Diante disso, o empreendedorismo é fundamental para o crescimento e desenvolvimento socioeconômico da população, abrindo muitas oportunidades para a geração de renda.

Em sua essência, o empreendedorismo carrega a percepção e o aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios, desenvolvendo uma forma diferente de uso de recursos, fazendo combinações diferentes daquelas tradicionalmente aplicadas a eles Dornelas, (2014). Portanto, empreender também é observar o meio, procurando novas maneiras de introduzir novas ideias, fazendo valer a pena.

2.2 Perfil Empreendedor

Existem muitos comportamentos associados ao perfil empreendedor e muitas variáveis são listadas na literatura como pertencentes ao construto do comportamento do empreendedor auto eficácia, capacidade de assumir risco calculados, planejamento, capacidade de detectar oportunidades persistência, sociável, inovação e liderança (Schmidt, Bohnenberger, 2009; Krakauer,2018).

As competências empreendedoras são frequentemente relacionadas a competências de gerenciamento, porém é mandatório que as atividades empreendedoras abrangem escopo mais amplo de competências além daquelas relacionadas à gestão de negócios (Armuña, 2020).

Além dos recursos básicos como os econômicos e os conhecimentos necessários e os esforços empreendedoras mulheres são relacionados diretamente a percepção de competências que as mesmas transparecem para gerir o seu negócio e quais os impactos que seu trabalho pode gerar (Digan, 2019). Este conjunto de habilidades, atitudes, e conhecimentos denominado competências, possibilita o desempenho bem sucedido de tarefas e resolução de problemas transformando desafios diários em oportunidade (Ploum et al., 2018).

O perfil do empreendedor são várias coisas que contribuem para uma trajetória de luta, a mulher empreendedora está sempre procurando se destacar no que se propõem fazer.

Os chamados empreendedores exercem a função de atender às necessidades mutantes da sociedade, auxiliando o crescimento do mercado. Os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento.” (CHIAVENATO, 2007, p.18).

Por fim, Chiavenato (2012) expõe que o empreendedor deve possuir três características básicas: 1) necessidade inerente de realização própria e do seu negócio; 2) estar aberto para assumir riscos e possíveis falhas; e 3) ter confiança própria no que faz.

Diante disso, a Rede Mulher (2019), de Empreendedorismo, mostra que as mulheres geram oportunidades e empregos para outras mulheres, criando uma rede de apoio. Outra situação importante que deve ser colocada em ênfase é o início da maternidade. A mulher não se sente acolhida pelas empresas em razão de suas novas necessidades e infelizmente, são desligadas após a volta da licença maternidade. Em suma, a mulher empreendedora é vista sem utilidades para muitas empresas apesar de suas contribuições e habilidades desenvolvidas.

A RME (2019), afirma que a mulher acaba empreendendo em sua área de conhecimento. Com o crescimento dos filhos a mulher consegue ter a flexibilidade que precisa e ainda dedicar mais tempo para identificação de possibilidades do mercado e conseqüentemente, conseguem impulsionar o seu negócio.

2.3 Empreendedorismo Feminino

O SEBRAE (2021), afirma que o empreendedorismo feminino contribui diretamente para o crescimento da economia, ampliando a quantidade de vagas de empregos e transformando as relações sociais. Mulheres que alcançam a autonomia financeira, que não dependem de terceiros para o sustento, tendem a não se submeterem a relacionamentos abusivos e violentos. Além de influenciar e inspirar outras mulheres, a liderança feminina tem potencialidades grandiosas dentro das organizações, modificando os pontos de vista nas tomadas de decisões e trazendo debates importantes sobre questões de gênero.

Diante disso as mulheres ainda enfrentam muitas barreiras na hora de empreender, tendo que conciliar vida profissional com a pessoal, a falta de apoio dos seus cônjuges ou também falta de recursos financeiros, dentre outras delimitações, mas isso não as impede de lutar por seus sonhos e objetivos.

De acordo com Rede Mulher Empreendedora (2019), demonstra que o perfil padrão das mulheres empreendedoras do Brasil aumentou para 39 anos, com curso superior concluído, casadas e com filhos, e que grande parte decide tornar-se empreendedora depois da chegada dos filhos, tornando as razões para criar tais empreendimentos totalmente emocionais – sentem-se na “obrigação” de prover um futuro próspero para os filhos – diferentemente do que ocorre com os homens, que iniciam empreendimentos com o objetivo quase totalmente financeiro/econômico. Portanto as mulheres empreendedoras apresentam uma motivação, quando o assunto é empreender a maternidade acaba influenciando nas tomadas de decisões.

Segundo Martinez (2021), afirma que o número de mulheres iniciando negócios não para de crescer no Brasil. Um levantamento da Rede Mulher Empreendedora (RME) mostrou que 55% das empreendedoras brasileiras abriram negócios nos últimos anos. 26% viram uma oportunidade durante a pandemia. No entanto, muitas empreendem por necessidade e acabam enfrentando percalços no caminho, como o acesso ao crédito. Essa mesma pesquisa mostrou que 43% das mulheres tiveram pedidos de crédito negado. Logo a pandemia ocasionou e motivou o crescimento de negócios liderados por mulheres, o que foi bom para o crescimento econômico do Brasil.

Micozzi e Lucarelli (2016) relata que a participação da mulher no empreendedorismo enriquece a economia do país, assim como a do homem, e

exerce um papel essencial na construção de uma nova visão do gênero feminino isso acaba por tornar-se um dos fatores mais importantes, até mesmo mais que a questão econômica, quando se fala na inserção delas ao mercado empreendedor.

As definições de empreendedorismo valem para ambos os gêneros. Entretanto, o que se diferencia é o modo como o gênero feminino é disposto no mundo, na sociedade, e como os agentes sociais atuantes na construção desse gênero funcionam, pois a liderança das empresas por muito tempo foi vista como papel designado ao gênero masculino, e somente a ele visto que as mulheres estavam designadas ao âmbito doméstico (Silva et al, 2019).

De acordo com os autores Strobino e Teixeira (2014), os mesmos afirmam que os empreendimentos dirigidos por mulheres têm crescido consideravelmente e dessa forma, justificando a tendência de estudos sobre os embates trabalho-família dentro do contexto da mulher e de realização pessoal. As mulheres estão cada vez mais atuantes no mercado de trabalho, tanto na condição de colaboradoras como na de empreendedoras, por consequência podem ocorrer impactos de toda ordem. Diante disso, as mulheres vêm assumindo ativamente seu papel dentro do mundo empresarial.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa possui uma abordagem quantitativa que consiste em um método de pesquisa social que utiliza a quantificação das modalidades de coleta, sendo utilizado também referências bibliográficas de diversos autores. O processo de coleta de dados se baseou na aplicação de um questionário semi estruturado para as mulheres usuárias do CRAS do Bairro São Francisco em Zé Doca MA. O questionário continha nove questões, sendo oito objetivas e uma subjetiva. Os questionários apresentados para as usuárias do CRAS em Zé Doca, MA, tem a finalidade de realizar um breve levantamento do perfil empreendedor desse público, buscando conhecer as características, as dificuldades, as áreas de atuação, suas experiências profissionais e os desejos de atuar como empreendedora. O questionário aplicado foi baseado no estudo de Araújo et al 2022, que trata se do empreendedorismo feminino em Santa Inês Ma, sofrendo algumas adaptações da metodologia original.

O questionário foi aplicado através da plataforma Google Forms entre os dias 18 a 23 de outubro de 2023 na cidade de Zé Doca Ma, foram respondidos 40 questionários. Por meio desta ferramenta, foi possível o compartilhamento das perguntas através de um link enviado de forma rápida para o grupo do Whatsapp das mulheres do CRAS.

O município onde foi realizado o estudo científico é uma cidade do interior do Maranhão que está localizada na microrregião de Pindaré, mesorregião do Oeste Maranhense. A cidade possui uma população estimada de 40.801 (quarenta mil e oitocentos e um) habitantes, segundo dados do (IBGE, 2022).

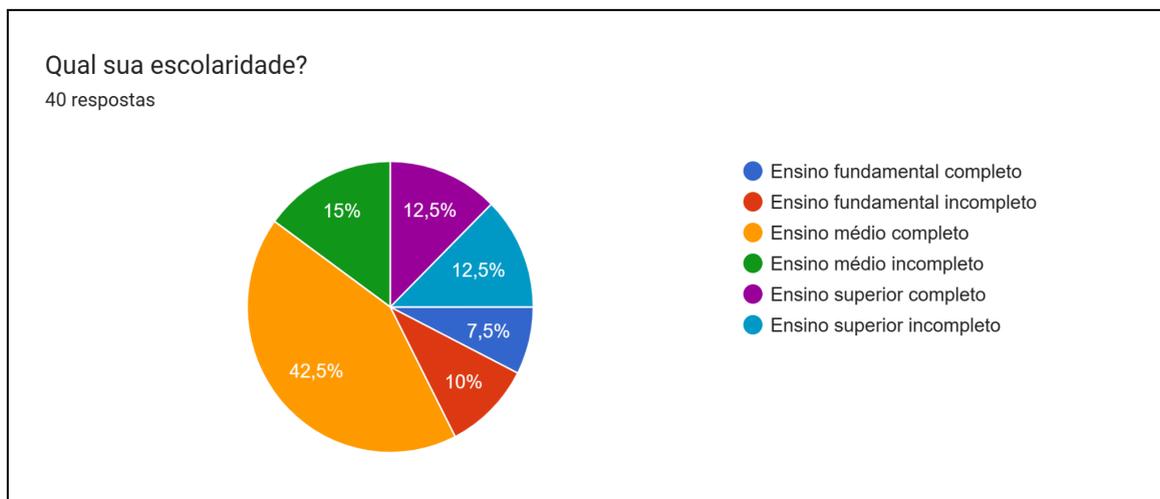
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

4.1 Resultados e Discussões dos Questionários das usuárias do CRAS

Neste capítulo apresenta-se a análise e os resultados encontrados mediante a aplicação de questionários que estão sendo representados em formas de gráficos e contextualizados e complementados com obras de outros autores que têm discutido a mesma temática.

Foram respondidos 40 questionários conforme, os dados pesquisados, a amostra da pesquisa são de mulheres que possuem as seguintes idades de 19 a 28 anos correspondendo a 35%, de 30 a 39 anos compreendendo 33% e 40 a 44 anos correspondendo 20%. As entrevistadas, a grande maioria são jovens, se enquadram dentro do perfil do mercado de trabalho.

O grau de escolaridade está representado pelo gráfico abaixo.

Gráfico 1: Grau de escolaridade

Fonte: dados da pesquisa (2023)

Percebe-se no gráfico que 42% das mulheres possuem ensino médio completo, é notável que 12% das entrevistadas possuem nível superior. As mulheres têm buscado na Educação meios para melhor se qualificar, garantindo melhores oportunidades de trabalho.

Os dados mostram que o estado civil das mulheres entrevistadas 50% são casadas e 25% são solteiras e 17% moram junto com seus companheiros e 90% delas têm filhos.

No questionamento onde se pergunta se as participantes estão inseridas em algum programa do Governo Federal, 67% possuem bolsa família, percebe-se que a maioria das mulheres recebe benefício, são mulheres de baixa renda, o programa BF ajuda muito na complementação renda familiar dessas mulheres.

O programa Bolsa Família é o maior programa de transferência de renda do Brasil, reconhecido internacionalmente por já ter tirado milhões de famílias da fome. O Governo Federal relançou o programa com mais proteção às famílias, com um modelo de benefício que considera o tamanho e as características familiares, aquelas com três ou mais pessoas passarão a receber mais do que uma pessoa que vive sozinha. Além de garantir renda básica para as famílias em situação de pobreza, o Programa Bolsa Família busca integrar políticas públicas, fortalecendo o acesso das famílias a direitos básicos como saúde, educação e assistência social (BRASIL, 2023).

No questionamento da participação da mulher na renda familiar, 57% das mulheres ajuda de maneira parcial na sua renda familiar, é importante ressaltar que nos dias atuais as mulheres desempenham um grande papel na sua participação econômica para sua família, pois 42% das entrevistadas são chefe de família, ou família monoparental. Essas mulheres têm um duplo papel que as tornam muito mais importantes para a sua família.

Segundo Teixeira e Bonfim (2016), as mesmas acrescentam que a sociedade impõe um padrão impossível às mulheres, dificultando ainda mais o processo de empreendimento. Diferentemente dos homens, as mulheres não tem em quem se apoiar (financeiramente ou socialmente), pois elas servem de apoio para os amigos e para a família.

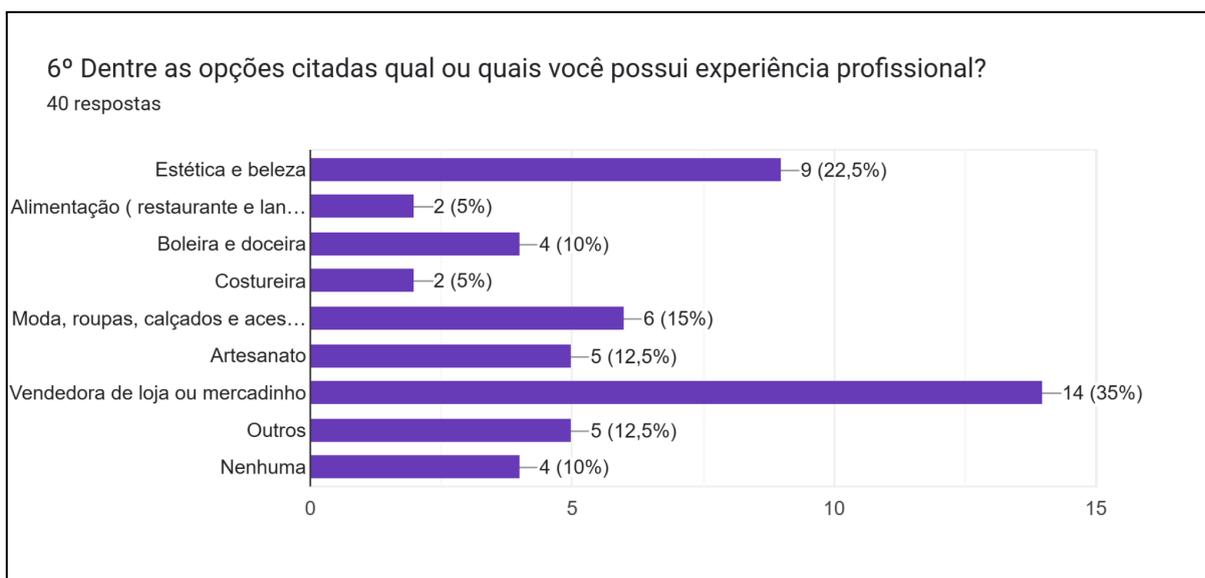
Diante da pergunta se as mesmas possuem trabalho remunerado, 48% possuem trabalho e 51% não trabalham, é um quantitativo bem expressivo das mulheres entrevistadas usuárias do CRAS. A participação feminina no mercado nem sempre está vinculada a uma ação profissional formalizada, muitas atuam de maneira empírica e informal para ajudar nas despesas.

Diante do questionamento se as mesmas gostariam de ser empreendedoras, 97% das mesmas afirmaram que gostariam de ser empreendedoras, possuir seu próprio negócio e trabalhar no que gostam ter sua independência financeira é o que a maioria das entrevistadas querem.

De acordo com Natividade (2009). A necessidade de complementar a renda familiar, a auto realização, a busca por trabalho informal, entre outros motivos, têm levado a mulher brasileira a empreender (ALMEIDA et al, 2011). Por essa razão, a participação do empreendedorismo feminino no Brasil vem sendo forte.

No questionamento onde se pergunta se elas possuem experiência profissional, 82% das entrevistadas afirmaram que possuem experiências.

No gráfico abaixo mostra as principais experiências citadas pelas mulheres.

Gráfico 2: Principais experiências profissionais citadas pelas mulheres

Fonte: dados da pesquisa (2023)

As principais experiências citadas pelas usuárias do Cras 35% afirmaram possuir experiências como vendedoras, seguidas pelo ramo de estética com 22% e moda, roupas, calçados e acessórios com 15%.

Quando se perguntou em qual ramo as mesmas gostariam de trabalhar, os serviços de estética e beleza apresentaram grande destaque nas diversas opiniões, seguido por outros ramos como alimentação, vendedoras de lojas varejistas, educação e saúde.

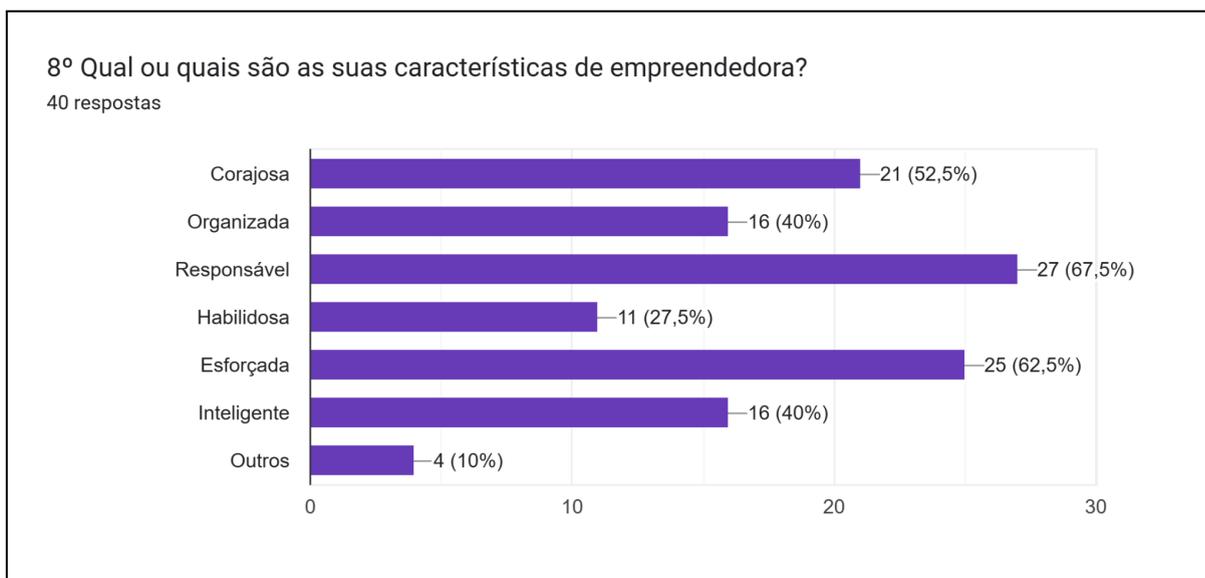
No estudo realizado por Araújo et al 2022, com mulheres empreendedoras em Santa Inês, Ma. percebe-se um pouco de semelhança nos resultados encontrados, onde traz o seguinte destaque: 32,9% das mulheres estão ligadas ao ramo da beleza e estética abarcando uma boa parte desse mercado, seguido das que atuam no ramo de vendas de moda (lojas de roupas, calçados, acessórios) que representa 19,7%.

As opiniões demonstram que as usuárias do CRAS querem ocupar sua posição de destaque na sociedade, muitas além de possuir pouca ou muita instrução elas querem se sentir importante e igualitária com direitos iguais aos homens, em poder participar ativamente e economicamente em seu seio familiar. Muitas procuram um complemento para suprir as necessidades básicas em algumas atividades, principalmente as que são chefes de famílias, procurando sempre um

ramo que elas possam se identificar para empreender, tornando elas empoderadas, encorajando outras a se tornarem empreendedoras.

O questionamento onde se pergunta as principais características empreendedoras das usuárias do CRAS está sendo demonstrado no gráfico abaixo.

Gráfico 3: Características empreendedoras



Fonte: dados da pesquisa (2023)

As principais características destacadas pelas mulheres entrevistadas foi que 67% se consideram responsáveis, seguida por 62% esforçadas, 52% se sentem corajosas e 40% inteligentes. Para se tornar uma mulher empreendedora é preciso ter algumas características peculiares que as motivem e a impulsionam a ir à luta, o mercado é competitivo é necessário usar trunfos para conseguir chegar ao sucesso e conquistar seu lugar no mercado. As mulheres entrevistadas apresentam diversas qualidades positivas o que as tornam confiantes e aumentam suas potencialidades.

Na pesquisa realizada por Araújo et al 2022 em Santa Inês Ma, realizado com mulheres empreendedoras percebe se que os resultados encontrados em sua pesquisa foi bem parecidos com as opiniões da pesquisa em estudo, onde está sendo demonstrado as principais características mencionadas pelas entrevistadas foi a coragem, representada por 25%; seguida da responsabilidade com 17,1%.

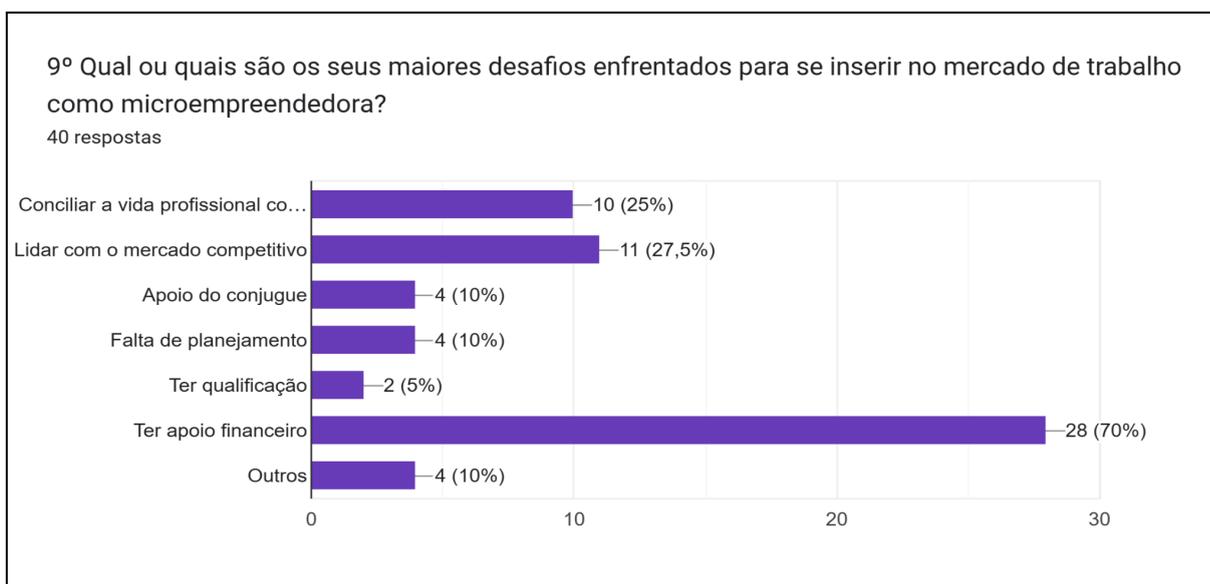
Segundo Hashimoto (2006), o empreendedor(a) possui características como coragem para enfrentar desafios, facilidade de relacionamento interpessoal,

perseverança e determinação dentre muitas outras qualidades que compõem o empreendedor(a) de sucesso.

Para Jonathan (2005), as mulheres brasileiras são dotadas de características distintas, são mulheres confiantes, destemidas, capazes de gerir um negócio, às vezes temerosas em aspectos financeiros e desenvolvimento das empresas, mas são mulheres, acima de tudo, focadas, determinadas e aptas a fazer o que se propõem.

Na questão que mostra os maiores desafios enfrentados pelas mulheres que atuam como micro empreendedoras. Está sendo mostrado no gráfico abaixo.

Gráfico 4: Desafios enfrentados



Fonte: dados da pesquisa (2023)

As opiniões destacadas onde o apoio financeiro com 70% foi a mais destacadas por todas; lidar com o mercado competitivo foi 27%; e conciliar a vida profissional com a pessoal 25%. Percebe-se que as mulheres empreendedoras encontram alguns desafios ou barreiras que procuram impedi-las de estarem no mercado de trabalho, apesar das dificuldades enfrentadas elas sempre procuram meios para superar e estarem à frente de seus sonhos e ideais.

Ter recursos financeiros é o principal obstáculo encontrado pelas mulheres na hora de empreender um negócio, tornando muitas vezes difícil de seguir em frente com seus projetos.

Rodrigues, et al (2011), confirmam que as mulheres inseridas no mercado empreendedor têm menor destaque se comparadas aos homens, devido à credence de insucesso e a desconfiança imposta ao gênero, especialmente no que se refere ao setor financeiro, onde elas não usufruem da disponibilidade de fazer grandes empréstimos e outras ações tais quais os homens conseguem. Essas dificuldades desestimulam as mulheres a inserirem-se nesse setor.

De acordo com o ponto de vista de Monteiro e Sita (2013), quando afirmam que as mulheres enfrentam muitos desafios, sendo relevante destacar que: elas além de realizarem seus afazeres domésticos; cuidar dos filhos; gerir seus empreendimentos e estudar, o empreendedorismo têm sido um dos maiores desafios enfrentados, uma vez que, conciliar todos esses elementos requer esforço e um ótimo resultado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos resultados obtidos nesta pesquisa realizada com as usuárias do CRAS do Bairro São Francisco em Zé Doca Ma. Observou-se que o perfil das entrevistadas a grande maioria das mulheres são jovens de baixa renda, tem filhos e possui ensino médio.

Foi notado que muitas atuam como chefes de família ou família monoparental, sendo a maioria beneficiárias do Programa Bolsa Família, que ajudam de maneira complementar na renda de suas famílias, acredita se que a maioria das mulheres atua no mercado de trabalho de maneira informal.

Observou-se que a grande maioria anseia ter sua independência financeira, ter o seu próprio empreendimento, elas retratam ter boas características pessoais se sentindo confiáveis para se inserir como empreendedoras.

Verificou-se que a grande maioria possuem experiências profissionais, possuindo mais afinidade e conhecimento pelos ramos de vendas diversas , estética, beleza e alimentação.

Notou-se que as mulheres infelizmente a maioria enfrentam muitos desafios para está a frente do mercado de trabalho como microempreendedora, o suporte financeiro é o principal fator que possui maior relevância negativa para as usuárias do CRAS.

Como forma de intervenção e uma maneira de minimizar as desigualdades socioeconômicas das mulheres, propõem-se oferecer mais conhecimento, oportunizando elas com cursos profissionalizantes, consultorias gerenciadas pelo Sebrae, capacitação para aperfeiçoamento, em áreas que apresentam mais destaque pelas entrevistadas. Essas ações podem ser ofertadas pelas esferas municipal, estadual, federal e ongs filantrópicas.

Portanto a pesquisa apresentou pequenas limitações para a produção da coleta de dados, muitas mulheres ficaram com receio em responder os questionários online, quando foi notado a demora, houve se mais esclarecimentos, onde as mesmas sentiram se mais confiantes em responder às questões propostas pela pesquisa.

Ressalta-se, que esta pesquisa não é conclusiva, pois o empreendedorismo feminino é crescente nos dias atuais, este estudo servirá como fonte de referência para futuras pesquisas e exploração em que abordará a mulher como figura importante no mundo dos negócios, cooperando com excelência para o seu crescimento empreendedor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ivana Carneiro; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; GOMES, Amiralva Ferraz. **Comportamento estratégico de mulheres empresárias**: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. Revista Ibero-Americana de Estratégia, v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011.

ARAÚJO, Alcione et al. **Empreendedorismo Femenino: O empoderamento da mulher no mercado de trabalho na cidade de Santa Inês MA**. Open Science Research III - ISBN 978-65-5360-102-4 - Editora Científica Digital - www.editoracientifica.org - Vol. 3 - Ano 2022.

ARMUÑA, Cristina et al. From stand-up to start-up: exploring entrepreneurship competences and STEM women's intention. **International Entrepreneurship and Management Journal**, p. 1-24, 2020.

BAGGIO, A. F; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia. Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.

BRASIL. Bolsa Família — **Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome**. Disponível em <https://www.gov.br/mds/pt-br/acoes-e-programas/bolsa-familia>. Acesso em 27 / 10/ 2023.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4ª ed. São Paulo: Manole, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

DIGAN, Shaun Paul et al. Women's Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role Of Bricolage an Prychological Capital. **Journal of Small Business Management**, v.57, n. 1p. 206-229, 2019.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**, ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014. 267p.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2012**. 2012. Disponível em: <http://ibqp.org.br/wpcontent/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2012.pdf>. Acessado em: 03 mar. 2020.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo. Saraiva, 2006.

IBGE- INSTITUTO BRASIELEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2022**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ma/ze-doca.html>, acesso dia 05 de Jun. 2023.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**. Psicologia em Estudo, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.

KRAKAUER, Patricia Viveiros de Castro et al. Brazilian women's entrepreneurial profile and intention. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 10, n.4,p.361-380,2018.

MARTINEZ, F. **Empreendedorismo feminino: mulheres fazem sucesso em setores dominados por homens**. Disponível em: Acesso em: 04 de dezembro de 2021.

MICOZZI, A; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 8, n. 2, p. 173-194, 2016.

MONTEIRO, M.; SITA, M. **Damas de ouro: a inteligência feminina em ação**. São Paulo: Ser Mais, 2013.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise**. Revista de Administração Pública, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.
PLOUM, Lisa et al. Toward a validated competence framework for sustainable entrepreneurship. **Organization & Environment**, v. 31, n. 2, p. 113-132, 2018.

REDE MULHER EMPREENDEDORA (RME). Pesquisa da Rede Mulher Empreendedora avança com dados que comparam negócios de mulheres e homens. 2019. Disponível em: <https://rme.net.br/2019/09/23/pesquisa-da-redemulher-empREENDEDORA-avanca-com-dados-que-comparam-negocios-demulheres-e-homens/>. Acessado em: 25 mai. 2022

RODRIGUES, F; PADILLA, B; MALHEIROS, J. **A dimensão psico-social do empreendedorismo imigrante feminino**. Revista Migrações. Lisboa: ACIDI, v. 1, n. 8, p. 93-122, 2011.

SCHIMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**. Revista de Administração Contemporânea, v.13,n.3,p.450-467, 2009.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?** Portal 49 Sebrae, 2021.

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

STROBINO, M, R, C. TEIXEIRA, R,M. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família**. Rev, ADM. São Paulo, 2014.

TEIXEIRA, R. M; BOMFIM, L. C. **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, 2016.

ZARPELLON, S. C. (2010). **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional**. Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía, 1(1), pp. 47-55.

