

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS – UFGD
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JUCILENE ASSUNÇÃO DE OLIVEIRA

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM
DOURADOS, MS – ESTUDO DE CASO DO GRUPO MULHERES EM
AÇÃO

DOURADOS-MS

2024

JUCILENE ASSUNÇÃO DE OLIVEIRA

**OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM
DOURADOS, MS – ESTUDO DE CASO DO GRUPO MULHERES EM
AÇÃO**

Trabalho de graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Jane Corrêa Alves Mendonça

Banca Examinadora: Prof.º Drº Marcos Souza de Almeida; Ma. Maria Isabel Schierholt de Lima

DOURADOS-MS

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

O48d Oliveira, Jucilene Assunção De

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM DOURADOS, MS - ESTUDO DE CASO DO GRUPO MULHERES EM AÇÃO [recurso eletrônico] / Jucilene Assunção De Oliveira. -- 2024.

Arquivo em formato pdf.

Orientador: Jane Corrêa Alves Mendonça.

TCC (Graduação em Administração)-Universidade Federal da Grande Dourados, 2024.

Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:

<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. Empreendedorismo feminino. 2. Motivação. 3. Desafios. I. Mendonça, Jane Corrêa Alves. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte.



**ATA DE APROVAÇÃO DE BANCA EXAMINADORA DE TRABALHO DE GRADUAÇÃO II,
SEMESTRE LETIVO 2023.2**

**OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM
DOURADOS-MS – ESTUDO DE CASO DO GRUPO MULHERES EM AÇÃO**

JUCILENE ASSUNÇÃO DE OLIVEIRA

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Prof.^a Dra. Jane Corrêa Alves Mendonça
(Orientadora)

Prof. Dr. Marcos Souza de Almeida
(Avaliador 1)

Prof.^a Ma. Maria Isabel Schierholt de Lima
(Avaliador 2)

DOURADOS-MS, 27 de fevereiro de 2024.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar quais são as motivações e os principais desafios encontrado pelas mulheres empreendedoras e organizadoras do grupo Mulheres em Ação, da cidade de Dourados-MS. Sua justificativa está fundamentada na importância de compreender os fatores que influenciam suas escolhas empreendedoras e nos obstáculos que enfrentam em sua jornada. Para alcançar tal objetivo foi realizada uma pesquisa qualitativa por meio de uma entrevista com as organizadoras do coletivo. Os resultados indicam que as participantes optaram pelo empreendedorismo predominantemente por oportunidade. Isso significa que elas veem no empreendedorismo a chance de realizar seus sonhos ou se dedicarem a atividades que as inspiram, que as tornam realizadas. No que se refere aos desafios, destacam-se a necessidade de mais oportunidades de capacitação, a carência de suporte institucional para eventos, o reconhecimento da cultura local e a ausência de patrocínio e de apoio financeiro advindos de entidades da sociedade. Conclui-se que há a necessidade crítica de compreender profundamente esses elementos para promover políticas e estratégias eficazes que não só fortaleçam o empreendedorismo feminino, mas também superem as barreiras enfrentadas por estas empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Motivação; Desafios.

ABSTRACT

This study aims to analyze the motivations and main challenges faced by female entrepreneurs and organizers of the Women in Action group in the city of Dourados-MS. Its justification is based on the importance of understanding the factors that influence their entrepreneurial choices and the obstacles they encounter on their journey. To achieve this goal, a qualitative research was conducted through an interview with the organizers of the collective. The results indicate that the members chose entrepreneurship mainly for opportunity, that is, they see entrepreneurship as a chance to realize a dream or to dedicate themselves to activities they are passionate about. Regarding the challenges, there is a highlighted need for more training opportunities, a lack of institutional support for events, recognition of local culture, and the absence of sponsorship and financial support from entities in society. It is concluded that there is a critical need to deeply understand these elements to promote effective policies and strategies that not only strengthen female entrepreneurship but also overcome the barriers faced by these entrepreneurs.

Keywords: Female Entrepreneurship; Motivation; Challenges.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.2 OBJETIVOS	10
1.2.1 Objetivo Geral	10
1.2.2 Objetivos Específicos.....	10
1.3 JUSTIFICATIVA	10
2 REVISÃO TEÓRICA	11
2.1 ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO	11
2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	14
2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO	15
2.4 GÊNERO E PODER.....	17
3 METODOLOGIA.....	18
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	18
3.2 SUJEITOS DA PESQUISA.....	19
3.3 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS	19
3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS.....	19
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22
REFERÊNCIAS	24

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo estabelece um dos pilares do desenvolvimento econômico de um país, desempenhando papel fundamental para a criação de empregos e geração de riquezas. Suas atividades principais incluem a introdução de novos bens, métodos de produção, mercados e fontes de matéria-prima (Almeida; Valadares; Sediyaama, 2017).

Conforme Tavares (2018), o empreendedorismo é uma expressão do sistema capitalista que se utiliza do discurso da autonomia e da promoção social, transferindo ao trabalhador a responsabilidade de gerar empregos, muitas vezes através do trabalho informal, combatendo o desemprego.

No cenário de 2023, vivemos uma era marcada pelo empreendedorismo, onde os empreendedores estão se beneficiando do avanço tecnológico para superar barreiras comerciais e culturais, encurtar distâncias e revigorar conceitos econômicos. Atualmente, empreender se difere significativamente do passado. A velocidade das mudanças e a quantidade de informação disponível nunca foram tão expressivas. A revolução e a inovação tecnológica, aliada aos aplicativos de internet que se tornaram parte integrante do cotidiano, assim como as transformações no mercado de trabalho têm levado tanto jovens quanto adultos a considerar o empreendedorismo como uma opção de carreira (Dornelas, 2019).

No contexto brasileiro, Dornelas (2005, p. 18) destaca que “o empreendedorismo ganhou força e destaque a partir da década de 1990, com o advento da abertura econômica, que proporcionou a criação de institutos voltados especialmente para esse tema”. O ambiente propício para o crescimento do empreendedorismo se consolidou com a abertura econômica, dando origem a instituições voltadas para o fomento dessa prática.

Segundo o estudo *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, de 2023, os homens representam 54,6% dos empreendedores nascentes, 56,8% dos empreendedores novos e 66,3% dos empreendedores já estabelecidos. Ao final do terceiro trimestre de 2022, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, havia 10,3 milhões de mulheres à frente de empreendimentos, tanto como empregadoras ou em trabalho autônomo, formais ou informais, o que representava cerca de 34,4% do total de donos de negócios existentes no Brasil (Sebrae, 2023).

Conforme dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua – PNADc, publicados no *Boletim Especial 8 de Março Dia da Mulher* (DIEESE, 2023), no terceiro trimestre de 2022 as mulheres constituíam 44% do total da força de trabalho no Brasil. Elas, porém, também eram maioria entre os desempregados, sendo 55,5% desses. O que impactava,

ainda, na taxa de desocupação: 11% para as mulheres e 6,9% para os homens, no mesmo período.

Sendo assim, as mulheres representavam 64,5% das pessoas fora da força de trabalho. Nesse período, o Brasil contava com 89,6 milhões de mulheres com 14 anos ou mais e, dessas, 47,9 milhões faziam parte da força de trabalho e 41,8 milhões estavam fora da força de trabalho (DIEESE, 2023). Contatou-se, também, que as mulheres tinham o rendimento real mensal 21% menor do que o recebido pelos homens.

Diversos estudos apontam que as mulheres não apenas continuam sendo excluídas do mercado de trabalho e da economia formal, mas que mesmo quando conquistam uma vaga acabam sofrendo discriminações em áreas referentes a posições hierárquicas, remuneração, segurança e demissão.

Merrick (2002), em revisão teórica de pesquisas sobre homens e mulheres em cargos de gerência conclui que os dois grupos recebem tratamento diferenciado nas empresas, sendo que as mulheres enfrentam sistemática exclusão do processo de tomada de decisão. Hirata (2002) admite que houve um avanço, contudo, argumenta que o poder no mundo dos negócios ainda permanece predominantemente na mão dos homens (Gomes; Guerra; Vieira, 2011).

Para Bourdieu, este estado de dominação masculina caracteriza-se por uma valorização do masculino em detrimento do feminino, levando à construção de espaços sociais determinados e hierarquizados com base nas diferenças de gênero (Bourdieu, 2007).

Embora haja um aumento significativo na presença das mulheres no mercado de trabalho e conquistas significativas em termos de direitos reprodutivos, sociais e políticos, ainda persistem formas de discriminação, como disparidades salariais entre gêneros para funções idênticas, segregação ocupacional e uma tendência de inserção feminina em empregos mais precários (Fernandez, 2018).

Essa notável dominação masculina, a maior cobrança em termos de desempenho, as dificuldades de ascensão na carreira, a crescente precisão de complementação da renda familiar, juntamente com a necessidade de conciliar trabalho e família, são alguns dos fatores que levam as mulheres ao empreendedorismo.

É inegável que as mulheres têm avançado no mercado de trabalho; no entanto, ainda enfrentam o peso dos afazeres domésticos, sendo sobrecarregadas por uma jornada dupla que inclui trabalhos invisíveis tanto dentro das organizações quanto no âmbito familiar (Duarte; Espinelli, 2019).

É importante ressaltar, ainda, que as mulheres são chefes de família na maioria dos lares brasileiros. Dos 75 milhões de domicílios, 50,8% têm nas mulheres a liderança – o que

corresponde a 38,1 milhões de famílias –, enquanto as chefias masculinas somam 36,9 milhões de lares (DIEESE, 2023).

Em 2021 a necessidade ainda era fator de motivação para a maioria das mulheres iniciarem o empreendimento. Enquanto 53,7% dos homens empreendem por oportunidade, 55,1% das mulheres empreendem por necessidade (Greco et al., 2022). A maioria dos empreendedores, independentemente de seu estágio e motivação, não teve orientação para a abertura de seus negócios. Contudo, é relevante frisar que os empreendedores por oportunidade demonstram mais interesse em buscar orientações – 45,3% – que aqueles que empreendem por necessidade – 37,5% – (Passos *et al.*, 2008).

De acordo com o Sebrae (2020), mais de 33% das empreendedoras pesquisadas possuem entre 36 e 45 anos de idade. Em 2019, 79,8% dessas empreendedoras não tinham sócios e entre as que tinham, 89% eram pessoas da família. Quanto à escolaridade, 44,9% das empreendedoras iniciaram ou possuem ensino superior ou pós-graduação.

No segundo trimestre de 2023, a população em idade economicamente ativa representava 81,1% da população total do Brasil. Nesse cenário, as mulheres constituíam a maioria, correspondendo a 51,7% desse montante. No entanto, quando se trata da população ocupada, a predominância é masculina, contando com 57% dos trabalhadores. Considerando a população de 14 anos ou mais trabalhando, a taxa de ocupação dos homens foi de 66,8%, diferentemente das mulheres, que foram estimadas em 47,1% na mesma faixa etária. Todavia, quando se passa a tratar da população desocupada a realidade se torna distinta, pois as mulheres representavam 52% dessa população. Tal realidade foi reafirmada em todas as regiões, destacando-se no Centro Oeste, onde as mulheres representavam 55,4% das pessoas desocupadas (IBGE, 2023).

Conforme dados do Sebrae (2022), a maioria dos empreendedores de Mato Grosso do Sul são homens – 67,42% –, principalmente no meio rural, onde são 81,51%. Porém, a participação feminina na liderança já alcança 32,58% dos empreendimentos.

Dourados, segundo maior município do estado, possui 20.127 microempreendedores individuais, dos quais 43,30% são mulheres e 56,70% são homens. Esses atuam, em sua maioria – 39,34% –, de porta em porta ou como ambulantes. Por sua vez, 30,62% atuam em estabelecimento fixo e 14,86% atuam via internet (Brasil, 2023).

Neste cenário temos o grupo Mulheres em Ação, surgido como uma resposta à pandemia, reunindo suas organizadoras através da Rede de Economia Solidária – Ecosol. A iniciativa é responsável pela promoção de feiras voltadas ao empreendedorismo e à economia criativa, buscando, também, promover capacitações específicas para as necessidades

empreendedoras das mulheres que compõem o coletivo – mais de 200 participantes em grupos de WhatsApp.

Dessa forma, a questão de pesquisa que se propõe é: Quais os principais desafios encontrados pelas mulheres empreendedoras do grupo Mulheres em Ação, da cidade de Dourados-MS?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar os principais desafios encontrados pelas mulheres organizadoras do grupo “Mulheres em Ação”, da cidade de Dourados-MS.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Verificar os principais motivos que têm levado as mulheres de Dourados-MS a empreender.
- Discutir os principais desafios encontrados por elas ao decidirem iniciar o negócio.
- Identificar as principais barreiras de entrada impostas pelo mercado.

1.3 JUSTIFICATIVA

Segundo Salomão (2011, p. 21), “o papel socioeconômico da mulher vem crescendo constantemente desde o pós-guerra, quando assumiram postos de trabalho inerentes aos homens”. Desde a década de 1990, sua inclusão no mundo dos negócios e o aumento do número de empreendedoras têm motivado o interesse em pesquisas sobre o desempenho empreendedor das mulheres.

Segundo dados do Sebrae, a cada 100 microempreendedores individuais (MEI), 45 são mulheres. Nas atividades ligadas ao comércio, as mulheres estão à frente de 47% dos negócios. Nas atividades de construção, participam com 36% dos negócios e em relação aos serviços, as mulheres estão à frente de 49% das empresas (Sebrae, 2022). Ainda, segundo dados da

Associação Brasileira de Franchising – ABF, as mulheres estão à frente de 49% de todas as unidades franqueadas (Caprario, 2022).

Este estudo, portanto, busca conhecer quais são os principais desafios encontrados na abertura de seus negócios, bem como, em sua permanência no mercado, visto que os primeiros cinco anos de atividade levaram 29% dos MEIs a fecharem as portas, segundo o Sebrae. Sendo assim, esta pesquisa poderá servir de base para estudos mais aprofundados sobre o tema, que tem como um dos principais pontos de apoio a Sala do Empreendedor que pertence à pasta da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico Sustentável de Dourados – SEMDES.

As demais iniciativas existentes na cidade se devem à atuação do Sebrae por meio do programa Cidade Empreendedora, que se configura em iniciativa firmada via contrato e que atua em parceria com o município de Dourados, dedicado à transformação econômica dos municípios, direcionado para a Gestão Pública e lideranças locais, seu principal objetivo é aprimorar o ambiente de negócios, através da implementação de políticas públicas e iniciativas de desenvolvimento voltadas para os pequenos negócios. O intuito é assegurar que os benefícios estabelecidos pela Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas sejam efetivamente aplicados e aproveitados no âmbito municipal. Outras ações e projetos se devem à atuação de redes de apoio, como a Rede Evolução Mulher Empreendedora – REME e o grupo Mulheres em Ação, promotor da feira Mulheres em Ação.

Os estudos que tratam da temática do empreendedorismo feminino englobam, geralmente, temas ligados às dificuldades, aos desafios e às motivações encontrados na escolha pelo empreendedorismo. Identificam-se também estudos que tratam da relação de gênero e de poder que acaba levando as mulheres a sofrerem discriminações dentro das organizações, influenciando, assim, sua escolha pelo empreendedorismo como forma de geração de renda e de realização de seus sonhos.

2 REVISÃO TEÓRICA

Neste tópico estão abordados aspectos relacionados ao empreendedorismo, que é a base deste trabalho. Por isso, foi feita uma breve revisão de literatura no que diz respeito ao empreendedorismo no Brasil, ao empreendedorismo feminino e às questões vinculadas à relação de gênero e de poder.

2.1 ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo apresenta-se de modo muito complexo, sendo ao longo dos anos tratado por diferentes aspectos e abordagens – como a sociológica, a psicológica, a antropológica e a econômica – e por meio de diferentes dimensões analíticas do fenômeno (Gomes; Guerra; Vieira, 2011).

A definição do termo empreendedorismo evoluiu imensamente com o passar dos anos, englobando não somente a atividade específica de empreender, mas, também, os conceitos atrelados à pessoa do empreendedor. A criação de riqueza, os riscos e a inovação são exemplos de alguns conceitos que foram aprimorados conforme a evolução dos estudos sobre novos empreendedores (Hisrich; Peters, 2004).

Ainda para Hisrich e Peters (2004), empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, admitindo riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as recompensas naturais da satisfação e da independência econômica e pessoal.

O termo empreendedor – do francês *entrepreneur* – diz respeito à pessoa que assume riscos e começa algo novo. Empreendedor é aquele que cria algo diferente e com valor, que dedica tempo e esforço e que assume os riscos financeiros, psicológicos e sociais para obter as recompensas provenientes da satisfação econômica e pessoal (Dornelas, 2005).

No início do século XIX, o economista francês Jean-Baptiste Say definiu o empreendedor como alguém capaz de transferir recursos financeiros de uma área de baixa para uma de maior produtividade, obtendo, assim, um retorno compensatório. Já no início do século XX, o austríaco Joseph Schumpeter – um dos maiores economistas daquele século – conceituou esse indivíduo como quem aperfeiçoa ou subleva o processo “criativo-destrutivo” capitalista através do desenvolvimento de nova tecnologia ou do aperfeiçoamento de uma antiga. Peter Drucker expande a definição de Jean-Baptiste Say, argumentando que os empreendedores são aqueles que criam mudanças a partir das oportunidades sinalizadas pelo mercado (Cerizza; Vilpoux, 2006).

Segundo Chiavenato (2007, p.7), “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”. Porém, o espírito empreendedor é essencial a todas as pessoas que – mesmo não sendo donas de seus próprios negócios – estão preocupadas e focalizadas em assumir riscos e inovar continuamente, seja na carreira ou na vida pessoal.

Portanto, conforme o referido autor (2007), quem deseja ser um empreendedor precisa possuir três características básicas, que são:

1. Necessidade de realização: as pessoas possuem um conjunto de características que as torna únicas perante a sociedade. Assim sendo, cada qual possui seu nível de realização, que será maior ou menor dependendo do indivíduo em questão. As pessoas com grande necessidade de realização procuram competir com um padrão de excelência elevado, preferindo ser pessoalmente responsáveis pelas tarefas e pelos objetivos que atribuem a si próprias.
2. Disposição para assumir riscos: quem empreende assume vários riscos – financeiros, decorrentes de investimentos de recursos próprios e por abandonar um emprego seguro; familiares, devidos ao envolvimento da mesma no negócio, e psicológicos, pela possibilidade de fracassar quando se trata de um negócio arriscado.
3. Autoconfiança: a autoconfiança permite o enfrentamento dos desafios existentes ao redor e o domínio dos problemas enfrentados. Segundo pesquisas, empreendedores de sucesso são independentes e enxergam os problemas intrínsecos a um novo negócio, confiando em suas habilidades para superá-los.

Além disso, Norman Smith considera que os empreendedores apresentam enorme variação em seus estilos de fazer negócios. Em resumo, sugere um *continuum* em que dois padrões básicos estão nas extremidades: empreendedores artesãos e empreendedores oportunistas (Chiavenato, 2007, p. 11):

1. Empreendedor artesão: em um extremo do *continuum*, aquele que se vale basicamente de suas habilidades técnicas e de vago conhecimento sobre gestão de negócios. Não possui capacidade de se comunicar bem, de avaliar o mercado, de decidir e de gerir o negócio. Caracteriza-se por: ser focado no curto prazo, ser paternalista, ser centralizador, investir seu capital no negócio, utilizar-se apenas da qualidade e da reputação da empresa nas questões ligadas a marketing e a preços e se esforçar por motivos pessoais.
2. Empreendedor oportunista: outro extremo do *continuum*. Administração, economia, legislação e línguas são assuntos que fornecem suplemento à sua educação técnica. Caracteriza-se por: evitar o paternalismo, delegar autoridade, empregar técnicas, utilizar capitalização original e de fontes secundárias, fazer plano de negócios e utilizar sistemas de registro, de controle e de orçamento apropriados.

Estudos recentes determinam os empreendedores como pessoas voltadas à geração de renda e à comercialização de novidades tecnológicas, cujo papel é de suma importância para a obtenção de sucesso no negócio. Ainda na tendência de encontrar os empreendedores dentro da empresa, Shane (2003) define o empreendedorismo como atividade de descoberta, de avaliação e de exploração de oportunidades para a entrada de novos produtos/serviços, de meios de organização, de procedimentos e de matérias-primas, através do direcionamento de esforços antes inexistentes.

Segundo Perrone (2006 *apud* Gomes, Guerra, Vieira, 2011), é difícil conceituar empreendedorismo sob o enfoque da economia formal, por ele estar associado ao gênio/humor e às qualidades pessoais de cada indivíduo. Empreendedores não são apenas homens de negócios atuando na economia mercantil, mas, sim, são todos aqueles que realizam o empreendimento sob novas combinações, mesmo sendo empregados dependentes de uma corporação, seus administradores ou seus executivos.

2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil tem seu foco em negócios voltados para o atendimento ao consumidor final. Esse tipo de negócio tem grande propensão à informalidade, pois necessita de pouco recurso financeiro para sua abertura e pela baixa complexidade organizacional.

Em 2022, a pesquisa mundial *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* apontou que o Brasil ocupa a quarta posição entre as 13 economias de nível C – aquelas com PIB per capita abaixo de US\$ 20.000,00 – e tem a maior taxa de empreendedores iniciantes do G20 e dos BRICs – reunião de países emergentes formados por Brasil, Rússia, Índia e China.

Nesse ano, no Brasil, a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA, na sigla em inglês) foi de 20%, situando-o na sétima posição na América Latina e Caribe e na nona posição entre as 49 economias pesquisadas. Ainda, registrou Taxa de Empreendedorismo Total (TTE, na sigla em inglês) de 30,3%, ficando na sexta posição na América Latina e Caribe e na oitava posição entre as 49 economias pesquisadas. Isso demonstra que aproximadamente 42 milhões de brasileiros estão envolvidos com atividades empreendedoras (GRECO et al., 2022).

Vale ressaltar que no Brasil, em 2022, havia mais empreendedores nascentes por necessidade, ficando a relação necessidade x oportunidade em 0,9: para cada 100 empreendedores por necessidade havia 90 empreendedores por oportunidade. Entretanto, entre os empreendedores novos, menos de 45% empreendia por necessidade. Sendo assim, a razão

de 1,2 – oportunidade *versus* necessidade – mostra que para cada 100 empreendedores novos por necessidade havia 120 empreendedores por oportunidade (GRECO et al., 2022).

Diante disso, cabe expor o que motiva o empreendedorismo nos brasileiros: 82% o praticam para ganhar a vida sob a justificativa de que os empregos são escassos; 75,2% empreendem para fazer diferença no mundo; 64,3% o adotaram para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta e 44,1% se tornaram empreendedores para continuar uma tradição familiar. Em resumo, grande parte avista oportunidade de melhorar a vida por meio do negócio que está iniciando (Greco et al., 2022).

Ainda com base na pesquisa GEM, 27,6% das atividades dos empreendedores nascentes, 12,1% dos novos e 4,8% dos estabelecidos estão relacionadas à alimentação. Outra atividade de destaque entre os empreendedores de diversos estágios é o comércio varejista, representando 14,5% dos empreendimentos nascentes, 13% dos novos e 9,5% dos estabelecidos (Greco et al., 2023).

2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Segundo Paladino, “no mundo dos negócios as pesquisas mostram que as brasileiras estão entre as mais empreendedoras do mundo. Milhões de mulheres pilotam suas próprias empresas no Brasil de hoje” (Greco et al., 2010).

Por sua vez, o Censo Demográfico 2022 dá conta de que a população brasileira naquele ano era de 203.080.756 milhões de pessoas, dos quais 104.548.325 milhões – 51,5% – eram mulheres e 98.532.431 milhões – 48,5% – eram homens. E de acordo com dados do terceiro trimestre de 2022 da PNADc, no Brasil havia 89,6 milhões de mulheres com 14 anos ou mais, sendo que 47,9 milhões delas eram parte da força de trabalho (DIEESE, 2023).

Vários fatores explicam o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho, como, por exemplo: maior nível de escolaridade em relação aos homens; mudanças na estrutura familiar, com menor número de filhos, e novos valores referentes à inserção da mulher na sociedade brasileira (Passos *et al.*, 2008). Por outro lado, existem alguns limitantes ao desempenho feminino nesse mercado.

Não obstante a escolaridade das mulheres seja comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e de remuneração tendem a ser inferiores se comparadas às do gênero masculino e, ainda, podem ser consideradas reduzidas as oportunidades de inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando elas mais restritas a alguns setores do mercado (Lages, 2008 *apud* Dutra *et al.*, 2009).

Dados da PNADc do terceiro semestre de 2022 evidenciam que a afirmação se mantém atual quando é apresentado que as mulheres ocupadas tinham rendimento 21% menor que os homens. As mulheres representavam 91% das ocupações no setor de serviços domésticos, ganhando 20% a menos que os homens. Nos setores de saúde, de educação e de serviço social elas eram 75% dos ocupados, ganhando, também, 32% a menos que os homens.

Gina Paladino (2010) cita três motivos que evidenciam o crescimento do empreendedorismo no Brasil:

- A pesquisa do GEM de 2010 demonstra, novamente, que as mulheres são metade dos empreendedores brasileiros.
- Uma mulher foi eleita presidenta da República Federativa do Brasil.
- O IBGE constatou, em 2010, que existem mais mulheres do que homens na população de mais de 190 milhões de habitantes.

Paladino (2010) ainda enumera uma série de características das empreendedoras brasileiras:

- Elas têm melhor conhecimento do mercado.
- Apresentam maior estabilidade.
- São mais bem preparadas – tendem a fazer suas lições de casa.
- Progridem mais lentamente – mulheres tomam conta da família.
- Planejam melhor.
- Quando iniciam seus negócios acreditam em menor proporção do que os homens de que têm a competência necessária para ter sucesso.
- Parecem ter uma integração maior entre suas atividades pessoais e profissionais.
- Quando iniciam seus negócios após os 50 anos de idade têm objetivos diferentes dos homens – querem permanecer ativas.
- 25% das mulheres acreditam que são tratadas diferentemente pelas instituições financeiras por serem mulheres.

Ainda assim, as empreendedoras brasileiras encontram muitos obstáculos a serem superados, em especial, relacionados ao espaço econômico e empresarial do país, como burocracia excessiva, uma das mais altas cargas tributárias do mundo e infraestrutura embrionária. Dessa forma, conseguir lidar com dificuldades é pré-requisito básico para os brasileiros.

No caso das mulheres, a circunstância é ainda mais complicada, pois elas não têm tanto tempo quanto os homens para fazerem funcionar seus empreendimentos, já que têm que “[...]”

que cuidar dos filhos e dos pais, acompanhar os tios nos exames médicos, fazer o almoço da família. Assim, o número de novos negócios criados pelas mulheres só não é maior porque nos ocupamos dos afazeres domésticos e da família” (Paladino, 2010).

2.4 GÊNERO E PODER

Durante este século, observa-se o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho. Contudo, segundo Beauvoir (2009) e Braverman (1987), esse crescimento não ocorre devido ao ideal de independência, mas, sim, por causa da problemática situação econômica e da necessidade de complementar a renda familiar (Gomes; Guerra; Vieira, 2011).

A Organização Mundial do Trabalho – (OIT, 2008) lançou em 2003 seu primeiro relatório sobre discriminação no trabalho, buscando dar subsídio a políticas públicas voltadas a combater a discriminação contra grupos minoritários, especialmente mulheres dentro de empresas no que tange a posições hierárquicas, salário, segurança e demissão. Entende-se, portanto, que não somente a mulher continua sendo excluída no mercado de trabalho e na economia formal, como também sofre discriminação quando está inserida nesse mercado (Gomes; Guerra; Vieira, 2011).

Em muitos casos, a elevação da mulher ao mercado de trabalho está limitada com base em seu papel reprodutivo e no fato de ainda assumir maior responsabilidade no cuidado com os filhos e os familiares, o que não significa que não houve progressos, mas que contribui para reforçar o fato de que as mulheres ainda têm um longo caminho a percorrer antes de alcançarem a igualdade no mercado de trabalho (OIT, 2011).

Essa notável dominação masculina é caracterizada pela valorização do homem em detrimento à mulher, o que leva a criação de sociedades produzidas e hierarquizadas com base nas diferenças de gênero (Bourdieu, 2007). Esse poderio pode ser entendido pela posição secundária da mulher na sociedade e na criação de discursos como o da “verdadeira mulher” (Gomes; Guerra; Vieira, 2011).

Manifesta-se também em fatos concretos como salários inferiores aos dos homens (Natividade, 2009), maior cobrança em termos de desempenho (Bruschini; Puppini, 2004) e dificuldades de ascensão na carreira – o fenômeno chamado “teto-de-vidro”. Este definido por autores como Quental e Wetzel (2002), como uma barreira aparentemente impenetrável que impede que mulheres com cargos gerenciais se movam para a suíte executiva –, entre outros citados ao longo deste trabalho e da literatura sobre o tema (Gomes; Guerra; Vieira, 2011).

Apesar das inquestionáveis conquistas recentes, a mulher ainda ocupa uma posição secundária e é vista como um “outro” na sociedade. A superação da dominação masculina, desafio a ser vencido, é parte fundamental no papel renovador das mulheres empreendedoras, talvez a maior de suas conquistas.

3 METODOLOGIA

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A presente pesquisa é voltada à análise dos desafios do empreendedorismo feminino em Dourados-MS, especialmente sob a ótica das idealizadoras do grupo Mulheres em Ação, indagando-se os motivos que levaram essas mulheres a empreender e a criar uma feira voltada a oportunizar outras mulheres empreendedoras, bem como, identificando-se as principais barreiras encontradas para o início de seus negócios.

O estudo se classifica como sendo de cunho qualitativo, pois se utiliza de diversas concepções filosóficas, estratégias de investigação e métodos de coleta, análise e interpretação de dados. “Os procedimentos qualitativos baseiam-se em dados de texto e imagem, têm passos singulares na análise de dados e se valem de diferentes estratégias de investigação” (Creswell, 2010).

Quanto a seus fins, a pesquisa caracteriza-se como exploratória, pois tem como objetivo tornar os problemas mais explícitos ou construir hipóteses. No que concerne ao planejamento, mostra-se bastante flexível, possibilitando a consideração de múltiplos aspectos referentes ao fato estudado. Geralmente, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que já vivenciaram experiências práticas com o problema pesquisado e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão”.

Os estudos de pesquisa qualitativa diferem entre si quanto ao método, à forma e aos objetivos. De acordo com Creswell (2010), há algumas características essenciais capazes de identificar uma pesquisa qualitativa, a saber:

- **Ambiente natural** como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental. A pesquisa busca colher seus dados no ambiente de trabalho das mulheres estudadas, objetivando uma prévia análise do ambiente em que as mesmas estão inseridas.
- **Projeto emergente.** O processo de pesquisa é emergente, ou seja, o plano inicial pode mudar ou se deslocar de acordo com as necessidades que a pesquisa impõe.

Algumas questões ao longo da pesquisa podem ser mudadas, a fim de atender aos objetivos do trabalho.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

Quando o universo é numeroso e esparso, é aconselhada a seleção de uma amostra. Porém, isso não denota que essa amostra necessite ser selecionada conforme processos rigidamente estatísticos, afinal, esses poderiam tornar neutro o efeito de conscientização que é pretendido nesse tipo de investigação (Gil, 2002).

Por sua vez, Vergara (2005) afirma que “população amostral ou amostra é uma parte do universo (população) escolhida segundo algum critério de representatividade”.

Dessa maneira, a amostra escolhida para o presente trabalho foi de mulheres que possuem seu próprio negócio, situado em Dourados-MS, e sendo ele organizado e administrado por elas desde seu início. Ainda, tais mulheres da amostra, cientes das dificuldades e das barreiras encontradas, lideram o grupo Mulheres em Ação, iniciativa responsável pela promoção de feiras voltadas ao empreendedorismo e à economia criativa, buscando, também, promover capacitações específicas para as necessidades empreendedoras das mulheres que compõem o coletivo – mais de 200 participantes em grupos de WhatsApp.

3.3 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

Como método de coleta de dados foi utilizada a entrevista com questionário semiestruturado, instrumento que permite ao pesquisador compreender o universo cultural dos sujeitos de pesquisa, com enfoque nos objetivos principal e específicos do trabalho. As entrevistas foram realizadas com o auxílio de roteiro de apoio, face a face, gravadas e posteriormente transcritas, pois no momento de sua realização buscava-se também observar outros fatores como o ambiente, o modo de agir e a segurança transmitida pelas entrevistadas.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados pode ser tratada como um processo permanente que envolve reflexão contínua, formulação de questões analíticas e anotações. Envolve preparar os dados para a análise, ir sempre mais fundo no processo de compreensão dos dados e representar e realizar a interpretação do significado mais amplo desses dados (Creswell, 2010).

Na presente pesquisa foi empregada a análise de conteúdo, que pode ser descrita como um conjunto de ferramentas cuja finalidade é a explanação controlada de dados coletados que visam chegar a um determinado resultado. É um conjunto de técnicas de análise que, por meio de procedimentos sistemáticos, visam obter indicadores quantitativos ou qualitativos (Vergara, 2010).

Pode-se dizer, ainda, que a análise de conteúdo compreende três etapas: (a) pré-análise; (b) exploração do material e (c) tratamento dos dados e interpretação. A pré-análise consiste na seleção do material e na definição dos processos que serão utilizados. A exploração do material é a adequada prática desses processos. O tratamento dos dados e a interpretação se referem à geração de deduções e dos resultados da investigação (Vergara, 2005).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O grupo “Mulheres em Ação” emergiu como uma resposta à pandemia, reunindo suas organizadoras através da Rede de Economia Solidária – Ecosol. A troca de vivências sobre empreendedorismo começou a ganhar forma, cada uma contribuindo com suas experiências únicas. Uma delas trazia consigo a bagagem de participações em diversas feiras livres de Dourados, somando-se à sua vasta experiência como pequena empreendedora e ao conhecimento adquirido nas terapias integrativas.

Dessa iniciativa, nasceu o projeto “Mulheres em Ação”, que realiza a feira de mesmo nome. A feira não apenas proporciona uma plataforma para a venda de produtos, mas também destaca fornecedores de serviços de diversos segmentos e uma praça de alimentação. O grupo também se dedica a organizar palestras e promover capacitações voltadas à vivência empreendedora, facilitando a troca de experiências para fortalecer suas participantes.

Entrevistamos as duas empreendedoras que lideram a organização e atuação do grupo, responsáveis pela Feira "Mulheres em Ação" e pela organização de cursos e palestras para capacitar as empreendedoras participantes. Essas empreendedoras serão identificadas como Respondente A e Respondente B.

As perguntas iniciais buscavam estabelecer o perfil socioeconômico das empreendedoras. Verificou-se que ambas estão na faixa etária acima dos 50 anos. Em relação ao estado civil, ambas são casadas e têm filhos já adultos. Estes detalhes são fundamentais para apreciar a diversidade e singularidade das mulheres integrantes do grupo.

O questionário abordou, também, o nível de escolaridade das respondentes, identificando que a respondente A possui ensino médio completo, enquanto a respondente B

possui pós-graduação. Quanto às relações de emprego formal, a respondente A trabalha atualmente como funcionária de uma empresa de serviços de personalização, enquanto a respondente B não possui vínculo empregatício, mas ministra aulas particulares como psicopedagoga.

Ao indagá-las sobre as motivações que as levaram a empreender e a se tornarem promotoras de eventos através do grupo Mulheres em Ação, destacam-se:

- **Paixão pela área:** a respondente A definiu o principal motivo como sendo a identificação com as feiras. Após 10 anos em uma concessionária, onde a saída buscou preservar sua saúde física e mental, iniciou seu empreendimento autônomo vendendo lingerie e tornou-se feirante, trabalhando com venda de carne de porco na lata, produzida inicialmente por seu esposo. Sua atuação em feira livre e a convivência com outros feirantes fizeram-na perceber a carência de locais para a exposição de seus produtos, levando-a a organizar feiras em novos locais.
- **Oportunidade:** A respondente B destacou empreender há muito tempo na área de artesanato, mas foi o incentivo da respondente A que a levou a atuar como promotora de eventos no grupo. Isso lhe proporcionou a oportunidade de trabalhar ativamente para levar conhecimento e capacitação a outras mulheres, percebendo essa necessidade nas empreendedoras.

As empreendedoras enfatizaram que não enfrentaram discriminação de gênero ou questionamentos sobre sua credibilidade por serem mulheres. Elas têm um relacionamento sólido com seus parceiros de negócios e recebem apoio de suas famílias. Além disso, mencionaram não ter encontrado obstáculos significativos para equilibrar as responsabilidades familiares com as demandas de seus negócios.

Entre os desafios mais significativos vivenciados pelas participantes do grupo Mulheres em Ação, destacam-se:

- **Falta de capacitação:** Muitas mulheres no grupo não tiveram acesso a capacitações específicas para desenvolver seus trabalhos e gerir seus próprios negócios. A adesão às capacitações oferecidas pelo grupo e seus parceiros também é um desafio.
- **Apoio público:** A ausência de um espaço fixo para a realização das feiras é um obstáculo notável. Isso exige uma busca constante por locais, muitas vezes ao ar livre, carecendo de iluminação adequada e sujeitos às variações climáticas.

- Valorização da cultura local: É essencial uma valorização mais profunda da cultura local, central para as feiras, refletindo a convivência de diversas comunidades. A falta de reconhecimento da relevância da economia criativa é um desafio.
- Captação de recursos: ainda não há patrocínio ou apoio financeiro de outros entes da comunidade para a realização das feiras, o que está relacionado à percepção atual acerca das feiras e à falta de reconhecimento da relevância da economia criativa.
- Barreiras de liderança: algumas participantes do grupo hesitam em aceitar a liderança feminina das organizadoras, suscitando uma certa tensão e competitividade entre as mulheres no grupo, manifestando-se como uma barreira para a participação ativa nas atividades de capacitação oferecidas.

Os obstáculos enfatizados reforçam a importância de adotar abordagens integradas e colaborativas para promover o empreendedorismo feminino e superar obstáculos específicos enfrentados por mulheres empreendedoras no contexto do grupo Mulheres em Ação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: EMPREENDEDORISMO FEMININO NO GRUPO MULHERES EM AÇÃO

Este estudo sobre o empreendedorismo feminino, focado nas motivações e desafios enfrentados pelo grupo Mulheres em Ação em Dourados, permitiu uma maior compreensão das dinâmicas e das aspirações que movem essas empreendedoras.

A análise revelou que a motivação para iniciar a trajetória empreendedora emergiu tanto de um alinhamento profundo com atividades que refletem seus valores, quanto da aspiração de capacitar outras mulheres a explorarem o empreendedorismo. Essa abordagem não busca apenas ampliar as habilidades dessas mulheres para que ofereçam produtos e serviços de alta qualidade, mas também fornecer-lhes o conhecimento sobre a gestão eficiente de seus negócios, aproveitando ao máximo os recursos oferecidos pela tecnologia.

Os principais desafios enfrentados por essas empreendedoras destacaram a necessidade de mais oportunidades de capacitação e de formação. Além disso, destacou-se a insuficiência de suporte por parte das instituições públicas, notada tanto na limitação de espaços adequados para a realização das feiras, quanto na valorização e incentivo da diversificada cultura local. A

ausência de patrocínio e apoio financeiro por parte de entidades da sociedade também foi evidenciado como obstáculo significativo.

Esses desafios ressaltam a necessidade crítica de adotar medidas concretas para preencher essas lacunas, facilitando o acesso a treinamentos, angariando suporte de organizações e sensibilizando a sociedade sobre a importância do empreendedorismo feminino. Essas ações podem contribuir para fortalecer não apenas o grupo Mulheres em Ação, mas também estimular o crescimento e reconhecimento da economia criativa local.

Em síntese, esta pesquisa oferece insights valiosos para a compreensão do empreendedorismo feminino, evidenciando tanto as motivações que inspiram quanto os obstáculos a serem superados. Que as percepções aqui reveladas sirvam de fundamentos para o desenvolvimento de políticas públicas e iniciativas efetivas que estimulem e fortaleçam o empreendedorismo feminino, tanto em Dourados quanto em contextos similares.

Como sugestão para futuras pesquisas, recomenda-se: Explorar Novos Horizontes no Empreendedorismo.

1. Impactos do empreendedorismo em comunidades indígenas:
 - Investigar como o empreendedorismo afeta positiva ou negativamente as comunidades indígenas.
 - Avaliar o papel do empreendedorismo na preservação da cultura indígena e na promoção do desenvolvimento econômico sustentável nessas comunidades.
 - Analisar os desafios específicos enfrentados pelos empreendedores indígenas e identificar estratégias eficazes para superá-los.
2. Empreendedorismo como instrumento transformador para mulheres e jovens vítimas de violência:
 - Explorar como o empreendedorismo pode ser uma ferramenta transformadora na vida de mulheres que enfrentaram violências e abusos.
 - Averiguar o impacto do empreendedorismo na autonomia e empoderamento dessas mulheres.
 - Analisar como programas específicos de apoio ao empreendedorismo podem ser desenvolvidos para atender às necessidades únicas de mulheres e jovens que enfrentaram experiências traumáticas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. M.; VALADARES, J. L.; SEDIYAMA, G. A. A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados brasileiros. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 6, pp. 466-494, set./dez. 2017.

BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BOTELHO, L. D.; SCHONS, C.; VIEIRA, B.; CUNHA, C. J. **Um olhar através do teto de vidro**: relatos das mulheres empreendedoras de empresas baseadas no conhecimento sobre os primeiros anos de seus negócios. Florianópolis, 2008.

BRASIL. **Mulheres Brasileiras**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/secoes/mulher/atuacao-feminina/avanco-da-mulher>. Acesso em: 30 abr. 2012.

BRASIL. Receita Federal. **Forma de Atuação/Brasil/UF/Município – Inscritos Total**. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoimei/private/pages/relatorios/relatorioMunicipio.jsf>. Acesso em: 4 dez. 2023.

CAPRARIO, S. 24 milhões de brasileiras são donas e 49% das franquias são geridas por mulheres. **Portal Empreendedor**. Disponível em: <https://empreendedor.com.br/noticia/24-milhoes-de-brasileiras-sao-donas-e-49-das-franquias-sao-geridas-por-mulheres/>. Acesso em: 19 nov. 2022.

CERIZZA, A. D.; VILPOUX, O. F. Empreendedorismo e empreendedores: uma revisão bibliográfica. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. **Anais [...]**. 2006.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DIEESE. 8 de março Dia da Mulher – As dificuldades das mulheres chefes de família no mercado de trabalho. **Boletim DIEESE**. São Paulo, 2023. Disponível em:

<https://www.dieese.org.br/boletimespecial/2023/mulheres2023.html>. Acesso em: 04 dez. 2023.

DIEESE. Infográfico Mulheres 2023. **Infográfico DIEESE**. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/infografico/2023/infograficosMulheres2023.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2023.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo para visionários**: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. São Paulo: Empreende, 2019.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 8. ed. São Paulo: Empreende, 2021.

DUARTE, Giovana; SPINELLI, Letícia Machado. Estereótipos de gênero, divisão sexual do trabalho e dupla jornada. **Revista Sociais e Humanas**, vol. 32, nº 2, p.126-145, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/339855348_Estereotipos_de_genero_divisao_sexual_do_trabalho_e_dupla_jornada. Acesso em: 07 março 2023.

DUTRA, M. L.; SANTOS, Z. A.; FREITAS, L. G.; CUNHA, M. H.; BOURAHLI, A. Empreendedorismo feminino: oportunidade ou necessidade. *In*: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA. **Anais [...]**. 2009.

EBERHARD, G. **Desenvolvimento local e inclusão social: o Programa de Apoio ao Pequeno Empreendedor – PAPE no governo municipal de Dourados-MS (2001-2004)**. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Dourados, 2004.

FERNANDEZ, B. P. M. Economia feminista: metodologias, problemas de pesquisa e propostas teóricas em prol da igualdade de gêneros. **Revista de Economia Política**, vol. 38, n. 3, p. 559-583, jul-set 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rep/a/hK9fwgQzytLqMh77BL7JBPF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 07 março 2023.

FILHO, D. T. P. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor**: empreendedorismo no Brasil 2021. Curitiba: Ed. dos Autores, 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, D. T.; GUERRA, P. V.; VIEIRA, B. N. O desafio do empreendedorismo feminino. In: ENCONTRO DA ANPAD. **Anais** [...]. Rio de Janeiro, 2011.

GRECO, S. M. S. S. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor**: empreendedorismo no Brasil 2022. ANEGEPE, 2023

GRECO, S. M. S. S. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor**: empreendedorismo no Brasil 2010. Curitiba: IBPQ, 2010.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE. Pesquisa Mensal de Emprego. **Pesquisa IBGE**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – segundo trimestre de 2023. **Pesquisa IBGE**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Trimestral/Fasciculos_Indicadores_IBGE/2023/pnadc_202301_trimestre_caderno.pdf. Acesso em: 04 dez. 2023.

MAIS MEI. **MEI Microempreendedor Individual em Dourados, MS**. Disponível em: <https://www.maismei.com.br/mei-microempreendedor-individual-dourados-ms>. Acesso em: 04 dez. 2023.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, 15, pp. 731-747, jul./ago. 2011.

OIT. **Relatório Global sobre Discriminação no Trabalho e Desigualdades e Discriminação no Mercado de Trabalho Brasileiro**. Disponível em: <http://www.oitbrasil.org.br/info/downloadfile.php?fileId=133>. Acesso em: 30 abr. 2012.

OIT. Igualdade no trabalho: um desafio contínuo, 2011. **Relatório Global no quadro do seguimento da Declaração sobre os Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho**. https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/2011/111B09_110_port.pdf. Acesso em: 14 fev. 2024.

PALADINO, G. G. Uma questão de gênero. In: GRECO, S. M. S. S. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor: empreendedorismo no Brasil 2010**. Curitiba: IBPQ, 2010. P. 76-84

PASSOS, C. A. K. *et al.* **Global Entrepreneurship Monitor: empreendedorismo no Brasil 2007**. Curitiba: IBPQ, 2008.

SALOMÃO, C. S. **Mulheres empreendedoras em pequenas empresas: Análise dos estilos de aprendizagem e dos estilos de liderança**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2011.

SHANE, S. **A General Theory of Entrepreneurship – The individual-Opportunity Nexus**. North Hanpton: Edward Elgar, 2003.

SEBRAE. Pesquisa sobre acesso à informação dos empreendedores clientes do Sebrae/MS. **Pesquisa Sebrae**. Campo Grande: Sebrae, 2009.

SEBRAE. **Empreendedor individual: pesquisa e perfil**. Campo Grande: Sebrae, 2011.

SEBRAE. **Mulher empreendedora: o perfil do empreendedorismo feminino no Mato Grosso do Sul**. Campo Grande: Sebrae, 2012.

SEBRAE. **Mulher de negócios: qual o perfil da mulher empreendedora no MS?** Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/cartilha-mulher-empreendedora-ms.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2023.

SEBRAE. **Pesquisa Perfil do MEI**. 5. ed. 2022.

SEBRAE. **Painel de Empreendedorismo Feminino 2022**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/painel-de-empreendedorismo-feminino-2022/>. Acesso em: 18 jan. 2024.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 23 nov. 2023.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil em 2022**. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Empreendedorismo-Feminino-ate-III-trim_2022_v5.pdf. Acesso em: 04 dez. 2023.

TAVARES, M. A. O empreendedorismo à luz da tradição marxista. **Revista Em Pauta**, pp. 107-121, 2018.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2010.