



Perfil do empreendedorismo feminino: um estudo em Nova Andradina MS

Hildete Xavier de Oliveira¹
Cristiane Pinheiro Duarte²
Edriene Barbosa Lima Justi³
Jamson Justi⁴
Jadson Justi⁵
Adrieli da Silva Souza⁶
Daiane Ferreira Chimenez⁷

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul,
Universidade Federal do Amazonas

Resumo

Este trabalho tem por objetivo identificar o perfil da mulher empreendedora no município de Nova Andradina MS. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica seguida de uma pesquisa exploratória descritiva. Os dados foram coletados através de entrevistas e questionários aplicados a algumas mulheres empresárias. Os resultados apresentam que, em sua maioria, as entrevistadas estão abaixo de 50 anos, atuam principalmente na área de confecção e alimentos e possuem nível superior. Também, a maioria desenvolveu um planejamento para abertura do negócio, vêm de família empreendedora e apontam com principal fator motivador para empreender transformar ideais em realização.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Diversidade; Comportamento organizacional.

1. Introdução

Vedana et al. (2023) e Staduto (2015) explicam que se vincula tradicionalmente ao homem as atividades produtivas voltadas ao mercado e que, por esta razão, são remuneradas. Já às mulheres atribui-se o conceito de “trabalho reprodutivo” que

¹ Pedagoga, hdetexavier@hotmail.com

² Psicóloga, crisduarte.ms@gmail.com

³ Professora da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, edriene.justi@ufms.br

⁴ Professor da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, jamson.justi@ufms.br

⁵ Professor da Universidade Federal do Amazonas, jadsonjusti@hotmail.com

⁶ Administradora, drica_silva_teixeira@hotmail.com

⁷ Administradora, dayaneximenez@hotmail.com



corresponde às atividades limitadas ao espaço privado, relacionadas aos afazeres domésticos, ao cuidado do quintal, de crianças e idosos. Os autores também ressaltam o trabalho da mulher no “quintal da casa” como gerador de duas formas diferentes de renda: 1) na produção para o autoconsumo; e 2) na venda ao mercado da produção não consumida pela família. Mesmo que a primeira não permita ser convertida monetariamente, esta remuneração não pode ser excluída do cômputo do orçamento familiar.

De acordo com Ferreti e Souza (2022), as discussões sobre empreendedorismo têm sido quase unânimes ao considerá-lo uma atividade econômica e universalmente positiva e neutra do ponto de vista de gênero. Mas, em relação aos dispositivos de poder que circulam por meio dos discursos passou-se a posicionar o homem como idealizador, figura heroica, empreendedor nato, enquanto as atitudes de mulheres empreendedoras são percebidas como invisíveis, e suas experiências, consideradas inadequadas, tendenciosas ou distorcidas.

Nesse sentido, para Vedana et al. (2023) e Sen (2000), a posse dos recursos produtivos (terra e capital) nos países em desenvolvimento concentra-se, em geral, nas mãos dos homens da família. Portanto, é muito difícil para as mulheres realizarem, até mesmo, pequenos empreendimentos, visto que não possuem bens para oferecerem de garantia aos credores, razão de boqueio do aumento da participação feminina nas mais diversas atividades econômicas.

Por outro lado, nas economias desenvolvidas, verifica-se uma utilização quase que total da força de trabalho das pessoas na maioria das atividades produtivas. Nesse sentido, o papel de homens e mulheres é igualmente importante para o desenvolvimento econômico (VEDANA et al, 2023; BAIG et al., 2017).

Sendo assim, tem-se como problema da pesquisa a seguinte pergunta: Quais características estão presentes no perfil empreendedor da mulher de Nova Andradina MS?

Para responder tal pergunta, determinou-se como objetivo identificar o perfil empreendedor de algumas mulheres do município de Nova Andradina, MS.

A pesquisa se justifica dada a sua possível contribuição para as comunidades científicas e empresariais regionais, cujas decisões das empreendedoras podem contribuíram para economia local, regional e nacional.



2. Referencial teórico

2.1 Empreendedorismo

O termo “empreendedorismo” pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. A perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2008; SCHUMPETER, 1949):

Para Kirzner (1973), o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente.

Chiavenato (2007) destaca que o empreendedorismo se embasa na ideia de assumir riscos, em que o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças a introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologia. Desse modo, 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.

A ideia de um espírito empreendedor está de fato associada a pessoas realizadoras, que mobilizam recursos e correm risco para iniciar organizações de um negócio. Embora existam empreendedores em todas as áreas da atividade humana em seu sentido restrito a palavra designa a pessoa que cria uma empresa, uma organização de negócios (MAXIMIANO, 2011).

Na Figura 1 pode-se verificar algumas proposições relativas ao perfil geral do empreendedor de sucesso.

Figura 1: características do empreendedor de sucesso



Característica	Descrição
1. Capacidade de sonhar	Poder das ideias
2. Curiosidade	Questionar sempre "por quê?"
3. Intuição e visão de futuro	Sentimentos à flor da pele
4. Detectar oportunidades	O pote de ouro está logo ali
5. Criatividade e inovação	Viver a diferença
6. Iniciativa	Não deixar nada para amanhã
7. Coragem e ousadia	Quem não arrisca não petisca
8. Objetivos bem definidos	Desvios podem ser fatais
9. Paixão pelo negócio	O fogo que move montanhas
10. Disciplina	Meu nome é trabalho
11. Persuasão	Acreditar no que diz
12. Persistência	Ser duro na queda
13. Humildade	O sucesso não pode deslumbrar
14. Superação	Enfrentar obstáculos
15. Autoconfiança	Acreditar em si mesmo
16. Habilidade comercial	Sutilezas da arte de vender
17. Rede de relacionamentos	De mãos dadas com o poder
18. Liderança	Dois mais dois pode resultar em cinco

Fonte: Valentim, 2021.

Maximiano (2011) enfatiza que quanto mais riqueza as empresas criam, mais aumentam o padrão e a qualidade de vida e argumenta que as sociedades com o padrão de vida e qualidade de vida mais alta no mundo sejam aquelas em que o empreendedorismo é mais ativo. Ainda do mesmo autor pode-se destacar:

Ser empreendedor não é só ganhar muito dinheiro, ser independente ou realizar algo. Ser empreendedor tem um custo que muitos não estão dispostos a pagar. É preciso esquecer, por exemplo, a semana de quarenta horas de trabalho, de segunda a sexta, das oito as dezessete, com uma hora de almoço. O empreendedor, mesmo muito bem-sucedido geralmente trabalha de doze a dezesseis horas por dia, não raro sete dias por semanas. Ele sabe o valor do seu tempo e procura utilizá-lo ao máximo trabalhando arduamente na consecução de sua realização. É evidente que alguém que investe muitas horas em trabalho sacrifica muitos aspectos de sua vida, principalmente o lazer da família. O preço do sucesso e da independência econômica pode ser muito alto para o empreendedor. Para muito potenciais



empreenderes, alto demais. Mas, para poucos valem a pena o sacrifício pessoal na realização do seu próprio negócio (MAXIMIANO, 2011, p. 15)

Ou seja, grande parte dos autores são enfáticos ao afirmar que o empreendedor é um identificador de oportunidades, um indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

2.2 Mulheres e o empreendedorismo

Por volta dos anos 2000, estabelece-se a ideia de uma cultura do trabalho adaptada ao desemprego, ao risco e à insegurança, em um contexto de país em que a precariedade das condições de trabalho, a informalidade e a fragilidade dos benefícios sociais são marcantes. Machado da Silva (2002) propõe o par “empregabilidade/empreendedorismo” como capaz de fornecer suporte ao caráter estruturante de um novo quadro de vida no Brasil. Uma característica fundamental dessa nova cultura do trabalho é a individualização dos controles que organizam a produção e a vida social (MAIA, 2022).

Nesse sentido, Leite (2009) aponta que as mulheres são mais afetadas pelas novas formas de trabalho atípico, pela informalidade e pela precarização do trabalho e que, coube principalmente às mulheres a solução das exigências – cada vez mais conflitantes – relativas ao trabalho remunerado e ao trabalho reprodutivo realizado no âmbito doméstico.

Especificamente com respeito ao gênero do empreendedor, alguns autores enfatizam que empresárias do sexo feminino têm maiores barreiras para o crescimento, já que vivenciam obstáculos profissionais que não são compartilhados com os homens. Por exemplo, devem conciliar preocupações familiares com aspectos profissionais inerentes à atividade empreendedora (BERTOLAMI, 2018).

A análise do empreendedorismo feminino tem despertado a atenção de pesquisadores, que examinam diversas características psicológicas e sociais das empreendedoras, sendo que, ao criarem e/ou assumirem a liderança de seus próprios negócios, inovam, transpondo o denominado "teto de vidro", entendido como uma barreira simbólica que dificulta a ascensão das mulheres aos níveis mais altos da



administração empresarial (JONATHAN; TAÍSSA, 2007; MORRISON; WHITE; VAN VELSOR, 1987; MOORE; BUTTNER, 1997).

De acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE (2019), o Brasil é o sétimo país com maior número de mulheres empreendedoras. Utilizando-se de dados levantados pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada com 49 nações, pode-se identificar que de um total de 52 milhões de empreendedores no Brasil, a participação das mulheres corresponde à 24 milhões de brasileiras que tocam negócios próprios, movendo a economia e gerando empregos.

A mesma pesquisa organizada pela GEM, feita com base em dados de 2018, revelou que as mulheres empreendedoras estudam 16% a mais do que os homens: enquanto eles dedicam, em média, 8,5 anos à formação, elas investem 9,9 anos de suas vidas. E mesmo assim, elas ganham menos: o rendimento médio mensal das empresárias é 22% menor. Ou seja, destaca um desafio ainda em termos de gestão do empreendedorismo feminino (SEBRAE, 2019).

A questão da multiplicidade dos papéis femininos evidencia a importância do exercício de fazer escolhas sem pressões e cobranças, no esforço de encontrar novos e mais adequados modelos de articulação entre o mundo do trabalho e a realidade atual da vida familiar (Halpern, 2004).

As mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso na área de serviços por exemplo. Nesse setor essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades, etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador (AMORIM; BATISTA, 2012).

3 Metodologia

No que diz respeito aos fins, esta pesquisa se classifica como exploratória e descritiva. Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória tem por finalidade tornar o problema mais explícito ou construir hipóteses, proporcionando maior grau de familiaridade com o mesmo. Já a pesquisa descritiva, segundo o referido autor, tem por



objetivo a descrição das características de determinada população, fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.

Quanto aos meios, a pesquisa se caracteriza como de bibliográfica e de campo. Segundo Marconi e Lakatos 2003, a pesquisa de campo é utilizada com objetivo de conseguir informações acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

Para a coleta de dados foi estabelecida uma amostra não probabilística por acessibilidade, na qual o pesquisador seleciona elementos a que tem acesso admitindo que esses representem o universo da pesquisa (GIL, 2008). Assim, (seis) empreendedoras individuais da área de beleza, confecção, calçados e alimentação que desenvolvem suas atividades profissionais no município de Nova Andradina, MS, compõem a amostra deste estudo.

4. Resultados e discussão

Através da pesquisa de campo realizada com a aplicação de entrevistas, os dados coletados indicam por quais seriam os motivos pelos quais as mulheres empreendedoras iniciaram seu próprio negócio.

No gráfico 1 pode-se observar que as entrevistadas estão na faixa de 26 até 52 anos. Os dados indicam que 50% estão na idade de 26 a 36 anos, 33% estão na idade de 40 a 46 e 17% a cima de 50 anos, como podemos observar no gráfico a seguir:

Em relação ao grau de instrução podemos observar que: 50% possuem o ensino superior completo, 16% têm o ensino superior incompleto, 17% têm o 1º grau incompleto e outros 17% possuem o 2º grau completo. Então, de acordo com o gráfico 2 consegue-se observar que a maioria delas tem um nível acadêmico considerável, isso demonstra em um maior entendimento e aperfeiçoamento como gestoras.



Gráfico 1: Faixa Etária

■ 26 a 35 ■ 36 a 47 ■ Acima de 50

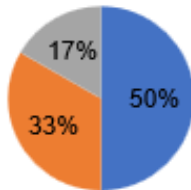
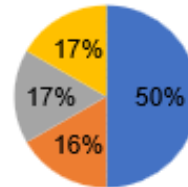


Gráfico 2: Grau de Instrução

■ Superior Completo ■ Superior Incompleto
■ 1º Grau Incompleto ■ 2º Grau Completo



No que diz respeito aos ramos de atividades e funções em que atuam observou-se, gráfico 3, que 33% estão no ramo da alimentação, onde prestam serviços a seus clientes dois períodos ao dia, mais 33% estão no ramo de confecção, 17% é do ramo da beleza, onde buscam a satisfação e auto-estima de seus clientes e 17% ramo de calçados.

De acordo com SEBRAE (2017), uma das decisões mais difíceis é escolher o nicho para investir. A melhor forma de fazer essa escolha é acompanhar como o mercado se movimenta e buscar soluções inteligentes para os setores que ainda carecem de um serviço de qualidade.

Gráfico 3: Ramo de Atividade

■ Confecção ■ Alimentação
■ Beleza ■ Calçados

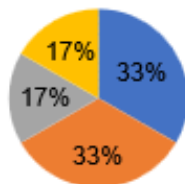
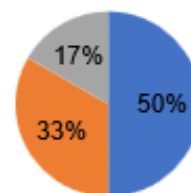


Gráfico 4: Há quanto tempo no mercado de trabalho

■ De 2 a 8 anos ■ De 10 a 20 anos
■ Acima de 21



O gráfico 4 mostra que 50% delas estão no mercado de trabalho de 2 a 8 anos, 33% de 10 a 20 anos e 17% acima de 21 anos. Sendo assim, conseguimos observar que as mesmas estão a um período bem relevante no mercado.



Gráfico 5: Fatores Influenciadores

- Oportunidade
- Influência Familiar
- Sempre quiseram ter seu próprio negócio

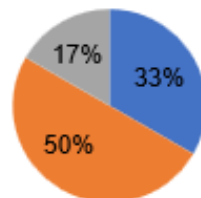
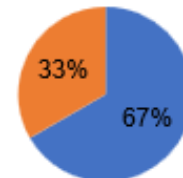


Gráfico 6: Empreendedores na família

- sim
- não



Conforme gráfico 5, 50% das entrevistadas disseram que o que mais as influenciaram a abrir seu próprio negócio foi a questão familiar. 33% delas disseram que foi uma oportunidade de negócio e as outras 17% destacaram o desejo que sempre tiveram de ter seu próprio negócio.

Algumas circunstâncias podem levar o indivíduo a querer empreender, como: o indivíduo que demonstra traços de personalidade comuns do empreendedor nato; o herdeiro; o funcionário da empresa que sente ao longo da carreira um desequilíbrio e falta de reconhecimento; profissionais com características de empreendedor e que dispõem de know-how sobre algum tipo de serviço/produto; vendedores entusiasmados e pelo conhecimento adquirido sobre o mercado e experiência profissional; profissional desempregado; funcionário que desenvolve um negócio ou se associa a outro ramo de atividade com um sócio capitalista; profissional aposentado; dentre outros (ELIAS; BULGACOV, 2013).

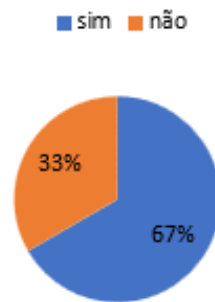
Foi possível enxergar que a maioria tem empreendedores na família, vide gráfico 6. 67% delas disseram que sim e as outras 33% não tem ninguém que seja considerado empreendedor. Percebe-se que as maiorias dessas mulheres tiveram bastante influência da família para abrirem o próprio negócio.

Gráfico 7: Planejamento para a

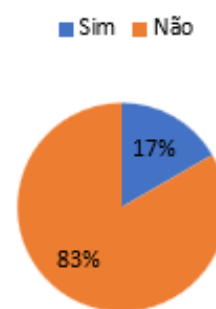
Gráfico 8: Preconceitos e dificuldades



abertura do negócio



enfrentadas



De acordo com a pesquisa, gráfico 7, 67% das entrevistadas fizeram um planejamento para abertura do negócio. O planejamento é essencial para quem quer abrir seu próprio negócio, pois pode resultar no sucesso ou fracasso da empresa. Segundo Maximiano (2008), o processo de planejamento é a ferramenta para administrar as relações com o futuro, sendo uma aplicação específica do processo de tomar decisões. As decisões que procuram de alguma forma, influenciar o futuro, ou que serão colocadas em prática no futuro, são decisões de planejamento.

Os autores Silveira e Gouvêa (2008) destacam que, embora a realidade atual seja bem diferente do que havia até poucos anos, ainda há muito preconceito quando são abordados enfoques específicos como financiamento para empresas dirigidas por mulheres, cargos de direção para comandar uma equipe de maioria masculina, entre outros. O assunto que aborda como estratégias empresariais em organizações e aspectos que envolvam sucesso e fracasso de empresas gerenciadas por mulheres, é tema que merece, ainda, atenção

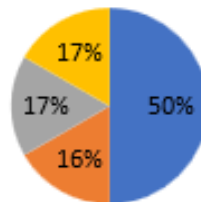
Nesse caso da pesquisa, 17% das mulheres relataram que sofreram algum tipo de preconceito ou dificuldades pelo fato de serem mulheres e donas do próprio negócio (gráfico 8).

Por fim, para 50% das entrevistadas apontaram que o maior estímulo em ser empreendedora é o fato de poder transformar ideias em ações reais, gráfico 9, o que reflete em desenvolvimento do negócio, alcance de metas e objetivos organizacionais e sucesso pessoal e profissional, dentre outros.

Gráfico 9: O que é empreendedorismo para você



- Transformar Idéias
- Conquistar seu lugar no mercado
- Solucionar problemas
- Criar, planejar e executar



5. Considerações Finais

Diante do crescente movimento de mulheres atuando como empreendedoras no Brasil, a proposta foi identificar quais características estão presentes no perfil empreendedor da mulher de Nova Andradina – MS.

As entrevistas indicam a diversidade nas idades dessas mulheres, tendo de 26 a 52 anos, o que justifica o fato de algumas estarem a um tempo significativo no mercado.

Podemos identificar certo dinamismo nos ramos de atividades entre elas, porém, o ramo que mais predominou foi o de confecções.

A pesquisa nos mostra que a maioria das mulheres é portadora de um curso superior completo, isso significa que no decorrer do tempo, as mesmas buscaram sua formação acadêmica. Um bom planejamento é crucial para a sobrevivência e sucesso da empresa. Sendo assim, 67% das mulheres realizaram um planejamento para a abertura do negócio.

Verificou-se que a maioria das mulheres entrevistadas possui empreendedores na família o que ressaltou uma possível forte influência familiar na abertura do próprio negócio.

Com o passar do tempo, ideias e pensamentos sobre preconceitos sobre a mulher à frente de seu próprio negócio vem sendo transformadas positivamente, portanto, a maioria das entrevistadas não sofreu nenhum tipo de preconceito e dificuldades para estar à frente de seu empreendimento.



O ponto que se destacou foi a percepção que as entrevistadas possuem sobre empreendedorismo, sendo elas: transformar suas ideias, conquistar mercado, solucionar problemas, criar, planejar e executar.

6. Referências

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. Núcleo de Pesquisa da FINAN, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.

AMORIM, Rosane Oliveira. Empreendedorismo Feminino: Razão Do Empreendimento. 2011. Monografia. CESPRI. Primavera (PR). Administração. Disponível em: <<
<https://docs.google.com/document/d/1br8TqJAJdeiteKuo74Xo48kkPzgunjkoq7m-L8I6thw/edit> >> Acesso em: 04/03/2017

BAIG, I. A.; BATOOL, Z.; ALI, A.; BAIG, S. A.; HASHIM, M.; ZIA-UR-REHMAN, M. Impact of women empowerment on rural development in Southern Punjab, Pakistan. 2017. Quality & Quantity, 52(4), 1861-1872.

BERTOLAMI, M. et al. Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero. Revista de Administração Contemporânea [online]. 2018, v. 22, n. 3 [Acessado 26 Agosto 2022], pp. 311-335. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018160121>>.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos. São Paulo: Atlas, 1994.

DAMASCENO, Luiza Débora Juca. Empreendedorismo Feminino: Um Estudo Das Mulheres Empreendedoras Com Modelo Proposto Por Dornelas. 2010. Monografia. Universidade Sete de Setembro. Administração. Disponível em: <<
<https://pt.slideshare.net/MaisoDias/empreendedorismo-feminino-um-estudo-das-mulheres-empreendedoras-com-modelo-proposto-por-dornelas> >> Acesso em: 13/03/2017

DEGEN, Ronald Jean. O Empreendedor. São Paulo: Pearson, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo. 3º edição. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

ELIAS VICENZI, S.; BULGACOV, S. Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. Revista de Ciências da Administração, v. 15, n. 35, p. 209, 2013.

FERRETTI, A. S. Z.; SOUZA, E. M. de. Teoria queer e os discursos sobre empreendedorismo: desigualdades de gênero e alternativas de análise a partir do



entrepreneurship. Cadernos EBAPE.BR [online]. 2022, v. 20, n. 2 [Acessado 26 Agosto 2022], pp. 276-288. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1679-395120210100>>
<https://doi.org/10.1590/1679-395120210100x>.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HALPERN, D. Making it work: Recommendations for policies on working families. 2004. Monitor on Psychology, 35(3), 5.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. Psicologia & Sociedade [online]. 2007, v. 19, n. 1 [Acessado 26 Agosto 2022], pp. 77-84. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000100011>>.

KIRZNER, I.M. *Competition and entrepreneurship*. Chicago: Chicago University Press, 1973.

LEITE, M. O trabalho e suas reconfigurações: conceitos e realidades. In: LEITE, Marcia; ARAÚJO, Angela (org.). O trabalho reconfigurado: ensaios sobre Brasil e México. São Paulo, Annablume, Fapesp, 2009, pp.67-94

MACHADO DA SILVA, L. A. Da informalidade à empregabilidade: reorganizando a dominação no mundo do trabalho. Caderno CRH, v. 15, n. 37, Salvador, 2002, pp.81-109 [https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/18603 – acesso em: 25 jul 2019].

MAIA, M. M. Trabalho emocional e significados do feminino no empreendedorismo contemporâneo. Cadernos Pagu [online]. 2022, n. 64 [Acessado 26 Agosto 2022], e226403. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/18094449202200640003>>.

MARCONI, M.A., LAKATOS, E.M. Fundamentos de metodologia científica. 5 ed. São Paulo: Atlas.2003.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para Empreendedores. 2º edição. São Paulo: Pearson, 2011.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à administração. Editora Atlas SA, 2008.

MOORE, D. P.; BUTTNER, E. H. Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling. 1997. Thousand Oaks, CA: Sage.

MORRISON, A.; WHITE, R.; VAN VELSOR, E. Breaking the glass ceiling: Can women reach the top of America's largest corporations? 1987. Reading, MA: Addison-Wesley.



SCHUMPETER, J. *The theory of economic development*. Harvard University Press, 1949.

SEBRAE. Relatório especial Empreendedorismo Feminino no Brasil. Março 2019. Disponível em

https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/empreendedorismo%20feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em 27 de julho de 2022.

SEBRAE. Tendências para empreender em 2017. Disponível em: <<

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/es/sebraeaz/tendencias-para-empreender->

[em2017,62d3ad3d2d16a510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=estadual&codUf=8](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/es/sebraeaz/tendencias-para-empreender-2017,62d3ad3d2d16a510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=estadual&codUf=8) >> Acesso em: 13/07/2017

SEN, A. K. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. de. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. *Revista de Administração FACES Journal*, v. 7, n. 3, 2008.

Disponível em: << <http://www.redalyc.org/html/1940/194016885008/> >> Acesso. 13/07/2017.

STADUTO, J. A. R. Desenvolvimento e gênero: um olhar sobre o rural a partir da perspectiva de Amartya Sen. In J. A. R. Staduto, M. Souza & C. A. Nascimento (Eds.), *Desenvolvimento rural e gênero: abordagens analíticas, estratégias e políticas públicas* (pp. 69-95). Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

VALENTIM, I. C. D. *Comportamento empreendedor*. Editora Intersaberes, 2021.

VEDANA, R. et al. Empoderamento feminino na agricultura: um estudo na Lar Cooperativa Agroindustrial (Paraná). *Revista de Economia e Sociologia Rural* [online]. 2023, v. 61, n. 2, e237944. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.237944>>. [Acessado 26 Agosto 2022]