



UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA
CAMPUS MINISTRO REIS VELOSO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

NAYARA BRENNIA SILVA

**O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ESTADO DO PIAUÍ NO
PERÍODO DE 2015 A 2019**

PARNAÍBA-PI

2021

NAYARA BRENNIA SILVA

**O EMREENDEDORISMO FEMININO NO ESTADO DO PIAUÍ NO PERÍODO DE
2015 A 2019**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Econômicas e Quantitativas da Universidade Federal do Delta do Parnaíba – UFDPAr, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Profa. Ma. Vera Lúcia dos Santos Costa.

PARNAÍBA-PI

2021

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Delta do Parnaíba
Biblioteca Prof. Cândido Athayde
Serviço de Processamento Técnico

S586e Silva, Nayara Brenna
O empreendedorismo feminino no estado do Piauí no período de 2015 a
2019 [recurso eletrônico] / Nayara Brenna Silva. – 2021.
1 Arquivo em PDF

TCC (Bacharelado em Ciências Econômicas) - Universidade Federal do
Delta do Parnaíba, 2021.
“Orientação: Profa. Ma. Vera Lúcia dos Santos Costa”

1. Mulher Empreendedora. 2. Liderança Feminina. 3. Independência
Financeira. I. Título.

CDD: 331.4

NAYARA BRENNA SILVA

**O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ESTADO DO PIAUÍ NO PERÍODO DE
2015 A 2019**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Econômicas e Quantitativas da Universidade Federal do Delta do Parnaíba – UFDPAr, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Profa. Ma. Vera Lúcia dos Santos Costa.

Data de aprovação: 15/07/2021

Profa. Ma. Vera Lúcia dos Santos Costa – UFDPAr
(Orientadora)

Prof. Me. Manoel de Jesus Nunes da Costa Junior
Membro da Banca

Profa. Dra. Maria de Fatima Vieira Crespo – UFDPAr
Membro da Banca

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus primeiramente, a minha família, em especial minha mãe, que sempre me apoiou, foi por ela que eu nunca desistir, e ela nunca desistiu de mim, aos meus amigos, minha orientadora que teve muita paciência comigo, não posso deixar de registrar meu professor Geilsson, foi de extremamente importância em uma das vezes que pensei em desistir, professor e amigo Manoel, e a todos que estiveram envolvidos direta e indiretamente nesse trabalho.

Peço desculpas a mim mesmo por não ter me esforçado mais, mas acredito em Deus, tudo é no seu tempo, levo muito aprendizado durante esses anos que passei na faculdade, foram os anos mais difíceis da minha vida, só Deus sabe, mas teve muitos momentos felizes, amizades pra vida toda, fecho esse ciclo com muito orgulho de ter conseguido, não importa o tempo, o importante é nunca desistir.

GRATIDÃO!!!

RESUMO

O empreendedorismo é essencial e vem crescendo no decorrer dos anos, e, por conta da falta de vaga de emprego, empreender tornou-se uma iniciativa comum. A presença da mulher no empreendedorismo está em constante crescimento, e com o passar dos anos os valores da família e do mercado de trabalho mudaram e a mulher sentiu a necessidade de trabalhar e ser remunerada para ajudar nas despesas da casa, levando a mesma a ser uma empreendedora e ao mesmo tempo a matriarca da casa. Diante desse contexto o objetivo geral do trabalho foi analisar a evolução do empreendedorismo feminino no estado do Piauí no período de 2015 a 2019. Os objetivos específicos foram avaliar a evolução da quantidade de mulheres empreendedoras no Piauí no período de 2015 a 2019; e verificar as atividades em que elas estão atuando. O trabalho é classificado como uma pesquisa bibliográfica, documental, descritiva e exploratória, fez-se levantamentos de dados e informações na A pesquisa é descritiva, fez-se levantamento de dados e informações na Junta Comercial do Estado do Piauí e na base de dados do SEBRAE – o DataSebrae. Quanto a participação de mulheres empreendedoras chefes de domicílios, apresentou-se uma tendência decrescente, o que pode ser reflexo da crise econômica pela qual o país passa. Pode-se apontar como uma das motivações para essas mulheres iniciar o próprio negócio, a falta de oportunidades, no mercado de trabalho, e a necessidade de complementar a renda familiar. Constatou-se que as mulheres empreendedoras estão atuando mais no setor de vestuário, tem a faixa etária de 45 a 55 anos de idade, os níveis de escolaridade das mulheres empreendedoras possuem ensino fundamental e médio. Conclua-se que o empreendedorismo feminino do Piauí vem se destacando, e crescendo cada vez mais, entretanto, a desigualdade de gênero ainda existe, mas já há uma significativa mudança.

Palavras Chaves: Mulher empreendedora. Liderança feminina. Independência financeira.

ABSTRACT

Entrepreneurship is essential and has been growing over the years, and, due to the lack of job vacancies, entrepreneurship has become a common initiative. The presence of women in entrepreneurship is constantly growing, and over the years the values of the family and the labor market have changed and the woman felt the need to work and be paid to help with household expenses, making it an entrepreneur and at the same time the matriarch of the house. Given this context, the general objective of the work was to analyze the evolution of female entrepreneurship in the state of Piauí in the period from 2015 to 2019. The specific objectives were to assess the evolution of the number of women entrepreneurs in Piauí in the period from 2015 to 2019; and check the activities they are working on. The work is classified as a bibliographical, documentary, descriptive and exploratory research, data and information surveys were carried out in The research is descriptive, data and information were collected in the Commercial Registry of the State of Piauí and in the database of the SEBRAE – the DataSebrae. As for the participation of female entrepreneurs, heads of households, there was a decreasing trend, which may be a reflection of the economic crisis that the country is going through. One of the motivations for these women to start their own business is the lack of opportunities in the labor market and the need to supplement the family income. It was found that women entrepreneurs are working more in the clothing sector, they are aged between 45 and 55 years old, the educational levels of women entrepreneurs have elementary and high school education. It can be concluded that female entrepreneurship in Piauí has been standing out, and growing more and more, however, gender inequality still exists, but there is already a significant change.

Keywords: Entrepreneurial woman. Female leadership. Financial independence.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Características do empreendedor segundo a visão de alguns autores ..	15
Quadro 2 - Principais de tipos de empreendedores.....	16
Gráfico 1 – Taxas (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE. Brasil (2002-2019).....	19
Gráfico 2 - Ramo de atividades empreendedoras exercidas pelas mulheres no Estado do Piauí. 2018.....	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Taxas (%) e estimativas (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio e potencial empreendedores. Brasil (2019)	18
Tabela 2 – Taxas específicas (em %) de empreendedores por gêneros segundo o estágio do empreendedorismo. Brasil (2018)	20
Tabela 3 – Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para iniciar um novo negócio. Brasil (2019).....	21
Tabela 4 – Evolução trimestral do total de empreendedores, participação feminina e mulheres empreendedoras chefes de domicílios no período de 2015 a 2019 no Piauí	24
Tabela 5 – Faixa etária de idade das empreendedoras do Estado do Piauí (2018).....	27
Tabela 6 – Nível de escolaridade das empreendedoras do Estado do Piauí (2018).....	27

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPJ – Cadastro de Pessoa Jurídica

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

JUCEPI – Junta Comercial do Estado do Piauí

MEI – Microempreendedor Individual

PIB – Produto Interno Bruto

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEPLAN – Secretaria de Estado do Planejamento

SOFTEX – Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro

TEA – Taxa de Empreendedores Iniciais

TEE – Taxa de Empreendedores Estabelecidos

TTE – Taxa Total de Empreendedores

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Empreendedorismo: conceitos	13
2.2. Características dos empreendedores	14
2.3 Empreendedorismo no Brasil	17
3 METODOLOGIA	22
3.1 Caracterização da área de estudo.....	22
3.2 Caracterização da pesquisa	22
3.3 Levantamento e análise dos dados	23
4 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ESTADO DO PIAUÍ	24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS	30

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se tornado essencial nas atitudes diárias dentro de uma empresa que vem crescendo diante da falta de empregos.

A presença da mulher no empreendedorismo está em constante crescimento (SILVA; MAINARDES e LASSO, 2016). Com o passar dos anos os valores da família e do mercado de trabalho mudaram e a mulher sentiu a necessidade de trabalhar para ajudar nas despesas da casa, levando-a a ser uma empreendedora e ao mesmo tempo a matriarca da casa.

Há décadas o gênero feminino vem lutando contra uma sociedade machista, mas as mulheres contribuíram muito para o crescimento e desenvolvimento desta mesma sociedade. Lutaram para ter seus direitos trabalhista, porque eram vistas somente como donas de casa, desde então a busca por igualdade na sociedade é constante.

Segundo Gomes et al (2009), já há algum tempo que as mulheres não entram no mercado de trabalho apenas como empregadas, mas também como empregadoras e, devido a atuação dessas mulheres, muitos países têm crescido e se desenvolvido economicamente. Para Silveira e De Gouvêa (2008) as mulheres têm colaborado na criação de empregos e renda em muitos países. E por tal fato, o aumento do empreendedorismo feminino no Brasil ganhou novo significado, principalmente para as empresas de pequeno e médio porte.

No Brasil, existem muitos brasileiros que almejam mudar sua condição financeira e sonham em ter seu próprio negócio, expor suas ideias e vontades, criar e empreender. Nessas perspectivas, o número de empreendedores é relativamente alto, e nesse viés, o número de mulheres empreendedoras vem crescendo gradativamente (BRITTO e WERWER, 2003).

A pesquisa GEM de 2012 aponta que o número de mulheres à frente de negócios estabelecidos foi de 44% e de negócios iniciais foi de 49,6%. Outro destaque da pesquisa GEM (2012) revela que a maioria dessas empreendedoras é guiada por uma oportunidade de mercado (73,9%) e não por necessidade, como vinha acontecendo com as mulheres de uma forma geral. Ainda, pode-se ressaltar que o empreendedorismo feminino por oportunidade foi maior que o masculino na mesma condição (GEM, 2012).

Desse modo, a justificativa desta pesquisa está embasada na importância do

empreendedorismo para a economia como um todo e para o sustento das famílias, no qual as mulheres desempenham um papel fundamental. A dedicação, perseverança, competência e flexibilidade das empreendedoras permite que as mesmas se destaquem no mercado de trabalho e contribuam para o próprio crescimento econômico da empresa e pessoal.

Dessa maneira se formulou o seguinte problema: como o empreendedorismo feminino no estado do Piauí evoluiu do período de 2015 a 2019? Para responder esse questionamento, o objetivo geral desta pesquisa consistiu em analisar a evolução dos dados das mulheres empreendedoras no estado do Piauí no período 2015 a 2019. Os objetivos específicos são: demonstrar a evolução da quantidade de mulheres empreendedoras no Piauí no período 2015 a 2019; verificar as atividades em que elas estão atuando e caracterizar o perfil socioeconômico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Na presente seção se pretende expor o entendimento sobre os conceitos de empreendedorismo, características e tipos de empreendedorismo sob a ótica de diversos autores e uma abordagem do empreendedorismo no Brasil.

2.1 Empreendedorismo: conceitos

O empreendedorismo é um processo de iniciativa de novos negócios, seja para um âmbito empresarial de grande porte, ou para pessoas anônimas montando seu próprio negócio. Empresas de grande porte buscam no empreendedorismo novas oportunidades por meio da criatividade e da inovação, tanto para empresa, quanto para sociedade.

Empreender é inovar, arriscar, criar oportunidades desenvolvendo soluções, é investir em criatividades de algo que possa ter um impacto positivo para seu negócio, e para as pessoas.

A primeira noção que se tem sobre o termo empreendedorismo veio com os franceses que o criaram para diferenciar um empreendedor de um capitalista. Littré (2005) menciona que no século XVI, a figura do empreendedor encontrava-se muito associada aos empreendimentos militares, mas foi no século XVII, que a conotação evoluiu para considerar uma pessoa cuja atividade implicava em tomar riscos elevados, em geral, associados aos empreendimentos envolvendo um contrato de obra pública com o soberano.

Entretanto, no final do século XVII e início do século XVIII o termo foi empregado para “[...] referir-se a pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos” (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009, p. 452). O empreendedorismo passa a ter um novo significado a partir dos séculos XIX e XX. Este novo conceito é decorrente do desenvolvimento do capitalismo e do avanço da sociedade. É por isso que se considera o empreendedorismo como um impulsionador do crescimento e do desenvolvimento socioeconômico (BARROS; CARVALHO; COSTA, 2011).

Considerado como o grande propulsor no campo do empreendedorismo e dando um novo conceito para inovação, Schumpeter (1997, p. 10) afirma que

“empreendedorismo, é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos advindos da produção existentes são substituídos por novos hábitos de consumo”. E nesse mesmo pensamento, Dolabela (2010) afirma que empreender é um processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza.

O empreendedor é alguém capaz de identificar e aproveitar uma oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar uma oportunidade em negócio de sucesso. “[...] empreendedorismo é criar e construir algo de valor [...]” sendo raramente uma proposição de enriquecimento rápido, é antes a construção de valor a longo prazo e de uma maneira corrente durável de fluxo de caixa (TIMMONS, 1994 apud DOLABELA, 2008, p. 67).

Para Frank (1967) e Drucker (1970) empreendedorismo se refere a assumir riscos. Assim, 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).

Segundo Dornelas (2008), empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio, assumindo riscos. Conforme o referido autor, em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Empreender é agregar valor a um produto ou serviço, saber identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo, sendo que o mesmo está ligado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia. Segundo Drucker (1998), os empreendedores não causam mudanças, mas sim exploram oportunidades que as mudanças criam, como por exemplo, na preferência dos consumidores, nas normas sociais etc. Portanto, o empreendedor busca a mudança, e explora a mesma como uma oportunidade.

2.2 Características e Tipos de empreendedores

No Quadro 1 estão apresentadas as características mais presentes nos indivíduos empreendedores, com o objetivo de sintetizar as diferentes visões dos autores sobre a figura do empreendedor.

Quadro 1 – Características do empreendedor segundo a visão de alguns autores.

AUTOR	CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR
Bhidé (2002)	Indivíduo que aproveita oportunidades de mercado para criar um novonegócio, é flexível a mudança, apresenta boa capacidade de percepção e criatividade.
Cantillon (1975) citado por Filion (1999)	Indivíduo interessado não só na economia, mas também nos aspectos de gestão de empresas, desenvolvimento e gestão de negócios.
Dolabela (1999)	Perseverante, tenaz, apresenta capacidade de identificar oportunidades de negócio e assumir riscos.
Dornelas (2008)	Pessoa diferenciada, que apresenta singular motivação. Apaixonada pelo que faz. Tem necessidade de admiração e reconhecimento, quer ser imitada e referenciada, anseia por deixar algum legado para a sociedade. É dinâmica, criativa, líder, capaz de assumir riscos e explorar oportunidades.
Drucker (1994)	Indivíduo que busca pela mudança, está atento a oportunidades de negócio, cria algo novo, diferente. Inova e tem a capacidade de conviver com riscos e incertezas.
Endeavor (2014)	Questiona a realidade e faz acontecer a evolução todos os dias. Apaixonado, antenado, independente e arrojado.
Santos (2013)	Agente das mudanças e transformações na economia. Conhece e compreende seu setor, valoriza oportunidade de negócio e sabe escolher momento oportuno.
Schumpeter (1985)	Inovador, tem capacidade de assumir riscos e de romper paradigmas.

Fonte: PESCKE; PEREIRA (2014).

Diante dessas informações, o empreendedor é visto como um indivíduo diferenciado, inovador e que, principalmente, está disposto a correr riscos ao assumir um negócio. Além de o empreendedor ser responsável pela gestão do negócio, como afirmam Costa, Carvalho e Barros (2010), é preciso que ele esteja atento a perspectivas de mercado, uma vez que empreendedor não é apenas quem investe em um novo negócio e sim aquele indivíduo que mantém o processo de aprendizagem do empreendimento e se foca nisso.

Pode-se classificar os empreendedores em diversos tipos, tais como é apresentado no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2 – Principais de tipos e características de empreendedores.

TIPOS	CARACTERÍSTICAS
Informal	Este tipo ganha dinheiro porque precisa sobreviver. O empreendedor deste perfil trabalha para garantir o suficiente para viver, tem um risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro.
Cooperado	Este tipo costuma empreender ligado a cooperativas, como artesãos. Por isso, trabalho em equipe é primordial. Sua meta é crescer até poder ser independente. Geralmente, estes empreendedores dispõem de poucos recursos e tem um baixo risco.
Individual	Este é o empreendedor informal que se formalizou através do Microempreendedor Individual (MEI) e começa a estruturar de fato uma empresa. Este perfil ainda está muito ligado à necessidade de sobrevivência e geralmente trabalha sozinho ou com mais um funcionário apenas.
Franqueado e Franqueador	Muitos desconsideram o franqueado como empreendedor, mas a iniciativa de comandar o negócio, mesmo que uma franquia deve ser levada em conta. Geralmente, procuram uma renda mensal média e o retorno do investimento. O franqueador é responsável por construir uma rede através de sua marca.
Social	A vontade de fazer algo bom pelo mundo aliada ao desejo de ganhar dinheiro move este empreendedor. Nesta categoria, trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.
Corporativo	É o intraempreendedor, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha. Seu principal objetivo é crescer na carreira, com promoções e bônus.
Público	O empreendedor público é uma variação do corporativo para o setor governamental. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é nobre e tem valor para a sociedade.
Do conhecimento	Este empreendedor usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar. É como um atleta que se prepara e ganha medalhas importantes. Eles buscam realização profissional e reconhecimento com isso.
Do próprio negócio	Este é o mais comum e costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida ou porque pensa grande. Dentro deste perfil, encontra-se outros subtipos: o empreendedor nato e o serial.

Fonte: Zuini (2014).

De acordo com os tipos de empreendedores, os subtipos do “próprio negócio” são:

O empreendedor serial é aquele que cria o negócio para vendê-lo. Dessa forma, o capital ganho com essa ideia inicial é utilizado para criar outro, vendê-lo novamente e produzir algo novo sempre, tornando-se uma atividade cíclica. Assim a venda é parte do fim de um empreendimento e o começo de um novo. Os empreendedores natos são geralmente os mais conhecidos e reverenciados. (LIMA, 2017, p. 2).

O empreendedorismo corporativo tem ganhado importância nos últimos anos devido ao crescimento de empresas multinacionais e à necessidade de inovação e de continuarem evoluindo. Esse tipo de empreendedor se destaca e busca crescer dentro da empresa, trazendo bons frutos para a organização. Os mesmos possuem grande conhecimento em ferramentas administrativas e sabem gerenciar uma equipe com excelência. Também são considerados ótimos vendedores e negociadores e sabem trabalhar em situações limitadas, nas quais a empresa não dá toda a liberdade para o mesmo agir. O empreendedor corporativo é considerado o perfil para trabalhar em empresas de grande porte, pois está envolvido com lançamentos de novos produtos, decisões sobre fusões e aquisições, novos negócios para a organização, reestruturação organizacional, e busca de novas parcerias (HASHIMOTO, 2006).

O empreendedor social vem de qualquer setor que seja sem fins lucrativos, possuindo as características dos empreendedores tradicionais de criatividade, visão e determinação. Ele busca a inovação social no lugar do dinheiro por meio do emprego e da focalização na inovação, almejando o benefício social que ela pode trazer, além de utilizarem de suas experiências organizacionais e empresariais para ajudar os outros.

2.3 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil efetiva-se nos anos 1990, com a criação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX). Antes disso, o ambiente econômico do país não era propício, não havendo informações para ajudar o empreendedor em sua jornada.

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do micro e pequeno empresário brasileiro, buscando através deste, todo o apoio necessário para abertura e manutenção de seu negócio. A importância do SEBRAE é através da capacitação feita através de serviços de consultoria, oferecimento de cursos de aperfeiçoamentos, de palestras, suporte para resolver problemas estratégicos ou operacionais de organizações já inseridas no mercado. Já o Softex tinha como objetivo levar as empresas de software nacionais ao mercado externo, por meio de diversas ações visando proporcionar ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia (DORNELAS, 2001).

A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) distingue-se de outros estudos que têm foco no empreendedorismo, pelo fato de que o objeto central de sua investigação está no sujeito empreendedor. É o empreendedor que apresenta suas características, manifesta suas expectativas e descreve o seu negócio. Esse empreendedor não é apenas aquele que está à frente de negócios bem estruturados, muito menos os “negócios de sucesso”. O GEM engloba todo e qualquer tipo de empreendedorismo, desde aqueles situados na base da pirâmide até os de alto valor agregado.

A Tabela 1 a seguir refere-se a taxas e estimativas de empreendedorismo no Brasil no ano de 2019.

Tabela 1 – Taxas¹ (%) e estimativas² (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio potencial empreendedores³. Brasil (2019).

Estágio	Taxas	Estimativas
Empreendedorismo total	38,7	53.437.971
Empreendedorismo inicial	23,3	32.177.117
Novos	15,8	21.880.835
Nascentes	8,1	11.120.000
Empreendedorismo estabelecido	16,2	22.323.036
Empreendedorismo potencial	30,2	25.545.666

Fonte: GEM Brasil (2019).

¹Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais pode ser diferente da taxa total, uma vez que empreendedores com mais de um empreendimento serão contabilizados mais de uma vez.

² Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

³São considerados potenciais empreendedores aqueles indivíduos que ainda não são empreendedores (não considerados nos itens anteriores), mas que pretendem abrir um novo negócio nos próximos três anos.

Em relação ao empreendedorismo, há alguns conceitos importantes que merecem ser citados, tais como: Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) é formada por todos os indivíduos que estão envolvidos com uma atividade empreendedora, portanto, é o conjunto dos empreendedores iniciais e estabelecidos.

A Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) corresponde aos nascentes ou novos que são aqueles indivíduos que são proprietários do próprio negócio, contudo esse tipo de empreendimento não pagou salários, ou qualquer outra forma de remuneração por mais de três meses. A Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE) são os empreendedores que administram e são proprietários do próprio negócio tidos como consolidados pelo fato de haver pago aos seus proprietários alguma

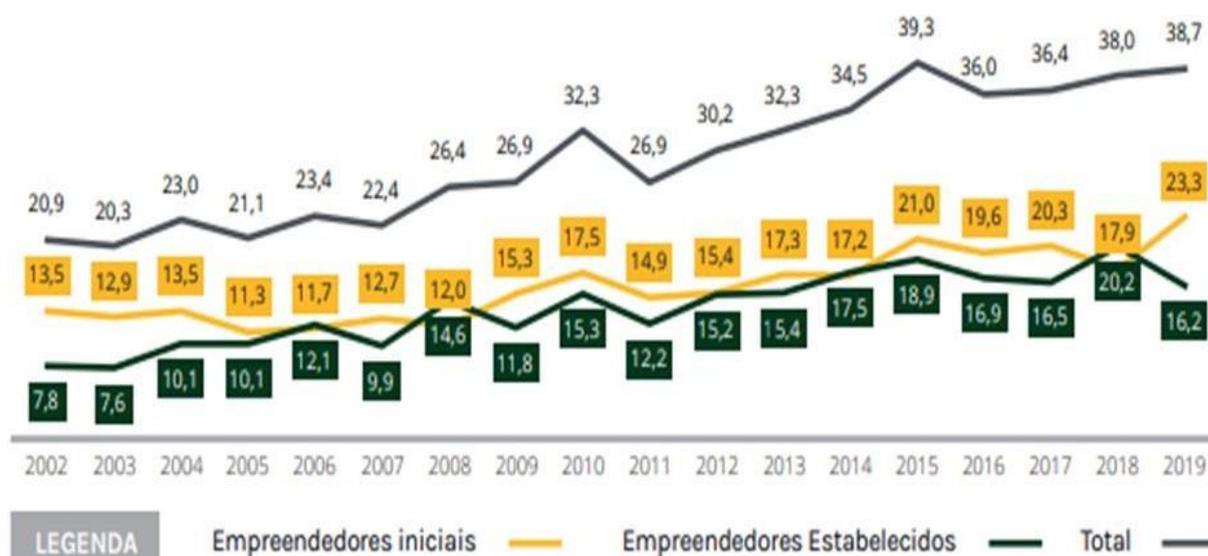
remuneração, sob a forma de salário, por um período superior a 42 meses (GEM, 2017).

De acordo com a Tabela 1, a TTE ficou em torno de 38,7% no ano de 2019, ou seja, de cada 100 brasileiro ou brasileira adultos (18 a 64 anos), 38 possuíam alguma atividade empreendedora, quer seja na criação ou manutenção de algum negócio. É a segunda mais alta da série histórica, e revelando mais uma vez o quanto o empreendedorismo é presente e sentido no cotidiano de grande parte dos brasileiros.

Ainda de acordo com a Tabela 1, a estimativa da TEE representa 53,5 milhões e brasileiros que empreenderam, realizaram ou estão envolvidos na criação de novo empreendimento, ou consolidando um novo negócio ou um negócio já estabelecido (GEM, 2019).

Como demonstrado no Gráfico 1 a seguir consta as taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendedorismo TEA, TEE, TTE no Brasil nos anos de 2002 a 2019.

Gráfico 1 – Taxas¹ (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE. Brasil (2002-2019).



Fonte: GEM Brasil (2019).

¹Percentual da população de 18 a 64 anos.

Observa-se pelo Gráfico 1 que a taxa de empreendedores, tanto os iniciais como os estabelecidos, aumentou ao longo do período de 2002 a 2019. Pontua-se que essas taxas não são constantes ao longo do período, a taxa de empreendedores iniciais teve queda nos anos de 2005, 2008, 2011, 2014, 2016 e 2018. E a taxa de empreendedores estabelecidos, foi mais variável, teve redução nos anos de 2003,

2007, 2009, 2011, 2016, 2017 e 2019.

O aumento significativo na taxa de empreendedores iniciais se deve exclusivamente ao importante aumento na taxa empreendedores nascentes, de 6,4 pontos percentuais em relação a 2018. Explicações para tal crescimento podem ser buscadas no momento social e econômico do país, no qual se observa, por um lado, a retomada da economia e do otimismo no meio empresarial e financeiro e, por outro, a tímida redução nas taxas de desemprego, mantendo ainda muitas incertezas sobre as opções de ocupação e de obtenção de renda para a população (GEM, 2019).

Conforme ressalta o GEM (2019) em 2002 a taxa de empreendedores iniciais era de 13% até 2008 essas taxas não tiveram um aumento relevante, em 2010 teve um aumento de 4% em relação ao ano de 2002, em 2015 tiveram aumento nas duas taxas, chegando ao total de 39%, em 2018 uma queda de 2% na taxa de empreendedores iniciais. Entretanto, com o aumento na taxa de empreendedores estabelecidos em 2018 a taxa de empreendedores iniciais chegou a 23% no ano de 2019.

Na Tabela 2 consta às taxas de empreendedores total, inicial, novos, nascentes e estabelecido, por gênero no Brasil no ano em 2018

Tabela 2 – Taxas específicas¹ (em %) empreendedores por gênerossegundo o estágio do de empreendedorismo. Brasil (2018).

Estágio	Masculino	Feminino	Brasil
Empreendedorismo total	41,7	34,4	38,0
Empreendedorismo inicial	18,5	17,3	17,9
Novos	17,0	15,8	1,7
Nascentes	1,6	1,7	16,4
Empreendedorismo Estabelecido	23,3	17,2	20,2

Fonte: GEM Brasil (2018).

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos. A soma das taxas parciais pode ser diferente da taxa total, uma vez que empreendedores com mais de um empreendimento estarão sendo contabilizados mais de uma vez.

De acordo com Tabela 2, é possível identificar que a taxa total de empreendedores na população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos) alcançou 38% em 2018, sendo 41,7% no grupo masculino e 34,4% no feminino, ou seja, de cada 100 brasileiro ou brasileira adultos (18 a 64 anos), quase 42 são do gênero masculino, os que são empreendedores e 34 são mulheres que gerem o próprio negócio (GEM, 2018).

A maior diferença está nas taxas de “Empreendedores Estabelecidos” (indivíduos que possuem um negócio com mais de 3,5 anos), os homens estão 6

pontos percentuais acima das mulheres. No caso de “Empreendedores Iniciais” , que envolve tanto empreendedores “Nascentes” como “Novos” , as taxas estão mais próximas entre os gêneros (GEM, 2018).

A Tabela 3 a seguir apresenta a motivação de empreender segundo a metodologia GEM Brasil para o ano de 2019.

Tabela 3 – Percentual dos empreendedores iniciais¹ segundo as motivações para iniciar um novo negócio. Brasil (2019).

Motivação	Taxas
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,4
Para fazer diferença no mundo	51,4
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	36,9
Para continuar uma tradição familiar	2,6

Fonte: GEM Brasil 2019

¹Empreendedores iniciais que responderam afirmativamente cada uma das questões. As questões não são excludentes, ou seja, o empreendedor poderá ter respondido afirmativamente para mais de uma.

De acordo com a tabela 3 pontua-se que 88,4% dos empreendedores iniciais concordam que a motivação é por conta da escassez de emprego, 51,4% tem a motivação de fazer diferença no mundo com novos negócios, 36,9% querem entrar no mundo do empreendedorismo para construir uma grande riqueza, ou obter uma renda alta e, 26,6% desses empreendedores pretendem continuar uma tradição familiar.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização da área de estudo

O Piauí é um dos nove estados do Nordeste do Brasil. Faz limites com Ceará, Pernambuco, Bahia, Tocantins e Maranhão. Possui 224 municípios e sua área é de 251.611,929 km². (IBGE, 2020). Teve a população estimada em 2020 de 3.281.480 habitantes, possui um IDH, calculado em 2010, de 0,646 e PIB *per capita* de R\$ 15.432,05 em 2018 (IBGE, 2021).

Quanto ao trabalho e rendimento, os dados do IBGE (2021) apontam que o rendimento nominal mensal domiciliar per capita em 2019 era de R\$827,0, com a proporção de pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência em trabalhos formais. E, o rendimento médio real habitual do trabalho principal das pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência em trabalhos formais, em 2020, era de R\$ 2.134,0.

O IBGE (2021) registrou também dados quanto à restrição ao acesso à educação, sendo de 36,7% da população em 2020, incluindo crianças e adolescentes de 6 a 14 anos de idade que não frequentavam escola, pessoas de 15 anos ou mais de idade analfabetas e pessoas de 16 anos ou mais de idade que não possuíam ensino fundamental completo. E quanto ao nível de instrução de pessoas com 25 anos ou mais de idade 41,9% possuem o ensino fundamental incompleto (IBGE, 2021).

Quanto aos setores da economia, tem-se o destaque para o setor de serviços (68,87% do PIB de 2018), seguido pela indústria e agropecuária (IBGE, 2021).

3.2 Caracterização da pesquisa

A pesquisa é classificada como descritiva, bibliográfica, documental e exploratória.

A pesquisa é classificada como exploratória, pois envolve o levantamento bibliográfico de todo material já escrito e publicado sobre a temática (CERVO; BERVIAN e DA SILVA, 2007, p. 60). A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas já publicadas por outros autores dentro da temática.

As informações necessárias para o desenvolvimento da presente pesquisa

foram obtidas através da coleta de dados secundários (bibliográfica e documental), esta última subsidiou o levantamento de todo o material já publicado sobre o tema investigado, informando e contextualizando e caracterizando sobre o empreendedorismo feminino e suas prática e processos.

Portanto, descreve-se as características das mulheres empreendedoras do Piauí, fazendo um levantamento e análise de dados, um levantamento de informações e investigação em material teórico já analisados, explorando o problema com base nos dados, análise, e o levantamento de informações, obtendo um resultado preciso da pesquisa.

3.3 Levantamento e análise dos dados

Fez-se levantamento de dados e informações na Junta Comercial do Estado do Piauí e na base de dados do SEBRAE – o DataSebrae.

As variáveis analisadas foram o percentual de mulheres empreendedoras no Piauí, sua condição de chefe da família e o ramo de atividade que ocupa como empreendedora; o quantitativo de mulheres empreendedoras que possuem registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ).

Para a análise dos dados, fez-se tabulações das variáveis levantadas para o período de 2016 a 2019, atentando-se para as mudanças que ocorrem ao longo desse período, bem como os fatores que contribuíram para isso.

4 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ESTADO DO PIAUÍ

Segundo a Junta Comercial do Estado do Piauí (JUCEPI, 2018), “São quase 80 mil empresas ativas constituídas por mulheres, porém estima-se que este número seja bem maior pois não estão inclusos Microempreendedores individuais (MEI) nesta contagem” (JUCEPI, 2018, p. 1). Esse dado revela que a mulher tem participação significativa nos empreendimentos do Estado, em especial os formalizados. Existe pelo menos uma mulher como sócia em 37% das companhias registradas no Estado.

Conforme os dados disponibilizados no DataSebrae (2021), no Piauí existiam 461,13 mil empreendedores no quarto trimestre de 2019, sendo que 90,31% atuam por conta própria e os demais são empregadores. As mulheres correspondiam a 36,23% do total e a maioria delas (54,14%) eram chefe de domicílio. Quanto ao grau de instrução, a maioria (51,15%) tem até o ensino fundamental incompleto e a faixa etária delas (47,25%) está entre 25 e 45 anos. Pode-se apontar como uma das motivações para essas mulheres a falta de oportunidades, no âmbito da educação, e a necessidade de completar a renda familiar.

A seguir apresenta-se a Tabela 4 com a evolução trimestral do total de empreendedores, participação feminina e mulheres empreendedoras chefes de domicílios no período de 2015¹ a 2019 no Estado do Piauí.

Tabela 4 - Evolução trimestral do total de empreendedores, participação feminina e mulheres empreendedoras chefes de domicílios no período de 2015 a 2019 no Piauí.

Trimestre-ano	Total de empreendedores (mil)	Participação feminina (%)	Mulheres empreendedoras chefes de domicílios(%)
4/2019	461,13	36,23	54,14
3/2019	470,45	37,17	55,98
2/2019	456,93	37,50	56,13
1/2019	456,25	37,23	56,16
4/2018	445,57	38,04	55,47
3/2018	459,93	37,15	57,51
2/2018	432,98	36,05	57,69
1/2018	429,83	36,40	58,17
4/2017	431,23	34,56	59,64
3/2017	430,33	35,36	59,74
2/2017	432,38	34,35	59,62
1/2017	417,60	36,32	59,00
4/2016	448,12	33,32	58,98
3/2016	445,11	35,03	57,92

2/2016	454,96	34,07	57,76
1/2016	449,82	33,53	61,29

¹ O DataSebrae disponibilizou os dados apenas a partir do 4º trimestre de 2015.

4/2015	465,01	33,72	62,44
--------	--------	-------	-------

Fonte: Dados do DataSebrae (2021).

Observa-se que no primeiro trimestre de 2017 houve uma perda de 30,52 mil empreendedores em relação ao quarto trimestre de 2016, entretanto, mesmo com essa perda de empreendedores a participação feminina cresceu em 3%. No terceiro trimestre de 2018 obteve-se um aumento de 42,33 mil empreendedores em relação ao primeiro semestre de 2017, com a participação feminina de 37,15%, sendo 57,51% empreendedoras chefes. No terceiro trimestre de 2019 tiveram um aumento de 10,52 mil empreendedores em relação ao terceiro trimestre de 2018, com participação feminina de 37,17%, sendo 55,98% empreendedoras chefes.

Observa-se que as taxas de participação feminina no empreendedorismo se apresentara crescentes ao longo do período analisado, ocorrendo pequenas variações. Quanto a participação de mulheres empreendedoras chefes de domicílios, apresentou-se uma tendência decrescente, o que pode ser reflexo da crise econômica pela qual o país passa.

Apesar de serem 52% da população piauiense, as mulheres são minoria à frente dos negócios no estado. Levantamento do Sebrae e do IBGE revela que apenas 36% dos líderes empresariais do Piauí são mulheres, enquanto os outros 64% são homens.

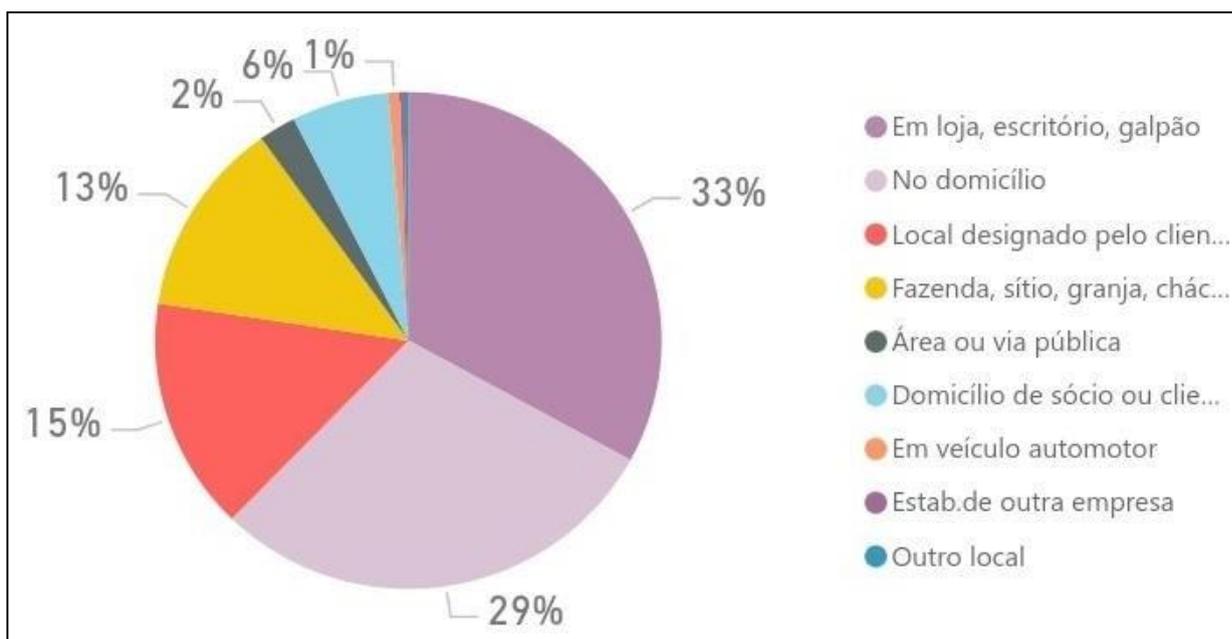
Para reduzir a desigualdade de gênero, o Sebrae-PI tem estimulado a participação feminina no empreendedorismo.

De acordo com o Sebrae, 56% das mulheres empreendedoras piauienses têm até 44 anos, 42% delas são chefes de família, 45% estão à frente de empresas com menos de dois anos de atividade, e a maioria atua nos setores de comércio (38%) e serviços (31%)

A desigualdade de gênero ainda é um desafio para as mulheres, apesar de estamos em um século evoluído, mas o empreendedorismo abriu portas para que essa desigualdade diminua cada vez mais e, que a mulher consiga conquistar seu espaço merecido no mercado de trabalho, assim também gerando mais economia.

No Gráfico 2 aponta-se que 33% das empreendedoras exercem suas atividades em loja, escritório e galpão, 29% exercem seu trabalho em domicílio, 15% em local designado pelo cliente, ou seja, atendimento em domicílio, 13% fazenda, sítio, granja, 6% domicílio de sócio ou cliente.

Gráfico 2– Ramo de atividades empreendedoras exercidas pelas mulheres no Estado do Piauí. 2018.



Fonte: SebraeData (2018).

As atividades das empreendedoras do Estado do Piauí apresentada no gráfico, são atividades em que a maioria se trabalha sem empresa registrada.

De acordo com o DataSebrae (2018), as donas de negócios no Brasil somaram 9,3 mil, sendo que destas, 1.255,1 mil são empregadoras e 8,1 mil possuem o próprio negócio. No Estado Piauí, as mulheres empreendedoras somaram 156,1 mil, dos quais 16,1 mil empregaram e 140,0 mil, possuem a própria empresa.

A Tabela 5 a seguir diz respeito a faixa etária das mulheres empreendedoras no Estado do Piauí no ano de 2018.

Tabela 5 – Faixa etária de idade das empreendedoras do Estado do Piauí (2018).

Idade	Porcentagem
Até 25 anos	10%
Acima de 25 anos	20%
Acima de 35 anos	24%
Acima de 45 anos	27%
Acima de 55 anos	14%
Acima de 65 anos	5%

Fonte: DataSebrae (2018)

Analisando a tabela 5 e em base a pesquisa DataSebrae (2018) 27% das empreendedoras do Estado do Piauí tem idade na faixa de acima de 45 a 55, seguida da faixa etária de acima de 35 a 45 anos (24%) e de acima de 25 anos até 35 anos. Com base nos dados percebe-se que as mulheres se tornam empreendedoras já na fase adulta.

A Tabela 6 abaixo representa os níveis de escolaridade das mulheres empreendedoras no Estado do Piauí.

Tabela 6 – Nível de escolaridade das empreendedoras do Estado do Piauí (2018)

Nível de escolaridade	Porcentagem
Sem instrução	2%
Fundamental	43%
Médio	40%
Superior	15%

Fonte: DataSebrae (2018).

A tabela 6 aponta que 43% das empreendedoras do Estado do Piauí têm somente o ensino fundamental e, 40% o ensino médio, ou seja 83% das mulheres empreendedoras piauienses não tem um ensino superior, assim procurando oportunidades e incentivos de trabalho no ramo do empreendedorismo.

De acordo com levantamento do Sebrae, o Piauí se destaca no cenário do empreendedorismo feminino. O Estado ocupa a 3ª posição na região Nordeste em número de mulheres donas de negócios. Atualmente cerca de 140 mil empresas piauienses são comandadas por mulheres, o que corresponde a 36% dos negócios do Estado.

O percentual de mulheres empreendedoras do Piauí ficou acima da média nacional, que é de 34%. O Estado está equiparado ao estado do Maranhão em

número de mulheres donas de negócios, perdendo apenas para Sergipe (39%) e equivalente ao Ceará (36%).

A sondagem mostra que 56% das mulheres empreendedoras piauienses têm até 44 anos, 42% delas são chefes de família. O total de 45% encontra-se à frente de empresas com menos de dois anos de atividade, e a maioria atua nos setores de comércio (38%) e serviços (31%).

Segundo dados da PNAD Contínua 2019 divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres do Piauí trabalham, em média, 10,1 horas a mais que os homens. Os números mostram que 97,1% das mulheres piauienses realizam dupla jornada de trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A taxa de participação feminina no empreendedorismo se apresentou em um crescimento bastante significativo, mas apesar deste aumento, as mulheres ainda são minoria a frente dos negócios do estado do Piauí, ainda não é possível falar em paridade de gênero na distribuição de cargos de liderança e liderança nas empresas. Embora o papel da mulher na sociedade tenha mudado desde o século passado, ainda existem diferenças nos papéis desempenhados por homens e mulheres, seja no campo profissional ou no familiar.

Pode-se afirmar que essas mulheres empreendedoras possuem empresas registradas, formalizadas, as de grande porte, mas existe uma quantidade grande de empreendedoras informal, que atuam mais no setor de vestuário, sua faixa etária de idade mais significativa é de 45 a 55, o grau de escolaridade são maioria do ensino fundamental, ou seja essas mulheres se tornam empreendedoras já na face adulta, muitas delas por não conseguirem emprego por conta da idade e, oportunidade.

As mulheres assumem diferentes funções perante a sociedade, e têm maior autonomia, voz crítica, liberdade de expressão e poder de decisão. Elas podem decidir que tipo de estudo e trabalho desejam fazer e quantos filhos desejam ter. Elas não obedecem mais aos homens. Na sociedade moderna, as pessoas não acreditam na baixa autoestima das mulheres. Mesmo que os direitos e obrigações ainda não sejam totalmente iguais, eles alcançaram um nível semelhante. Mudanças ainda precisam ser feitas, questões relacionadas a direitos humanos e igualdade de gênero devem ser levantadas na agenda de discussão e tomada de decisões para a construção de uma sociedade igualitária, questões relacionadas a gênero e igualdade social.

Embora o termo "empreendedorismo" desperte alegria entre as pessoas, o empreendedorismo não é uma tarefa fácil e seu caminho pode ser tortuoso. Em um país onde as taxas de desemprego estão em constante flutuação e as novas oportunidades de emprego estão diminuindo, abrir seu próprio negócio parece ser a melhor saída. Nesse momento, é necessário analisar o número máximo de variáveis para realizar esta etapa com segurança e concretizar o desejo de sucesso. O prosseguimento desta pesquisa, assim como de outras investigações sobre o assunto, ajudará a ampliar e compreender o conhecimento sobre as mulheres empresárias, contribuindo para a consolidação dos negócios brasileiros.

REFERÊNCIAS

ANDREOLI, T. P.; BORGES, W. A. Empreendedorismo feminino: uma análise do perfil empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um pequeno negócio. In: XI ENCONTRO PARANAENSE DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO. **Anais...** Maringá, 2007.

BARROS, G.; PINTO, F.; CASTRO, V. Empreendedorismo na base da pirâmide: um estudo de caso em uma comunidade recém-pacificada. In: VIII ECONTROS DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. **Anais...** Goiânia: EGEPE, 2014.

BHIDÉ, A. As perguntas que todo empreendedor deve responder. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BRITTO, F.; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. 4. ed. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2003.

BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R.; UNBEHAUN, S. O progresso das mulheres no Brasil. In: **Trabalho, renda e políticas sociais: avanços e desafios**. 2003. Disponível em: <<http://www.mulheresdobrasil.org.br>>. Acesso em: 24 nov. 2020.

CABRAL, M. R. **O mercado de trabalho na década de 90**: um mundo em transformação. Trabalho de Conclusão de Curso - Ciências Econômicas – UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí-CS), p. 63, 1999.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CUNHA, M. R. F. **A mulher no mercado de trabalho brasileiro**. Revista Rainha dos Apóstolos, Porto Alegre, n. 952, p. 8, 2004.

DataSebrae. **Indicadores**: empreendedores. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/>>. Acesso em: 13 jan. 2021.

DOLABELA, F. C. **A corda e o sonho**. Revista HSM Management, 80, p. 128-132. 2010.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira. 1998.

ENDEAVOR. **Os 9 perfis de empreendedores brasileiros**. Endeavor.org, 2014. Disponível em: <http://www.endeavor.org.br/artigos/estrategia-crescimento/cenarios-e-tendencias/asdiversas-faces-do-empreendedorismo-no-brasil> Acesso em: 26 nov. 2020.

FILION, L. J. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, 1999.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP. 2019. Disponível em:

<<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2020.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Brasil/Piauí**. Disponível: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/pesquisa/10060/60147>>. Acesso em: 22 de jan. 2021.

GOMES, A. F. et al. Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. **REGE – Revista de Gestão**, v. 16, n. 1, p. 67-87, 2009.

GOMES, R. B. et al. Um estudo sobre a produção Acadêmica em Contabilidade: uma abordagem nos Congressos USP de Iniciação Científica em Contabilidade. In: 4º congresso de Iniciação Científica da USP. **Anais...** São Paulo: USP, 2007.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISRICH, R. D.; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman. 2004. JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO PIAUÍ – JUCEPI. **Empreendedorismo feminino chega a 37% no Piauí**. Governo do Estado do Piauí, 2018. Disponível em: <<http://www.jucepi.pi.gov.br/noticia.php?id=336>>. Acesso em: 13 jan. 2021.

LIMA, C. B. de. **Tipos de empreendedores**. 2017. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/tiposdeempreendedores/105602/>. Acesso em: 24 nov. 2020.

LITTRÉ, E. **Le nouveau littré**: édition augmentée du petit littré (Rev. Ed.). Paris: Ruedes Ecoles. 2005.

PESCKE, N.; PEREIRA, A. Franquias brasileiras: opção de investimento ou empreendedorismo. In: O modelo da tripla hélice: temos de fato ecossistemas empreendedores? /organizados por Alexandre Nabil Ghobril; Gilberto Perez; Pedro Vera Castillo. **Anais...** VIII Workshop EmpreenderSur. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2015.

ROZA, M. C.; MACHADO, D. G.; QUINTANA, A. C. Análise bibliométrica da produção científica sobre Contabilidade Pública no Encontro de Administração Pública e Governança – ENAPG e na Revista de administração Pública – RAP, no período de 2004 a 2009. **Contexto**, v. 11, n. 20, p. 59-72, 2011.

SANTOS, C. A. **Pequenos negócios**: desafios e perspectivas: Educação Empreendedora. Brasília: SEBREA, 2013.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, C. M. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Coleção Os Economistas. Trad. Maria Silva Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

SILVA, M. S. da; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Gestão e Desenvolvimento (FEEVALE)**, v.13, p. 150-167, 2016.

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

SOUZA. V. K. L; FILHO. X. J. L. J; SOUSA. L. J. Empreendedorismo Social e o programa “empreender comunidade” da prefeitura Municipal de Garanhuns/PE: o caso da fábrica de sabão ecológico do Vale do Mundaú. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2013.

ZUINI, P. **Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil**. 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/os-9-tipos-de-empreendedores-mais-comuns-no-brasil/>. Acesso em: 25 nov. 2020.