



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS TERESINA CENTRAL
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS**

ALHYNE FALCÃO PEREIRA

**A IMPORTÂNCIA DAS CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO
EMPREENDEDOR EM MULHERES DEDICADAS À ATIVIDADE ARTESANAL**

TERESINA

2024

ALHYNE FALCÃO PEREIRA

A IMPORTÂNCIA DAS CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO
EMPREENDEDOR EM MULHERES DEDICADAS À ATIVIDADE ARTESANAL

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso Superior de Tecnologia em
Gestão de Recursos Humanos do Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí,
Campus Teresina Central.

Orientador: Prof. Dr. Denilson Pereira da Silva.

TERESINA

2024

AS CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR EM MULHERES COMERCIANTES DE ARTESANATO EM TERESINA-PI

Alhyne Falcão Pereira

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar e analisar as características do comportamento empreendedor, considerando que tais posturas podem ser determinantes para o sucesso ou o fracasso, sobretudo, de mulheres comerciantes de artesanato em Teresina-Pi. Para isso, num primeiro momento, buscaremos expor as capacidades e competências empreendedoras. Depois, trataremos sobre o empreendedorismo feminino no artesanato. Em seguida, por meio de pesquisas e entrevistas realizadas, analisaremos os perfis das participantes, tendo em vista as práticas do empreendedorismo para, por fim, demonstrar as diferenças entre quem assume uma postura empreendedora de quem não a assume.

Palavras chave: Empreendedorismo; empreendedorismo feminino; artesanato; características do comportamento empreendedor.

ABSTRACT

This paper aims to present and analyze the characteristics of entrepreneurial behavior, considering that such attitudes can be decisive for the success or failure, especially of female craft traders in Teresina-PI. To this end, we will first seek to expose entrepreneurial capabilities and skills. Then, we will address female entrepreneurship in crafts. Then, through research and interviews, we will analyze the profiles of the participants, taking into account the practices of entrepreneurship to, finally, demonstrate the differences between those who assume an entrepreneurial stance and those who do not.

Keywords: Entrepreneurship; female entrepreneurship; crafts; characteristics of entrepreneurial behavior.

Data de aprovação: 02/09/2024

1INTRODUÇÃO

Peter Drucker, um dos maiores pensadores da administração, em seu livro "Innovation and Entrepreneurship", publicado em **1985**, descreveu o empreendedorismo como o processo de identificar e explorar mudanças de maneira estruturada, transformando-as em oportunidades. Para ele, o empreendedor é aquele que gera ou reage a essas mudanças, com a finalidade de inovar e criar valor.

¹ Graduando(a) em Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos.

Fernando Dolabela, 2006, enfatiza que o empreendedor é movido por um sonho, que direciona suas ações para atingir metas e superar desafios, sendo a criatividade, a persistência e a visão de longo prazo características fundamentais desse processo.

O empreendedorismo é visto como uma forma de buscar oportunidade, ou seja, ensejo favorável de ganhar dinheiro, trabalhar por conta própria, sair de um emprego que não está satisfeito ou até mesmo como uma forma de gerar novas oportunidades pra quem não tem. Dependendo do local e dos recursos que se tem, quem vai empreender deve identificar as potencialidades do lugar e das pessoas, no intuito de abrir seu próprio negócio. Na tarefa de empreender, o dono do negócio assumirá riscos e desafios, se esforçará para criar e colocar em prática sua ideia da melhor forma possível. É um risco porque não há garantia de que o negócio irá se concretizar. Isso confirma que as características do comportamento empreendedor são determinantes para o desenvolvimento de um projeto de sucesso, e aqueles que as possuem alcançam resultados superiores dos que não desenvolvem tais comportamentos. Além disso, outro ponto favorável do empreendedorismo é a sua contribuição ao desenvolvimento econômico de um país. Assim, o papel do empreendedor é exatamente coordenar a economia, com suas ideias e negócios inovadores.

De acordo com a *Global Entrepreneurship Monitor Brasil (GEM) 2019*, o Brasil tinha 53,5 milhões de pessoas à frente de uma atividade empreendedora. Se comparado com a população, esse dado revela o grande potencial dos brasileiros para o empreendedorismo e conforme referência para economia do país.

A quantidade de homens empreendendo ainda é maior do que a de mulheres, mas observa-se que as mulheres estão cada vez mais se aproximando desse cenário e conquistando seu espaço no mundo dos negócios. Elas são motivadas principalmente pela oportunidade de ter seu próprio negócio, podendo ficar mais próximo da família e dos filhos, pois iniciam dentro de casa, normalmente com algo que tenham afinidade.

Nesse sentido, a ascensão de mulheres empreendedoras é um acontecimento global, sendo, portanto, a participação delas cada vez maior no mercado, fato que despertado interesse da academia em desenvolver estudos relacionados à atividade empreendedora feminina em face ao aumento da participação das mulheres na geração de emprego e renda no Brasil (CASSOL, SILVEIRA, HOELTGEBAUM, 2007).

Dentro do artesanato elas são maioria, e não podia ser diferente. Trazem esse talento de geração em geração e têm essa atividade como ocupação ou como complementação da sua renda. O mercado do artesanato movimenta em média \$ 28 bilhões por ano, e emprega 8 milhões de pessoas, e a cada ano vem crescendo, o que é muito bom, isso mostra seu valor (PORTAL SEBRAE, 2020).

No Piauí, o artesanato carrega um forte valor cultural e econômico, sendo tanto uma forma de sustento para muitas famílias quanto um meio de promover a identidade local e atrair turistas.

Em Teresina, o Mercado Central é referência nesse setor, lá existe um departamento com 35 (trinta e cinco) boxes, sendo 21(vinte e um) ocupados por mulheres. Empreendedoras que sustentam ou ajudam a sustentar a casa com o que ganham, fazendo artesanato e comercializando naquele local. Tais informações, citadas acima, justificam o desenvolvimento dessa pesquisa, com a intenção de contribuir com as pesquisas, considerando a escassez de estudos sobre tal temática no local pesquisado.

A partir disso, este artigo levanta o seguinte questionamento: 1) Quais as características do comportamento empreendedor das mulheres que estão à frente da comercialização de artesanato no Mercado Central do Município de Teresina-PI? Para responder a tal questionamento, partimos com o objetivo geral de apresentar e analisar as características do comportamento empreendedor. Levantamos também como objetivos específicos no perpassar da pesquisa: descrever o perfil sócio-econômico-demográfico das

mulheres das mulheres empreendedoras do artesanato no *locus* de pesquisa; analisar as características do comportamento empreendedor determinantes para o sucesso e/ou fracasso em tal atividade. Assim, buscaremos desenvolver e responder tais questões.

Esse artigo está dividido em cinco seções, com esta introdução, referencial teórico na segunda sessão, seguido pela metodologia. Em seguida são apresentados e discutidos os resultados da pesquisa e na quinta seção apresentam-se as conclusões sobre o estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CARACTERÍSTICAS DE EMPREENDEDORES DE SUCESSO

Os empreendedores possuem algumas características em comum. Eles são pessoas que buscam resultados, gostam de desafios, têm iniciativa e almejam o sucesso. Esse conjunto de comportamentos pode ser adquirido, praticado e desenvolvido. É comum que eles usem seus fracassos como aprendizado e com isso se aperfeiçoam. Onde muitos veem barreiras eles consideram oportunidades. Esses comportamentos podem e devem ser praticados e desenvolvidos.

Para Schumpeter (1947), empreender é responsável por destruir ordem econômica vigente com a introdução no mercado de novos produtos/serviços, criando novos modelos de gestão ou com a exploração de novos recursos, materiais e tecnologias, por meio da inovação neste processo.

Para o empreendedor conquistar seu objetivo, tais habilidades devem ser constantemente treinadas, e cada esforço vale a pena para chegar ao objetivo desejado. O sucesso não depende do lugar ou de características físicas, e sim do modo de agir e de se comportar, características básicas que levam ao sucesso.

O empreendedor de sucesso está sempre comprometido, buscando novas informações e conhecimento. Se necessário, ele planeja por dias, meses ou até anos, e ainda se propõe a sacrificar muitas coisas ao longo do caminho até alcançar o sucesso.

Para ser bem-sucedido é preciso saber identificar oportunidades, e elas vêm de uma necessidade não satisfeita, devendo o empreendedor gerar uma solução através da inovação.

O empreendedor transforma conhecimento em riqueza, através da criatividade. Ele cria algo novo que será bom para a coletividade, não só traz lucro para sua empresa, mas benefícios para as pessoas, e faz crescer a economia de um país.

Portanto, para alcançar o sucesso como empreendedor(a), é essencial que o proprietário ou a proprietária do estabelecimento desenvolva certas características fundamentais para que o negócio se estabeleça e cresça, pois, independente do seu perfil, porte ou de uma boa ideia e dinheiro para investir, o ponto mais importante é o perfil do próprio empreendedor (a).

De acordo com Rodrigues,

[...] segundo McClelland (1972) “denominou como características do comportamento empreendedor (CCE): busca por oportunidades e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados, estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança” (RODRIGUES, 2011, p. 12).

Tais características podem ajudar os indivíduos a enfrentar os desafios de empreender, assim como sua inexistência pode inviabilizar a formação de um negócio, ou seja, ser um

empreendedor de sucesso ou não. Então, a primeira característica que abordaremos será a busca por oportunidades e iniciativa. Ela anuncia que o empreendedor deve ser proativo e antecipar o que está por vir, além de tomar a iniciativa e buscar oportunidades de expandir seu negócio, criar novos produtos ou serviços e propor soluções inovadoras. Essa característica foi de muita importância nesse momento de crise que vivenciamos, devido à pandemia da COVID-19. Muitos empreendedores tiveram que deixar de lado alguns produtos ou serviços, incluindo, assim, aqueles que no momento estavam gerando lucro. Isso é aproveitar as oportunidades com novos artigos ou atendimentos, se adequar ao momento. Segundo Dornelas, “a percepção e o aproveitamento de oportunidades são características marcantes do empreendedor de sucesso” (DORNELAS, 2007, p. 26).

A segunda característica observada é que diz respeito a correr riscos calculados. É a disposição que o empreendedor tem de assumir desafios e responder por eles. Procura avaliar as alternativas para tomar uma decisão importante. Ele deve buscar reduzir as chances de erro que pode trazer como consequência a perda de dinheiro, tendo em mente que deve aceitar desafios moderados, pois eles têm mais possibilidade de adquirir o sucesso. Ariscar para ter resultados melhores, mesmo em momentos de crise, arriscar, mas buscando sempre reduzir as chances de erro. É papel do empreendedor, ao analisar os riscos, entender as ameaças e planejar suas decisões, buscando entender o ambiente à sua volta, procurando tomar a melhor decisão.

Prosseguindo com as CCEs, temos a exigência de qualidade e eficiência. Philip Kotler afirma que “qualidade é o total de características e atributos de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas dos clientes”, e que eficiência está relacionada a “alcançar os objetivos empresariais com o mínimo de recursos e tempo desperdiçados”. Então, qualidade é tudo que é entregue ao cliente, a forma como chega até o cliente. E eficiência é todo o processo percorrido até a entrega do produto ou serviço. A postura do empreendedor é de exigir a qualidade e eficiência do seu produto ou serviço. Para manter a qualidade e eficiência do seu negócio, um empreendedor de sucesso precisa procurar entender todo processo de venda, desde a produção até a entrega para o cliente, isto é, exigir qualidade e eficiência. Mantendo essa postura, o empreendedor dará sustentabilidade ao seu negócio.

Outra característica de um empreendedor de sucesso é o comprometimento. É preciso assumir responsabilidade pessoal para solucionar problemas que possam prejudicar a conclusão de um trabalho nas condições que foi estipulado. Colaborar e se colocar no lugar de seus colaboradores caso necessite para terminar uma tarefa. É imprescindível se esforçar para manter os clientes sempre satisfeitos colocando a boa vontade no longo prazo, acima do lucro num curto prazo.

Um empreendedor bem-sucedido deve estar comprometido com seus objetivos, independente do sacrifício ou esforço que tenha à frente. Essa característica dará ao empreendedor e a seu negócio credibilidade, construindo assim sua história e de seu empreendimento. Ele se responsabiliza pessoalmente para satisfazer seu cliente.

Por conseguinte, como chamou a atenção Dornelas,

[...] outro atributo presente no comportamento de cerca de 30% dos empreendedores entrevistados no estudo realizado ao longo de mais de quatro anos, envolvendo mais de 800 pessoas e uma equipe de quatro pesquisadores, é a persistência, ou seja, são pessoas que não desistem diante de situações adversas ou de escassez. (DORNELAS, 2007, p. 43).

Não desistir diante de obstáculos e seguir em busca do alcance de suas metas e sempre focando no objetivo que deseja alcançar. O empreendedor deve reavaliar e insistir ou mudar

seus planos para superar seus objetivos e seu esforço deve ser além da média para atingi-los. Mesmo o empreendedor tendo talento, é necessário ter persistência. Um empreendedor de sucesso faz sacrifício pessoal para superar o obstáculo ou completar uma tarefa.

No livro “Somos Empreendedoras”, produzido pelo Itaú, no depoimento de Maria José de Lima, fundadora da Mazé Doces (MG), ela diz: “O meu pai me dizia, ‘filha, deixa disso!’”. Doce não vai dar dinheiro”. Mas ela não podia desistir. Tinha dois filhos para sustentar, então, precisava persistir. Isso revela as dificuldades que as mães solo enfrentam, grandes desafios para se manterem no mercado de trabalho, principalmente devido à falta de uma rede de apoio adequada e à ausência de políticas públicas que atendam suas necessidades específicas. Sem acesso a creches, flexibilidade de horários ou assistência familiar, muitas acabam sobrecarregadas ao tentar conciliar o cuidado com os filhos e as demandas profissionais.

Durante a pandemia de COVID-19, um dos maiores desafios foi que os clientes não podiam ir até as empresas. Para se manterem no mercado, os empreendedores precisaram ser persistentes e adaptar suas estratégias para continuar atendendo seus clientes.

Outra importante CCE é a de busca de informações. Ela é o alicerce de todo negócio de sucesso. A informação é a essência para o empreendedor pautar suas escolhas. Ele deve estar sempre informado sobre o mercado, o cliente e os fornecedores.

Como ponto de partida fundamental para ter um negócio de sucesso, é imprescindível estabelecer metas, e elas servem de estímulo para chegar ao objetivo esperado. Esse objetivo tem que ser desafiador e ter significado pessoal, pois ninguém vai correr atrás de algo que não tenha um significado pessoal. Estabelecer metas ajuda a definir com clareza aonde se quer chegar, mesmo a longo prazo. Assim, mesmo com um obstáculo grandioso, não se deve deixar de cumprir as metas estabelecidas.

Uma CCE que ajuda no desenvolvimento da organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, para que os resultados possam ser medidos e avaliados, é a do planejamento e monitoramento sistemático. Segundo Chiavenato (2004), o planejamento se constitui na primeira função do processo administrativo, permitindo o estabelecimento dos objetivos organizacionais em função dos recursos necessários para atingi-los de maneira eficaz. Ao visualizar um grande desafio, o empreendedor deve dividir em subtarefas e definir prazos para seu cumprimento. Mas esse planejamento deve ser constantemente revisado, sendo observados os resultados. Se não for de acordo com o esperado e também se houver mudanças circunstanciais, tal como, por exemplo, a pandemia, é necessário rever e refazer planos. Muitos empreendedores precisaram fazer isso nesse período.

Conseguir convencer, por exemplo, um cliente a comprar seu produto ou serviço, tem a ver com a penúltima CCE que buscaremos abordar: persuasão e rede de contatos são uma das características dos empreendedores de sucesso. Ter uma rede de contatos é ter pessoas agindo a seu favor, ter apoio em momentos de grande necessidade, de pessoas ou empresas, um bom relacionamento pessoal e profissional construído ao longo do tempo com elas. Isso é fazer conexões significativas com pessoas-chave para atingir seus objetivos. Utilizar estratégias deliberadas para influenciar e persuadir outras pessoas, usando boas técnicas de persuasão para vender bem, aumentar a rede de relacionamento, tudo isso de uma forma positiva, desenvolvendo e mantendo relações comerciais.

Um empreendedor de sucesso precisa buscar autonomia e aprender a confiar na sua própria capacidade de enfrentar os desafios que venham a surgir durante sua vida de empresário. Manter seu ponto de vista mesmo com resultados inicialmente negativo e desanimadores. Um empreendedor de sucesso é capaz de ter confiança na sua própria capacidade de resolver os problemas que surgirem, ou completar uma tarefa difícil, mesmo não sabendo ainda como vai solucionar aquela situação.

Independência tem a ver com autoconfiança. O sucesso não ocorre se você subestima seu próprio valor. A autoconfiança atrai a atenção das pessoas e permite aquilo que Napoleon Hill chama de “domínio de cena” (MALHEIROS; FERLA; CUNHA, 2005, p. 34).

De acordo com Salim e Silva (2006), todos temos potencial empreendedor, mas é necessário desenvolver nossas características empreendedoras e aprender as técnicas certas para aplicá-las de forma eficaz. Os autores destacam as dez características mais comuns em empreendedores de sucesso, apontando que elas são os pilares do comportamento empreendedor.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

2.2.1 O surgimento do empreendedorismo feminino e a sua importância

O empreendedorismo é um tema recente, e se feminino, além de ter surgido recentemente, é escasso o material que fala sobre. Isso se deve à tardia inserção da mulher no mercado de trabalho. Segundo Maria Silvia Bastos Marques, autora que fala sobre as mulheres no mercado de trabalho, “as barreiras sociais, culturais e a desigualdade de gênero contribuíram para a escassez de material sobre o empreendedorismo feminino, além de limitar as oportunidades de crescimento econômico para as mulheres em muitas áreas”. Mas, o interesse por estudos que possuem relação com o empreendedorismo feminino tem sido crescente em diversos países, influenciados, também, pelo aumento da participação das mulheres na geração de emprego e renda (GOMES; SANTANA; ARAÚJO, 2009; BOTELHO, 2008).

O conceito de empreendedorismo feminino está relacionado com o fato delas ocuparem o seu espaço no mercado empreendedor, ou seja, negócios idealizados e comandados por uma ou mais mulheres. Ele surgiu a partir da consciência que elas tiveram com relação às suas capacidades e habilidades diante de um mercado de trabalho, mas que, atualmente, ainda é majoritariamente masculino. Todavia nos conceitos que existem sobre empreendedorismo não há uma separação de gênero, pois as características empreendedoras podem ser encontradas em homens e mulheres (FRANCOS, 2014; GOMES; SANTANA; ARAÚJO, 2009).

As mulheres estão em constante desenvolvimento empreendedor, e a inserção delas no mercado, como “donas de negócios”, vêm acontecendo gradativamente. Elas observaram no ato de empreender uma saída para suprir a necessidade que tinham de trabalhar para sustentar suas próprias casas.

Nos últimos tempos, com o desenvolvimento do debate sobre a emancipação feminina, sustentar a casa deixou de ser somente tarefa masculina, pois foi introduzido ao longo do tempo que o homem teria essa obrigação. A mulher quer ganhar seu próprio dinheiro e empreender torna isso possível. O empreendedorismo feminino se torna um dos grandes aliados das mulheres por mais igualdade e mais espaço no mercado de trabalho.

Diante disso, o universo feminino começou a fazer parte de algo importante para a sociedade: a construção de um espaço público mais justo, com mais oportunidades de liderança para as mulheres, movimentando ainda mais a economia. Além disso, tem provocado transformações no mercado de trabalho, com novas ideias e com muita diversidade, que puderam e podem mostrar o quanto o gênero não define capacidade, e muito menos sucesso, podendo escrever sua própria trajetória profissional e pessoal.

Para empreender é preciso tomar conhecimento de que a economia de um país depende muito dos empreendedores, pois eles trazem riqueza e por meio da inovação dinamiza a economia.

De acordo com um estudo feito pelo SEBRAE sobre empreendedorismo feminino no Brasil, dentro do total de “donos de negócios”, cerca de 33,6% no terceiro trimestre de 2020 eram mulheres. Nesse estudo também se verificou que, desse total, a região Nordeste é a segunda maior, ficando atrás somente da região sudeste. No Piauí, 36% dos “donos de negócios” são mulheres (SEBRAE, 2021). Esse número ainda é muito discreto e, por isso, devemos engrandecer e estimular o empreendedorismo feminino, para que haja melhorias na sociedade, na economia e também nas empresas. Investir no empreendedorismo feminino traz bons resultados para a economia de uma forma geral, e para empresas também.

2.2.2 Principais desafios que mulheres empreendedoras enfrentam

Ao empreender, a mulher enfrenta os mesmos desafios que os homens, mas ainda encara muitos outros. Discriminação e a necessidade de se desdobrar para atender às necessidades da família e da empresa são apenas alguns exemplos dos obstáculos que elas enfrentam no dia a dia (ITAÚ, p. 10).

A grande participação feminina na atividade empreendedora não revela que por trás de tantos obstáculos, e da dificuldade, por exemplo, a acesso de fontes de financiamento, existe também a discriminação que elas sofrem nas empresas, e muitos outros fatores que vamos discutir no texto.

Há o preconceito e a discriminação da sociedade em achar que uma mulher não pode estar à frente de um negócio. Ela não é vista com credibilidade e precisa muitas vezes provar que é capaz de ter um negócio de sucesso, bastando ter ou desenvolver algumas características que são pontos-chave para que o empreendimento se estabeleça e cresça.

Além disso, existe a cobrança em relação aos cuidados com a casa, filhos e marido. Logo, muitas delas desistem do negócio por não ter apoio para a divisão das tarefas com seu parceiro, excluindo a possibilidade de que *sobre* mais tempo pra ela se capacitar e se dedicar ao negócio. Essa busca de capacitação e informação ajuda muito à mulher seguir em frente e não desistir do seu objetivo e fazer a sua empresa crescer. Nesse momento, para que seu negócio ganhe força, ela precisa priorizar muitas vezes mais o trabalho do que a sua própria família, e, para ela, isso é muito difícil e um fator complicador. Fazendo uma boa gestão do tempo e dividindo as responsabilidades da casa, a empreendedora encontrará mais harmonia entre os papéis que desempenha.

Para Moore e Buttner (1997) existem cinco linhas de estudo sobre o empreendedorismo feminino, a saber: a) comportamento, estereótipos e papéis; b) desempenho, transição e *status*; c) *networks*, interações e afiliações; d) descobertas globais; e) comportamento gerencial da empreendedora, ou seja, o empreendedorismo feminino é uma área multifacetada que requer uma abordagem abrangente para entender completamente suas dinâmicas. Cada linha de estudo oferece uma perspectiva única, e juntas elas formam um quadro mais completo sobre as complexidades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras. Essa diversidade de ângulos sugere que, para promover e apoiar o empreendedorismo feminino de maneira eficaz, é necessário considerar e abordar uma ampla gama de fatores sociais, econômicos e culturais.

O medo do fracasso e a insegurança em relação à viabilidade do negócio são desafios significativos para as empreendedoras. Muitas vezes, elas se comparam com empreendedores já bem-sucedidos, o que pode impactar negativamente seu desempenho. Contudo, o fracasso é um aspecto intrínseco do processo empreendedor, e a construção da autoconfiança pode ser favorecida pela busca de cursos e treinamentos que aprimorem tanto habilidades técnicas quanto pessoais, auxiliando na tomada de decisões diárias. Adicionalmente, a discriminação nas empresas frequentemente se manifesta nas funções e cargos, com a expectativa de que

determinadas posições sejam ocupadas exclusivamente por homens. Tal discriminação é uma questão cultural, que está sendo gradualmente desmistificada e superada.

Além disso,

[...] outra barreira consiste nas garantias exigidas pelas instituições financeiras, visto que comumente as mulheres são dependentes de outros, como marido, pai ou alguma outra figura masculina. Então elas necessitam de um financiamento. Tal posição de subjugação confere à mulher uma postura mais conservadora do que se impor ao risco, resultado de baixa proporção de recursos de terceiros na capitalização inicial da empresa (FENELON; LIMA, 2020, p. 08).

Apesar desses desafios, as mulheres têm desempenhado um papel significativo na transformação do mundo dos negócios. É fundamental que recebam apoio contínuo para reduzir as desigualdades de gênero e promover a diversidade. Esse suporte é crucial para garantir que as mulheres possam contribuir plenamente para o ambiente empresarial e para o desenvolvimento econômico, facilitando a superação das barreiras existentes e estimulando um cenário mais inclusivo e equitativo.

2.3 COMO A PANDEMIA IMPACTOU OS NEGÓCIOS LIDERADOS POR MULHERES

Como dito anteriormente, no terceiro trimestre de 2020 havia cerca de 8,6 milhões de donas de negócio no Brasil (SEBRAE, 2021). A participação relativa delas cresceu até antes da pandemia. Com a pandemia, sofreu uma retração.

Em uma pesquisa feita pela Rede Mulheres Empreendedoras, em abril de 2020, observou-se que os negócios femininos no Brasil em meio à pandemia revelam a situação do funcionamento de negócios liderados por mulheres e o impacto que tiveram. A pesquisa concluiu que, do total de negócios, 47% estão funcionando, mas diminuiu o movimento, e que 39% dos negócios não estão funcionando por causa do Coronavírus, o que confirma o impacto causado pela pandemia.

Além disso, a pesquisa verificou a diminuição de pessoas trabalhando no negócio. As donas de empreendimento tiveram que demitir seus funcionários para não fechar as portas. Elas passaram a utilizar o meio digital na comunicação, vendas, atendimento ao cliente e até na compra com seus fornecedores, utilizando das redes sociais e aplicativos de mensagens, como o *WhatsApp*.

Como consequência da diminuição do movimento, veio a queda da renda mensal dessas mulheres. Algumas delas possuem renda somente do seu empreendimento, mas também há aquelas que têm mais de uma fonte de renda.

Do total das entrevistadas, 21% vivem financeiramente do seu negócio. Elas perceberam os impactos negativos que estão sendo causados pela crise, tanto no faturamento como no crescimento do negócio. Essa grave crise que chegou ao mundo trouxe muita preocupação para as empreendedoras, principalmente para o futuro dos seus negócios.

E para enfrentar tudo isso e permanecer no mundo do empreendedorismo, a prioridade que a maioria disse ter seria manter o negócio, mesmo sem o lucro esperado, até que passe esse momento de distanciamento social. Outra ação dita na pesquisa para enfrentar a crise foi a de tentar aumentar e retomar as vendas, e melhorias, ou criar canais de promoção e comunicação *on-line*.

Com a pandemia, veio o aumento dos trabalhos domésticos. Com os filhos em casa, carga de trabalho aumentou consideravelmente e, conseqüentemente, o tempo dedicado ao negócio diminuiu.

De acordo com Renata Malheiros, coordenadora nacional do projeto SEBRAE Delas, que fortalece o empreendedorismo feminino, o tempo que as mulheres dedicam às empresas é, em média, 17% menor do que os homens. Com a pandemia, esse tempo dedicado diminuiu ainda mais, pois, com os filhos em casa e fora da escola, “sobrou” para elas os cuidados com eles. O perfil das mulheres empreendedoras no Brasil tem como faixa etária predominante a de 25 a 44 anos com um total de 51,6% das mulheres nessa faixa, sobre escolaridade 29% tem curso superior e 41,3% possuem nível médio, sobre o tempo na atividade, 76,11% atuam a mais de dois anos no seu segmento e 55% delas abriram o negócio por necessidade (LAB, 2023; SEBRAE, 2023).

2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO ARTESANATO

Com início ainda na Revolução industrial, a relação da mulher empreendedora com o artesanato nasceu motivada por este se tratar de uma atividade que requer habilidades manuais, e das mulheres, por desempenharem muito bem tarefas minuciosas, fato que corrobora com a predominância delas nesse setor, justificando, portanto, a atuação da mulher empreendedora no artesanato. A participação feminina no artesanato, de acordo com estudos sobre o tema, mostra que é grande a presença feminina nesse processo produtivo, sendo o artesanato um espaço útil para a mulher no campo do trabalho (FISCHER & SOARES, 2012; DE FIGUEIREDO et al, 2015).

Empreendedorismo criativo é aquele que é feito com toda paixão, usando a criatividade para fazer produtos para vender, e acaba que por ter sido algo criado pelo empreendedor agrega um valor diferenciado. Segundo Richard Florida, a criatividade é um fator essencial para o crescimento econômico e para a inovação, permitindo que empreendedores criativos se destaquem ao trazer soluções originais e personalizadas.

O artesanato, considerado um setor criativo, tem conquistado crescente relevância, especialmente entre as mulheres. Embora historicamente subvalorizado, o artesanato tem ganhado destaque na economia, à medida que, mesmo enfrentando diversos obstáculos, as artesãs se dedicam a alcançar o sucesso no setor. Com o crescimento da economia criativa, o artesanato foi amplamente beneficiado, consolidando-se como uma importante fonte de geração de renda para muitas empreendedoras. A economia criativa, que valoriza e explora o potencial inventivo e financeiro dos setores culturais e da imaginação, encontra no artesanato um campo fértil para o desenvolvimento e valorização de suas práticas.

A maioria dos produtos do artesanato são únicos e diferenciados. A tendência de presentear alguém com algo personalizado, barato e de bom gosto, ou seja, produtos com mais identidade. Todavia, apesar de haver um interesse em tornar o artesanato uma atividade economicamente produtiva, há um comportamento na sociedade que, veladamente ou explicitamente, entende o artesanato como atividade não produtiva, com pouca importância econômica e o associam a negativamente com o trabalho feminino, que amarga os mesmos estigmas (DE FIGUEIREDO et al, 2015). Assim percebemos que ainda há aqueles clientes que querem desvalorizar o trabalho do artesão por achar os produtos caros, não reconhecendo o valor do trabalho manual e singular.

As dificuldades de acesso às linhas de crédito para produzir e comercializar artesanato é um grande desafio que as mulheres encaram e, quando conseguem, é insuficiente para iniciar ou até mesmo para dar continuidade ao negócio. É necessário, portanto, valorização, incentivo e muita perseverança para a mulher empreendedora não desistir do seu negócio diante de tantos obstáculos.

3 METODOLOGIA

O presente estudo quanto aos objetivos é exploratório-descritiva, com a pesquisa exploratória é possível se familiarizar com o problema, ao passo que a descritiva possibilita a descrever as características de determinada populações ou fenômenos (GIL, 2008). Quanto aos procedimentos se trata de uma pesquisa de estudo de caso, que, de acordo com Yin (2005) consiste em investigar o como e o porquê de um conjunto de eventos contemporâneos, e segundo Gil (2008) o estudo de caso constituiu-se em um estudo aprofundado sobre um ou mais objetos de tal modo que permita um detalhado conhecimento do mesmo. A pesquisa trata-se de um estudo quali-quantitativo, pois irá procurar uma melhor compreensão do problema, bem como quantificar dados e utilizar de estatística descritiva para sua análise (MALHOTRA, 2005).

Devido à escassez de estudo sobre empreendedorismo feminino no município de Teresina, sobretudo no artesanato, para o presente trabalho, foi aplicado um questionário semi-estruturado, em forma de entrevista, permitindo uma maior exploração dos temas e uma interação mais dinâmica, enriquecendo a coleta de dados, com o objetivo de saber mais sobre essa atividade no âmbito feminino do artesanato e sua importância para a economia.

Logo, o foco desta pesquisa, e que deu origem ao nosso objeto de estudo, é analisar o comportamento empreendedor feminino no setor de artesanato. Como dito anteriormente, o *locus* da pesquisa foi o Mercado Central do município de Teresina no estado do Piauí, que é considerado uma referência nesse setor, no local há um departamento de comercialização de produtos de artesanato que conta com 35 (trinta e cinco) *boxes*, sendo 21 são ocupados por mulheres. Empreendedoras que sustentam ou ajudam a sustentar a casa com o que ganham, fazendo artesanato e comercializando naquele local. A escolha das participantes da pesquisa não probabilística e por conveniência foi a facilidade de acesso, sendo realizado um censo com as vinte e uma empreendedoras do setor de artesanato do mercado público. De acordo Malhotra et al. (2005) a amostra não-probabilística por conveniência procurar alcançar uma amostra de elementos com base na conveniência do pesquisador, com vantagem de ser barata, rápidas e acessíveis.

No horizonte foi considerada a abordagem conceitual de empreendedorismo de David McClelland, que defendia a teoria comportamentalista. Para ele, as características de um empreendedor bem-sucedido precisam ser desenvolvidas ou apenas aprimoradas. Ele “vincula o empreendedor a aspectos relativos às características criativas e intuitivas” (FONSECA; MUYLDER, 2010, p. 8).

Foi McClelland quem identificou os dez comportamentos comuns aos empreendedores de sucesso, que denominamos “características do comportamento empreendedor” (CCE), e elaborou uma maneira de avaliar essas características através de um questionário estruturado, contendo 55 (cinquenta e cinco) afirmações. Cada afirmação expressará o comportamento do entrevistado. Os respondentes poderão atingir uma pontuação máxima de 25 pontos para cada uma das CCE’S, a característica do comportamento empreendedor será alcançada pelos respondentes nos casos em que a pontuação for igual ou superior a 15 pontos. Desse modo, o participante escolherá uma resposta dentre cinco opções da escala Likert, ou seja, atribuirá um valor de 1 a 5, sendo: 1 – nunca; 2 – raras vezes; 3 – algumas vezes; 4 – usualmente; e 5 – sempre. O período de aplicação do instrumento de coleta, questionários, foi de novembro a dezembro de 2021.

Para a tabulação dos dados encontrados e cálculo da média dos resultados foi utilizado o *Microsoft Excel* a fim de organizar as informações e facilitar o processo de análise por parte desta pesquisadora, com a criação de um banco de dados para o auxílio desse processo.

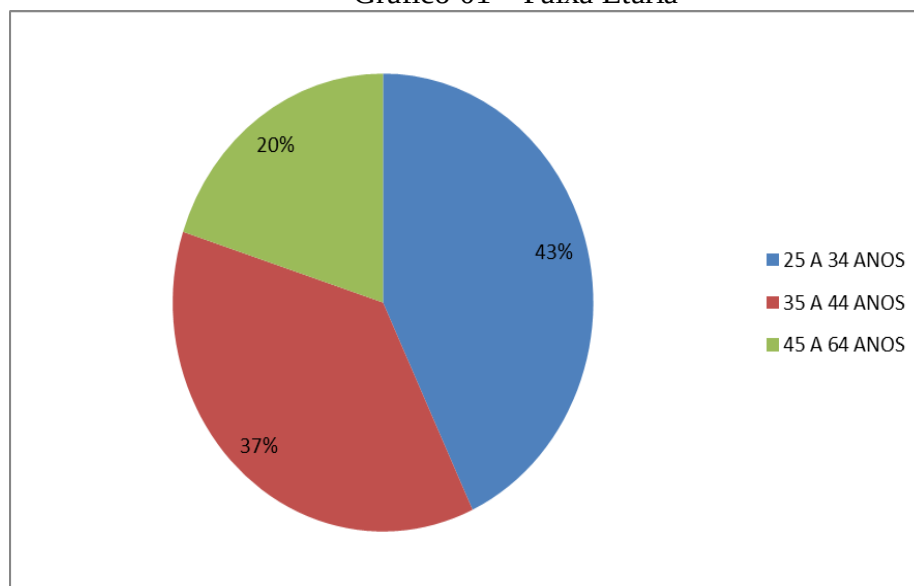
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa apresenta nessa seção os resultados e discussões do estudo sobre a ótica dos autores que serviram como referência para o mesmo. Tais resultados serão apresentados com a estatística descritiva e os gráficos construídos com base na tabulação citada em seção anterior. Para tanto estão organizados em duas seções a saber: perfil das mulheres empreendedoras no artesanato; e comportamento empreendedor feminino no artesanato.

4.1 PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO ARTESANATO

Os resultados aqui apresentados estão descritos conforme a ordem de disposição no instrumento de coleta utilizado na pesquisa, as perguntas do questionário são fechadas. Abaixo apresenta-se o perfil sociodemográfico das mulheres empreendedoras no artesanato: faixa etária, escolaridade, estado civil e tempo de atividade como empreendedora de artesanato.

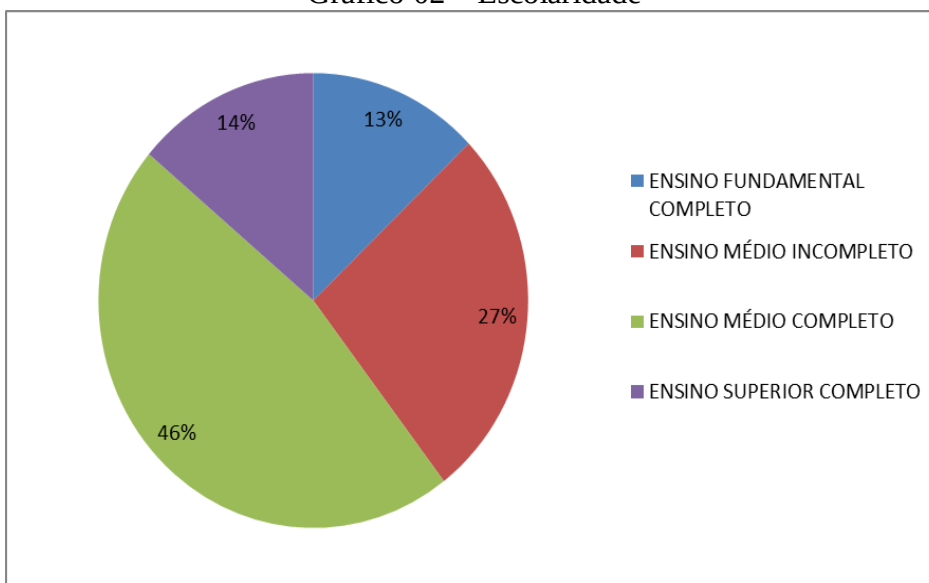
Gráfico 01 – Faixa Etária



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

De acordo com a pesquisa das 21(vinte e uma) mulheres entrevistadas 43% possuem de 25 a 34 anos, em seguida temos que 37% delas têm entre 35 e 44 anos e 20% possuem entre 45 a 64 anos. Tais dados estão alinhados aos apresentados pela pesquisa Empreendedorismo Feminino 2023 do SEBRAE.

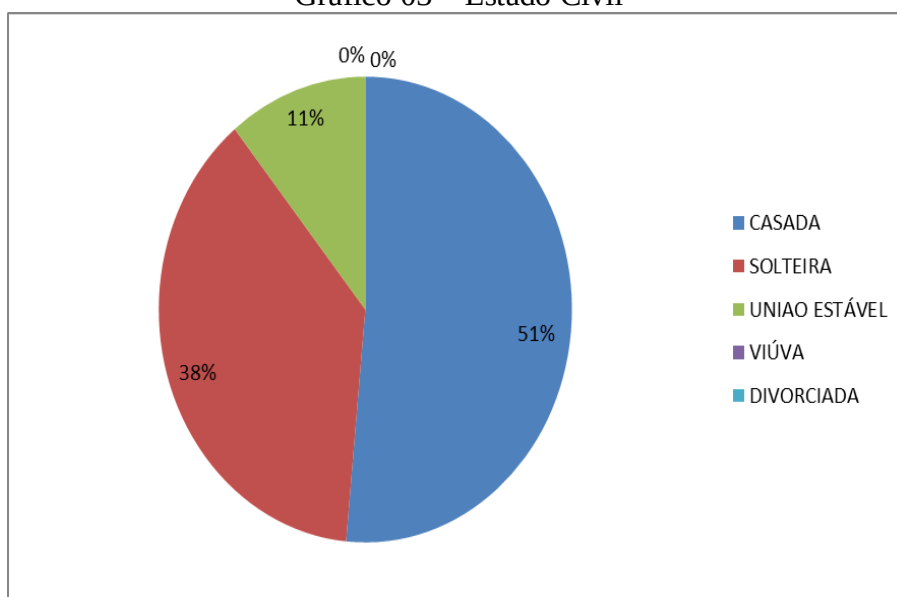
Gráfico 02 – Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

A maioria das empreendedoras possuem o ensino médio completo ou incompleto. Apenas 14% delas tem formação superior e 46% possuem o nível médio. Tais resultados estão no mesmo padrão do perfil de escolaridade de mulheres empreendedoras no Brasil, que tem 41,3% de empreendedoras com nível médio e 29% com ensino superior, ficando evidente que é urgente a necessidade de especialização e formação para mulheres empreendedoras que estão à frente de negócios (SEBRAE, 2023). O aspecto positivo nesse dado é que as mulheres empreendedoras estão melhorando sua formação, a nível de Brasil, com o crescimento de empreendedoras com ensino superior, apesar da estabilidade do número com ensino médio.

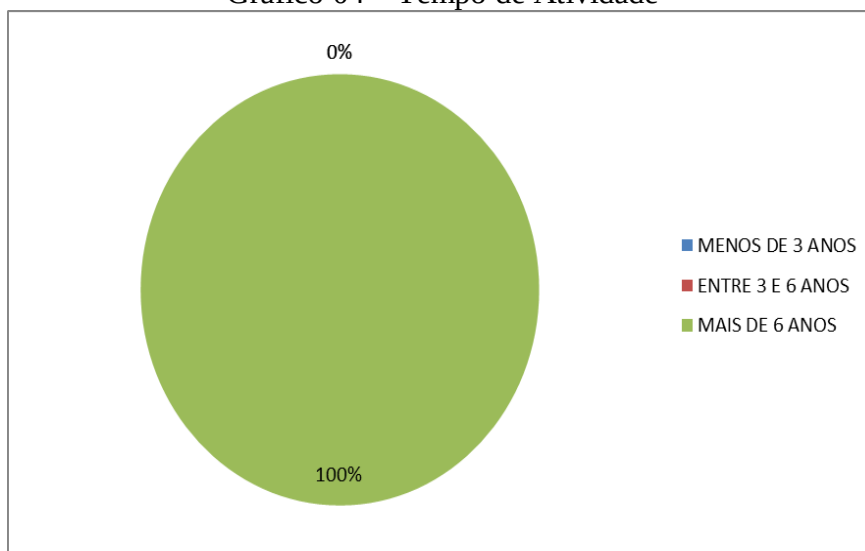
Gráfico 03 – Estado Civil



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

No que se refere ao estado civil, os resultados da pesquisa apresentaram que 62% das empreendedoras são casadas ou estão em união estável e 38% são solteiras.

Gráfico 04 – Tempo de Atividade



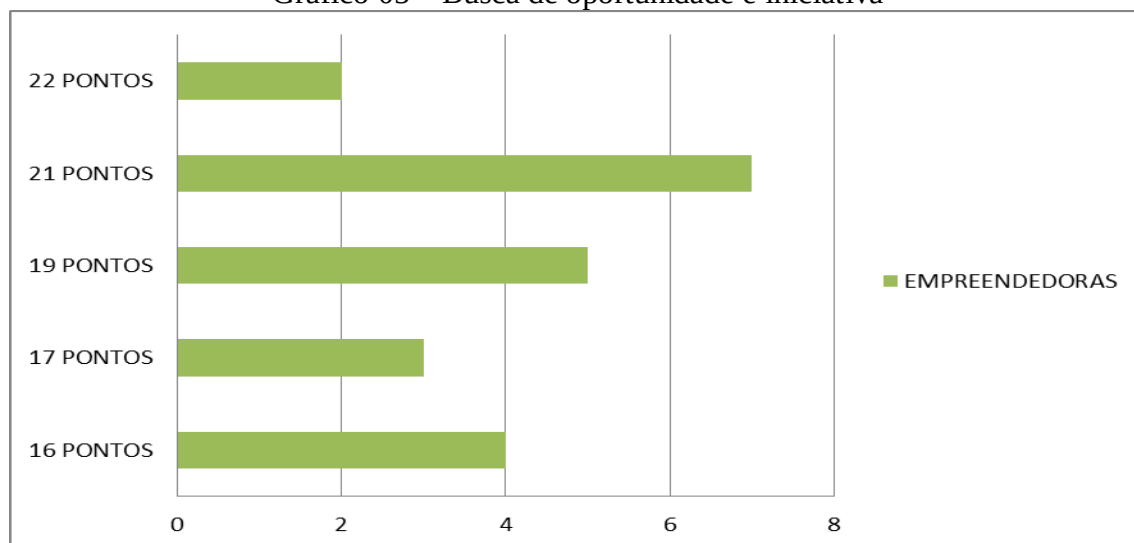
Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Os resultados da pesquisa mostraram que o total de 100% das respondentes estão com mais de seis anos empreendendo na atividade, logo empreender para essas mulheres não é algo novo visto o tempo em que atuam no segmento. Já tendo seus empreendimentos passado do tempo médio de mortalidade dos pequenos negócios, em que 29% fecham com até 5 anos de atividade, segundo dados do SEBRAE em pesquisas realizadas entre os anos de 2018 e 2021 (SEBRAE, 2023).

4.2 COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR FEMININO NO ARTESANTO

Os resultados apresentados a seguir mostram a análise das características do comportamento empreendedor (CCE) das vinte e uma mulheres empreendedoras pesquisadas, no eixo da abscissa encontram-se a pontuação atingida na pesquisa para cada uma das CCE's e no eixo da ordenada estão o número de respondentes que atingiram tal pontuação.

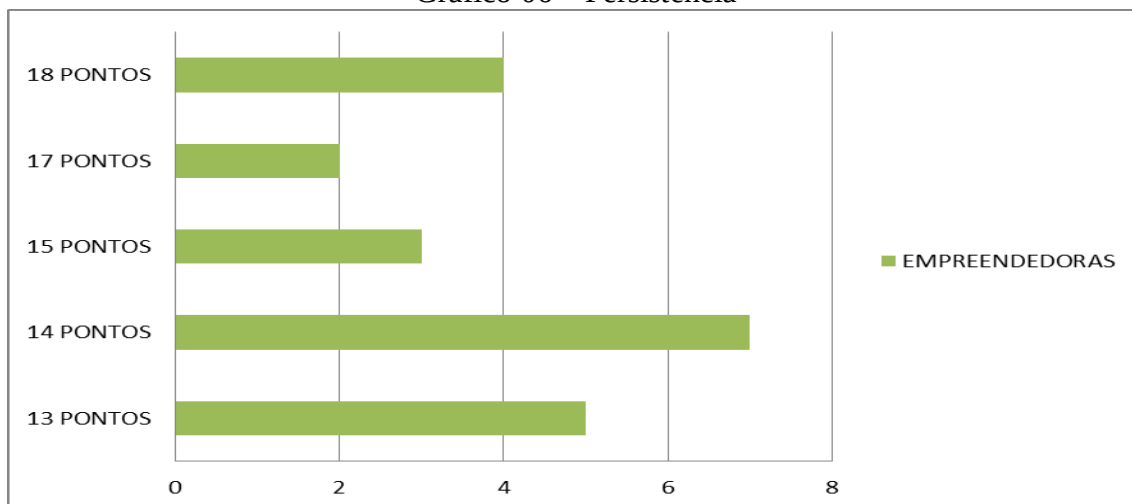
Gráfico 05 – Busca de oportunidade e iniciativa



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O gráfico 05 trata sobre a característica comportamental “busca de oportunidade e iniciativa”, essa característica relaciona-se ao comportamento proativo que o indivíduo tem perante situações adversas e com a procura de oportunidade a fim de criar um objetivo, nessa CCE, a pontuação máxima atingida foi de 22 pontos por duas respondentes e a pontuação mínima foi de dezesseis pontos, com quatro respondentes. Todas as pontuações nessa característica ficaram acima do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, que significa o escore mínimo para que o indivíduo tenha aquela CCE, logo todas as respondentes possuem tal característica, o resultado alcançado da média foi de 19,09.

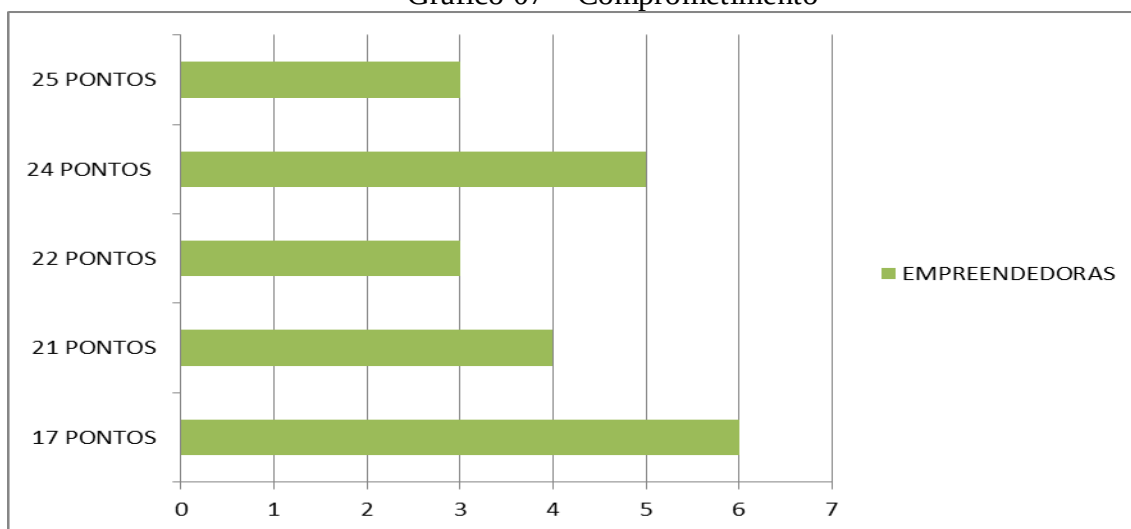
Gráfico 06 – Persistência



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O gráfico 06 apresenta a característica comportamental “persistência”, nessa característica a pontuação máxima atingida foi de dezoito pontos por quatro respondentes e a pontuação mínima foi de treze pontos, com cinco respondentes. Um total de doze respondentes ficaram abaixo do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, que significa o escore mínimo para que o indivíduo tenha aquela CCE, logo a maior parte das respondentes não possuem tal característica, o resultado alcançado da média foi de 14,95.

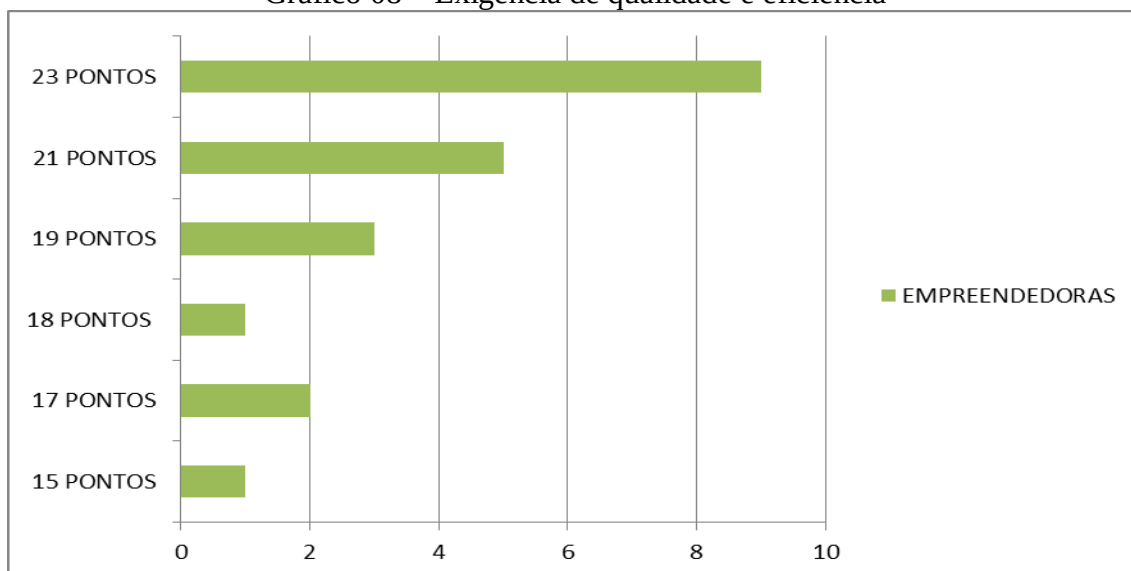
Gráfico 07 – Comprometimento



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

No gráfico 07 temos a característica comportamental “comprometimento”, nessa característica a pontuação máxima atingida foi de 25 pontos, essa a máxima por CCE, por três respondentes e a pontuação mínima foi de dezessete pontos, com seis respondentes. Todas as pontuações nessa característica ficaram acima do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, configurando que são possuidoras dessa CCE, logo todas as respondentes possuem tal característica, o resultado alcançado da média foi de 21,28.

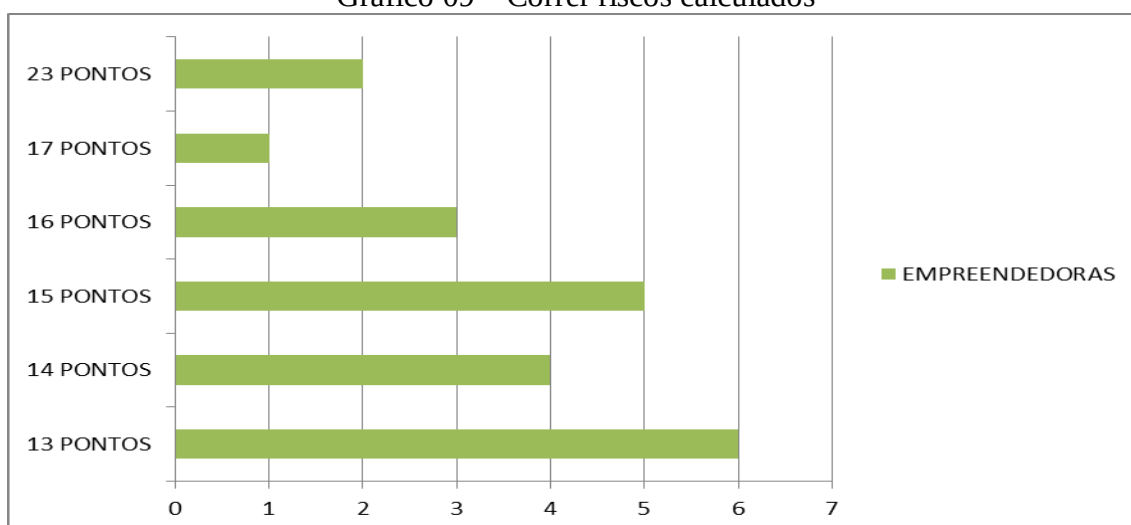
Gráfico 08 – Exigência de qualidade e eficiência



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O gráfico 08 trata sobre a característica comportamental “exigência de qualidade e eficiência”. A pontuação máxima atingida foi de 23 pontos por nove respondentes e a pontuação mínima foi de 15 pontos, com uma respondente. Todas as pontuações nessa característica ficaram acima do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland e o resultado alcançado da média foi de 20,76.

Gráfico 09 – Correr riscos calculados

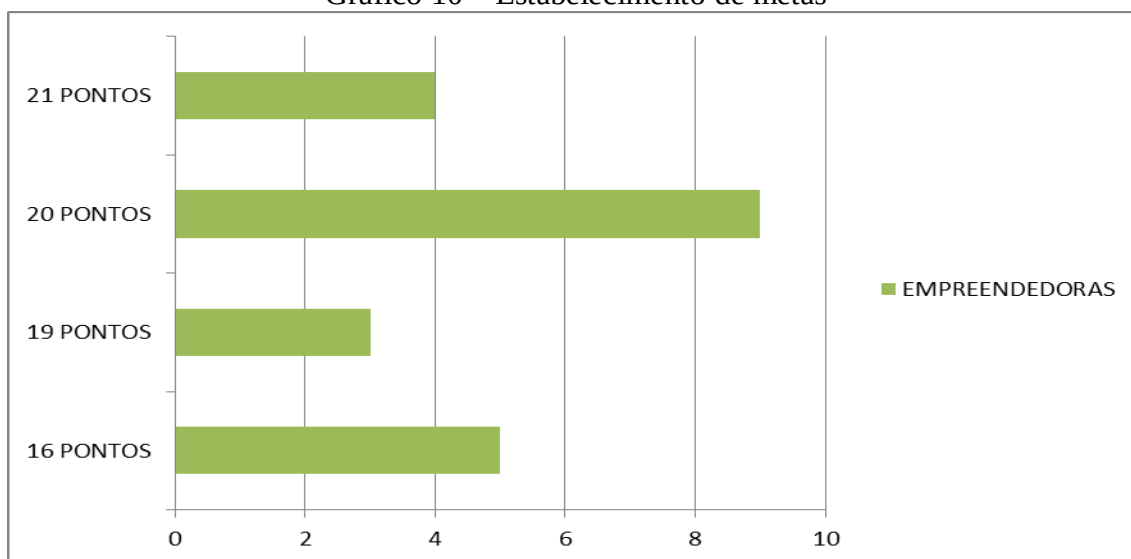


Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O gráfico 09 apresenta a característica comportamental “correr riscos calculados”, o resultado alcançado da média foi de 15,23, ficando acima do limite de 15 pontos estabelecido

por McClelland, todavia dez respondentes tiveram pontuação inferior à mínima exigida, o que pode requerer atenção a essa CCE.

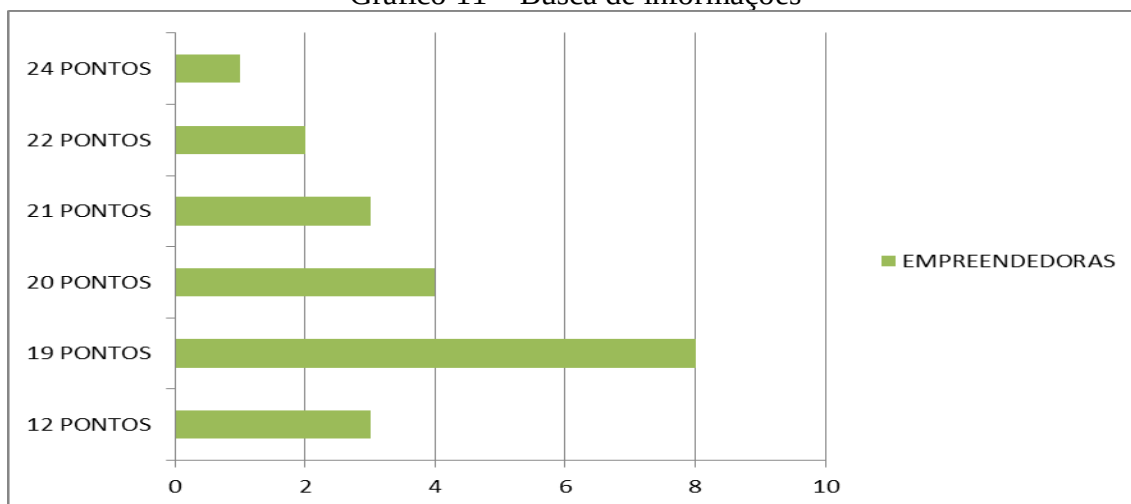
Gráfico 10 – Estabelecimento de metas



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

No gráfico 10, que trata sobre “estabelecimento de metas”, todas as pontuações nessa característica ficaram acima do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, que significa o escore mínimo para que o indivíduo tenha aquela CCE, logo todas as respondentes possuem tal característica, o resultado alcançado da média foi de 19,09.

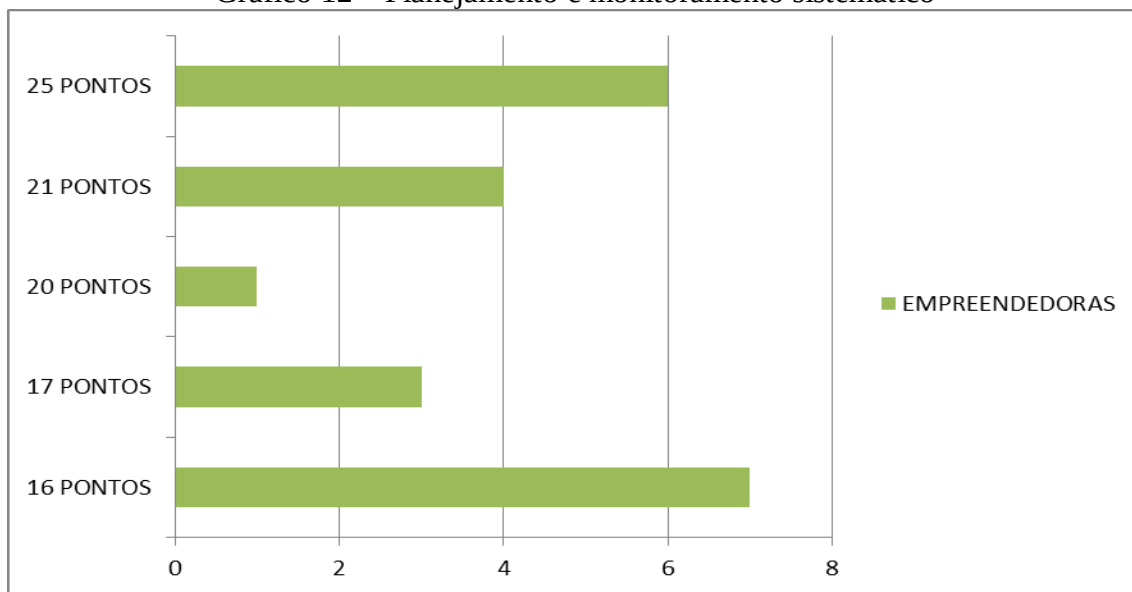
Gráfico 11 – Busca de informações



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O gráfico 11 mostra a característica comportamental “busca de informações”, nessa CCE, a pontuação máxima atingida foi de 24 pontos por uma respondente e a pontuação mínima foi de doze pontos, com três respondentes. O resultado alcançado da média foi de 19, logo ficaram acima do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, que significa o escore mínimo para que o indivíduo tenha aquela CCE.

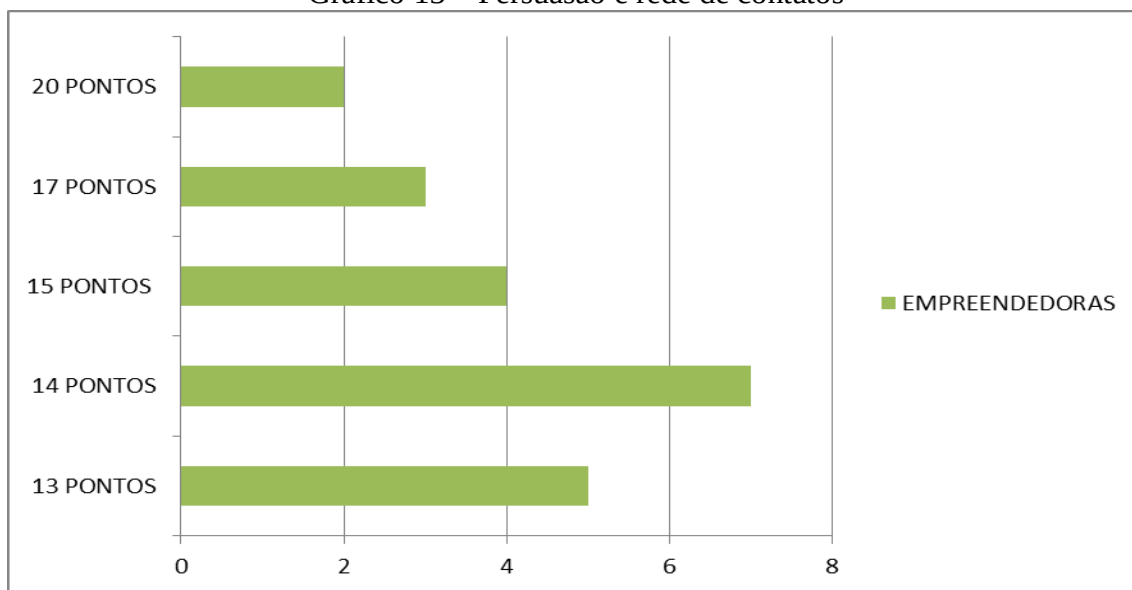
Gráfico 12 – Planejamento e monitoramento sistemático



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O gráfico 12 trata sobre a característica comportamental “planejamento e monitoramento sistemático. Todas as pontuações nessa característica ficaram acima do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, que significa o escore mínimo para que o indivíduo tenha aquela CCE, logo todas as respondentes possuem tal característica, o resultado alcançado da média foi de 19,85. Isso mostra que um dos gargalos no comportamento empreendedor, que é o planejamento, faz parte do comportamento das empreendedoras do mercado público, facilitando assim a permanência e a manutenção dos seus negócios no mercado.

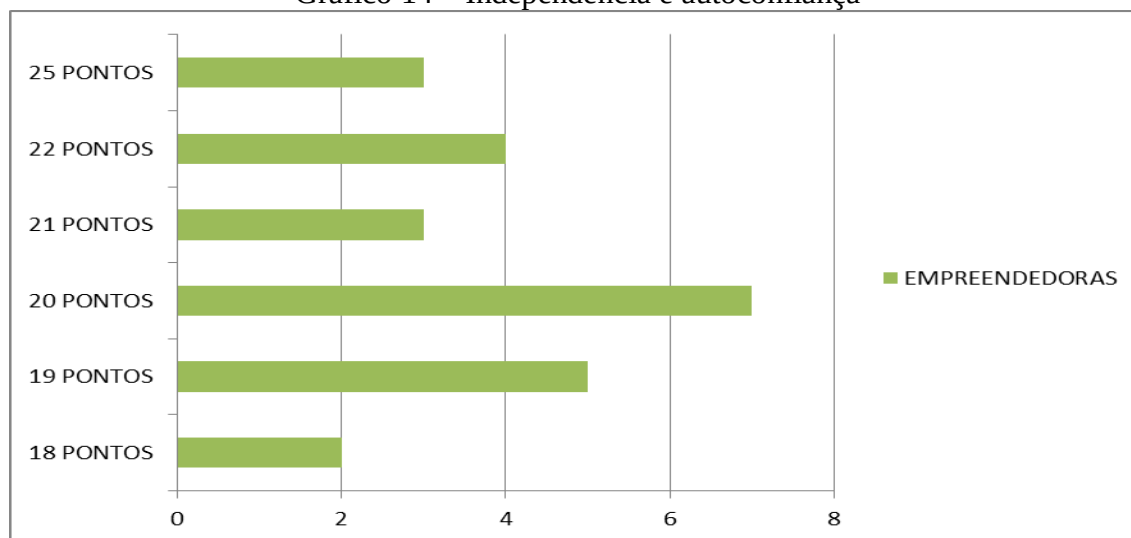
Gráfico 13 – Persuasão e rede de contatos



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O gráfico 13 trata sobre a característica comportamental “persuasão e redes de contato”. A pontuação média atingida foi de 14,95, ficando abaixo do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, que significa o escore mínimo para que o indivíduo tenha aquela CCE, logo as empreendedoras não possuem tal característica.

Gráfico 14 – Independência e autoconfiança



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

No gráfico 14, o resultado alcançado da média foi de 20,09 e todas as pontuações nessa característica ficaram acima do limite de 15 pontos estabelecido por McClelland, que significa o escore mínimo para que o indivíduo tenha aquela CCE, logo todas as respondentes possuem tal característica, o resultado alcançado da média foi de 20,09.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como ponto de partida a intenção de pesquisar o comportamento empreendedor das mulheres no ramo de artesanato em um mercado público da cidade de Teresina, Piauí. A pergunta norteadora da pesquisa foi: quais as características do comportamento empreendedor das mulheres que estão à frente da comercialização de artesanato no Mercado Central do Município de Teresina-PI? Sendo o objetivo geral apresentar as características do comportamento empreendedor das mulheres dedicadas a comercialização de artesanato no Mercado Central no município de Teresina-PI e específicos: descrever o perfil sócio-econômico-demográfico das mulheres das mulheres empreendedoras do artesanato no *lôcus* de pesquisa; analisar as características do comportamento empreendedor determinantes para o sucesso e/ou fracasso em tal setor.

A partir da análise dos resultados apresentados, podemos constatar que as empreendedoras do setor de artesanato possuem as seguintes características do comportamento empreendedor (CCE), de acordo com as pontuações obtidas em relação ao limite mínimo estabelecido por McClelland:

As participantes demonstram fortes competências em busca de oportunidade e iniciativa, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático e independência e autoconfiança, o que significa que elas possuem um perfil proativo e comprometido com o sucesso de seus negócios, sendo fundamentais para a permanência no mercado e para seu crescimento, especialmente em um setor competitivo como o artesanato, onde a qualidade e a inovação são cruciais. Mas

apresentam fragilidades ou não foram plenamente desenvolvidas na capacidade de correr riscos calculados, que poderiam levar a decisões mais estratégicas e inovadoras e também se apresentaram frágeis na característica persistência, onde desistir ou desanimar diante de dificuldades pode representar um risco para a longevidade dos negócios, especialmente em um setor que exige resiliência. E finalmente a ausência de uma rede de contatos sólida pode limitar o acesso a oportunidades de crescimento, como novos mercados e financiamentos.

As principais contribuições incluem uma base forte para desenvolver estratégias e recursos que ajudem as empreendedoras a fortalecer suas fraquezas e a explorar melhor suas qualidades. Ao identificar e apoiar áreas de melhoria, o estudo contribui para aumentar a capacidade das mulheres artesãs de enfrentar desafios e expandir seus negócios. Deu ênfase na dinâmica da economia criativa e a importância de apoiar iniciativas que fomentem a criatividade e a inovação.

Para estudos futuros, essa pesquisadora sugere avaliar o impacto da escolaridade na sobrevivência dos empreendimentos, as políticas públicas desenvolvidas para o suporte a tais atividades realizadas por mulheres e o impacto das atividades da mesma na economia local.

REFERÊNCIAS

BITTENCOURT, João; FRANCH, Mônica. Dossiê O Corpo na Pesquisa Social. **Revista Política e Trabalho**. Programa de Pós-Graduação em Sociologia – v. 1, ano 34, nº 47, jul./dez. 2017. João Pessoa, 2017. 278p.

BOTELHO, L. **Ascensão profissional de executivas em empresas baseadas no conhecimento**. 2008. 161 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, 2008.

CASSOL, N., SILVEIRA, A., & HOELTGEBAUM, M. (2007). **Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for scientific information (ISI), 1997-2006**. Anais do Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.

FIGUEIREDO, Marina Dantas de et al. Empreendedorismo feminino no artesanato: uma análise crítica do caso das rendeiras dos morros da Mariana. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 14, n. 2, p. 110-123, 2015.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 30 ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

FENELON, Beatriz Carvalho; LIMA, Tereza Cristina Pinheiro. **Mulheres Empreendedoras no Mercado de Trabalho: dificuldades e motivações**. Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Administração. Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Escola de Gestão e Negócios. Goiás, 2020.

FERNANDES, Marcelo E.; OKANO, Marcelo T.; A crise como oportunidade para o empreendedor brasileiro. **South American Development Journal Society**. v. 03, nº 7, p. 125-140, mar/2017.

FISCHER, T., & SOARES, R. M. (2012). Maestria em artes e ofícios populares: uma questão de gênero. In M. E. Freitas & M. Dantas (Orgs). **Diversidade sexual e trabalho** (pp. 312-335). São Paulo: Cenage Learning.

FRANCO, Michele Maria Silva et al. Empreendedorismo feminino: Características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. **Encontro de Estudo em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas empresas. Encontro sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE). Goiana, Goiás, Brasil, v. 8, 2014.**

GOMES, A. F. SANTANA, W. G. P.; ARÁUJO, U. P. **Empreendedorismo Feminino: o estado da arte.** XXXIII Encontro da ANPAD. São Paulo, 19 a 23 set, 2009.

ITAÚ. **Somos Empreendedoras:** 25 histórias inspiradoras de mulheres que transformaram o seu entorno através de seus negócios. Disponível em: <<https://www.itaumeunegocio.com.br/trilhas-aprendizado/mulher-empresadora>>. Acesso em 05. nov. 2021.

LAB – Laboratório de Gênero e Empreendedorismo. **Empreendedoras e seus negócios 2023.** Disponível em: <<https://materiais.rme.net.br/pesquisa2023>> Acesso em 12 mar. 2024.

LIMA, Edna de Almeida; PERQUE, Edivane Neves; ASSIS, Rubiliana V. F. de. Mulheres Empreendedoras no Município de Cariacica – ES. **Conic-SEMESP.** 18º Congresso Nacional de Iniciação Científica, 2018.

MACHADO, H.; JANEIRO, V.; MARTINS, A. Empreendedoras: estilo gerencial e desempenho das empresas. In: EnANPAD, 27. ,2003, Atibaia-SP. **Anais...** Atibaia-SP: ANPAD, 2003.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J. C. de Almeida (Orgs). **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo.** 2ª ed. Florianópolis: IEA – Instituto de Estudos Avançados, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. et al. **Introdução à pesquisa de marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MOORE, D.; BUTTNER, E. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of Small BusinessManagement**, pp. 34-47, jan. 1997.

PORTAL SEBRAE. **Quer Investir no Artesanato?** Saiba Mais Sobre Esse Mercado. SEBRAE, 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/boletim-comercio-e-servicos-artesanato,afb621600576a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> . Acesso em: 05 nov. 2021.

PORTAL SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil.** SEBRAE, 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD#>> . Acesso em: 19 mar. 2024.

PRESTES, Alline da Silva. **Autopoiese Feminina de Empreendedoras Criativas do Segmento de Artesanato em Parintins/AM**. Artigo de Iniciação Científica. Departamento de Apoio à Pesquisa. Universidade Federal do Amazonas, Parintins, 2017.

RODRIGUES, Bruno de Souza. **Análise do Empreendedorismo Feminino em Vilhena – RO**. 2011. Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. **Journal of Economic History**, p. 149-159, nov, 1947.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**. São Paulo: SEBRAE, 2011.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino**: Informações sobre as mulheres empreendedoras do Brasil. Data Sebrae, 2023. Disponível em:
<<https://datasebrae.com.br/empreendedorismofeminino/#pesquisa>> Acesso em: 12 mar. 2024.