

A Inserção do Gênero Feminino no Empreendedorismo: Estudo sobre as Mulheres Empreendedoras com Ênfase na Região de Gravataí – RS

FERNANDA MEDEIROS DE MATTOS PEREIRA

fepereiramattos.rs@gmail.com

Cesuca

SUELEN SARMENTO PADILHA

suelen.sarmentop@outlook.com

Cesuca

JULIANA SABOIA

julianasaboia@cesuca.edu.br

Cesuca

Resumo: Este trabalho tem como objetivo geral analisar os benefícios e dificuldade do empreendedorismo feminino com ênfase na região de Gravataí – RS, bem como identificar as empreendedoras beneficiárias do MEI no seu âmbito de atuação e quais foram as principais competências desenvolvidas pelas empreendedoras. Ao decorrer deste artigo é nítido observar o quão forte se torna o empreendedorismo como uma opção de carreira a ser seguida pelas mulheres. Além de identificar o crescimento da mulher como microempreendedora individual, transformando o vasto mundo do empreendedorismo.

Palavras Chave: Empreendedora - Empreendedorismo - feminino - MEI - Gravataí

1. INTRODUÇÃO

O gênero feminino exerce um papel essencial no país, visto que a sua atuação se torna capaz de fortalecer a diversidade dos agentes econômicos frente à motivação e reconhecimento da oportunidade, ambos cooperam no andamento da aceleração econômica (MICOZZI; LUCARELLI, 2016). O empreendedorismo feminino surge através de dois critérios, sendo o empreendedorismo mediante necessidade e por meio da conveniência (GEM, 2017). Os dados salientam que no Brasil o empreendedorismo manifesta-se da necessidade, destaca-se dentre os outros tipos por conta do seu alto índice (GEM, 2017). As microempreendedoras individuais do gênero feminino correspondem à metade do mercado empreendedor com 48,7% e em 2020 cresceu 40% (Rede Mulher Empreendedora, 2020).

Levando-se em conta as informações mais recentes do GEM (2019) é plausível identificar que a quantidade de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 25,8 milhões, até mesmo próximo do índice masculino com 28,7 milhões. Mattei e Heinen (2020) demonstram em seu estudo que a informalidade no ano de 2014 era de 23,20% e que houve um crescimento para 26,10% em 2020, esse acréscimo segundo os autores traz preocupação em razão de favorecer a desigualdade e pobreza.

O presente estudo tem como objetivo geral analisar os benefícios e dificuldade do empreendedorismo feminino com ênfase na região de Gravataí – Rio Grande do Sul, como objetivo específico identificar as empreendedoras beneficiárias do MEI no seu âmbito de atuação, além disto visa apontar as principais competências desenvolvidas pelas empreendedoras.

Neste artigo, após a introdução, os assuntos explanados serão: (2) referencial teórico nos quais referem-se aos seguintes enunciados: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Empreender: Suas competências e características e Microempreendedor individual, em subsequência a (3) metodologia no qual a pesquisa será de modo descritivo e exploratório, com abordagem quantitativa, posteriormente a (4) análise de dados, (5) resultados e conclusões finais e (6) referências bibliográficas.

2.REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Segundo Velho e Giacomelli (2017) o termo empreendedorismo traduzido do idioma inglês: entrepreneurship, origina-se do latim: imprehendere, passou a consistir na língua portuguesa em meados do século XX e possui o sinônimo da palavra empreender. O termo foi empregado pelos economistas Jean Baptiste Say (1767; 1832), no qual é considerado como pai de tal conceito através de seu livro, Tratado de Economia Política (1833), onde relatou que o empreendedor realiza a transferência de recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para o setor de alta produtividade e com maior rentabilidade. O economista Edgar Alois Shumpeter consolidou e elucidou a conceitualização do empreendedorismo em seu livro, Capitalismo, Socialismo e Democracia (1942). Brue e Grant (2016) afirmam que o primeiro a usar o termo empreendedor foi Cantillon e que com o passar do tempo foi-se moldando a realidade econômica e se fundindo com as características dos pesquisadores, conclui que Say foi um grande contribuinte para o discernimento econômico ao enfatizar o empreendedorismo como quarto fator da produção, unido aos demais fatores tradicionais: terra, trabalho e capital.



De acordo com Dornelas (2018), em grande parte dos países o empreendedorismo constitui-se como ponto central das políticas públicas. O progresso do empreendedorismo fomentou-se em meados da década de 1990 e nos anos 2000 ocorreu um crescimento em grande escala. Caetano e Paro (2020) destacam que as revoluções da humanidade estão associadas aos empreendedores, visto que são responsáveis por desenvolver novos conceitos que por sua vez possuem a capacidade de transformar e reinventar a forma com que os indivíduos interagem, consequentemente elevando a humanidade.

Dornelas (2020) pressupõe que os empreendedores podem ser classificados dentro de subtítulos e assegura que o empreendedor mais comum é o do próprio negócio. Conforme pode-se contemplar na figura 1.

TIPO DE EMPREENDEDOR	CONCEITO
Informal	Proveniente da necessidade, pois cria o próprio negócio por não ter alternativa. Exemplo: Revendedora de cosméticos.
Cooperado	Artesãos que se unem em uma cooperativa. Exemplo: Produtor de laticínios.
Individual	É o antigo empreendedor informal e de necessidade que, agora legalizado. Exemplo: Marceneiro.
Franquia	Inicia uma empresa a partir de uma marca já desenvolvida por um franqueador. Exemplo: McDonald's.
Social	Tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Exemplo: Horta Alegre (Porto Alegre)
Corporativo	São conscientes de seu papel na organização onde trabalham e que trazem ideias e executam projetos que visem ao crescimento da empresa no longo prazo. Exemplo: CEOs.
Público	Comprometidas com o coletivo, querem melhorar os serviços à população e propõem maneiras de utilizar os recursos públicos com mais eficiência. Exemplo: Analista de planejamento e orçamento.
Do Conhecimento	Profissional liberal que quer fazer a diferença. Exemplo: Escritor.
Negócio Próprio	Busca autonomia, quer ser patrão e cria uma empresa "estilo de vida", sem maiores pretensões de crescimento, para manter um padrão de vida aceitável, que lhe atribua o status de pertencente à classe média. Exemplo: Dono de restaurante.

Figura 1: Subtítulos dos tipos de empreendedores.

Fonte: Dornelas (2020, p.39), adaptada pelas autoras.

. Para Abrahão (2020) os empreendedores são pessoas que estimam-se sobressair aos demais com ideias distintas, competências e aptidões excepcionais, deixando-os em destaque em meio aos outros. Essa inovação de ideias abre precedentes para o aprimoramento do comportamento mediante aos estímulos e revertendo-os em oportunidades. Faz o apontamento do empreendedorismo como um agente importante para a prosperidade econômica, especialmente nos países com liderança na geração de oportunidades produtivas e que visam a paridade de gênero.

2.2 Empreendedorismo feminino

Devido à crise econômica e instabilidade de emprego com a carteira assinada, o Brasil foi impulsionado pela reformulação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), nos anos 90. O Sebrae atua no sentido de incentivar e desenvolver o empreendedorismo, além de possibilitar a sustentabilidade e a competitividade dos empreendimentos de micro e pequeno porte (SEBRAE, 2018).

Dentro do empreendedorismo observa-se a ascensão do empreendedorismo feminino. Um setor que em outrora era considerado apenas pelos homens, (RAMADANI, 2015), reconhece tal relevância feminina neste segmento de atuação, incentivando o crescimento do país (MICOZZI; LUCARELLI, 2016).

Micozzi e Lucarelli (2016) compartilham da mesma opinião sobre o envolvimento da mulher no empreendedorismo, visto que contribui positivamente com a economia do país. Em paralelo, existe uma sociedade que impõe um padrão na qual para a mulher se torna impossível de cumprir, acarretando dificuldades no processo do empreendedorismo. Teixeira e Bonfim (2016) relatam que diferentemente do homem, a mulher não possui uma rede de apoio, socialmente ou financeiramente, em razão de que são elas que desempenham esse papel para família e amigos. Diehl e Boas (2015) relata que com a inserção das mulheres no empreendedorismo, a força masculina e seu poder são fragilizados, concedendo a oportunidade para as mulheres a fim de que adentrem com confiança, incentivo, comprometimento e transparência neste ambiente empresarial.

Ações que auxiliam a mulher a estar ativa no mercado do empreendedorismo estão cada vez mais corriqueiras e constantes. Como exemplo de ações supracitadas, destaca-se a Caixa Econômica Federal que em novembro de 2019 no mesmo período que se comemora o Dia Mundial do Empreendedorismo Feminino, divulgou um pacote de vantagens específicas às microempreendedoras, fornecendo diversos benefícios, tais como: modalidade de crédito específica, cartão de crédito sem anuidade e taxas diferenciadas no capital de giro (CAIXA, 2019).

Ramal (2019) salienta que as mulheres são necessárias na sociedade, que se necessita do carisma feminino, que é de suma importância a integração das mulheres em todas as áreas, principalmente no âmbito dos negócios e que a participação traz benefícios de aprimoramento. Afirma que não se pode menosprezar tal talento, inteligência e capacidade. Quando ocorre de a mulher abandonar o centro dos acontecimentos, todos acabam por perder.

Segundo Mendes (2017) os desafios enfrentados pelas mulheres são maiores do que para os homens, as mulheres duelam em condições desiguais em todos setores da economia, empreendem por paixão e objetivo de ter mais tempo para se dedicar ao seu núcleo familiar, geram engajamento em um número maior de pessoas e promover mudanças da comunidade, um dos benefícios referidos pelo autor é que o empreendedorismo dispõe a independência para escolher hora e local de trabalho, essa condição é importante para as empreendedoras devido possuir uma dupla jornada.

De acordo com Lemes Jr. e Pisa (2019) existem empreendedoras que não conseguem manter-se no mercado, devido às adversidades que a mulher enfrenta ao conseguir um financiamento e por conta de problemas particulares, outro enfrentamento citado é a dificuldade em administrar um negócio por não compreender a diferença entre lucro e fluxo de caixa, onde a falta de conhecimento pode vir a trazer problemas financeiros. Para Silvia e Gouvêa (2008) o pretexto para as mulheres empreenderem está vinculado devido a algumas vantagens como: maior liberdade, realização pessoal e profissional, autonomia, independência financeira e o contentamento com a função exercida.



2.3. Empreender: Suas competências e características

Melton (2015) destaca que a formação da mentalidade do empreendedor é fundada e delineada por três elementos aos quais ele considera como essencial: curiosidade, conexões e criação de valor. De acordo com Maximiano (2021) o empreendedor deve integrar e desenvolver a sua concepção comportamental algumas competências: criatividade e capacidade de execução, estar disposto a assumir riscos, ser perseverante e otimista e ter senso de independência. Dornelas (2018) afirma que os empreendedores são sujeitos peculiarmente diferenciados, apaixonados pelo que fazem, além de possuir uma motivação singular, buscam o reconhecimento e admiração.

Quando se refere às mulheres, outras características se sobressaem, pois, de modo geral, as mulheres são por essência mais empáticas e com maior sensibilidade, possuem um grande comprometimento em suas respectivas organizações (CARVALHO, 2018). As características do empreendedorismo feminino na concepção de Marques (2016) são: atenção aos detalhes, preparo maior, facilidade de relacionamento, sensibilidade e multitarefa.

Ramal (2019) conclui que as mulheres instituem riquezas e virtudes para as empresas, sustenta-se este pensamento mediante a vasta relação das competências relacionada ao gênero feminino, a empreendedora nas suas tomadas de decisões tende a ter uma visão do todo, levando em consideração as questões sociais. De acordo com que se consegue visualizar na figura 2.

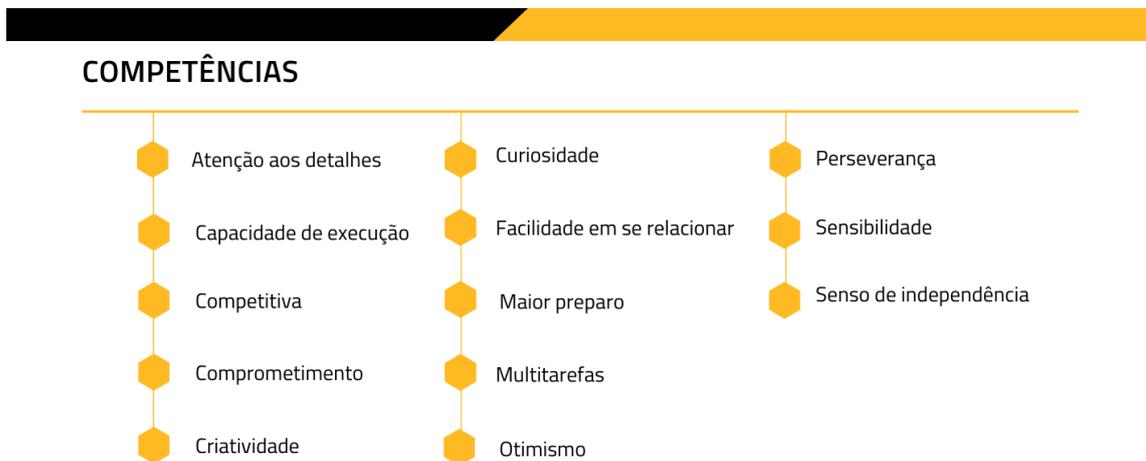


Figura 2: Competências da empreendedora feminina.

Fonte: Carvalho (2018), Costa et. Al. (2015), Marque (2016), Maximiano (2021), Melton (2015), adaptado pelas autoras.

De modo geral o mundo está sendo transformado pelo empreendedor, onde seu comportamento é o próprio processo empreendedor precisa ser entendido e estudado. O empreendedor costuma seguir uma linha padrão de comportamento, no qual auxilia a alcançar seus objetivos e realizar seus sonhos, deve-se ter o entendimento que isso não se refere a falta de limites e parâmetros, um negócio bem-sucedido necessita de um planejamento e de organização (FARAH et al., 2017). Costa et. al. (2015) destaca que as competências técnicas são onde os profissionais precisam desenvolver seu papel, já as competências comportamentais são voltadas para o profissional mais competitivo do mercado de trabalho, onde impactam o resultado final, esse é seu diferencial.

2.4 MEI: Microempreendedor individual

O Programa Microempreendedor Individual adquiriu sua aprovação através da Lei Complementar nº128, de 19 de dezembro de 2008, onde o autor Silva et al. (2019) menciona que o objetivo é valorizar o pequeno comerciante, através de pouca burocracia e formalização simples, permitindo que o empreendedor possa ter um Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ e seus direitos sociais como o previdenciário. Além de registrar e legalizar seu negócio, o Microempreendedor individual viabiliza a empreendedora a oportunidade de conseguir usufruir de alguns benefícios importantes tais como: aposentadoria por invalidez ou por idade, salário maternidade, pensão por morte ou auxílio reclusão, acesso a serviços bancários e ao crédito entre outros benefícios (LEMES JR. E PISA 2019). Como é possível verificar na figura 3.

BENEFÍCIOS PREVIDENCIÁRIOS AO MEI	CARÊNCIA
Aposentadoria por idade	180 meses de contribuição
Aposentadoria por invalidez	12 meses de contribuição
Auxílio-doença	12 meses de contribuição
Pensão por morte	Sem carência
Salário-maternidade	10 meses de contribuição
Auxílio reclusão	24 meses de contribuição

Figura 3: Benefícios Previdenciários do MEI

Fonte: Governo Federal – Empresas e Negócios (2020)

O Programa MEI visa garantir a atividade econômica, valorizando o trabalho e seus princípios (HAMMES; SILVEIRA, 2015), isso permite a inclusão econômica e social de cada indivíduo (PELLIN; ENGELMANN, 2018) formalizando suas atividades, empresarial ou atividades profissionais de forma autônoma.

O Brasil está em sétimo lugar sendo o país com maior número de empreendedores mundialmente, com total de 52 milhões, sendo que 30 milhões são mulheres, já os microempreendedores individuais do gênero feminino (GEM, 2020). Já os microempreendedores individuais do gênero feminino representam 48% do total e em 2020 cresceu 40% (Rede Mulher Empreendedora, 2020).

3. METODOLOGIA

O método de pesquisa é o sentido pelo qual o pesquisador deve percorrer para alcançar o desfecho almejado. Este é um aglomerado de processos ordenados, regular, explícito e de

provável repetição que deve ter como base uma investigação que seja eficiente para conquistar os objetivos propostos (MARCONI; LAKATOS, 2017; MATIAS-PEREIRA, 2016).

O vigente estudo é catalogado como descritivo que segundo os autores Marconi e Lakatos (2022) a pesquisa descritiva possui o objetivo de caracterizar os aspectos de uma população, ou indicar compatibilidades entre variáveis. A abordagem de pesquisa para este estudo fora definida como quantitativa, a pesquisa quantitativa procura ser objetiva, com ferramentas que possam auxiliar na coleta desses dados numéricos, sendo eles analisados com procedimentos estatísticos (CRESWELL; CRESWELL, 2021). Para Walliman (2015) pode-se analisar diversas situações estabelecendo assim um padrão que pode ocorrer sob as mesmas circunstâncias, além disso, essa observação poderá ser de formas variáveis, sendo elas: questionário, registros visuais e entrevistar pessoas.

Segundo o autor Estrela (2018) ao dispor-se a estudar as características de uma população não precisa ser em sua plenitude, mas sim uma parte na qual consiga-se alcançar o objetivo do estudo. A amostra é uma seleção de componentes no qual consiste em uma população distinta, usa-se uma amostra como opção para propiciar condições para o estudo, reduzindo tempo, despesas e instrumentalizando a execução de métodos (MATTAR e RAMOS 2021). Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2022) a região de Gravataí possui 56.871 mulheres, segundo os dados do Sebrae e IBGE (2021) a cidade de Gravataí possui 19.865 MEIs, dentre este número as mulheres ocupam 47,63% (9.462), foi realizado um questionário onde usou-se da ferramenta google forms, obteve-se no total 86 respondentes, onde desconsiderou-se os respondentes do sexo masculino e residentes de outras cidades, As autoras do vigente estudo consideraram para a análise dos dados 76 dos questionários respondidos, nos quais estes corresponderam ao perfil previamente selecionado como público alvo, deste modo este artigo classifica-se como uma amostra não probabilística por conveniência.

A coleta de dados para a abordagem quantitativa realizou-se através de questionário que conforme Marconi e Lakatos (2021) é um recurso para a coleta dos dados, composto por perguntas sequencialmente organizadas, respondidas pelo entrevistado sem a companhia do entrevistador.

De acordo com Pereira (2016) a análise de dados refere-se ao detalhamento dos métodos a serem empregados, para a etapa da classificação, mensuração e tabulação dos dados selecionados. Os dados coletados do questionário passaram por uma análise estatística, onde foram tabulados em uma planilha no Excel. As informações ao serem finalizadas foram realocadas para a plataforma Canva para ilustrar-se o resultado final encontrado.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a presente pesquisa obteve-se no total 86 respondentes, destes 95,3% são mulheres e 4,7% são homens. Importante ressaltar que os respondentes do gênero masculino foram desconsiderados nos resultados apurados.

Em relação a idade, 34,21% possuem de 31 a 40 anos, com as idades de 26 a 30 anos correspondem a 32,89%, acima de 41 anos enquadram-se com 25% e 7,89% possuem entre 18 a 25 anos. O local de residência corresponde a 74,1 % na cidade de Gravataí, 23,5% pertencem a cidade de Cachoeirinha e 2,4% residem em Porto Alegre, sendo Cachoeirinha e Porto Alegre desconsiderados nos resultados apresentados. Os pesquisados ao serem questionados no quesito do ramo de atuação, 18,42% pertencem ao ramo do vestuário, 17,11% constituem em estética, Coaching constam com 15,79%, cosmética condizem com 13,16%, o ramo alimentício e eventos correspondem com 9,21%, artesanato e negócios online possuem 5,26%, Saúde e bem-estar com 3,95% e imóveis com 2,63% dos respondentes.

4.1 Benefícios e dificuldades do empreendedorismo

Através dos dados apurados da pesquisa realizada tornou-se possível mensurar os benefícios e dificuldades apresentados neste estudo, dentre os quais pode-se destacar que 44,74% selecionaram a realização pessoal e profissional, independência financeira corresponde a 28,95%, autonomia e gestão de tempo com 15,79% e maior liberdade e felicidade com 10,53%, essas informações favorece com a afirmação de Silvia e Gouvêa (2008) sobre os motivos e vantagens para a empreendedora tais como: maior liberdade, realização pessoal e profissional, autonomia, independência financeira e o contentamento com a função exercida.

Além do supracitado destaca-se com 49,3% Gestão financeira, 18,3% concorrência, 8,9%, gestão de pessoas, 6,5%, linha de crédito 5,4%, manter-se ativa nas redes sociais e Impostos tributários 4,2% sendo as dificuldades apontadas pelas empreendedoras. Esses dados coletados vão de encontro com o pensamento dos autores Lemes e Pisa (2019) onde uma das dificuldades de manter-se empreendendo é devido à falta de conhecimento oriunda da área financeira e de administração do negócio.

No questionário aplicou-se a seguinte afirmativa: Que os desafios enfrentados pelas mulheres no empreendedorismo são maiores do que para os homens, para resposta de tal afirmativa, usou-se uma escala de um a cinco, de acordo com as informações percebe-se que 75% dos respondentes concordam com a afirmativa, este resultado corrobora com o posicionamento do autor Mendes (2017) nos quais relata que os desafios enfrentados pelas mulheres são maiores do que para os homens.

Diehl e Boas (2015) mencionam que com a inserção das mulheres no empreendedorismo, a força masculina e seu poder são atingidos e fragilizados, concedendo assim uma oportunidade para as mulheres abraçarem com confiança, incentivo, comprometimento e transparência no âmbito empresarial.

4.2 Competências desenvolvidas pelas empreendedoras

Segundo os autores Costa et. al. (2015) salientam a importância das competências técnicas, e que é um diferencial para se sobressair perante os demais empreendedores. Carvalho (2018) salienta que as mulheres são por essência mais empáticas e com maior sensibilidade, possuem um grande comprometimento em suas respectivas organizações. Durante a coleta de dados realizou-se o questionamento, sobre a maior competência desenvolvida ao decorrer do empreendimento. Conforme pode-se visualizar na figura 4, dentre as respostas obtidas foram selecionadas somente as palavras recorrentes.



Figura 4- Competências desenvolvidas.

Fonte: Dados de pesquisa 2022.

Conforme pode-se constatar na figura acima, dentre das palavras referidas a competências que os respondentes escreveram, destacou-se a palavra criatividade com 14,47%, dedicação, gestão financeira e gestão do tempo encontram-se ambas com 11,84%, este dado consolida o pensamento de Maximiano (2021) que segundo ele o empreendedor deve possuir e desenvolver algumas competências como: criatividade, habilidade de aplicação, estar pronto a assumir os riscos durante o percurso, ser perseverante, otimista e independente.

4.3 Microempreendedor individual

Segundo dados da atual pesquisa, 53,1% dos respondentes classificam-se como empreendedor informal e 46,9% possuem MEI sendo classificados como empreendedor individual, sendo que no Brasil as mulheres representam 48% do microempreendedor individual no Brasil (GEM, 2020).

De acordo com o abordado na introdução do presente artigo, o gênero feminino exerce um papel essencial no país, pois sua atuação é capaz de fortalecer a diversidade dos agentes econômicos frente à motivação e reconhecimento da oportunidade, ambos cooperam no andamento da aceleração econômica (MICOZZI; LUCARELLI, 2016).

A pesquisa aplicada demonstra que 46,9% dos respondentes empreendem por necessidade, em paralelo pode-se analisar 43,8% aderiram ao empreendedorismo por oportunidade, por meio desse fundamento pode-se validar os dados do GEM (2017), onde empreendedorismo surge através de dois critérios por necessidade ou conveniência.

Com 71,05% dos respondentes afirmam que a informalidade do empreendedor é causada devido ao medo dominante em abrir seu próprio negócio, esses dados vão de encontro com os 41,1% de empreendedores informais da população brasileira (GEM,2019).

Segundo a afirmativa da autora Ramal (2019) as mulheres são de suma importância para com a sociedade, a integração feminina se é necessária em todas áreas, principalmente no empreendedorismo, por conta dos benefícios provenientes do talento, inteligência e capacidade nos quais são características naturais das empreendedoras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS



Nesse tópico serão apresentadas as conclusões e as propostas de melhorias aos problemas identificados no estudo. Essa seção também apresentará as limitações da pesquisa e as sugestões para novos estudos relacionados ao assunto abordado.

A pesquisa cumpriu com o objetivo geral de analisar os benefícios e dificuldade do empreendedorismo feminino com ênfase na região de Gravataí, onde de forma detalhada conseguimos identificar que a realização pessoal e profissional (44,74%), independência financeira (28,95%), autonomia e gestão de tempo (15,79%) e maior liberdade e felicidade (10,53%), são os grandes benefícios que atraem as mulheres empreendedoras. Além do objetivo geral, também foram selecionados dois objetivos específicos: (i) específico identificar as empreendedoras beneficiárias do MEI no seu âmbito de atuação; (ii) apontar as principais competências desenvolvidas pelas empreendedoras.

Para tal finalidade, foi aplicado uma pesquisa quantitativa com as empreendedoras da região de Gravataí, onde se obteve 76 respondentes. Através da análise dos resultados, pode-se observar que a faixa etária dominante das empreendedoras está entre 26 a 40 anos, sendo os principais do ramo do vestuário (18,42%) e estética (17,11%). Os respondentes classificam-se como empreendedor informal (53,1%) e empreendedor individual (46,9%).

Como limitações deste estudo destaca-se o pouco tempo de pesquisa por conta de ser realizado em um curto período de quatro meses, onde demandou esforço para conseguir sua conclusão, além disto o baixo número de respondentes no qual está atrelado ao pouco tempo disponibilizado.

Para sugestão de pesquisas futuras sugere-se um período mais abrangente e utilização de um estudo sobre o impacto econômico do empreendedorismo feminino, incluindo uma comparação com dados internacionais e conhecer presencialmente determinado empreendimento, assim se torna possível analisar os dados acionais com o internacional. Estudar a teoria é essencial, mas presenciar cada etapa do processo do empreendedorismo deve ser fabuloso, tanto para o pesquisador quanto ao respondente, pois ambas as partes ganham com essa ação. Por este motivo sugere-se que seja acompanhado todo o processo de abertura do MEI, além de acompanhar as dificuldades e benefícios desde o início do processo.

6. REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, R.B. Empreendedorismo feminino: um estudo de relevância individual do trabalho de mulheres empreendedoras de Minas Gerais 1ª edição. Curitiba: Appris, 2020.

ALEXANDRE, F.A. Metodologia científica: Princípios e fundamentos 3ª edição. São Paulo: Blucher, 2021.

BARBOSA, H. M. A., da Rocha Neto, M. P., Júnior, S. L. C., & da Silva, P. M. M. (2021). Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. *Revista de Gestão e Secretariado*, 12(2), 94-121.

BRUE, L.S; GRANT, R. R. História do pensamento econômico, tradução da 8ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage learning, 2016.

CAETANO, R.; PARO, P. Empreendedorismo consciente: Como melhorar o mundo e ganhar dinheiro 1ª edição. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

CARVALHO, Grishna Polyanna Machado. Características e desafios do empreendedorismo feminino / Grishna Polyanna Machado Carvalho. - 2018.

COSTA, D. L.C. et al. Gestão por competência e do conhecimento. Indaiá: Uniasselvi, 2015.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (eds). The Sage handbook of qualitative research. 5 ed. Thousand Oaks: Sage, 2018.

DIEHL, B. V; BOAS, A. V. Elas Empreendedoras. São Paulo: Simplíssimo, 2015.

DORNELAS, J. Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso 4ª edição. São Paulo: Empreende, 2020.

DORNELAS, J. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios 7ª edição. São Paulo: Empreende, 2018.

DORNELAS, J. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 5ª ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

ESTRELA, C. Metodologia científica: Ciência, ensino e pesquisa 3ª edição. São Paulo: Artes Médicas Ltda, 2018.

FARAH, E. O et al. Empreendedorismo estratégico: Criação e gestão de pequenas empresas 2ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2019). Empreendedorismo no Brasil - 2019. Relatório Executivo GEM. GEM/Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil 2019

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil: 2016. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017.

ibqp.org.br/gem/ Acesso em 08 de março de 2022

JR. LEMES, B. A; PISA, J. B. Administrando micro e pequenas empresas: Empreendedorismo e gestão 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier editora Ltda, 2019.

MARCONI, A. M; LAKATOS, M. K. Fundamentos de metodologia científica 9ª edição. São Paulo: Atlas, 2021.

MARCONI, A. M; LAKATOS, M. K. Metodologia científica 8ª edição. São Paulo: Atlas, 2022.

MARQUES, José Roberto. Empreendedorismo feminino: 5 características da mulher nos negócios – 2016. Disponível em: www.jrmcoaching.com.br/blog/empreendedorismofeminino-5-caracteristicas-damulher-para-seu-empoderamento-nos-negocios/

MATTAR, J; RAMOS, K. D. Metodologia da pesquisa em educação: Abordagens Qualitativas, quantitativas e mistas 7ª edição. São Paulo: Almedina Brasil, 2021.

MATTEI, L; HEINEN, L.V. Artigo: Impacts of the COVID-19 crisis on the Brazilian labor Market, 2020.

www.scielo.br/j/rep/a/8snSbBwVqmYgd5pZVQ5Vhkn/?lang=pt#

MAXIMIANO, A.C. A. Teoria Geral da administração: Da revolução urbana à revolução digital 8ª edição. Rio de Janeiro: Editora Atlas Ltda, 2021.

MELTON, Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.12, n.2 p. 57-71, 2018 ISSN 1982-2537, 2015

MENDES, J. Empreendedorismo 360: A prática na prática 3ª edição. São Paulo: Atlas Ltda, 2017.

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

MORAIS, Maria Aparecida Silva; FEITOSA FILHO, Raimundo Ivan. A Relevância do Contador para o Microempreendedor Individual (MEI). ID on line REVISTA DE PSICOLOGIA, v. 13, n. 43, p. 480-489, 2019.

NOVA, C.C.P.S. et al. Trabalho de conclusão de curso (TCC): Uma abordagem leve, divertida e prática 1ª edição. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

nucleogeneroeconomia.uff.br/quem-somos-nucleo-de-pesquisa-em-genero-e-economia-npge/ Acesso em 08 de março de 2022

PELLIN, Daniela Regina; ENGELMANN, Wilson. A análise econômica da lei do microempreendedor individual para além do direito: a política. *Economic Analysis of Law Review*, v. 9, n. 2, p. 177-193, 2018.

PEREIRA, M.J. Manual de metodologia da pesquisa científica, 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2016.

RAMADANI, V. The woman entrepreneur in Albania: an exploratory study on motivation, problems and success factors. *Journal of Balkan & Near Eastern Studies*, v.17, n.2, p.204-221, junho, 2015.

RAMAL, A. S. Mulheres líderes e empreendedoras 1ª edição. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

rme.net.br/2019/09/23/pesquisa-da-rede-mulher-empresadora-avanca-com-dados-que-comparam-negocios-de-mulheres-e-homens/

SEBRAE. Perfil empreendedor. Disponível em: www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/quem-sao-os-pequenos-negociosdestaque5,7f4613074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. de. (2008). Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. *Revista de Administração FACES Journal*, 7(3), 124-138. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/127>>. Acesso em: 30 set. 2017

TEIXEIRA, Cristiane Martins et al. EMPREENDEDORISMO FEMININO. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 6, n. 3, p. 151-171, 2021.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/perguntas-frequentes/previdencia-e-demais-beneficios/quais-os-beneficios-previdenciarios-do-mei

www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2019/11/caixa-lanca-beneficios-para-mulheres-empresadoras

www.maismei.com.br/mei-microempreendedor-individual-gravatairs#:~:text=Mais%20dados%20interessantes%20sobre%20o,52%2C37%25%20s%C3%A3o%20homens.

VELHO, G. A; GIACOMELLI, G. Empreendedorismo 3ª edição. Porto Alegre: Sagah, 2017.

WALLIMAN, Nicholas, Métodos de Pesquisa, coleção homem, cultura e sociedade, 2015.

PELLIN, Daniela Regina; ENGELMANN, Wilson. A análise econômica da lei do microempreendedor individual para além do direito: a política. Economic Analysis of Law Review, v. 9, n. 2, p. 177-193, 2018.

REDE MULHER EMPREENDORA. “As Empreendedoras e o Coronavírus” - os negócios femininos no Brasil em meio a pandemia”. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1590589703Locomotiva-_Relatrio_RME_1.pdf