

Análise do comportamento empreendedor das mulheres microempreendedoras individuais em um município na fronteira Brasil, Colômbia e Peru*

Analysis of the entrepreneurial behavior of women individual microentrepreneurs in a municipality on the Brazil-Colombia-Peru Border

Brenda Cruz da Silva

Universidade Federal do Amazonas - UFAM

brendacruz@hotmail.com

Antônio Vagner Almeida Olavo

Universidade Federal do Amazonas - UFAM

adm.antoniovagner@hotmail.com

Luan Kevin Guimarães dos Reis

Universidade Federal do Amazonas - UFAM

contato.luanguimaraess@gmail.com

Francisco da Silva Santana

Universidade Federal do Amazonas - UFAM

franciscodasilvatbt@gmail.com

Francisca Carla Ferreira das Chagas

Universidade Federal do Amazonas - UFAM

francarlafe1993@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste estudo é identificar as características comportamentais empreendedoras das mulheres que optaram pelo Programa MEI no município de Tabatinga-AM. Para isso, utilizou-se um conjunto de características encontradas na literatura, classificadas como habilidades cognitivas, sociais e autogestão, e o modelo de autoavaliação do perfil empreendedor apresentado por Dornelas (2009). Como procedimentos metodológicos, à natureza da pesquisa, optou-se por uma pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem mista, com técnica de pesquisa, roteiro de entrevista semiestruturado e questionário com o modelo de autoavaliação de perfil empreendedor. Participaram do estudo 10 (dez) mulheres optantes pelo MEI. Como técnica de análise de dados, utilizou-se para os dados quantitativos a Análise Exploratória de Dados (EAD), apresentando médias, frequência, mínimos e máximos. Para os dados qualitativos, utilizou-se a técnica análise de conteúdo. A motivação e a superação tiveram maior destaque e, com menor destaque, comprometimento e determinação. As qualidades comportamentais de empreendedorismo foram evidenciadas, levando em conta as habilidades cognitivas, sociais e de autogestão. Conclui-se que as características comportamentais empreendedoras podem ser mais fortes em determinadas situações, dependendo de diversos fatores, como fatores internos e externos.

Palavras-chave: Alto Solimões. Amazônia. Empreendedorismo Feminino. Perfil Empreendedor. MEI.

* Recebido em 29 de maio de 2023, aprovado em 01 de abril de 2024, publicado em 17 de junho de 2025.

ABSTRACT

The objective of this study is to identify the entrepreneurial behavioral characteristics of women who have opted for the MEI Program in the municipality of Tabatinga–AM. To achieve this, a set of characteristics found in the literature, classified as cognitive, social, and self-management skills, were utilized, along with the entrepreneurial self-assessment model presented by Dornelas (2009). Methodologically, the research nature was exploratory and descriptive, employing a mixed approach with a combination of research techniques, semi-structured interview scripts, and a questionnaire based on the entrepreneurial self-assessment model. The study included 10 (ten) women who chose the MEI program. For quantitative data analysis, Exploratory Data Analysis (EDA) was used, presenting means, frequencies, minimums, and maximums. Qualitative data were analyzed using content analysis techniques. Motivation and resilience stood out prominently, while commitment and determination received less emphasis. The behavioral qualities related to entrepreneurship were evident, considering cognitive, social, and self-management skills. It can be concluded that entrepreneurial behavioral characteristics may be stronger in specific situations, depending on various factors, both internal and external.

Keywords: Alto Solimões. Amazon. Female Entrepreneurship. Entrepreneurial Profile. ME

1. INTRODUÇÃO

Dada a valorização do empreendedorismo pela Sociedade do Conhecimento (Carreira et al., 2015), o empreendedorismo feminino tem sido particularmente valorizado pelo processo de feminilização do mercado de trabalho, o que tem como consequência o aumento do número de empreendimentos criados por mulheres, o que tem sido relevante para o cenário econômico (Amorim; Batista, 2012).

O empreendedorismo feminino é entendido como uma iniciativa empreendedora conduzida por mulheres (Lucena; Rodrigues, 2022; Araújo, Sousa; Ferreira, 2023). Sendo considerado por Naguib (2022) como uma estratégia para o empoderamento feminino nos negócios e no crescimento dos países. Neste sentido, é crescente o número de mulheres que tentam criar e desenvolver seu próprio negócio em todo o mundo (Martins et al., 2010; Souza et al., 2018; Silva et al., 2019; Florencio; Paula, 2022; Araújo; Sousa; Ferreira, 2023).

É importante salientar que a discussão sobre o empreendedorismo feminino não se baseia na diferenciação de gênero, uma vez que as mesmas características comportamentais empreendedoras podem ser encontradas em homens e mulheres (STROBINO; TEIXEIRA, 2014), mas sim na tentativa de compreender o fenômeno para proporcionar melhores condições profissionais para as mulheres (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014; Bolson; Oliveira; Do Vale, 2018).

Durante a Pandemia, causada pelo coronavírus SARS-COV-2 e suas variantes, que resultou na doença conhecida como COVID-19, muitas mulheres perderam seus empregos devido à necessidade de isolamento social, o que resultou em uma diminuição do fluxo de vendas e, conseqüentemente, buscaram alternativas para prover às suas necessidades e de seus familiares. Neste sentido, Guimarães et al. (2022) apontam que, no contexto da pandemia da COVID-19, houve um aumento nos negócios de mulheres em áreas urbanas.

No contexto empírico, o fenômeno do empreendedorismo feminino, tem sido objeto de atenção de organizações internacionais como as Organizações das Nações Unidas (ONU), que criou no ano de 2010 a ONU Mulher (Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gêneros e Empoderamento das Mulheres), que atualmente atende quatro continentes, incluindo a

América do Sul. Além disso, a ONU passou a incluir na agenda institucional a data de 19 de novembro como o Dia Mundial do Empreendedorismo Feminino.

No contexto brasileiro, o empreendedorismo feminino tem recebido atenção do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), além disso, existe a Rede Mulheres Empreendedoras (RME) que buscam estimular o perfil empreendedor nas empresárias por meio de cursos, palestras, oficinas e orientações. Desta forma, o empreendedorismo feminino é reconhecido pelos governos e organizações públicas e privadas, como uma parte essencial da solução para a erradicação da pobreza e desigualdade social (PONTES et al., 2023).

Apesar do reconhecimento e da relevância do empreendedorismo feminino no país, os estudos demonstram que as mulheres ainda enfrentam diversos estigmas, como o preconceito (Florencio; Paula, 2022) e os conflitos entre a vida profissional e pessoal (Machado, 2012; Barbosa et al., 2021; Pandolfi, 2021). Mas ainda assim, o número de mulheres empreendendo é crescente no Brasil, o que estimula a busca pela identificação e compreensão das características comportamentais empreendedoras.

Para compreender as características comportamentais empreendedoras das mulheres, foi escolhido o município de Tabatinga, no estado do Amazonas, na microrregião do Alto Solimões, no Brasil. Este município vivencia tanto o contexto amazônico quanto o fronteiriço. No contexto amazônico, existe a biodiversidade e os povos indígenas e não indígenas, que residem em parte em comunidades em que o acesso em sua maioria é realizada por via fluvial. O município de Tabatinga faz parte da tríplice fronteira entre o Brasil (Tabatinga), o Peru (Povoado de Santa Rosa), e a Colômbia (Cidade de Letícia), que tem acesso terrestre, sendo considerada uma cidade gêmea de Tabatinga. Dessa forma, este campo multicultural tornou-se relevante para práticas empreendedoras e, conseqüentemente, para compreender as características comportamentais dos empreendedores.

Um recorte deste estudo é que sua aplicação foi realizada com optantes pelo Programa Microempreendedor Individual (MEI), que é a porta de entrada de muitas empreendedoras que atuavam na informalidade. Até o dia 10 de janeiro de 2024, havia 1.184 pessoas no município de Tabatinga-AM, optantes pelo MEI, sendo 43,91% mulheres (Receita Federal, 2024).

Diante do que foi apresentado, este estudo parte da seguinte pergunta: quais são as características comportamentais empreendedoras das mulheres que optam pelo Programa Microempreendedor Individual em Tabatinga? Dessa forma, o objetivo deste artigo é: identificar as características comportamentais empreendedoras das mulheres que optaram pelo Programa MEI no município de Tabatinga-AM. A fim de compreender as características empreendedoras, foi utilizado o modelo de autoavaliação do perfil empreendedor apresentado por Dornelas (2009) e características encontradas na literatura.

Este estudo contribui para o campo teórico e empírico. No campo teórico, contribui para a literatura sobre o empreendedorismo feminino que de acordo com Pontes et al. (2023) ainda é pouco explorada. Além de aplicar o modelo de autoavaliação de perfil empreendedor desenvolvido por Dornelas (2009). Para o campo empírico, a partir da identificação e compreensão das características comportamentais empreendedoras identificadas, podem ser elaboradas ações em parcerias público-privadas, assim como, com universidades para criar políticas de incentivos voltadas para o comportamento empreendedor, por meio de projetos de extensão como apresentado por Olavo et al. (2018) e/ou ações diretas do governo.

O artigo é dividido em cinco etapas, sendo a primeira, a introdução apresentada anteriormente, seguida pelo referencial teórico em que foi abordado sobre empreendedorismo feminino e características empreendedoras. Posteriormente, são apresentados os procedimentos metodológicos, seguido dos resultados e análises, e por fim as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para uma melhor compreensão do fenômeno estudado, foram estabelecidos dois subtópicos. O primeiro trata do empreendedorismo feminino e o segundo, das características comportamentais empreendedoras encontradas na literatura e o modelo de autoavaliação de perfil empreendedor elaborado por Dornelas (2009).

2.1 Empreendedorismo Feminino: Breve histórico e conceito

No período Neolítico, entre os anos de 10.000 e 5.000 a.C., as mulheres desempenhavam um papel crucial na agricultura, sendo responsáveis pelo cultivo e pelo preparo dos alimentos (Hevilásio, 2009). Sendo assim, presume-se que as mulheres, ao desempenharem funções fundamentais na produção de alimentos, apresentavam características comportamentais empreendedoras, tendo um papel ativo.

Com a chegada da Revolução Industrial, que teve como consequência a ampliação da produção, as mulheres foram admitidas nas fábricas com salários inferiores em relação aos homens (Amorim; Batista, 2012). Os autores anteriores apontam que a massificação de contratação das mulheres no sistema fabril ocorreu com a 1ª e 2ª Guerras Mundiais (1914 – 1918 e 1939 – 1945, respectivamente), que enviou homens para o combate e, depois, o quantitativo de homens mortos no conflito, fez com que as fábricas começassem a delegar tarefas que eram exclusivas para homens. No mesmo período, iniciou-se a luta das mulheres em prol dos seus direitos de igualdade salarial e de oportunidades de trabalho.

Emile (2011) aponta que os estudos a respeito do empreendedorismo feminino como uma prática social remontam aos anos 1960. No entanto, foi com Eleanor Brantley Schwartz, com a obra intitulada "*Entrepreneurship: a new female frontier*", publicada em 1976, que o tema ganhou relevância. Apesar destes destaques internacionais, no Brasil os estudos sobre empreendedorismo feminino só foram difundidos na década de 1990 (Gimenez; Ferreira; Ramos, 2017).

O empreendedorismo feminino é definido como a tomada de decisões e administração de empreendimentos por mulheres com o objetivo de diminuir a pobreza e, conseqüentemente, fomentar o desenvolvimento econômico local (Hapsari; Soeditaningrum, 2018). Sendo assim, é um meio de promover a inclusão e equidade no ambiente empresarial (Basta; Gonçalves, 2024). Assim sendo, o empreendedorismo feminino tem como objetivo fornecer o estímulo e o suporte necessários para as mulheres alcançarem sucesso em seus empreendimentos e/ou ocupar posições elevadas nas organizações.

Solesvik, Lakovleva e Trifilova (2019) apontam que as mulheres empreendedoras têm como objetivo criar valor social de forma complementar aos ganhos financeiros, atuando como agentes de mudanças sociais. Desta forma, Dussán, Mosquera e Quintero (2019) apontam que o empreendedorismo feminino, de fato, contribui para o bem-estar feminino e oferece oportunidades econômicas de geração de riquezas. Dessa forma, o empreendedorismo feminino abrange uma perspectiva que extrapola a criação e o desenvolvimento de empreendimentos, visando diminuir as desigualdades sociais e de gênero.

Vale salientar que, apesar de este estudo ter como objetivo compreender as mulheres empreendedoras que criam e desenvolvem seus empreendimentos, o empreendedorismo feminino pode surgir dentro das organizações através do intraempreendedorismo, como apontado por Zampier, Takahashi, Teixeira (2011), Gomes e Barros Neto (2024). Dessa forma, o empreendedorismo feminino pode ocorrer tanto no âmbito externo (mulheres que criam negócios) quanto interno (desenvolvimento de organizações). De forma complementar, Olavo et al. (2020) apontam que o empreendedorismo é um fenômeno presente no setor público e privado. No setor público, as mulheres podem fazer parte por meio do intraempreendedorismo (conceito trabalhado no setor público por Emmendoerfer (2019), Olavo (2020) e outros autores)

ou por meio do empreendedorismo político (conceitos tratados por Kingdon (2003) e Capella (2016) e outros autores).

Apesar do surgimento de novas questões favoráveis às mulheres nos últimos anos, elas ainda enfrentam discriminação de gênero no ambiente de trabalho e são desvalorizadas e subestimadas em relação à sua habilidade para desempenhar determinadas tarefas (De Oliveira, 2021), especialmente aquelas que são consideradas "adequadas" para o gênero masculino. Dessa forma, a desvalorização e a falta de inserção da capacidade feminina no mercado de trabalho interferem no crescimento profissional e financeiro das mulheres (De Oliveira, 2021). Apesar do cenário pessimista atual, a mulher tem se destacado no mercado de trabalho e na sociedade, sobretudo na criação de negócios (Nunes; Sanches, 2022).

2.2 Características Comportamentais Empreendedoras

A escola comportamental de empreendedorismo, criada por McClelland (1961), é uma das mais importantes. A escola busca compreender o comportamento do empreendedor através de elementos psicológicos, sociais e emocionais. De acordo com McClelland (1961), três necessidades interferem no comportamento do empreendedor: a) A realização - está relacionada às características comportamentais empreendedoras de orientação para objetivos e desafios; b) Afiliação - está relacionada às características comportamentais empreendedoras de construção de relacionamentos e preocupação com a aceitação social e, por fim; c) A necessidade de poder - está relacionada às características comportamentais empreendedoras de busca de influência e disposição para assumir riscos.

Farias et al. (2020, p. 136) destacam que as características comportamentais empreendedoras são frutos de “[...] hábitos, práticas e valores das pessoas”. Dessa forma, o perfil empreendedor pode ser desenvolvido ao longo da vida e das experiências das pessoas, ou seja, o desenvolvimento das qualidades empreendedoras é possível através das experiências cotidianas.

De acordo com Bomfim e Teixeira (2015), o empreendedorismo feminino é um campo de estudo com uma estrutura complexa devido ao seu perfil comportamental. De acordo com Paoloni e Serafini (2018), a atividade empreendedora feminina apresenta características sociais e naturais.

O Quadro 1, apresenta, a seguir, as características comportamentais empreendedoras consideradas próprias do empreendedorismo feminino, segundo a literatura.

Quadro 1: Características comportamentais associadas ao empreendedorismo feminino, conforme descritas na literatura e suas classificações.

Classificação	Características Comportamentais Empreendedoras	Autores
Habilidades Cognitivas	Atenção aos detalhes	Marques (2016); Camacho, (2016)
	Multitarefas	Marques (2016); Camacho (2016); Montalvão et al. (2020); Fernandes, Campos e Silva (2013)
	Intuição	Marques (2016); Camacho, (2016)
Habilidades Sociais	Facilidade de relacionamento	Marques (2016); Camacho, (2016)
	Sensibilidade	Marques (2016); Camacho, (2016); Fernandes, Campos e Silva (2013)
	Empatia	Fernandes, Campos e Silva (2013)
	Tolerância	Silva et al. (2019)

Habilidades de Autogestão	Persistência/perseverança	Silva et al. (2019)
	Dedicação	Silva et al. (2019)
	Disciplina	Silva et al. (2019)

A partir de uma análise da literatura e da necessidade de uma melhor compreensão das características comportamentais empreendedoras femininas, este estudo dividiu as habilidades cognitivas, sociais e de autogestão.

As habilidades cognitivas no empreendedorismo feminino dizem respeito às capacidades mentais de processar as informações e resolver os problemas. Para isso, as empreendedoras utilizam a atenção aos detalhes, a multitarefas e a intuição como comportamentos empreendedores para lidar com os problemas organizacionais.

As habilidades sociais dizem respeito à capacidade das empreendedoras de se relacionarem com os clientes internos ou externos da organização. Para isso, as empreendedoras utilizam as seguintes características comportamentais: facilidade de relacionamento, sensibilidade, empatia e tolerância.

A habilidade autogestão é a capacidade das empreendedoras de gerenciar suas atividades. Dentre as características comportamentais empreendedoras apresentadas, destacam-se a persistência/perseverança, a dedicação e a disciplina.

A presente pesquisa utilizou o modelo de autoavaliação do perfil do empreendedor apresentado por Dornelas (2009). O modelo é dividido em cinco categorias (dimensões), a saber: a) comprometimento e determinação (questões de 1 a 6); b) obsessão por oportunidades (questões de 7 a 9); c) tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza (10 a 14); d) criatividade, autoconfiança e capacidade de adaptação (questões de 15 a 19); e) motivação e superação (questões de 26 a 30). Após responder às questões, é necessário fazer uma soma para obter os resultados apresentados no Quadro 2, a seguir.

Quadro 2: Distribuição dos pontos de autoavaliação do perfil do empreendedor apresentado por Dornelas (2009).

Pontuação	Descrição
Menos de 59 pontos	Não sendo um empreendedor, mas possui o anseio de ser reconhecido como um empreendedor.
60 a 89 pontos	Ainda não sendo um empreendedor, apenas possui o comportamento de um administrador.
90 a 119 pontos	Pessoas com esta classificação possuem alguns traços empreendedores, contudo ainda precisam do desenvolvimento de alguns atributos.
120 a 150 pontos	É considerado como um empreendedor, tendo comportamentos diferenciados no âmbito da organização.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2009)

A seguir, são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para compreender as características comportamentais empreendedoras das mulheres no município de Tabatinga, no estado do Amazonas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo teve como natureza a pesquisa exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória foi realizada por meio de uma análise de literatura e de discussões com empresárias e com profissionais que atuam no escritório do SEBRAE em Tabatinga, no Amazonas. O estudo descritivo teve como objetivo analisar as diversas perspectivas das empresárias entrevistadas em relação ao empreendedorismo feminino e identificar as características do seu

comportamento empreendedor considerando os atributos encontrados na literatura apontada no Quadro 1 e o modelo de Dornelas (2009).

A abordagem mista (qualitativa e quantitativa) foi utilizada como método. O roteiro de entrevista semiestruturado com 8 perguntas foi utilizado como ferramenta de pesquisa qualitativa. As entrevistas foram registradas pelo aplicativo Gravador de Voz 213.3.31.04. Como técnica de pesquisa quantitativa, foi aplicado um questionário com base no modelo de autoavaliação do perfil empreendedor apresentado por Dornelas (2009). Além dos questionários, também foi aplicado um questionário socioeconômico, com o objetivo de levantar dados como a renda, o estado civil, o nível de instrução, se já foi uma empreendedora informal, o tempo de atuação como MEI e o ramo de atuação das empreendedoras participantes da pesquisa.

Após a coleta e transcrição dos dados qualitativos, procedeu-se à análise de conteúdo. Baseado no modelo de análise de Bardin (2006). A presente análise é composta por três etapas: a) análise preliminar (uma leitura superficial dos dados para identificar as categorias e subcategorias criadas no modelo); b) exploração do material (uma leitura aprofundada para identificar as categorias e subcategorias) e; c) análise final com as transcrições e classificação dos resultados do estudo.

Para assegurar a confidencialidade das participantes do estudo, optou-se pela codificação PP, seguida de um número. Os dados quantitativos foram armazenados em uma planilha no Microsoft Excel, que permitiu a realização de uma análise exploratória de dados (AED).

No total, participaram da pesquisa 10 mulheres empreendedoras do município de Tabatinga, com idades entre 30 e 65 anos, cujo perfil está descrito na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1: Perfil das participantes do estudo

Categoria	%
Estado civil	50% solteiras
	30% civil
	20% consensual
Renda	70% 2 a 4 salários-mínimos
	30% menos de 1 salário
Grau de instrução	20% o ensino fundamental incompleto
	10% ensino médio incompleto
	60% possuem o ensino médio completo
	20% o ensino fundamental completo
Informalidade	70% atuavam na informalidade
	30% não atuavam na informalidade

Fonte: Elaborado pelos autores

A pesquisa foi realizada em Tabatinga, no estado do Amazonas, na região norte do Brasil. De acordo com a estimativa do IBGE (2021), a população de Tabatinga-AM é de 68.502, com uma renda per capita de R\$ 8.274,57. O índice de desenvolvimento humano da cidade é 0,616.

Este município se encontra na fronteira com a Colômbia e o Peru, e ainda possui 62 comunidades indígenas e não indígenas. E tem como fonte econômica a agricultura familiar, comércio e serviços públicos.

A seguir, será apresentado a identificação e compreensão das características comportamentais empreendedoras das mulheres optantes pelo Programa Microempreendedor Individual do município de Tabatinga-AM.

4. Características Comportamentais Empreendedoras das mulheres optantes pelo Programa Microempreendedor Individual no município de Tabatinga – AM

A partir do modelo de autoavaliação do perfil empreendedor apresentado por Dornelas (2009) e do Quadro 1, realizou-se uma análise dos comportamentos das MEIs de Tabatinga. Dessa forma, foi possível atribuir a classificação das MEIs do município como empreendedoras. O modelo de Dornelas (2009) ajuda a compreender se as pessoas são ou não empreendedoras e o grau de empreendedorismo de cada uma. A Tabela 2 apresenta o resultado quantitativo das respostas das participantes do estudo.

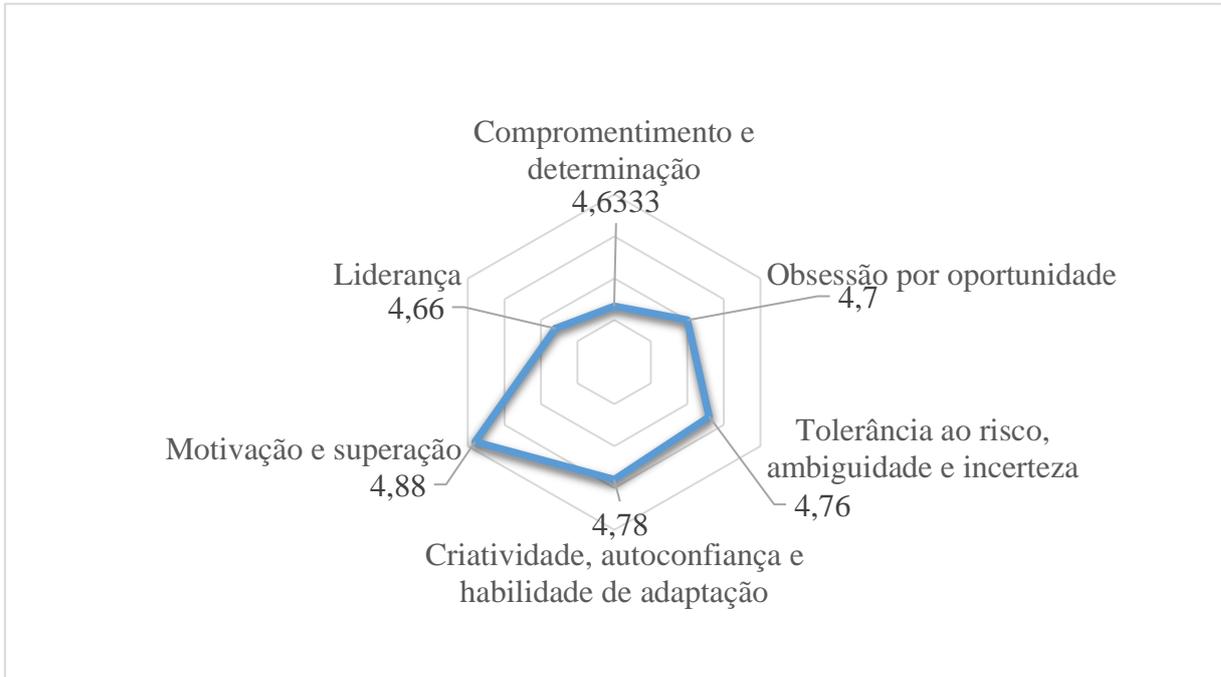
Tabela 2: Pontos alcançados pelas participantes do estudo

Pontuação	%	Classificação
125	10%	Empreendedoras
135	20%	
138	10%	
141	10%	
147	10%	
150	40%	
Média de pontos		142,2
Máximo pontos		150
Mínimo pontos		125

Fonte: Elaborado pelos autores

Na Tabela 2, é possível notar que o ponto mínimo alcançado na pesquisa foi 125 e o máximo foi 150, o que resultou numa média de 142,2 pontos. Diante dos dados apresentados, é notório que há uma diferença significativa nos níveis de empreendedorismo entre as mulheres participantes do estudo. É importante salientar que a empreendedora que obteve 125 pontos é a mais recente a ingressar no MEI em relação às outras. Sendo assim, é possível que o seu comportamento empreendedor esteja em um estágio inicial.

Os resultados por dimensões apresentados no modelo de autoavaliação do perfil do empreendedor desenvolvido por Dornelas (2009) estão expostos no Gráfico 1, a seguir.

Gráfico 1: Médias das categorias (dimensões) apresentada por Dornelas (2009)

Fonte: Elaborada pelos autores

Os dados coletados durante a pesquisa em campo evidenciam uma média de 4,88 para motivação e superação; uma média de 4,78 para criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; uma média 4,76 para tolerância ao risco, ambiguidades e incertezas; uma média 4,70 para obsessão por oportunidades; uma média 4,66 para liderança; e uma média 4,6333 para comprometimento e determinação. E, como soma das médias, obteve 4,73. Dessa forma, supomos que a média superior na categoria (dimensão) motivação e a superação estejam relacionadas ao histórico de vida das empreendedoras e a necessidade de estabelecer um negócio.

As participantes das pesquisas PP01 e PP05 relatam a motivação e a superação como características do comportamento das empreendedoras. Os seguintes relatos estão disponíveis a seguir.

“Mais de vinte anos atrás, estava desempregada e com R\$ 200,00 reais resolvi comprar conjuntos de roupas para vender de porta em porta. Até uns 5 anos atrás ainda trabalhava dessa forma” (PP01);

“Aprendei com a minha mãe a costurar e depois que sai da prefeitura, passei a costurar em casa para pagar as contas e foi ficando conhecida no Bairro e nos arredores” (PP05).

A motivação e a superação são apontadas pelas participantes PP01 e PP02, ao relatarem seu histórico de desemprego. Ambas buscaram a superação por meio da criação e do desenvolvimento de um negócio, visando a sua autonomia. A motivação e a superação são pontuadas pelas questões socioeconômicas e que possam promover mudanças pessoais e profissionais, como aponta McClelland (1961). Presuma-se que as mulheres participantes deste estudo sejam motivadas por garantir o bem-estar familiar.

Observa-se nas falas das participantes as habilidades sociais presente por meio da capacidade de facilidade de relacionamento, que são características comportamentais empreendedoras apontadas por Marques (2016) e Camacho (2016) que são comportamentos necessários para realização de vendas e atendimento ao público e também auxiliou na

disseminação dos produtos e/ou serviços oferecidos e no marketing do negócio, como aponta a participante P05 ‘ficando conhecida no Bairro e nos arredores’.

Outra característica comportamental empreendedora, presente nas falas das interlocutoras no âmbito da habilidade social, é a sensibilidade apresentada por Marques (2016), Carvalho (2018), Fernandes, Campos e Silva (2013), que estão presentes na percepção da oportunidade de vendas em roupas e pela necessidade do mercado.

Quanto à dimensão criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação como características empreendedoras, é possível perceber no relato da participante PP07, a seguir:

“Surgiu a possibilidade de fornecer para a prefeitura quando eu trabalhava por lá, cortinas e toalhas de mesa, na época eu também era costureira, mas precisava que a pessoa fosse formalizada, tivesse seu CNPJ. Então eu abri uma microempresa e que forneci o material e acabou o contrato com a prefeitura, migrei para negócio para venda de roupas e acessórios.” (PP07)

De acordo com o relato da participante anterior, a criatividade pode ser notada na capacidade de identificar uma oportunidade e na capacidade de solucionar o seu problema por meio do contrato com a Prefeitura Municipal de Tabatinga. É notório que, no relato, a interlocutora precisou desenvolver a capacidade de adaptação para a sobrevivência do negócio, uma vez que deixou de fornecer para a prefeitura e teve a necessidade de revolucionar o seu negócio. Além disso, é possível inferir, a partir do relato apresentado, que a participante apresenta um perfil de autoconfiança em relação à área de negócios. Nos relatos anteriores é possível notar características comportamentais de empreendedorismo que estão relacionadas às capacidades cognitivas, como a atenção aos detalhes, conforme apontado por Marques (2016) e Camacho (2016).

As respostas dos participantes dos estudos PP03 e PP08 indicam tolerância a riscos e incertezas, de acordo com os relatos a seguir.

“[...] então abrimos a Microempresa no SEBRAE, e conseguimos fazer um empréstimo no banco Bradesco para comprar as primeiras mercadorias do mercadinho. Logo depois, surgiu a oportunidade de trocar a nossa casa, pelo local onde está o mercadinho. Assim fizemos para assim não pagar aluguel, hoje moram em um puxador de madeira atrás da loja” (PP03)

“Quando perdi o primeiro marido, precisei arrumar uma renda já que não trabalhava e era ele que trazia o dinheiro para casa, então peguei todo o dinheiro que tinha e investi em roupas, assim vendia na minha própria casa ou indo na casa da cliente” (PP08)

As participantes acima identificaram os riscos de danos materiais e financeiros. A necessidade de empréstimos é inerente às pequenas empreendedoras, sobretudo porque muitos se dedicam ao empreendedorismo por necessidade, como pode ser percebido pelas falas anteriores.

O risco é descrito como uma característica empreendedora por McClelland (1961), mas este risco é calculado. Para tal, a maioria das empreendedoras pretende prever e amenizar os riscos mediante testes de produtos ou de pesquisas de mercado.

A gestão de riscos pode ser considerada uma habilidade de autogestão. O empreendedor não assume qualquer tipo de risco, mas sim procura estimular aqueles que têm controle sobre eles. Conforme os relatos das participantes PP03 e PP08, é notório a persistência e a

perseverança na continuidade do negócio. Silva et al. (2019) apontam que esses dois comportamentos são uma característica empreendedora.

A obsessão pela oportunidade é apresentada pelas participantes PP02, PP03 e PP04 nos relatos a seguir.

“Estava desempregada há dois meses e surgiu a oportunidade de abrir um lanche com a sogra da minha filha, então alugamos o local, fizemos algumas adaptações e começamos as vendas. Menos de um ano depois, a outra senhora precisou sair e eu fiquei tocando o negócio sozinha. Onde já estou há oito anos” (PP02);

“Eu e o meu marido trabalhávamos com a minha mãe em uma loja de confecções, e decidimos que precisávamos abrir nosso próprio negócio, ser independentes” (PP03);

“Sempre fiquei me questionando o que fazer da vida, pois não queria ser professora, médica e outras profissões. Eu sabia que tinha que ser boa em alguma coisa e esse sentimento se aflorou depois que tive meu filho. E em um belo dia, quando estava na Comara, visualizei as roupas que as dançarinas usam e vi que aqui na cidade não existia muitas lojas especializadas nesse tipo de vestuário. Assim surgiu a ideia de abrir o negócio, juntamente com a venda de maquiagens” (PP04)

É notório que as três participantes demonstraram capacidade de destacar e explorar as oportunidades em suas falas, como a possibilidade de abrir um negócio próprio, alcançar a independência financeira e analisar lacunas e nichos do mercado. Presume-se que o fato de estarem inseridas em um contexto atípico das outras regiões do Amazonas, que é o contexto de tríplice fronteira em que Tabatinga está inserida (Brasil-Colômbia-Peru), os desafios tornam mais relevante a possibilidade de se tornar um empreendedor local. McClelland (1961) aponta entre as características empreendedoras a busca por oportunidade. Assim, os empreendedores são incomodados por sua busca constante por aprimoramento pessoal e social.

A habilidade cognitiva surge nas falas por meio da intuição para abertura de negócios. Essa intuição surgiu da observação e das necessidades das empreendedoras de abrir um negócio próprio, de acordo com a realidade local. Dessa forma, as empreendedoras iniciaram seus empreendimentos através de um lanche, loja de vestuário, confecção de roupas e loja de maquiagem. Marques (2016) e Camacho (2016) apontam a intuição como uma das características comportamentais que pode ser considerada empreendedora.

A seguir, a participante do estudo PP10 se pronuncia sobre o comprometimento, a determinação e a liderança.

“Comecei bem cedo vendo a minha mãe, que também é costureira, trabalhando e comecei a ficar curiosa e fazendo algumas coisas com ela. Após eu viajar para Manaus, me interessei mais ainda e lá tem mais oportunidades de fazer curso e fiz algum curso por lá de peças íntimas e fui fazendo outros cursos quando retornei para Tabatinga resolvi fazer o local, e investir e aprimorar. E hoje graças a Deus já sou conhecida na cidade, na maioria das vezes com os militares, pois meu esposo é militar. Cheguei a morar na vila, então as meninas me procuravam por lá. Aí veio a época da pandemia, e a parte de confeccionar máscaras me ajudou muito a ficar mais conhecida na cidade e ainda hoje confecciono máscara até porque ainda estamos em uma época difícil. É e algo que eu gosto de fazer. Trabalhar com malharia, com estampas nas camisas,

esse é meu forte. E hoje estou aqui, esse é meu local, meu mesmo, meu, dos meus filhos e da minha família” (PP10).

A participante anterior relatou que a sua trajetória profissional iniciou-se através do aprendizado transmitido de mãe para filha. Como já foi mencionado, é notório que as mulheres inspiram outras mulheres. No entanto, para que a empreendedora adquira a capacidade de aprender, é necessário aprimorar a sua característica empreendedora, com atenção aos detalhes (Marques et al., 2016); comprometimento (Dornelas, 2009), bem como a dedicação e a perseverança, como apontado por Silva et al. (2019).

Dentre as características que se destacaram na fala da interlocutora, está a determinação (Dornelas, 2009), que se manifesta pela busca de conhecimentos. A sensibilidade é outra característica que surge na fala da interlocutora, uma vez que ela procura, no contexto da COVID-19, doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e suas variantes, encontrar novas oportunidades para que o negócio permaneça em funcionamento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi identificar as características comportamentais empreendedoras das mulheres que optaram pelo Programa Microempreendedor Individual em Tabatinga, a fim de, posteriormente, compreender essas características. Dessa forma, para identificar as características comportamentais empreendedoras, utilizou-se o modelo aplicado por Dornelas (2009), bem como as apontadas na literatura como sendo próprias das mulheres empreendedoras.

Neste estudo, foi possível notar que o ponto crucial para o desenvolvimento do comportamento empreendedor foi a necessidade de criar um negócio para sustentar as famílias das participantes, sendo esta a principal motivação. As mulheres tiveram que repensar seus negócios em diferentes circunstâncias, como quando uma oportunidade se encerrou ou devido à pandemia. Dessa forma, a criatividade, a confiança em si e a habilidade de adaptação foram características frequentes na trajetória dessas empreendedoras. Assim como também algumas características ligadas às habilidades cognitivas, habilidades sociais e habilidades de autogestão.

De acordo com os relatos, é possível notar que elas estão constantemente buscando oportunidades e, para isso, é necessário avaliar os riscos, sejam eles financeiros ou não. No entanto, é notório que as participantes do estudo estão comprometidas e determinadas com o progresso do negócio.

Os resultados apresentados na Tabela 2 indicam que as entrevistadas são empreendedoras e estão em diferentes estágios. É possível supor que essa diferença de níveis decorra do processo histórico, da educação e das necessidades que cada empreendedora tem.

De acordo com o modelo de Dornelas (2009), foram identificadas as principais características do comportamento empreendedor das participantes do estudo, bem como as respostas às questões de pesquisa. As características que se destacaram foram a motivação e a superação, a criatividade, a autoconfiança e a habilidade de adaptação, a tolerância a riscos, ambiguidades e incertezas, a obsessão por oportunidades, a liderança e o comprometimento e determinação.

As características comportamentais que as mulheres apresentam são: a) Habilidades cognitivas - a atenção aos detalhes e a intuição; b) Habilidades sociais - a facilidade de se relacionar e a sensibilidade; c) Habilidades de autogestão - perseverança, dedicação e disciplina.

Dessa forma, pode-se deduzir que as qualidades comportamentais de empreendedorismo podem ser mais vigorosas em determinadas circunstâncias, dependendo de múltiplos fatores, incluindo fatores internos que afetam a pessoa e a família, bem como fatores

externos, como o ambiente econômico, social e político, que pode favorecer a criação e o progresso de empreendimentos.

É importante que sejam realizados estudos sobre empreendedorismo feminino em contextos de baixa taxa de oportunidades, tendo em vista o Programa Microempreendedor Individual, uma das portas para a obtenção de benefícios do Estado. O estudo desse fenômeno multifacetado tem como objetivo compreender e motivar as mulheres que ainda não se tornaram empreendedoras e desconhecem o MEI e os benefícios que ele oferece para todos os microempreendedores, homens ou mulheres.

O fator de limitação da pesquisa de campo foi a inaptidão das pessoas em participar do estudo. Foram realizadas diversas visitas, contudo, não houve êxito. Acredita-se que o medo de falar ou a distância entre a ciência e as pessoas, criem este tipo de cenário.

Como ações futuras para o empreendedorismo feminino, sugere-se: a) premiação de mulheres empreendedoras com os melhores empreendimentos no programa MEI em Tabatinga-AM; b) estímulos a novos projetos por meio de parques tecnológicos e/ou incubadoras; c) projetos relacionados à motivação do empreendedorismo feminino de mulheres indígenas.

Como estudos futuros temos: a) identificar as dificuldades das MEIs em sua atuação profissional; b) verificar a percepção das empreendedoras quanto às vantagens e desvantagens de serem MEIs; c) realizar um estudo de viabilidade de um ecossistema de empreendedorismo feminino na tríplice fronteira entre o Brasil, Colômbia e Peru.

6. REFERÊNCIAS

- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.
- AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.
- ARAÚJO, L. D. B.; SOUSA, V. G. S.; FERREIRA, P. G. O empreendedorismo feminino e a psicologia: uma revisão de literatura. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, v. 6, n. 13, p. 1976-1991, 2023.
- BARBOSA, H. M. A.; ROCHA NETO, M. P.; CÂMARA JÚNIOR, S. L.; DA SILVA, P. M. M. Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 12, n. 2, p. 94-121, 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.
- BASTA, F.; GONÇALVES, K. A neurociência do empreendedorismo feminino. **Revista Estudos e Negócios Academic**, v. 4, n. 7, p. 50-57, 2024.
- BOLSON, S. B.; DE OLIVEIRA, L. M. P.; DO VALE, M. P. Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 3, n. 02, p. 84-102, 2018.
- BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.

CAMACHO, D. **Principais características das mulheres empreendedoras**. Disponível em: <https://bityli.com/hCwfd>. Publicado em: 6 de setembro de 2016. Acesso em: 12 fev. 2023.

CAPELLA, A. C. N. Um estudo sobre o conceito de empreendedor de políticas públicas: Ideias, Interesses e Mudanças. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 14, p. 486-505, 2016.

CARREIRA, S. S.; FRONZONI, A. B.; ESPER, A. J. F.; PACHECO, D. C.; GRAMKOW, F. B.; CARREIRA, M. F. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015.

CARVALHO, G. P. M. **Características e desafios do empreendedorismo feminino**. 2018. 38 p. Monografia (Graduação em Administração) - Centro De Ciências Sociais Aplicadas e Humanas, Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Mossoró, 2018.

DE OLIVEIRA, B. 2021. **Empreendedorismo Feminino: Desafios, adaptações e motivações no período de pandemia no Brasil, na cidade do Rio de Janeiro**. 2021. 40 p. Monografia (Graduação em Administração de Empresas) – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DUSSÁN, D. A.; MOSQUERA, D. Y.; QUINTERO, A. El emprendimiento femenino: revisión de literatura. **Revista Entornos**, v. 32, n. 2, p. 51-59, 2019.

EMILE, L. Female entrepreneurship theory: A multidisciplinary review of resources. **Journal of Women's Entrepreneurship and Education**, n. 1-2, 26-64, 2011.

EMMENDOERFER, Magnus Luiz. **Inovação e empreendedorismo no setor público**. Brasília:ENAP, 2019.

FARIAS, T. R.; LIRA, J. V. M.; CARVALHO, A. V.; SOUSA, W. L. Empreendedorismo feminino no desenvolvimento da agricultura familiar. **Revista Ciências Da Sociedade**, v. 4, n. 7, p. 130-143, 2020.

FERNANDES, J. A. T.; CAMPOS, F.; SILVA, M. O. Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, n. 2013-06, 2013.

FLORENCIO, B. C.; PAULA, R. C. M. S. Motivações e desafios para o empreendedorismo feminino na cidade de Macaé/RJ. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 10, n. 2, p. 48-61, 2022.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo Feminino No Brasil: Gênese E Formação De Um Campo De Pesquisa (Female Entrepreneurship in Brazil: Genesis and Formation of a Research Field). **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

GOMES, L. M.; BARROS NETO, J. P. Female leadership and intra-entrepreneurship: difficulties, challenges and barriers faced by women in organizations. **Revista Foco**, v. 17, n. 2, p. e4379-e4379, 2024.

GUIMARÃES, C. P.; OLIVEIRA, Q. K. H.; DIMAS, M. S.; CORRÊA, T. M. O empreendedorismo no contexto da covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade. **Pensar Acadêmico**, v. 20, n. 1, p. 93-105, 2022.

HAPSARI, N. R.; SOEDITIANINGRUM, N. Cultural factors on female entrepreneurship: A literature review. In: **E3S Web of Conferences**. EDP Sciences, 2018. p. 11018.

HEVILÁSIO, FRANCISCO F P. **Origem e evolução da agricultura**.,2009, p.1 - 14, Disponível em: http://www.ccta.ufcg.edu.br/index.php?action=view_page&page=235 . Acesso em: 23 de abril de 2016.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Cidades & Estados**. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/am/tabatinga.html>>. Acesso em: 26 out. 2022.

KINGDON, J. **Agendas, alternatives, and public policies**. 3. ed. New York: Harper Collins, 2003.

LUCENA, P. F.; RODRIGUES, D. F. Empreendedorismo feminino na cidade de João Pessoa-PB: dificuldades enfrentadas no período do covid-19. **Revista Campo do Saber**, v. 8, n. 1, 2022.

MACHADO, Francis Berenger. Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. In: XXXVI Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 1-16., Rio de Janeiro, 2012. **Anais [...]**.Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, 2012. Disponível em: https://silo.tips/queue/dilemas-de-mulheres-empendedoras-em-empresas-inovadoras-nascentes?&queue_id=-1&v=1711930691&u=MjgwMzo5ODEwOjYyNGI6NWExMDo3Y2U3OjU1ODg6NzU3ODpkZjRk

MARQUES, J. R. **Empreendedorismo feminino: 5 características da mulher nos negócios**. Disponível em: <http://www.jrmcoaching.com.br/blog/empreendedorismofeminino-5-caracteristicas-da-mulher-para-seu-empoderamento-nos-negocios/>>. Acesso em: 28 de abril de 2021.

MARTINS, C. B.; CRNKOVIC, L. H.; PIZZINATTO, N. K.; MACCARI, E. A. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v.3, n.2, p. 288-302, 2010.

MCCLELLAND, D. C. **Achieving society**. Princeton, New Jersey: Van Nostrand., 1961.

MONTALVÃO, H. C.; SILVA, A. P. S.; MOREIRA, R. C; FERREIRA, M. M. M. G.; MAGALHÃES, D. V.; COSTA, D.E. S. Empreendedorismo feminino: estudo sobre as mulheres empreendedoras do ramo de confecções da cidade de Correntina–Bahia. **Revista Valore**, v. 5, p. 114-126, 2020.

NAGUIB, R. Motivations and barriers to female entrepreneurship: insights from Morocco. **Journal of African Business**, p. 1-28, 2022.

NUNES, D. D. O.; SANCHES, C. Empreendedorismo feminino: uma análise do sentimento em relação ao trabalho das mulheres empreendedoras. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 16, n. 2, 2022.

OLAVO, A. V. A.; CONCEIÇÃO, A. H. Q.; GARCIA, B. L.; CHAGAS, F. C. F. das; MARINHO, T. da S.; SILVA, M. G. da; BRAGA, J. A.; MAGALHÃES, karinny de L.; SEBASTIÃO, S. A.; CONCEIÇÃO, L. F. M. Os efeitos da educação empreendedora nos alunos de uma escola pública da Amazônia brasileira. **Experiência. Revista Científica de Extensão**, v. 4, n. 2, p. 17–36, 2020.

OLAVO, A. V. A.; PORTO, S. B.; CRUZ, S; B.; FONSECA, L. F. M.; SILVA, R. C. S.; CHAGAS, F. C. F. Empreendedorismo: educação empreendedora por meio do jogo empresarial DEGIN no Instituto Federal do Amazonas – IFAM. In: GUIMARÃES, Patrícia Borba Vilar et al. (Orgs.). **Empreendedorismo, Formação e Inovação Tecnológica em Instituições de Ensino Superior**. Natal - RN: Editora Motres, 2020.

OLAVO, Antônio Vagner Almeida. **Laboratório de inovação e intraempreendedorismo no setor público: um estudo no (011).lab da Prefeitura Municipal de São Paulo**. 2020. 210 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa. 2020.

PANDOLFI, T. C. **Empreendedorismo feminino: Um estudo exploratório sobre a perspectiva de mulheres brasileiras empreendedoras em Portugal**. Tese de Doutorado - Instituto Universitário de Lisboa. 2021. 51 p. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social e das Organizações) – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2021.

PAOLONI, P.; SERAFINI, G. Female entrepreneurship in perspective: A methodological issue. **Administrative Sciences**, v. 8, n. 4, p. 67, 2018.

PONTES, A. P. I.; ALENCAR, K. R. de C.; DE ARAÚJO, J. G.; DOS SANTOS, W. M.; MARTINS, C. M.; LOPES, M. L. B.; BRABO, M. F.; DOS SANTOS, M. A. S. Empreendedorismo feminino no agronegócio: uma revisão sistemática da literatura. **Observatório de la Economía Latinoamericana**, v. 21, n. 10, p. 16963–16995, 2023.

Receita Federal. **CNAE UF/Município/Sexo - Inscritos Total** . Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf> . Acesso em 10 de janeiro de 2024.

SILVA, J. V.; ALMEIDA, S. A.; SILVA, D. M.; MUNIZ, S. S.; LYRA, J. R. M. Empreendedorismo feminino e o mercado de trabalho: o perfil da mulher empreendedora em Araguaína - TO. **Facit Business and Technology Journal**, v. 1, n. 10, 2019.

SILVA, P. M. M.; EL-AOUAR, W. A.; SILVA, A. W. P.; CASTRO, A. B. C.; SOUSA, J. C. A Resiliência no Empreendedorismo Feminino. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, p. 2629-2649, 2019.

SOLESVIK, M.; IAKOVLEVA, T.; TRIFILOVA, A. Motivation of female entrepreneurs: a cross-national study. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 26, n. 5, p. 684-705, 2019.

SOUZA, G. C. S. et al. Empreendedorismo feminino: história oral de empreendedoras Itabaianenses. In: X Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão d e Pequenas Empresas, 1- 17., 2018, São Paulo, 2018. São Paulo. **Anais [...]**.São Paulo: Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2018. Disponível

em:https://www.researchgate.net/publication/327007566_EMPREENDEDORISMO_FEMININO_NO_HISTORIA_ORAL_DE_EMPREENDEDORAS_ITABAIANENSES.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 49, p. 59-76, 2014.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W.; TEIXEIRA, R. M. Intraempreendedorismo feminino e desenvolvimento de competências empreendedoras: um estudo de caso com professoras de programas de mestrado e doutorado em administração de Curitiba-PR. **Revista Economia & Gestão**, v. 11, n. 25, p. 34-61, 2011.