

EMPREENDEDORISMO: PERCEPÇÃO E POTENCIALIDADE DE MULHERES NO MERCADO INFORMAL

Autores: Ramon Schnayder de França Filgueiras D'Amorim. Mestrando. Universidade Federal da Paraíba- UFPB. Brasil. rschnayder@gmail.com
Amanda Raquel de França Filgueiras D'Amorim. Doutoranda. Universidade Fernando Pessoa – UFP. Porto. Portugal. amandamorimjp@hotmail.com
Luciene Laranjeira Diniz. Docente. Universidade Federal da Paraíba- UFPB. Brasil. dinizlucy@hotmail.com
Odaelson Antônio Clementino da Silva. Docente. Mestre em Engenharia de Produção-PPGEP. Brasil. odaelson10@gmail.com

Resumo: O estudo teve enfoque na área de empreendedorismo, voltado para as mulheres inseridas no mercado informal de João Pessoa-PB. O objetivo deste trabalho é identificar a percepção e potencialidade empreendedora das mulheres que se encontram atuando no mercado informal de João Pessoa, tendo como base as mulheres que atuam no bairro de Mangabeira, no município de João Pessoa-PB. A parte inicial do trabalho foi composta por um referencial teórico que embasou o tema central da pesquisa, empreendedorismo, mercado informal e potencial empreendedor de mulheres. Em seguida, com relação aos procedimentos metodológicos, o estudo foi descritivo, desenvolvido por meio de uma pesquisa quanti-qualitativa, através do método indutivo que a partir dos dados particulares infere-se uma verdade geral. O método de pesquisa foi por amostra não probabilística por acessibilidade, onde foram entrevistadas 15 mulheres que atuam no mercado informal do bairro de Mangabeira, em João Pessoa – PB. Os dados quantitativos foram analisados por meio de estatística descritiva e apresentados em forma de tabelas, apresentando os números inteiros e relativos e seus respectivos percentuais e os dados qualitativos foram avaliados por meio da técnica de análise de conteúdo e categorização. Nos resultados obteve-se que a amostra foi composta por mulheres com faixa etária entre 40 e 49 anos (46,7%), com o ensino médio completo (66,7%), casadas (73,3%), com família formada por quatro pessoas (53,3%), sendo duas pessoas na família trabalhando (60%), com média de renda familiar entre 02 e 03 salários mínimos mensal. O ramo de atividade mais frequente foi o de salão de beleza (18,7%), com média de vida de 3,6 anos. O motivo que elas apresentaram para abrirem o seu negócio foi a independência financeira (34,8%) e as dificuldades enfrentadas foram financeiras e a falta de clientes (33,3%). No tocante aos incentivos destacou-se a família (44,4%) com maior percentual e o apoio foi relatado que a maioria não teve apoio (25%), mas apesar de tudo, elas declararam estar satisfeitas com o seu negócio (73,3%). O que nos permite concluir que elas possuem características de que são empreendedoras e evidenciam isso na prática, no dia-a-dia de trabalho comprovando com a visão de crescimento e desenvolvimento do seu negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Mercado Informal, Potencial Empreendedor das Mulheres.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo se expandiu por várias áreas. Este fato apresentou maior intensidade devido às evoluções que a sociedade passou, os efeitos da evolução industrial e de outros fatores fizeram com que as pessoas se adaptassem ao novo cenário e com isso, as práticas antigas nos negócios já não atendiam às expectativas do mercado, e assim outras exigências foram demandadas para mundo dos negócios. Acredita-se que devido ao aumento contingencial da população e conseqüentemente ampliação da produção necessária para o suprimento das necessidades vitais, a sociedade vem buscando, cada vez mais, harmonia entre os setores que sustentam a economia do País, objetivando impulsioná-la a um crescimento e desenvolvimento sustentável (SOUZA; GUIMARÃES, 2017).

O empreendedorismo tem se destacado como fator impulsionador ao desenvolvimento. Tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm promovido esse desenvolvimento. Nesse contexto, o empreendedorismo apresenta uma forte tendência de se desenvolver no seio social, nos dias atuais, visto que há um amplo mercado a ser explorado e uma grande demanda populacional para bens de consumo, assim como, um crescente desenvolvimento econômico do País, e de novas classes sociais com o aumento do poder de compra do brasileiro, aumento da renda da população que propicia a abertura de novos empreendimentos do mercado formal e informal (DORNELAS, 2017). Paralelamente ao crescente desenvolvimento e expansão do mercado formal, ascende o mercado informal, que vem ganhando espaço em meio às exigências, que regem o mundo dos negócios devidamente regulamentados. Entre outras questões, observa-se que essas exigências, regulamentações burocráticas e financeiras excessivas, têm acentuado o desaparecimento de empresas no mercado que não conseguem se manter competitivas.

Embora se perceba nas pessoas que têm o interesse em abrir seu próprio negócio, o desejo de ser um empreendedor, Souza e Guimarães (2017) observam que, as formalizações de seus empreendimentos são impedidas por grandes obstáculos no Brasil. Barreiras são destacadas pelos referidos autores, como dificuldade de crédito, burocracia exacerbada, carga tributária, entre outros fatores que desanimam a iniciativa empreendedora, ao mesmo tempo que propiciam aumento do mercado informal, muitas vezes, por falta de opção já que a formalidade requer muito investimento por parte das empresas. O mercado de trabalho que antes era predominantemente masculino passa a abrir espaço, para a atuação feminina, que historicamente vem mostrando-se ativas e capacitadas nas mais diversas atividades. Sendo assim, as mulheres que estão em ascensão no mercado de trabalho encontram uma oportunidade de possuírem seu próprio negócio no mercado informal, sem terem que despendem altos investimentos, dessa forma, fica claro a compreensão de que, é mais rentável ser inadimplente do que pagar por todas as obrigações.

Não se desconsidera a existência de outros elementos que se inter-relacionam e determinam às condições do ato de empreender como aspectos subjetivos, governabilidade individual, iniciativa frente ao processo de trabalho, o seu “querer fazer”, sua capacidade gerencial das ações, contexto micro e macro político, financiamento, empoderamento individual. No entanto, este estudo não teve como propósito investigar profundamente todos estes componentes, mas conhecer a percepção e potencialidade de mulheres que possuem um empreendimento no mercado informal. Diante dessa problemática, o estudo apresenta como questão norteadora: Qual a percepção e potencialidade de mulheres inseridas no mercado informal de João Pessoa-PB, acerca de aspectos inerentes ao empreendedor e ao ato de

empreender? Portanto o estudo objetivou analisar a percepção e potencialidade de mulheres inseridas no mercado informal de João Pessoa-PB, acerca dos aspectos inerentes ao empreendedor e ao ato de empreender.

O presente estudo se justifica por ser atual e de relevância para a formação profissional. Este tema tem norteado estudos e pesquisas que visam elucidar e evidenciar a sua crescente importância e utilidade para o desenvolvimento da sociedade brasileira. Segundo dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017) no período de 2010 a 2017, o maior número de fatores favoráveis ao ambiente de negócio foi o de aspectos relacionado a normas culturais e clima econômico o que nos permite perceber o potencial empreendedor que o Brasil possui. A relevância do estudo é destacada pela oportunidade de compreensão da problemática no município, e sua articulação com as formas de organização do serviço e produção de resultados, oferecendo informações técnico-científicas para subsidiar o planejamento das ações empreendedoras, operacionalização e empreendimento num contexto regional, específico da realidade brasileira. Além da relevância, este estudo foi viável, visto a proximidade dos autores do estudo com o público alvo, e oportuno por socializar o conhecimento acerca da percepção do potencial empreendedor que as mulheres estão demonstrando na atualidade e contribuindo para o desenvolvendo na Paraíba-PB.

O presente estudo está dividido da seguinte forma: primeiro dar-se-á fundamentação teórica, posteriormente os aspectos metodológicos, análise dos resultados, considerações finais com sugestões para pesquisas futuras e a referências utilizadas no estudo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O Mercado Informal

Com a ascensão do capitalismo na sociedade e o desenvolvimento econômico, assegurar a sobrevivência se tornou algo conquistado dia após dia, pois a competição econômica se tornou presente e com maior intensidade. Com isso, o mercado de trabalho se apresentou com grandes exigências que tornaram difíceis a igualdade dentro da sociedade no que tange aos vínculos de trabalho, abrindo espaço para o surgimento de novas alternativas de trabalho que fossem mais flexíveis, ou seja, o trabalho informal. Matsuo (2009) denomina o trabalho informal como sendo um desdobramento do excedente de mão-de-obra, ele se estrutura a partir de métodos de trabalho utilizados como subsídio para garantir a sobrevivência das pessoas que não conseguem se inserir no mercado de trabalho de forma legalmente apropriada.

Contudo, Parolin *et al.*, (2004, *apud* AZEVEDO; TONELLI, 2009) mencionam que existem divergências quanto à existência do trabalho informal, de um lado existe a visão de que a adoção desse método é o mesmo que retroceder as condições iniciais da revolução industrial, ou seja, é jogar fora todas as conquistas alcançadas pela classe trabalhadora desde o período da revolução industrial até então, e por outro lado, a flexibilização do trabalho é praticado com a finalidade de diminuir o desemprego. Ainda sobre esse aspecto, Matsuo (2009, p.17) comenta que o trabalho informal pode tanto indicar “uma estratégia de sobrevivência frente à perda de uma ocupação formal, quanto uma opção de vida para alguns segmentos de trabalhadores que preferem desenvolver seu próprio negócio para ganharem mais, serem seus próprios patrões e terem maior autonomia”.

Neste sentido, percebe-se que o tema é alvo de grandes discussões e de várias opiniões que divergem entre si e que levantam proposições diferentes referente ao trabalho informal. Para Antunes (2006, *apud*, AZEVEDO; TONELLI, 2009, p.1) “a força de trabalho tem se tornado mais heterogênea, os contratos de trabalho mais diversificados e precários, e as relações de trabalho mais complexas”. Matsuo (2009) complementa que os trabalhadores inseridos na informalidade do mercado de trabalho em sua maioria possuem pouca escolaridade, pouca qualificação e não têm acesso a proteção e cidadania completa. Assim, as pessoas que se encontram neste âmbito são desprovidas dos direitos assegurados pelo governo aos trabalhadores regularmente contratados no mercado formal, o que torna ainda mais precário a situação de todos que compõem este mercado. No Brasil, o conceito de trabalho informal é tratado de forma bem específica como afirma Noronha (2003, p. 112) que diz “No Brasil o entendimento popular de "trabalho formal" ou "informal" deriva da ordem jurídica. São informais os empregados que não possuem carteira de trabalho assinada.” Essa definição remete em contrapartida, a compreender que o trabalho formal é aquele que é legalmente estabelecido através da carteira assinada garantindo os direitos que o trabalhador possui.

Para Matsuo (2009), o crescente aparecimento dos trabalhadores informais ocorreu devido à reestruturação produtiva que gerou uma diminuição dos empregos formais. A autora ainda diz que este aumento de trabalhadores informais não só aconteceu nas ruas, mas também dentro das próprias empresas que propiciavam um ambiente em que interagiam trabalhadores formais e informais. Assim, destacamos a relevância do mercado de trabalho informal no funcionamento da economia, pois este é componente formador que compreendia segundo Maestro Filho e Silveira (2006) no período de 2015 a 2017, 90% das vagas de trabalho, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017).

Para a economia formal e informal, existem aspectos divergentes que merecem destaque, pois conforme menciona Noronha (2003) na economia informal encontram-se exclusivamente empregos conceituados como informais, mas na economia formal podem-se encontrar tanto empregos formais como também contratações informais, sem registro formalmente estabelecido. Segundo dados do IBGE (2017), no que tange ao trabalho informal, há um destaque para a predominância de jovens do sexo feminino e de mulheres idosas, destacando que das jovens ocupadas, 69,2% estavam inseridas em trabalhos informais e das mulheres com idade entre 60 anos ou mais, 82,2% também se encontravam em exercício de trabalho informal, o que evidencia a grande atuação feminina no mercado de trabalho informal conforme seção a seguir.

2.2 A Participação das Mulheres no Mercado de Trabalho

Diante das crescentes mudanças que ocorreram na sociedade, tanto no âmbito social quanto na economia e nas questões de trabalho, passaram a ser cada vez mais problemáticas e difíceis as ações necessárias à sobrevivência humana. Assim, a necessidade de buscar maneiras de obter o sustento essencial à sobrevivência abre as portas para a participação das mulheres neste novo cenário. Dados do GEM (2017) informam que atualmente 35% das famílias brasileiras são sustentadas por mulheres. Essa expansão da participação de mulheres no mercado de trabalho se deu devido a inúmeros fatores como, conquista do espaço na sociedade, necessidade de aumentar a renda familiar ou até de manter a família, realização pessoal, busca de igualdade dos direitos conferidos aos homens, entre tantos outros. Outro fator interessante é a necessidade que o mercado de trabalho passou a ter, pois em algumas

atividades as mulheres se destacaram expressivamente, a ponto de assumirem lugar de destaque saindo-se melhor na realização de determinadas atividades fazendo com que o mercado demandasse essas atividades específicas exclusivamente às mulheres. Além disso, as mulheres estão se tornando tão capazes quanto os homens de realizar trabalhos caracterizados anteriormente por trabalho de homem. Atualmente no mercado de trabalho, 42% das vagas são ocupadas por mulheres (GEM, 2017). Estas têm se destacado nos pequenos detalhes, na responsabilidade, dedicação e perfeição com que fazem as suas tarefas.

O Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2018) relata que até 2017 a taxa de participação feminina cresceu 8,9%, enquanto a masculina caiu 3,6%. Este dado é símbolo de muito esforço e representa uma grande conquista diante dos problemas que esta classe enfrentou e enfrenta ainda hoje para se manter ativo na área de trabalho. As mulheres que passaram a atuar no mercado de trabalho enfrentam grandes dificuldades, pois além de se dedicarem na realização do seu trabalho têm que realizar as suas atividades domésticas, cuidar dos filhos o que acarreta numa sobrecarga muito pesada de tarefas. É percebido que as áreas que a mulher se destaca com grande diferença sobre os homens é o setor de serviços domésticos e na administração pública, evidenciando domínio sobre esses campos de atuação.

Segundo a Fundação Carlos Chagas, em 2017 houve um acréscimo de 32 milhões de mulheres trabalhadoras, que desempenharam um papel muito mais relevante do que os homens no crescimento da população economicamente ativa (PEA) que em 1976 apresentou 29% de participação feminina e em 2018 ela atinge mais de 40%. Esses índices têm evidenciado que é crescente a participação das mulheres na economia e que esta participação tende a crescer ainda mais visto que elas têm buscado se aperfeiçoar e segundo (BASTOS, CORREA; LIRA, 1998; MACHADO, 1999 *apud* IRIGARAY; VERGARA, 2009) estudos divulgaram que, quando comparadas aos homens, as mulheres apresentam mais domínio de conciliar o duplo vínculo com o trabalho, ou seja, elas demonstram maior comprometimento tanto com a organização quanto com a profissão. Assim, pode-se perceber que a mulher vem conquistando um espaço significativo em meio às atividades econômicas do País, principalmente no que tange ao ato de empreender.

2.3 A Mulher no Cenário Empreendedor

É certo que a partir da iniciação da sociedade moderna ocorreram mudanças em todas as áreas da sociedade, quer seja na social, na política, na cultural ou na econômica. Essas mudanças trouxeram consigo novos moldes para a sociedade, onde os costumes que até então eram mantidos e seguidos passaram a ser modificados e adaptados à nova realidade. Conforme Pañazola, Diógenes e Sousa (2008, p. 156) “A entrada das mulheres no mercado de trabalho deixou de ter a simples conotação do complemento financeiro familiar para expandir sua abrangência para o exercício vocacional, a formação da identidade profissional e a realização pessoal.”

Assim, começa a surgir a participação feminina em áreas até então não exercidas por elas, como por exemplo, a área de trabalho, a mulher que durante um longo período só realizava atividades domésticas e restringia-se às atividades de cuidar da casa, dos filhos e do marido, começou a lutar por direito iguais para ambos os gêneros. Além disso, com a ascensão do capitalismo que segundo Marcuse (1973, *apud* IRIGARAY, VERGARA, 2009) tem acentuado o individualismo à medida que se cristaliza como sistema predominador das

relações econômicas, tornando mais necessário a participação das mulheres no mercado de trabalho, em outras atividades que não realizava a priori, pois o custo de vida aumentou e com ele vem também a necessidade de trabalhar para se manter e em muitos casos manter a família.

Mesmo diante das dificuldades e da necessidade de sobrevivência, as mulheres lutaram muito ao longo dos anos para conseguir mostrar a sua capacidade de exercer determinadas atividades até então não realizadas por elas perante a sociedade. Foram anos de lutas e de discriminação, com vitórias e derrotas. Hisrich e Peter (2004) relatam que houve um aumento significativo no número de mulheres trabalhando por conta própria, sendo que atualmente elas iniciam novos empreendimentos três vezes mais do que os homens. Conforme Gasparin (2017) em seu trabalho relata um estudo realizado pela ONG Endeavor, onde se percebeu que quando as mulheres empreendedoras estão à frente do negócio, elas conseguem atrair e reter mais talentos. Além disso, elas conseguem atuar em algumas áreas de modo mais eficiente que os homens, como é o caso citado da área de recursos humanos, onde 57,7% dos homens empreendedores geralmente enfrentam problemas, já em contrapartida apenas 35% das mulheres enfrentam dificuldades nessa área, conforme dados extraídos do estudo.

Mas, embora sejam comprovadas por estudos que as mulheres exercem atividades empreendedoras com excelência, elas ainda são tratadas com indiferença e sem credibilidade, o preconceito ainda se faz presente na sociedade da atualidade. Sobre essa questão, Silveira e Gouvêa (2008) dizem que embora a realidade atual seja bem diferente do que havia até poucos anos, ainda há muito preconceito quando são abordados enfoques específicos como financiamento para empresas dirigidas por mulheres, cargos de direção para comandar uma equipe de maioria masculina, entre outros. Segundo Crnkovic e Bernardo (2017) o aumento da participação das mulheres na área empreendedora no Brasil está sob controle de mulheres. Eles ainda citam que as mulheres são atraídas para empreender por necessidade financeira, em sua pesquisa 37% das empreendedoras investem em um negócio para aproveitar uma chance que o mercado oferece, em contrapartida 63% dessas empreendedoras almejam o seu sustento.

Conforme Ribeiro e Freitas (2017, p.1) “as mulheres representavam 52% dos empreendedores no Brasil, invertendo uma tendência histórica da superioridade masculina no empreendedorismo, em 2001 a maioria masculina era de 79%”. Com isso, percebe-se a presença e a disseminação marcante da cultura empreendedora no contexto brasileiro, principalmente no meio feminino apresenta um acréscimo significativo nos últimos anos. E para avançar com essas estatísticas, e conseguir desenvolver melhor o potencial empreendedor é necessário diminuir a burocracia imposta pelos órgãos governamentais que impedem a abertura de novos negócios e desestimulam milhares de empreendedores brasileiros de ambos os sexos. Assim, diante do exposto pode-se compreender que é de grande valor para a economia do País, criar um ambiente propício ao desenvolvimento do potencial empreendedor para assim alcançar uma sociedade economicamente sustentável.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa foi descritiva com abordagem quantitativa complementada com dados qualitativos. Sua essência visa analisar os dados, apontando as principais características do objeto estudado, relacionando as variáveis à amostra estudada, ilustrando com dados que não podem ser quantificados proporcionando uma visão mais aprofundada

sobre o tema em questão; as pesquisas descritivas são as mais utilizadas por pesquisadores sociais que se preocupam com o desempenho prático (Gil, 1995). O método de abordagem empregado nesta investigação foi indutivo, referido por Marconi e Lakatos (2010). Considera-se que as premissas norteadoras deste estudo permitiram que se investigasse um universo menor (premissa menor), ou seja, conhecimentos e potencialidades das mulheres no mercado informal de Mangabeira quanto ao empreendedorismo (premissa maior). O método indutivo percorre o caminho inverso, partindo do particular, por meio da observação criteriosa dos fenômenos concretos da realidade e das relações existentes entre eles, para se chegar à generalização. Para este trabalho foram utilizadas como técnicas de pesquisa o levantamento bibliográfico às fontes, extraindo materiais de livros, artigos publicados, teses, dissertações e dados disponibilizados em *sites* na internet que sejam pertinentes e importantes ao tema abordado, para a construção do aporte teórico do estudo.

O estudo foi do tipo quanti-qualitativo. A pesquisa quantitativa é um método de estudo que “se baseiam no paradigma positivista, onde a racionalidade reina de forma absoluta” (GOMES; ARAÚJO, 2011, p. 4). A abordagem qualitativa responde questões muito particulares, se preocupando, nas ciências humanas e sociais, com o nível de realidade que não pode ser quantificado (MINAYO, 2004).

O cenário do estudo foi o bairro de Mangabeira localizado na zona sul de João Pessoa, na Paraíba, foi fundado em 23 de abril de 1983 e se tornou nesses 28 anos de existência o bairro mais populoso do Estado. Segundo o Jornal da Paraíba (2018), com base nos dados do censo IBGE 2017, Mangabeira é o bairro mais populoso da Paraíba, com cerca de 76 mil habitantes. O bairro que possui 1.079 hectares se subdivide em oito unidades composta por prédios, estabelecimentos residenciais e comerciais diversificados, onde se encontra com facilidade, farmácias, supermercados, clínicas odontológicas, *petshops*, armarinhos, lanchonetes, academias, lojas de confecção e calçados, artigos para casa, escolas públicas e privadas, enfim, uma gama de produtos e serviços proporcionados a comunidade, além de repartições públicas como a Academia da Polícia Militar, Detran, Inmetro, como também o mais novo Fórum Cível do Tribunal de Justiça da Paraíba. Mangabeira tem se mostrado um bairro em freqüente desenvolvimento e expansão comercial, muitos empreendimentos, tanto formais quanto informais têm se instalado na Josefa Taveira, avenida principal do bairro que oferece um leque de variedade de serviços e comércios de todos os ramos de atividade. Há cerca de 3.500 pequenos empreendimentos, dentre eles, formais e informais atuando no bairro (PBAGORA, 2018). A população do estudo foi constituída de todas as mulheres que empreendem no mercado informal no bairro de Mangabeira, João Pessoa/PB. Com isso, este trabalho adotou em seu método de pesquisa a amostra não probabilística, por acessibilidade, com 15 mulheres escolhidas que atenderam aos seguintes critérios: estarem inseridas no mercado informal; terem seus negócios no bairro de Mangabeira na Paraíba e que concordaram em participar do estudo. A amostra não probabilística consiste em o pesquisador promover uma seleção dos elementos que tem acesso, tal seleção deve ser norteadada pela premissa de que eles, de alguma maneira, representem o universo (GIL, 2009). Segundo Gil (1995) se utiliza uma amostra da população total porque através desta pequena parcela do universo se retiram conclusões aproximadas acerca do objeto investigado.

Foi utilizado como instrumento de coleta de dados um roteiro de entrevista semiestruturado. O instrumento foi constituído por quatro etapas. Para a coleta de dados, foi realizada uma pesquisa de campo por meio de entrevista semiestruturada, onde foi mantido um contato prévio a fim de avaliar a disponibilidade e a viabilidade das pesquisadas

responderem a entrevista. A abordagem ocorria durante o momento de trabalho das participantes da pesquisa, respeitando os momentos em que precisava atender os clientes, durando em torno de 15 minutos a entrevista. Assim, pode-se obter informações acerca da amostra estudada. Conforme Ruiz (2002) a entrevista é um diálogo do qual se retiram dados relevantes para a pesquisa em andamento. Os dados quantitativos foram analisados por meio da estatística descritiva e apresentados em forma de tabelas e gráficos contendo números inteiros e relativos, com seus respectivos percentuais quando necessários e processados em planilha eletrônica. Os dados qualitativos foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo de por categorização apresentada por Bardin (1977). A pesquisa obedeceu aos princípios éticos preconizados na Resolução 510 de 07 de abril de 2016 que trata da pesquisa envolvendo seres humanos. Respeitou-se o anonimato das entrevistadas e foram atribuídas às participantes o pseudônimo M e a ordem da entrevista, preservando suas respectivas identidades. Foram resguardados os princípios da voluntariedade, do anonimato e da sua liberdade de desistir em qualquer momento do estudo, sem algum prejuízo social ou em suas relações do trabalho (BRASIL, 2018).

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil Sócio Demográfico e Profissional das Mulheres no Mercado Informal

Os dados obtidos expõem que a amostra é composta por mulheres com faixa etária predominante entre 40 e 49 anos (46,7%), casadas (73,3%), sendo a maioria com grau de instrução do ensino médio completo (66,7%), das 15 mulheres participantes, (86,7%) não exerce outra profissão além do negócio que administra e as que exercem (13,3%) são artesãs que também destinam suas atividades ao negócio que gerenciam. Com relação ao número de pessoas na família, mais da metade da amostra (53,3%) possui uma família composta por 4 pessoas, com renda familiar mensal média é de 2-3 salários mínimos. No que tange a quantidade de pessoas na família que trabalham em grande parte das respondentes (60%) disseram que duas pessoas na família trabalham.

A partir dos resultados, considera-se significativa a faixa etária predominante das mulheres participantes da pesquisa, que varia de 40 a 49 anos. Este percentual corrobora com a pesquisa do IBGE (2017), que revela haver uma concentração da população feminina sem ocupação na faixa etária de 25 a 49 anos, representando 54,2% das mulheres. Acredita-se que o espírito empreendedor de mulheres nessa faixa etária seja impulsionado devido às dificuldades de conquistarem um espaço no mercado de trabalho, devido às limitações enfrentadas e a acirrada competitividade, além da desvalorização. Concorda-se com Hoffmann e Leone (2004, p. 36), quando mencionam que “as ocupações menos desvalorizadas e tradicionalmente femininas no mercado de trabalho, continuam se reproduzindo, implicando a existência de nichos ocupacionais”. Pode-se compreender segundo os referidos autores, que as mulheres detentoras de um espírito empreendedor, que não conseguem o espaço necessário no mercado de trabalho, podem ser motivadas ou impulsionadas a abrirem um negócio, por várias razões, sejam elas: pela necessidade financeira que se encontram; pela carreira profissional para poderem conquistar um espaço nas áreas de trabalho que desejam; ou por capacidade de desempenhar uma atividade profissional.

4.2 Avaliação da Atividade Empreendedora de Mulheres no Mercado Informal

4.2.1 Motivos que Levaram a Abrir o Negócio

Analisando os dados relativos aos motivos que as mulheres apresentaram para abrir seu negócio, a Tabela 1 mostra a categoria que mais se destacou foi independência financeira com 34,8 %, seguida pela categoria desemprego com 17,4%.

Tabela 1- Frequência de ocorrência da categoria motivos que levaram as mulheres a abrirem seu próprio negócio.

Categorias	n	%
Independência Financeira	8	34,8
Desemprego	4	17,4
Desejo de Ter um Negócio	3	13,0
Aumentar a Renda da Família	3	13,0
Motivação Própria	2	8,7
Conciliar a Criação dos Filhos e o Trabalho	2	8,7
Experiência de Trabalho	1	4,4
Total	23	100

Fonte: Pesquisa Direta (2017).

Assim pode-se compreender que, além do espírito empreendedor que algumas pessoas possuem, existem alguns motivos que as direcionam a empreenderem, como pode ser ilustrado pelos depoimentos das mulheres que participaram da pesquisa:

- M1- Ter independência financeira e ter uma renda a mais na casa.*
M2- Não trabalhar para os outros, não ser empregada e ter que dar satisfação.

Acredita-se que a maior incidência da categoria “Independência Financeira” ocorre devido às constantes mudanças que ocorrem no mercado e na economia e que conseqüentemente afetam as áreas de trabalho e os trabalhadores, deixando-os estáveis e suscetíveis as mudanças, podendo ser positivas ou negativas e ao final comprometerem diretamente a sua posição no mercado de trabalho. Um ponto de vista que reforça a necessidade financeira, é evidenciado por Ribeiro e Freitas (2017) quando destacam que existem mais mulheres empreendendo por necessidade do que homens, reforçando a teoria de que as mulheres tomam a iniciativa de empreender como uma opção de aumento da renda da família ou até por motivos de serem elas as responsáveis pelo sustento da família. Kato e Ponchirulli (2002) comentam sobre o assunto e afirmam que “dentro do contexto da globalização, podem-se observar mercados altamente competitivos, movidos por políticas

econômicas agressivas, que têm evidenciado um ambiente com grandes e imprevisíveis mudanças”. Sobre a categoria desemprego e a sua predominância, percebe-se que diversos fatores contribuem para a sua formação, como a escolaridade insuficiente, falta de qualificação profissional, legislação trabalhista entre outros. Kato e Ponchirolli (2002) fazem menção ao assunto e alegam que é possível evidenciar que boa parte dos problemas como desemprego no país é gerada pela baixa qualificação da mão-de-obra existente, oriunda de uma educação precária e insuficiente. Esse fator é o qual se acredita envolverem as mulheres empreendedoras estudadas. A falta de qualificação gera os subempregos.

4.2.2 Incentivos para Abrir e Manter o Negócio, Dificuldades e Apoio

Ainda atendendo ao objetivo da avaliação Atividade Empreendedora de mulheres do mercado informal, apresenta-se a Tabela 2, na qual foram agrupadas as categorias citadas pelas mulheres como **fontes de incentivo para abrirem o seu próprio negócio**, destacaram-se a família com maior percentual de frequência (44,4%), mas chama atenção às 16,6% das entrevistadas que relataram não ter nenhum incentivo para abrir o seu negócio, e mesmo assim estavam com eles funcionando e produzindo renda. Eis o exemplo de determinação e sobrevivência, que se pode dizer, caminham juntos e requerem conhecimentos, mais aprofundados da questão.

Tabela 2- Frequência de ocorrência da categoria fontes de incentivos para as mulheres abrirem seu próprio negócio.

Categorias	n	%
Família	8	44,4
Não teve	3	16,6
Amigos	2	11,1
Vontade Própria	2	11,1
Empreender JP	1	5,6
Bancos	1	5,6
Deus	1	5,6
Total	18	100

Fonte: Pesquisa Direta (2017).

Defende-se o pensamento de que os aspectos socioculturais podem ser determinantes para a construção do espírito empreendedor. Conforme os dados analisados na pesquisa, o apoio da família foi um dos fatores essenciais para a abertura do negócio das mulheres. Muitas vezes, a família também participa financiando os empreendimentos. É sabido que as principais fontes de financiamento para empreendimentos nascentes são o capital pessoal ou familiar (PEÑALOZA; DIÓGENES; SOUZA, 2008). Assim, pode-se perceber o papel decisivo da família na abertura do negócio das mulheres que atuam no bairro de Mangabeira. Esta citação se confirma com o depoimento da participante da pesquisa a seguir:

M 3- Família, tanto financeiro quanto o apoio...

Assim, percebe-se que tanto o apoio em forma de incentivo e estímulo, quanto o apoio com ações práticas que auxiliam as mulheres nas tarefas do dia a dia são essenciais para as mulheres enfrentarem e equilibrarem os desafios nos negócios como o desempenho do seu papel dentro do lar.

Continuando a avaliação da atividade empreendedora, observando os dados da Tabela 3, tem-se que com relação às **dificuldades enfrentadas pelas mulheres para abrirem seu próprio negócio** e se manterem até hoje, a categoria Financeira (33,3%) foi a que mais se destacou juntamente com a categoria Clientes (33,3%) que obteve o mesmo percentual.

Tabela 3 – Frequência de ocorrência da categoria dificuldades enfrentadas pelas mulheres para abrirem seu negócio e manter até hoje.

Categorias	n	%
Financeiras	9	33,3
Clientes	9	33,3
Local	2	7,5
Concorrência	1	3,7
Inadimplência	1	3,7
Fiscalização	1	3,7
Tempo	1	3,7
Cansaço	1	3,7
Desvalorização do Produto	1	3,7
Não teve	1	3,7
Total	27	100

Fonte: Pesquisa Direta (2017).

Os seguintes depoimentos ilustram a categoria Financeira como dificuldade enfrentada pelas mulheres para abrirem seu próprio negócio:

M9- Comecei com a cara e a coragem, sem dinheiro e hoje ainda tenho dificuldade com dinheiro.

M10- Dinheiro, sem capital fica difícil!

A dificuldade ‘financeira’ evidenciada pelas entrevistadas pode ser comprovada através da predominância de renda mensal da família, pois a maioria das respondentes se encontra com a média salarial entre 02-03 salários mínimos e possuem em média 04 pessoas na família. Para o desenvolvimento das atividades empreendedoras, Natividade (2009) relata a

importância de se criar ambientes favoráveis que possibilitem os empreendedores alcançarem e continuarem desenvolvendo suas atividades, através de condições que favoreçam sua permanência no cenário socioeconômico, como também a viabilidade de se obter microcrédito. Assim, percebe-se a importância dos meios de apoio que os empreendedores necessitam para abrirem e manterem seus negócios.

A outra categoria mais evidenciada foi a de ‘clientes’ que pode ser ilustrada com o depoimento *M11*:

M11- Encontrar um ponto bom, estratégico o preço ser bom também no começo não conseguia manter para pagar os gastos, dificuldade financeira pela falta de clientes.

Percebe-se através do depoimento, que as duas categorias mais mencionadas estão interligadas, pois, a dificuldade financeira pode ser oriunda da falta de clientes o que dificulta o surgimento de novos negócios. Para Kotler (1998) as empresas devem visar proporcionar a alta satisfação dos consumidores para que assim os clientes criem afinidade emocional com a marca e se tornem clientes leais à empresa. Assim, compreende-se que devem existir estratégias direcionadas a atender as expectativas dos clientes, para que estes se tornem comprometidos com a empresa e não venham a escolher os produtos e serviços de outra.

Em se tratando das **fontes de apoio** que as participantes da pesquisa obtiveram para minimizar as dificuldades que enfrentaram para abrirem seu negócio, foi evidenciado que 25% das respondentes não obtiveram nenhum apoio para minimizar as dificuldades, no entanto 20% mencionam a família como apoio para minimizar essas dificuldades como mostra a Tabela 4 a seguir:

Tabela 4- Frequência de ocorrência da categoria fontes de apoio que as mulheres encontraram para minimizar as dificuldades

Categorias	n	%
Não teve	5	25
Família	4	20
Instituições Financeiras (Banco do Nordeste, Crediamigo)	4	20
Amigos	3	15
Feiras	2	10
Cursos	1	5
Vontade Própria	1	5
Total	20	100

Fonte: Pesquisa Direta (2017).

Mesmo diante das declarações das entrevistadas, percebe-se que estão sendo criados pelos órgãos públicos e particulares programas que fornecem suporte para a iniciação de novos empreendimentos. É de conhecimento da população que o governo tem promovido

meios de incentivos para apoiar e estimular empreendedores. Algumas iniciativas são desenvolvidas, embora não atenda à toda demanda, o Programa Empreender – JP. Trata-se de um Programa Municipal de Apoio aos Pequenos Negócios de João Pessoa criado em 2005 no qual micro e pequenos empresários, sejam eles formais ou informais, podem participar do programa obtendo empréstimos com baixos juros e capacitação para saber aplicar e gerenciar os recursos financeiros que são emprestados. Este programa ainda oferece, linhas de créditos especiais, visando atingir públicos especiais como agricultores, pessoas com deficiências, ambulantes do mercado informal, jovens, mulheres entre outros tornando-o mais ativo por alcançar diretamente a necessidade dos indivíduos que o buscam (PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA, 2018).

Essas iniciativas governamentais confirmam a declaração de Melo (2008) que afirma “o governo assumirá um papel importante para implementação do microcrédito no Brasil”. Além do Empreender JP, pode-se citar o SEBRAE que apoia as micro e pequenas empresas, assim como, provê meios através de cursos de capacitação em empreendedorismo, para que os empreendedores iniciem suas atividades no mundo dos negócios. Outra iniciativa é o CREDIAMIGO que é um Programa de Microcrédito Produtivo Orientado do Banco do Nordeste juntamente com o Programa Nacional de Microcrédito do Governo Federal que, assim como o Empreender JP, facilita o acesso ao crédito para empreendedores formais e informais sejam eles classificados como microempresas, enquadradas como Microempreendedor Individual, Empresário Individual, autônomo ou Sociedade Empresária. Nota-se, com isso, a relevância desses programas para novos empreendedores, pois fornece subsídios para as pessoas desprovidas de condições necessárias a abertura de seu negócio como também, a atuante participação dos órgãos públicos na prestação de serviços que permitam aos indivíduos a chance de desenvolverem suas aptidões empreendedoras, gerar emprego e renda no município e regularização de suas atividades.

4.2.3 Satisfação da situação que se encontra o negócio

A Tabela 5 destaca frequência da categoria que visa avaliar **a satisfação das mulheres quanto ao seu negócio**, dentre as participantes da pesquisa, 73,3% se consideram satisfeitas com seu negócio como mostra a tabela a seguir:

Tabela 5- Frequência de ocorrência da categoria que avalia a satisfação das mulheres

Categorias	n	%
Sim	11	73,3
Não	4	26,7
Total	15	100

Fonte: Pesquisa Direta (2017)

Nota-se que a maioria das participantes descreve estar satisfeitas com seu negócio, o que pode ser ilustrado pelos depoimentos a seguir:

M1- Sim, estou graças a Deus!

M11- Sim, porque estou vendo crescer.

Esta satisfação pode estar condicionada apenas ao desejo de mudar algo em seu empreendimento, mas reafirma-se que o espírito empreendedor, envolve vários aspectos principalmente do contexto que estão inseridas. Sobre esta questão, Chell (2000 *apud*, Ribeiro e Freitas, 2017) relata que o empreendedor é um agente que altera e cria a sua própria realidade, mas, é limitado pelo ambiente no qual se encontra inserido, ou seja, apesar dos empreendedores serem proativos, criativos e possuírem grande habilidade para desenvolver as suas ideias, estes são retardados ou até mesmo impedidos de prosseguirem nos seus ideais por motivos externos que o contexto no qual se encontra e se estabelece. Sendo assim, pode-se perceber o poder de influência exercido pela satisfação que as mulheres entrevistadas apresentam, tanto para a área pessoal como para a área profissional, ressaltando que esta satisfação é individual e afeta cada indivíduo de modo exclusivo.

4.3 Disseminação do Empreendedorismo

Investigaram-se mulheres do mercado informal sobre: O que é empreendedorismo?; considera o empreendedorismo importante e o porquê; revelou a percepção de que se trata para elas em 27% - Investimento no negócio apresentado na Tabela 6.

Tabela 6- Frequência de ocorrência da categoria percepção das mulheres sobre o que é empreendedorismo

Categorias	n	%
Investimento no negócio	5	27,7
Apoio	3	16,6
Não sabe	3	16,6
Geração de emprego	2	11,2
Trabalhar o comércio	1	5,5
Visão diferenciada	1	5,5
Inovação	1	5,5
Abertura do Negócio	1	5,5
Noção de Administração	1	5,5
Total	18	100

Fonte: Pesquisa Direta (2017).

Os depoimentos a seguir ilustram a opinião que apresentou maior frequência das respondentes sobre o entendimento que elas possuem sobre o que é empreendedorismo:

M3- Pessoas que investem em alguma coisa.

M4- Receber uma quantia e investir no seu negócio.

Compreende-se que a noção da maioria das mulheres participantes da amostra possui sobre empreendedorismo é restrita ou mesmo em desenvolvimento. Ribeiro e Freitas (2017) realçam que “pesquisadores nacionais têm ratificado a importância de compreender o empreendedorismo no contexto brasileiro”. Estes relatos podem ser justificados pelo pouco grau de instrução que as participantes apresentaram, embora não estejam distantes do pensamento de alguns autores, como Paiva Jr. e Cordeiro (*apud*, COSTA; BARROS, MARTINS, 2008) que conceitua empreendedorismo como fenômeno da geração de negócio em si, relacionado tanto com criação de uma empresa, quanto com a expansão de alguma já existente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve a finalidade de estudar e conhecer a percepção e a potencialidade empreendedora das mulheres inseridas no mercado informal de Mangabeira, em João Pessoa-PB. A primeira parte do estudo tinha como objetivo caracterizar o perfil sócio demográfico das mulheres participantes da pesquisa. Conforme os dados, a maior parte da amostra foi composta por mulheres com faixa etária entre 40 e 49 anos, com o ensino médio completo, casadas, com família formada por 4 pessoas, sendo 2 trabalhando, com média de renda familiar entre 01 e 05 salários mínimos. Acredita-se que este perfil pode ter influenciado na escolha das mulheres por abrirem seu próprio negócio, devido à necessidade de ampliar a renda familiar para possibilitarem uma melhor condição de vida tanto pessoal quanto para sua família.

A segunda parte da pesquisa analisou a avaliação da atividade empreendedora das participantes e obteve-se que a amostra atua em ramos variados de atividade como mercearia, venda de CD e DVD, costura de roupas entre outros ramos, sendo a que mais se destacou foi à atividade de salão de beleza, motivadas pela independência financeira e pela falta de emprego e incentivadas pela família. Relataram também a dificuldade financeira e a falta de clientes como dificuldades enfrentadas para abrirem seu próprio negócio e se manterem até hoje no mercado. Nota-se com isso, a iniciativa empreendedora das mulheres quanto a possuírem seu próprio negócio e os grandes desafios que elas enfrentam no dia a dia com o seu comércio, e mesmo diante das dificuldades elas permanecem firmes conduzindo os seus negócios o que pode ser marcado como característica do empreendedor, a persistência, autoconfiança e a credibilidade no seu negócio.

A terceira parte do trabalho verificou a disseminação do empreendedorismo com as participantes, e de acordo com os relatos a maioria das mulheres considera que empreendedorismo é o investimento no negócio e um apoio, e mesmo sem o conhecimento do significado de empreendedorismo todas as entrevistadas relataram que ele é importante, sendo justificado pela maioria pela ajuda financeira. Pode-se observar que diante dos resultados e dos depoimentos relatados e transcritos no trabalho, que a amostra das mulheres que possuem um negócio no mercado informal, que participaram da pesquisa evidenciaram características de um empreendedor, mesmo com pouco entendimento sobre o que seja a temática, elas comprovaram na prática com a vivência no seu comércio, que atuam de forma empreendedora, com visão de crescimento e desenvolvimento do negócio. O estudo

proporcionou a oportunidade de contribuir com o conhecimento acerca da temática empreendedorismo, e mais especificamente do empreendedorismo feminino na nossa sociedade. Este trabalho viabilizou a percepção da realidade do mercado, relacionando-a com o aporte teórico existente sobre a temática. Ainda pode-se relatar que houve limitações para a realização deste trabalho, como o tempo e a resistência do público alvo da pesquisa. Como sugestões para estudos futuros e para sobre o assunto, analisando mais intimamente o potencial empreendedor das mulheres, bem como uma ampliação da amostra para enriquecer o trabalho. Pode-se fazer um estudo mais amplo, analisando a potencialidade deste público em outros bairros, podendo fazer uma análise comparativa entre as mulheres dos bairros da capital.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Marcia Carvalho de; TONELLI, Maria José. Os Diferentes Vínculos de Trabalho entre Trabalhadores Qualificados Brasileiros. In. ENANPAD, XXXIII, 2009, São Paulo. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: ANPAD, 2009. 1 CD- ROM.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Conselho Nacional de Saúde**. Resolução nº 510 de 07 de Abril de 2016. Pesquisas envolvendo seres humanos. Brasília-DF, 2018.
- COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; MARTINS, Emílio Matos. Linguagem, Relações de Poder e o Mundo do Trabalho: A Construção Discursiva do Conceito de Empreendedorismo. In. ENANPAD, XXXII, 2008, Rio de Janeiro. **Anais Eletrônicos...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. 1 CD- ROM.
- CRNKOVIC, Luciana Helena; BERNARDO Paulo Rodrigo Alves. **Empreendedorismo Feminino: a crescente participação da mulher em micro e pequenas empresas**. Disponível em: < http://www.unicastelo.br/2007/site/noticias/?id_categoria=2&id_noticia=1489> Acesso em: 09 Nov 2017.
- DIEESE. **Cresce a Participação da Mulher no Mercado de Trabalho**. Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/esp/es2mai97.xml>> acesso em: 07 de jan de 2018.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.
- GASPARIN, Miriam. **Empresas Lideradas por Mulheres têm mais Facilidade em Atrair e Reter Talentos**. Disponível em < <http://jornale.com.br/mirian/?p=13684>> Acesso em: 18 Set 2017.
- GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. Disponível em < <http://www.gemconsortium.org/download/1313711841043/GEM%20Brazil%202010%20-%20Executive%20Summary.pdf>> Acesso em: 19 Ago 2017.
- GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1995.
- _____. **Método e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- HOFFMANN, Rodolfo; LEONE, Eugenia Troncoso. **Participação da Mulher no Mercado de Trabalho e Desigualdade da Renda Domiciliar per capita no Brasil: 1981-2002**. Nova Economia Belo Horizonte p. 35-58 maio/ago 2004.
- HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

- IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>> Acesso em 10 Nov 2017.
- IRIGARAY, Hélio Arthur Reis; VERGARA, Sylvia Constant. Mulheres no Ambiente de Trabalho: Abrindo o Pacote “Gênero”. In. ENANPAD, XXXIII, 2009, São Paulo. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: ANPAD, 2009. 1 CD- ROM.
- KATO, Jerry Miyoshi. PONCHIROLLI, Osmar. **O Desemprego no Brasil e Seus Desafios Éticos**. v. 5, n. 3, p. 87-97. Revista FAE. Curitiba, set/dez, 2002.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 5º ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- MAESTRO FILHO, Antonio Del; SILVEIRA, Rogério Braga. Um Modelo de Políticas Públicas Gerador de Renda, que Inclui os Marginalizados pela Informalização e Precarização do Trabalho: Uma Experiência Promovida pela Prefeitura Municipal de São Paulo. In. ENANPAD, 30º, 2006, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD- ROM.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MATSUO, Myrian. Trabalho Informal e Desemprego: desigualdades sociais. **Tese** (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade de São Paulo. São Paulo 2009.
- MELO, Deusilene Sousa de. **O Microcrédito em João Pessoa**. CAOS - Revista Eletrônica de Ciências Sociais. Número 12 – Set 2008 Pág. 01-45. Disponível em: <http://www.cchla.ufpb.br/caos/numero12/REVISTA_12_2007_MONOGRAFIA_DEUSILENE.pdf> Acesso em: 18 Nov 2011.
- NORONHA, Eduardo G.. **"Informal", ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil**. Rev. bras. Ci. Soc., Scielo, vol.18, n.53, pp. 111-129, São Paulo Out, 2003.
- PB AGORA. **Mangabeira: bairro festeja 27 anos**. Disponível em: <<http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20100422174017&cat=paraiba&keys=-mangabeira-bairro-festeja-anos>>. Acesso em: 29 Jan 2018.
- PEÑALOZA, Verônica. Escolha Profissional no Curso de Administração: tendências empreendedoras e gênero. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, ed. Especial. nov./dez. 2008.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA. **Empreender JP**. Disponível em: <<http://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretarias/sedesp/empreender/>> Acesso em 18 jan 2018.
- RIBEIRO, Rosa Cristina Lima; FREITAS, Ana Augusta Ferreira de. Personalidade Empreendedora, Recursos Pessoais, Ambiente, Atividades Organizacionais, Gênero e Desempenho Financeiro de Empreendedores Informais. In. ENANPAD, XXXIII, 2017, São Paulo. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: ANPAD, 2017. 1 CD- ROM.
- RUIZ, João Álvaro. **Guia para eficiência nos estudos**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- SOUZA, Eda Castro Lucas de (Org.); GUIMARÃES, Tomás de Aquino (Org.). **Empreendedorismo Além do Plano de Negócio**. São Paulo: Editora Atlas, 2017.