

O PERFIL DOS EMPREENDEDORES DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE

Edson Gustavo Soares de Souza¹
Maristélio da Cruz Costa²

RESUMO

Os empreendedores atuam sempre usando a criatividade, programando suas ideias e objetivos. O diferencial no seu perfil é a análise individualizada dos ambientes internos bem como externos, além da designação das oportunidades. As microempresas e empresas de pequeno porte compõem boa parte do mercado de trabalho atualmente. Esses tipos empresariais estão previstos na Lei Complementar nº 123/2006 e são diferenciadas conforme a receita bruta anual em cada ano-calendário. Através de uma revisão bibliográfica, esse estudo tem como objetivo examinar o perfil empreendedor no Estado do Rio Grande do Norte, suas motivações e dificuldades. Nota-se que o gênero mais propenso é o feminino, se comparado com os homens. Além disso, o empreendedor que se concentra no RN possui uma visão que está fundamentada em oferta e demanda, sendo o setor turístico o principal foco dos empreendedores, visto que é um setor que oferece grande número de possibilidades de negócios.

Palavras-chaves: Empreendedorismo. Perfil do Empreendedor. Mercado de Trabalho. Oportunidade de Negócio.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é o processo pelo qual indivíduos de personalidade inovadora buscam oportunidades mesmo que não tenham todos os recursos necessários para explorá-las plenamente (CHIAVENATO, 2021).

Para Dornellas (2021) o empreendedorismo é um fenômeno mais importante para os tempos atuais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.

Conforme os autores acima, o empreendedorismo surge na capacidade do ser humano de reconhecer oportunidades e criar ideias úteis e ousadas, transformando-as em realidade.

Assim, empreendedor é um termo usado para definir pessoas cujo perfil aguerrido gera estímulo para o progresso econômico através de atitudes e ações no modo de agir em sociedade (COSTA, 2009).

Em concordância com as definições anteriores, Patrício e Candido (2016) definem que o empreendedor é um indivíduo que tem proatividade, que busca sempre inovar e propor soluções criativas aos problemas que surgirem no mercado, ou seja, é aquele que se adapta às necessidades e assume riscos calculados.

O empreendedorismo e os empreendedores são considerados importantes motores do crescimento econômico porque contribuem para a criação de novos empregos, novas oportunidades de emprego, o surgimento de novas inovações, mas também para o estímulo da concorrência e da competitividade (CHEN et al., 2018).

A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico e para o desenvolvimento de uma economia é amplamente discutida e aceita. No entanto, estudos

¹Aluno do curso de Ciência e Tecnologia. Universidade Federal Rural do Semiárido, Campus Angicos. Email: edson.souza19328@alunos.ufersa.edu.br

²Professor Ms. Universidade Federal Rural do Semiárido, Campus Angicos. Email: maristelio@ufersa.edu.br

empíricos indicam resultados mistos relativamente ao papel do empreendedorismo no crescimento econômico devido à variedade de tipos de empreendedorismo, mas também às características do ambiente macroeconômico em que ocorre o crescimento. Neste contexto, o objetivo dessa investigação é examinar o perfil empreendedor no Estado do Rio Grande do Norte, suas motivações e dificuldades.

2 METODOLOGIA

Para construção deste artigo foi realizada uma pesquisa exploratória e descritiva com fundamentação em pesquisa bibliográfica para dar embasamento ao referencial teórico.

Segundo Lakatos (2008) fontes secundárias são “todo material já publicado, em livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita”, ou seja, que já foram usadas para algum tipo de estudo ou que já passaram por alguma análise.

Foram utilizados acervos científicos extraídos a partir de filtragens como artigos publicados encontrados no portal CAPES, Scielo, e Google Acadêmico disponibilizados gratuitamente em texto completo, que apresentem os estudos realizados. O conteúdo foi filtrado por meio dos descritores: Empreendedorismo, Pequenas Empresas, Microempresas, Rio Grande do Norte, Gestão de Pessoal. Foram excluídos desse estudo conteúdos duplicados, em outros idiomas além do português e inglês, com publicação acima de 10 anos e que não correspondam com os objetivos e temáticas propostos.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo deriva da palavra em latim *imprehendere*, que corresponde a “empreender”, palavra surgida na língua portuguesa no século XV. Contudo, a expressão “empreendedorismo” surgiu da tradução do termo inglês *entrepreneurship*, composto pela palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*, que sugere a ideia de qualidade, estado, posição ou ainda habilidade (BARRETO, 1998).

Um dos precursores do conceito de empreendedorismo, Richard Cantillon, via no ato de comprar e vender algo a implicação da incerteza do seu retorno (CANTILLON, 1755 apud HASHIMOTO, 2010).

Segundo Ferreira (1999), o termo empreendedorismo está ligado a ideia de fazer, realizar, propor-se, tentar, empreender.

O empreendedorismo baseia-se na transferência de recursos de uma atividade que não gera grandes rendimentos para outra, na qual seja possível adquirir maior rentabilidade. Para isso, acreditava que os recursos de pouco valor deveriam ser transformados em algo de que as pessoas necessitassem e estivessem dispostas a pagar para adquiri-los, caracterizando um senso de busca de oportunidades (SAY, 2011). Ainda de acordo com Say, o empreendedor era um grande agente de mudanças e contribuía para com a sociedade por meio de pagamentos de impostos.

Para Joseph Schumpeter (1928), o empreendedor cria novas combinações a partir dos fatores de produção existentes. O progresso econômico, na sua visão, provém de atribuir novos usos a recursos já existentes, processo que denomina de inovação.

Segundo o autor acima citado, cada produto obedece a um ciclo, que, renovado de tempos em tempos, gera novos produtos substitutos.

Segundo Ronstadt (1984), o empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço pode não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários.

Assim, o processo de empreender não possui uma receita, uma instrução ou um modelo único de plano de negócios, e sim estruturas que podem favorecer o sucesso e o alcance das metas estabelecidas.

A compreensão de Kumar e Ali (2010) está voltada para uma visão de empreendedorismo como sendo uma oportunidade lucrativa, algo que temos que ter uma sacada para se envolver e acima de tudo, para que saibamos olhar e ver sucesso, e possibilidades onde alguns só enxergam o caos e o impossível.

Hisrich & Peter (2004) elencam algumas fases do processo empreendedor, são elas: identificação e avaliação da oportunidade; desenvolvimento do plano de negócios; determinação e captação dos recursos; e, gerenciamento da organização criada.

Chiavenato (2007) pontua que o empreendedor é capaz de fazer as coisas acontecerem, visto que possui elevada sensibilidade para os negócios, certa astúcia financeira e grande habilidade de reconhecer oportunidades. O autor ainda apresenta outras características do empreendedor, como intensa criatividade, muita energia, imaginação e perseverança.

Há uma ideia de que algumas pessoas são empreendedoras por natureza, são aquelas que desde muito cedo já apresentam traços e atributos fundamentais para empreender. Contudo, é possível construir-se empreendedor, a partir do ambiente em que se está inserido, da necessidade, da prática, da formação acadêmica.

Existem diversos tipos de empreendedorismo, como empreendedorismo de negócios; empreendedorismo social; Intraempreendedorismo; o empreender por necessidade; e o empreender por oportunidade. De acordo com Dornellas (2008), o empreendedorismo de negócios consiste no empreendedorismo relacionado a vinculado a um negócio, uma empresa, um empreendimento.

Por empreendedorismo social, entende-se aquele que é pautado em uma missão social, e não na geração de riqueza, já que não se almeja benefícios e vantagens para o empreendedor (DESS, 2011).

Já o intraempreendedorismo pode ser definido por empreender dentro das empresas, é quando um empregado de uma determinada empresa tem ideias inovadoras e busca efetivá-las. O empreender por necessidade, segundo Aidar (2007), deriva da ausência de oportunidade no mercado. Sem emprego formal, por exemplo, o indivíduo recorre a abrir seu próprio negócio, ainda que sem recursos e planejamento.

Por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade consiste na identificação e exploração de oportunidades de mercado. Aidar (2007) salienta que as oportunidades de negócios estão relacionadas a novos conhecimentos, transformações tecnológicas, mudanças de preferências dos clientes e inconsistências deixadas pelo mercado.

3.2 Empreendedorismo no Brasil

Embora haja a recessão econômica, todos os dias emergem novas organizações no país. Os especialistas do Serasa *Experian* (2016) explicam que o surgimento de novos negócios decorre do volume crescente de microempreendedores individuais, e que, por vezes são impulsionados pelos incentivos fiscais, pela decadência burocrática ou pela perda de postos formais no mercado de trabalho, visando assim, uma via para geração de renda (SERASA, 2016).

Outro estudo desempenhado pelo Serasa *Experian* (2016) demonstra que em meados de 2015, emergiram novas um milhão, novecentos e sessenta e três mil, novecentos e cinquenta e duas novas organizações no país. Esse dado corresponde a uma crescente de 5,4% se comparado ao número de novos empreendimentos inventariados no ano anterior 2014.

É nítido a evolução que vem ocorrendo, por ano, para os microempreendedores individuais. Onde o seu alçatila ocorreu em 2013, onde o aumento foi de 8%. Já sobre as micro e pequenas empresas, o sítio Empresômetro (2016) relaciona-se com a sua evolução em modo de organizações ativas, e a mortalidade destas ao longo dos anos no país.

O número integral de organizações ativas no país, 91% delas são micro e pequenas empresas, prenunciando a força dos pequenos negócios na constituição do contexto organizacional do Brasil. Do total apresentado, 2% são retratados por empresas de pequeno porte, e 27% por microempresas, 32% são micro e pequenas empresas condizentes no Simples Nacional e 39% são de microempreendedor individual compreendido pelo regime Simples Nacional (EMPRESÔMETRO, 2016).

De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), que é uma entidade que pesquisa e analisa a evolução dos empreendedorismos no Brasil em relação a outros países, existem dois tipos de empreendedores no Brasil, o primeiro seria o empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas (DORNELAS, 2012). E o segundo seria o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho (DORNELAS, 2012).

Mediante a força dos pequenos negócios é importante compreender a forma como ocorre a distribuição das micro e pequenas empresas por estados do Brasil. O Estado que compreende o maior número de micro e pequenas empresas é o de São Paulo com mais de quatro milhões de organizações ativas, englobando uma cooperação de 28% do número total dos empreendimentos. Roraima por sua vez, indica a menor participação com 0,2%.

Além de compreender a participação das organizações por Estado, é importante evidencia a concentração de micro e pequenas empresas por segmento, considerando que essa classificação possibilita a compreensão dos segmentos mais disputados entre os empreendedores.

Constata-se, portanto, que o segmento mais disputado é o de serviços, que sugere uma participação de 46% de organizações ativas, seguido pelo segmento comercial com uma representação de organizações que corresponde a 43%. O segmento com menor representatividade é o de agronegócio, uma vez que compreende

apenas 2% dos negócios ativos.

O segmento de serviços é o que mais tem se destacado no desenvolvimento da economia do país acerca do universo das micro e pequenas empresas, tendo uma vasta parcela de participação no Produto Interno Bruto (PIB) e sendo caracterizado como o maior empregador do país, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2015). Isso ocorre em decorrência dos variados tipos de negócios que este segmento compreende, além do baixo investimento para a performance de suas funções, confrontado com organizações que trabalham com produtos e mercadorias.

Um alto índice de desemprego nos primeiros quadrimestres de 2016. O mês de abril do referido ano indica a taxa mais alta, apresentando um percentual de 11% de indivíduos desempregados. Em confronto com isso, o sítio Empresômetro (2016) apresenta um dado significativo em meio à crise nacional, uma vez que o volume de organizações fechadas até agosto de 2016 é menor do que o volume de organizações fechadas em 2015. Durante todo o período de 2015, foram fechadas mais de quinhentas mil organizações, no entanto, no período de janeiro a agosto de 2016, foram fechadas aproximadamente cento e quarenta mil organizações.

Segundo Costa (2009), o Brasil depende muito das empresas empreendedoras, e o governo precisa contribuir de maneira a promover suporte para essas empresas, como também diminuir os impostos e dar mais apoio com a finalidade de que possam ajudar na economia do país, oferecendo assim, mais garantias para esses empresários, através de investimentos em empréstimos, por exemplo.

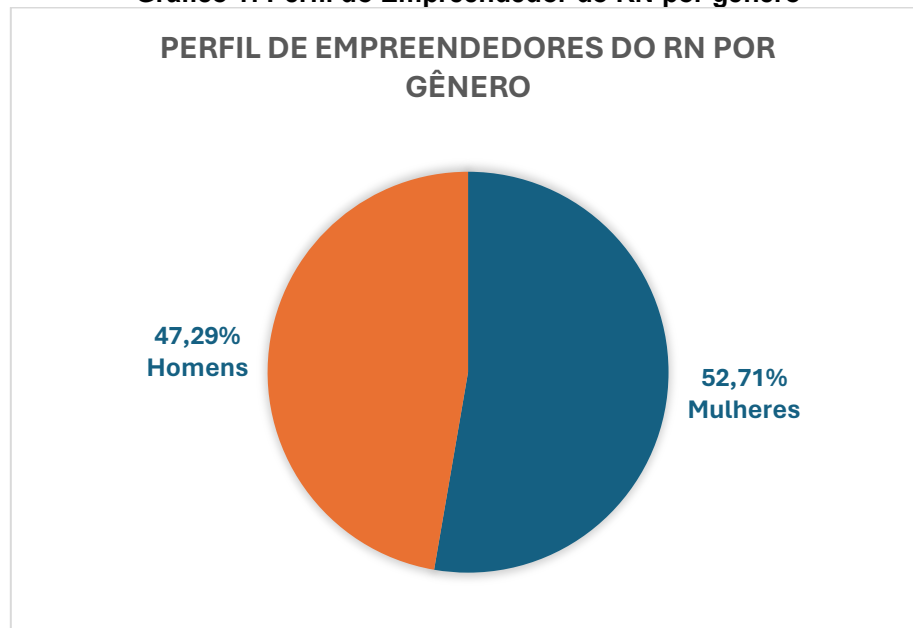
De acordo com a pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) no ano de 2021, no Brasil, em parceria com a IBQP (Instituição Brasileira de Qualidade e Produtividade), divulgada pelo Sebrae, diz que mesmo com o reflexo da pandemia da Covid-19 a taxa de empreendedores estabelecido no país teve um acréscimo de 1,2 ponto percentual e passou para 8,7% da população adulta, em 2020, já no ano de 2021 passou para 9,9%. De acordo com os dados obtidos pela pesquisa, os empreendedores nascentes mantiveram o seu recorde em 2020, possuindo uma taxa de 10,2%, o que indica que ainda há muitas pessoas que procuram o empreendedorismo como meio ocupação, já para os novos, houve uma queda, passando de 13,4% em 2020, para 11% em 2021, o que indica que parte desses empreendedores que abriram seus empreendimentos nos últimos anos não conseguiram se manter no mercado de trabalho, já a outra parte foi para os estabelecidos.

O Brasil é um país com muitos aspectos para se desenvolver atividades em vários setores, tanto artístico, quanto cultural, e de produção. A perspectiva é que cada vez mais possam surgir novos empreendimentos, e que em meio ao desenvolvimento tecnológico, e as necessidades de transformação das relações e serviços, possam ainda surgir muitos empreendedores, sobretudo, jovens.

3.2.1 Empreendedorismo no Rio Grande do Norte

Gomes et al. (2022) realizou um estudo acerca do perfil dos empreendedores do Estado do Rio Grande do Norte. Para este estudo, a amostra foi de 129 pessoas, sendo 52,71% mulheres e 47,29% homens, conforme apresentado no gráfico 1. Quanto aos facilitadores pessoais, 83,23% dos respondentes afirmam possuir uma ideia inovadora que viabiliza a geração de renda por meio do empreendedorismo ao passo que 16,77% discordam.

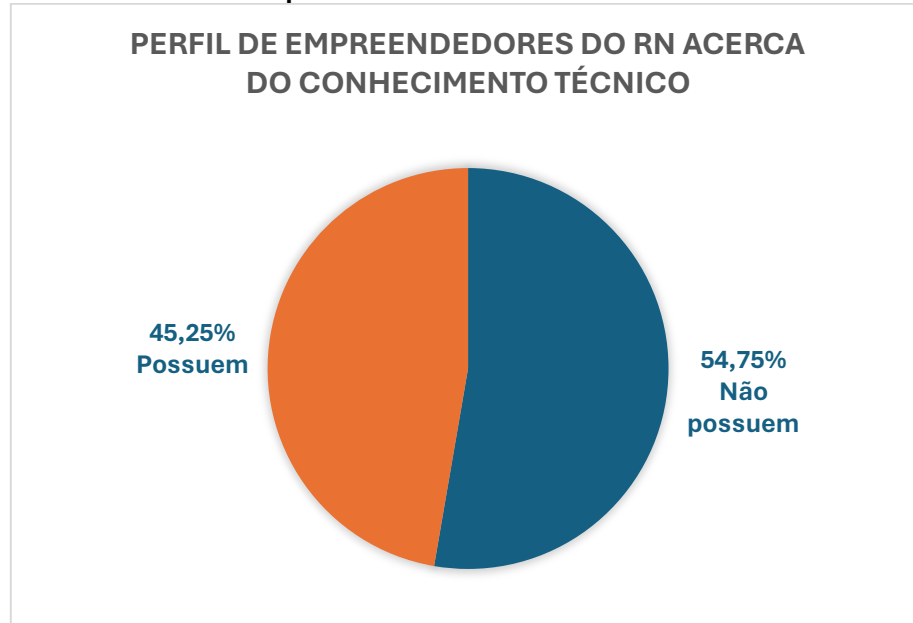
Gráfico 1: Perfil do Empreendedor do RN por gênero



Fonte: Gomes et. al (2022)

Ao que tange o conhecimento técnico, cerca de 54,75% afirmam não possuir conhecimento técnico para empreender ao passo que 45,25% afirmam possuir, como mostra o gráfico 2.

Gráfico 2: Perfil do Empreendedor do RN acerca do conhecimento técnico



Fonte: Gomes et. al (2022)

Cunha (2002) através de uma pesquisa com 368 empreendedores da microrregião do médio oeste do Rio Grande do Norte relata que 65,22% são do gênero masculino e, apenas, 34,78% pertencem ao gênero feminino. Quanto à escolaridade, verificou-se que

37,22% possuem ensino médio ao passo que apenas 11,95% possuem ensino superior completo. Já o percentual de empreendedores que tem pouco instrução é de 19%.

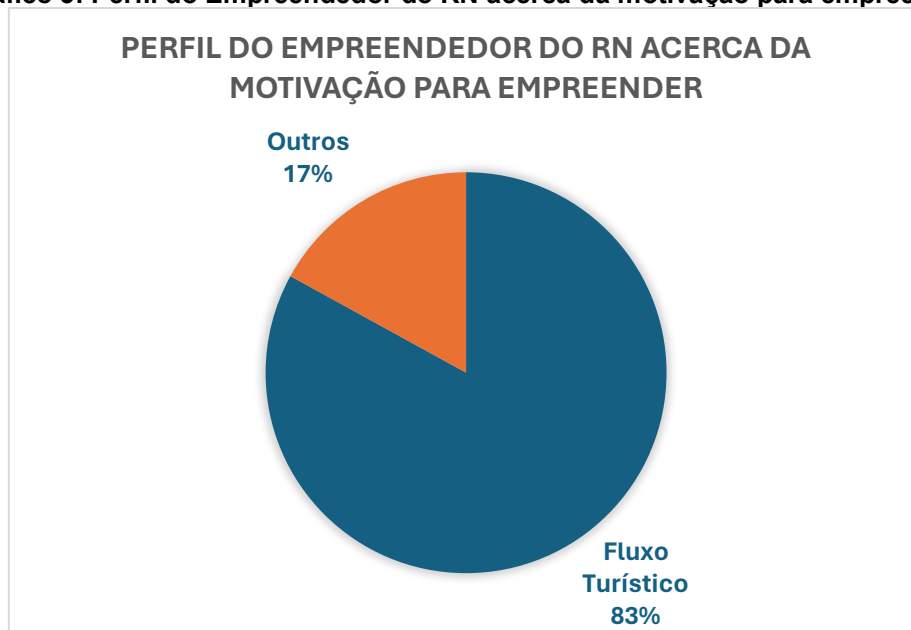
Outro estudo realizado por Limeira (2021) com um total de 487 entrevistados em diversas cidades do Estado do Rio Grande do Norte evidenciou que 78,20% dos entrevistados afirmam possuir habilidades para gerir um negócio ao passo que 21,80% , esse estudo não leva em consideração o grau de instrução ou escolaridade, portanto as habilidades técnicas apresentadas acima equiparadas ao estudo anterior, indica que a motivação para gerir ou empreender não advém de conhecimentos adquiridos em graduações.

Segundo Rocha (2021) quando analisados acerca do gênero, os empreendedores da microrregião do Agreste Potiguar estão divididos em parcelas aproximadamente iguais onde 50,8% são do gênero feminino e 49,2%, masculino. Além disso, Rocha apresenta dados sobre o grau de escolaridade do empreendedores, de modo que a grande maioria, 41,99% possuem ensino médio completo.

Barbosa-Correio (2020) em estudo com um total de 83 respondentes da cidade de Natal no Estado do Rio Grande do Norte concluiu que 93% dos respondentes não possuem ensino técnico ou superior, 39% já empreenderam em outro período, 87,5% afirmam basear o seu nicho em demandas voltadas para o turismo investindo principalmente, 15% em transporte turístico, 23% restaurantes e bar, 3% em entretenimento, 28% em agência de turismo ou tour guiado, 18% em venda direta de artigos.

Corroborando com o estudo de Barbosa-Correio citado acima, o estudo de Xavier (2023) buscou identificar as motivações e deficiências para empreender na região de Natal-RN, o estudo contou com uma população de 232 pessoas das quais, 83% afirmam se sentirem motivados a empreender em decorrência do fluxo turístico, como mostra o gráfico 3.

Gráfico 3: Perfil do Empreendedor do RN acerca da motivação para empreender



Fonte: Xavier (2023).

Ainda segundo Xavier (2023), 93% dos empreendedores entrevistados afirmam se sentirem desmotivados em empreender por conta de falta incentivo e capacitação do governo para com os possíveis empreendedores.

Oliveira (2023) realizou um estudo com 614 empreendedores da microrregião de Assú, no qual identificou-se que o ramo de atividade predominante é o comércio com 69,2% enquanto apenas 0,81% dizem respeito à indústria. Além disso, a autora relata que os empreendedores são em sua maior parte adultos entre 31 e 50 anos de idade, deste modo mostrando que o comércio se encontra voltado para pessoas mais maduras, e a relevante participação de pessoas com mais de 50 anos que ainda estão atuando no mercado.

No que tange ao perfil de empreendedor, notou-se que o grau de instrução não influencia na motivação para gerenciar um negócio, muito pelo contrário, muitos desses acreditam que a bagagem e conhecimentos que possuem, auxiliam na liderança de um negócio. Notou-se principalmente que embora haja idealização empreendedora, a maior dificuldade encontrada é a falta de apoio governamental no que tange aos auxílios e profissionalização.

4 CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento desse estudo compreende-se que empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. Ao longo dos anos o empreendedorismo vem ganhando destaque e vem proporcionando um crescimento econômico significativo em nosso país.

O meio do empreendedorismo vem ganhando uma legislação especializada, contribuindo para uma redução significativa na taxa de desemprego, uma vez que os cidadãos ao ficarem sem emprego são motivados a buscar outra maneira de garantir o sustento de sua família, o que de certa forma acaba influenciando ao desenvolvimento do sentido empreendedor dos mesmos.

O empreendedor deve cada vez mais se permitir aos desafios inerentes aos empreendimentos, realizando sempre o melhor que possa e acima de tudo buscando se aperfeiçoar para dar conta de seus negócios. Buscando sempre o apoio de instituições que possam ajudar a vencer algumas barreiras.

Quanto ao objetivo propriamente dito desse estudo, observou-se que o empreendedor que se concentra no RN possui uma visão que está fundamentada em oferta e demanda, principalmente quando observada pela ótica turística, que é o principal meio de receita da região, principalmente a capital Natal. Mesmo diante das motivações e conhecimentos a respeito do que se entende por empreendedorismo, necessidade, nicho e os conhecimentos técnicos desses estudos apresentados, a principal dificuldade notada é a falta de recursos, instrução e auxílio político e capacitação acessível.

Este trabalho, mediante seus resultados, traz contribuições significativas acerca dos empreendedores do Rio Grande do Norte, possibilitando que outras reflexões possam surgir a partir das discussões apresentadas aqui. O trabalho nos ajudou a traçar um perfil dos empreendedores, como refletir sobre suas contribuições para o Estado dentro de suas especificidades. Que assim, outras pesquisas também possam surgir e contribuir para a construção de novos conhecimentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA BIZARRIA, Fabiana Pinto et al. Representações sociais sobre empreendedorismo feminino em webséries do Sebrae. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 16, n. 2, p. 150-166, 2022.

BANDEIRA, Patrícia Bock; AMORIM, Marcos; DE OLIVEIRA, Manoela Ziebell. **Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender**. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho, 2020.

BARBOSA CORREIO, HÁVILA et al. **Empreendedorismo no rio grande do norte: fatores facilitadores e dificultadores**. Revista Pretexto, v. 21, n. 3, 2020.

CARVALHO, Grishna Polyanna Machado de. **Características e desafios do empreendedorismo feminino**. 2018.

CAVENAGHI, SM. **Indicadores de desigualdade de gênero no Brasil**. Mediações Revista de Ciências Sociais, 2013, 18.1: 83-105.

CHEN, Feng-Wen et al. **The influence of entrepreneurship and social networks on economic growth—from a sustainable innovation perspective**. Sustainability, v. 10, n. 7, p. 2510, 2018.

COELHO, F.U. **Manual De Direito Comercial**. Direito De Empresa. 31ª ed. 2020. Revista dos Tribunais.

COSTANZI, RN. **Evolução do emprego formal no Brasil (1985-2003) e implicações para as políticas públicas de geração de emprego e renda**. Texto para Discussão N° 1039. IPEA. Rio de Janeiro, 2004.

CRUZ, A.S. **Direito Empresarial**. 8ª ed. 2018. Editora Forense.

CUNHA, Thathiane Arderustia. **Caracterização do Empreendedorismo na Microrregião do Médio Oeste - RN** / Thathiane Arderustia Cunha. - 2022.

FIGUEIRÊDO, Heitor Fernandes de. **Estudo das características dos empreendimentos e perfil dos empreendedores do município de Major Sales-RN**. 2020.

GEM –Global Entrepreneurship Monitor (2013). **“O Empreendedorismo no Brasil.”**

GUIRALDELLI, R. **Adeus à divisão sexual do trabalho?: Desigualdade de gênero na cadeia produtiva da confecção**. Sociedade e Estado, v. 27, n. 3, p. 709-732, 2012.

HÜNING, Hendrik. Asset market response to monetary policy news from SNB press releases. **The North American Journal of Economics and Finance**, v. 40, p. 160-177, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo**. 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=empreendedor>> Acesso em 03 de fev. 2023.

LIMEIRA, Emilyanno Saraiva. **Análise do perfil empreendedor: um estudo em microempresas de Pau dos Ferros-RN**. 2021.

MANZANO, M.; CALDEIRA, CD. **Dinâmica recente do mercado de trabalho brasileiro ainda nos marcos da CLT**. In: KREIN, José Dari et al (orgs.). Dimensões críticas da reforma trabalhista no Brasil. Campinas: Curt Nimuendajú, 2018, cap. 2, p. 69- 94.

MATHIAS FONTANA, Darah et al. Contribuições do uso de redes sociais virtuais para o empreendedorismo feminino. **Revista Ciências Administrativas**, v. 27, n. 1, 2021.

NEVES, MA. **Reestruturação produtiva, qualificação e relações de gênero**. In: M. I. B. da Rocha (Org.). Trabalho e gênero: mudanças, permanências e desafios. Campinas: ABEP: NEPO:UNICAMP, Ed. 34, 2000, p. 171-185.

NORONHA, EG. **Informal, ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil**. In: Encontro Anual Da Anpocs, 25., 2001. Caxambu, MG., 2001.

OLIVEIRA, Stefhani Daiana Rodrigues de. **Caracterização do Empreendedorismo na Microrregião de Assú - RN** / Stefhani Daiana Rodrigues de Oliveira. - 2023.

PINTO, EC.; FILGUEIRAS, L.; GONÇALVES, RGD. **PT, esquerda e impeachment: Três interpretações da conjuntura econômica e política**. Texto para Discussão 015, UFRJ, RJ, 2015.

PROBST, ER; RAMOS, P. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Santa Catarina: Instituto Catarinense de Pós-Graduação, p. 1-8, 2003.

ROCHA, Washington Fernando Rodrigues Rocha. **Análise comparativa do perfil empreendedor de cidades da microrregião do Agreste Potiguar** / Washington Fernando Rodrigues Rocha Rocha. - 2021.

SANCHES, Fernanda Cristina et al. Empreendedorismo feminino: um estudo sobre sua representatividade no município de Toledo-Paraná. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 4, n. 2, p. 134-150, 2013.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: entre desafios e avanços elas seguem liderando negócios**. 2018. Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/brasil->

empreendedor/empreendedorismo-feminino-entre-desafios-e-avancos-elas-seguem-liderando-negocios/> Acesso em 05 de fev. 2024.

SEBRAE. **História da Lei Geral**. 2014. Disponível em: <www.portaldodesenvolvimento.sebrae.com.br/leigeral-historico/>. Acesso em 05 de fev. 2024.

SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Brasília/DF: 2014. Disponível em: <www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>. Acesso em 05 de fev. 2024.

SILVA, Mariana Santos; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

SILVA, T. **Economia de gênero e raça: uma análise comparativa do emprego doméstico e seus reflexos devido à introdução da Lei nº150/2015–PEC das domésticas, nas principais regiões metropolitanas brasileiras e no Distrito Federal**. 2018.

SIQUEIRA, AA; FERREIRA, ITD; SILVA, JR. **Os reflexos das desigualdades de gênero nas políticas sociais: uma análise a partir da questão social**. Revista Serviço Social em Perspectiva, 2018, 2.Esp.: p. 59-71.

TEIXEIRA, SM; MACAMBIRA, DDBC. **Reformas da Previdência Social e da Legislação Trabalhista no Brasil Contemporâneo: Desmonte de Direitos e os Limites do Programa de Reabilitação Profissional/Reforms of Social Security and Labor Legislation in Contemporary Brazil**. Revista FSA (Centro Universitário Santo Agostinho), v. 16, n. 1, p. 275-301, 2018.

VIEIRA, Diego Mota; VIEIRA, Mariana Borges Nunes; ENES, Yuri Odagui. Empreendedorismo feminino. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 8, n. 2, p. 263-282, 2022.

XAVIER, Janderson Menezes. **Empreendedorismo na enfermagem no contexto da inteligência competitiva e vigilância tecnológica: uma revisão integrativa**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

YANNOULAS, SC. **A convidada de pedra: mulheres e políticas públicas de trabalho e renda: entre a descentralização e a integração supranacional: um olhar a partir do Brasil (1988-2002)**. (Coleção Políticas Públicas de Trabalho, Emprego e Geração de renda). Brasília: FLACSO; Abaré, 2003. Disponível em: <<http://flacso.redelivre.org.br/files/2015/03/347.pdf>>. Acesso em 05 de fev. 2024.