



Congresso Internacional
de Administração
ADM 2022

**24 a 28
de outubro**

**SOBREVIVÊNCIA DAS ORGANIZAÇÕES
EM TEMPOS INCERTOS:**

O papel dos gestores e do ambiente externo
no **sucesso** e no **fracasso** organizacional.

A INTENÇÃO EMPREENDEDORA ENTRE MULHERES DE UMA ORGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAL NO MUNICÍPIO DE MARITUBA, PARÁ, BRASIL

ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG WOMEN OF A NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION IN THE MUNICIPALITY OF MARITUBA, PARÁ, BRAZIL

ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO

Ageu Nunes da Costa, Universidade Federal do Pará, Brasil, ageu.costa@icsa.ufpa.br

Isaleny Angela da Silva Barradas, Universidade Federal do Pará, Brasil, isaleny.barradas@icsa.ufpa.br

Resumo

O empreendedorismo atualmente ocupa um lugar de destaque, pois se apresenta como um importante instrumento de contribuição para o desenvolvimento econômico da sociedade. Assim, refletindo os dados de gênero sobre o tema, constata-se que o empreendedorismo feminino, que tem as mulheres como protagonistas a frente dos negócios, têm sido essencial para mitigar a pobreza e a exclusão social. O objetivo deste estudo foi, portanto, conhecer o perfil e os fatores pessoais e ambientais, que possibilitam traduzir em ação a intenção empreendedora das mulheres. Para tanto, foi feita uma survey descritiva, com amostragem não probabilística por acessibilidade, com 136 mulheres participantes de uma organização não governamental, no município de Marituba-Pa. Para definir o perfil das empreendedoras foram feitas perguntas de cunho socioeconômico e para caracterizar a pretensão de empreender foi utilizada a escala da Intenção Empreendedora (IE) de Liñá e Chen (2009). Os resultados de perfil apontam a predominância de mulheres jovens 63,9% com idade de até 35 anos e que atuam principalmente na prestação de serviços 58,2%. Em termos de intenção empreendedora, apura-se uma intensidade intermediária em relação as dimensões analisadas, com índices levemente acima da média, bem como, uma correlação significativa entre “intenção empreendedora” e “atitude pessoal”, o que mostra que as mulheres manifestam o desejo empreendedor, principalmente pelos benefícios que o negócio pode aferir ao seu bem-estar social. Por fim, as conclusões relatam a importância que as ações de educação empreendedora têm para promover as capacidades necessárias e fomentar o espírito empreendedor no público feminino.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Intenção Empreendedora; Empreendedorismo feminino.

Abstract

Entrepreneurship currently occupies a prominent place, as it presents itself as an important instrument for contributing to the economic development of society. Thus, reflecting the gender data on the subject, it can be seen that female entrepreneurship, which has women as protagonists at the head of businesses, has been essential to mitigate poverty and social exclusion. The objective of this study was, therefore, to know the profile and the personal and environmental factors that make it possible to translate the entrepreneurial intention of women into action. To this end, a descriptive survey was carried out, with non-probabilistic sampling by accessibility, with 136 women participating in a non-governmental organization, in the municipality of Marituba-Pa. To define the profile of female entrepreneurs, questions of socioeconomic nature were asked, and to characterize the intention to become an entrepreneur, Liñá and Chen's (2009) Entrepreneurial Intention (EI) scale was used. The results of the profile indicate the predominance of young women 63.9% aged up to 35 years old and working mainly in the provision of services 58.2%. In terms of entrepreneurial intention, there is an intermediate intensity in relation to the dimensions analyzed, with rates slightly above average, as well as a significant correlation between "entrepreneurial intention" and "personal attitude", which shows that women manifest the entrepreneurial desire,

mainly by the benefits that the business can confer to their social welfare. Finally, the conclusions report the importance that entrepreneurial education actions have to promote the necessary skills and foster the entrepreneurial spirit in the female public.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial Intention; Female Entrepreneurship.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é considerado uma força motriz da economia (Díaz-Casero et al., 2012; Adekiya & Ibrahim, 2016; Sajjad et al., 2020) fortemente associado ao desenvolvimento econômico, tanto na perspectiva local, quanto do desenvolvimento das nações (Díaz-Casero et al., 2012). Destacado pela capacidade de gerar emprego e renda, o empreendedorismo revela-se como uma estratégia crucial para melhorar a competitividade da economia, promover crescimento, fomentar inovações (Jansen et al., 2015; Mamun, 2017) aumentar a mobilidade econômica e social (Jansen et al., 2015) e contribuir com a sustentabilidade (Mamun et al., 2017).

Complementarmente, entre os aspectos que antecedem o empreendedorismo está a intenção empreendedora que pode ser conceituada como a predisposição e os esforços que um indivíduo está disposto a fazer para desenvolver um novo negócio (Adekiya & Ibrahim, 2016). Desta forma, conforme a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 2020), que sustenta a compreensão de intenção empreendedora, as atitudes humanas planejadas ocorrem antecedidas por intenções. Nessa perspectiva, a atitude materializa o desejo do indivíduo em realizar uma ação (Ajzen, 2020).

Por outro lado, as pesquisas com foco no empreendedorismo têm destacado fortemente o papel feminino (Cardella et al., 2020; Sajjad et al., 2020). Com isso, o empreendedorismo feminino ganhou destaque nos últimos anos (Cardella et al., 2020) por um amplo conjunto de aspectos, mas, principalmente, pela elevada taxa de crescimento de mulheres empreendedoras e pela contribuição dos empreendimentos femininos para a redução da pobreza e exclusão social (Sajjad et al., 2020). Considerando esses aspectos, o presente estudo tem o objetivo de caracterizar o perfil e analisar a intenção empreendedora de mulheres que participam dos projetos de uma organização não governamental no município de Marituba, Estado do Pará.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Na perspectiva pessoal, o empreendedorismo expressa uma oportunidade de carreira, uma forma de obter realização pessoal e de alcançar independência financeira (Mamun et al., 2017). Nesse sentido, o indivíduo empreendedor mostra-se como um agente econômico de destaque no ambiente de negócios moderno (Krüger et al., 2019), destacando-se especialmente pela capacidade de atuar como agente de transformação (Siluk et al., 2018). Assim, o empreendedorismo pode ser conceituado como o processo dinâmico no qual um indivíduo busca criar algo novo que seja valorizado no mercado e, com isso, atenda uma necessidade específica (Adekiya & Ibrahim, 2016).

A ocorrência do empreendedorismo requer uma conjunção de aspectos pessoais e contextuais que, ao convergirem, criam as condições para o surgimento de novos negócios (Naktiyok et al., 2010; Cortez & Hauck Filho, 2020). Esses aspectos, conforme Espíritus-Olmos e Sastre-Castillo (2015), constituem-se com base em condições sociodemográficas, educacionais e psicológicas. Assim, o empreendedorismo revela-se como um fenômeno complexo que depende fortemente de aspectos pessoais e do contexto social, principalmente pela necessidade

de interação do empreendedor com outras pessoas, seja para a obtenção de recursos, seja para identificar e aproveitar oportunidades (Naktiyok et al., 2010; Adekiya & Ibrahim, 2016).

Na perspectiva pessoal, Rantanen e Toikko (2017), destacam que a intenção empreendedora é uma condição central para a existência do empreendedorismo e expressa o principal elemento precursor do comportamento empreendedor, ou seja, quando os negócios se materializam. Espíritus-Olmos e Sastre-Castillo (2015) reforçam essa compreensão e conceituam intenção empreendedora como o desejo, ou o compromisso, que motiva o indivíduo a criar seu próprio negócio e buscar uma carreira por conta própria.

Por outro lado, Adekiya e Ibrahim (2016) e Gu et al. (2018), destacam que a intenção empreendedora se constitui pela predisposição presente em indivíduos empreendedores que orienta suas ações, experiências e atenção para a criação de novos negócios, portanto, a intenção empreendedora expressa um compromisso, na forma de desejo, percurso, trajeto ou rumo a algo desejado e constitui-se em um processo dinâmico (Raiol et al., 2021) baseado em um comportamento planejado (Adekiya e Ibrahim, 2016).

Desta forma, a intenção empreendedora revela primordialmente a tomada de decisão que pode levar anos para se concretizar na forma de negócio (Raiol et al., 2021) e ocorre naturalmente sob condições de risco e incerteza (Krueger, 2017). Desse modo, a intenção empreendedora constitui uma projeção pessoal de um conjunto de ações e metas que devem ser alcançadas para realizar a atividade empreendedora (Ajzen, 1991). Assim, no cerne do empreendedorismo está, por um lado, a intenção empreendedora e, por outro, as condições que viabilizam a transformação da intenção em comportamento (Liñán et al., 2011).

Espíritus-Olmos e Sastre-Castillo (2015) complementam e destacam que a busca por modelos para explicar a intenção empreendedora iniciaram na década de 1970 e continuam evoluindo até a atualidade. Nesse sentido, Díaz-Casero et al. (2012), destacam que, desde a década de 1980, o empreendedorismo posicionou-se entre os estudos científicos ao colocarem em evidência aspectos específicos do comportamento de empreendedores e ao estudarem as políticas de fomento para a criação e promoção de novos empreendimentos. Na mesma perspectiva, Jansen et al. (2015) reforçam que a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) destaca-se entre os modelos teóricos, sendo o mais aceito para explicar o comportamento empreendedor.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

As pesquisas com foco no empreendedorismo feminino ganharam destaque nos últimos anos (Cardella et al., 2020) por um amplo conjunto de aspectos, mas, principalmente, pela elevada taxa de crescimento de mulheres empreendedoras e pela contribuição dos empreendimentos femininos para a redução da pobreza e exclusão social (Cardella et al., 2020; Sajjad et al., 2020; Franzke et al., 2022). Contudo, o empreendedorismo masculino ainda prevalece no mundo, principalmente nos países desenvolvidos, apesar dessa predominância variar entre diferentes países e culturas (Rubio-Bañon & Esteban-Lloret, 2016; Cardella et al., 2020).

Nessa perspectiva, observa-se que o gênero exerce influência tanto no empreendedorismo, quanto na intenção empreendedora (Díaz-Casero et al., 2012) e, como destacam Cardella et al. (2020) e Morazzoni e Sy (2022) o empreendedorismo ainda desafia as empreendedoras femininas, uma vez que esse extrato enfrenta maiores exigências e restrições quando comparadas as iniciativas masculinas, sendo a obtenção de crédito o principal entrave enfrentado pelas empreendedoras mesmo inexistindo diferenças de desempenho, longevidade ou lucratividade entre empreendimento dirigidos por homens e mulheres, quando comparados negócios semelhantes em dimensões e características (Morazzoni & Sy, 2022). Nessa

perspectiva, os relatos relacionados às dificuldades de crédito para empreendimentos femininos já ocorriam desde a década de 1970 (Schwartz, 1976) o que sugere uma limitação recorrente.

Contudo, em países menos desenvolvidos as mulheres se destacam como trabalhadoras e empreendedoras informais (Quak & Barenboim, 2022) e, assim, o empreendedorismo feminino e o empoderamento econômico das mulheres são considerados complementares e aliados do crescimento e do desenvolvimento econômico nesses países (Franzke et al., 2022). No Brasil, o empreendedorismo feminino ganhou força nas décadas de 1970 e 1980, sendo a Constituição Federal de 1988 um propulsor da igualdade jurídica e das condições de trabalho e salário entre homens e mulheres (Montalvão et al., 2020).

Quanto as pesquisas científicas, Gomes et al. (2014) destacam que os estudos seminais com foco em mulheres empreendedoras datam de meados da década de 1970 com a obra de Schwartz (1976) intitulada “*Entrepreneurship: a new female frontier*”. Nesse sentido, as pesquisas percorreram amplos trajetos em temáticas e abordagens e buscaram evidências que pudessem caracterizar o empreendedorismo feminino ou diferenciá-lo do masculino, portanto os estudos vinculam-se especialmente a relação entre gênero e empreendedorismo.

Cardella et al. (2020), reforçam a perspectiva da amplitude e diversidade de abordagens em estudos sobre empreendedorismo feminino e colocam em evidência duas dimensões, os papéis e estereótipos de gênero. Assim, na perspectiva dos papéis, as necessidades de conciliar as responsabilidades femininas com a família podem aumentar a quantidade de conflitos trabalho-família e comprometer parte da jornada de trabalho de mulheres empreendedoras. Por outro lado, os estereótipos de gênero evidenciam diferenças no comportamento de homens, aos quais se espera agressividade e propensão ao risco, e de mulheres mais propensas ao cuidado, zelo e inclinação social. Assim, os aspectos centrados no masculino podem, em certa medida, agir como desestímulo e dificultador do empreendedorismo feminino. Portanto, observa-se que as relações estabelecidas no âmbito do empreendedorismo feminino são complexas e como tal tem despertado a atenção de pesquisadores e instituições públicas e privadas.

3. METODOLOGIA

A pesquisa, conforme classificação de Gil (2014), empregou técnicas exploratórias e descritivas e tratamento quantitativo de dados. A amostra não probabilística por acessibilidade foi formada por 136 questionários de pesquisa válidos de respondentes que aceitaram livre e anonimamente responder ao questionário de pesquisa. Todas as participantes eram residentes no município de Marituba no Estado do Pará e faziam parte dos projetos desenvolvidos pela organização local do estudo. A coleta de dados utilizou o questionário eletrônico distribuído pela plataforma digital *Survey Monkey*[®]. O critério de inclusão foi residir em Marituba-Pa e participar dos projetos da organização não governamental de forma ativa e regularmente, quanto ao critério de exclusão utilizou-se a recusa em responder ao questionário.

O questionário foi organizado em duas seções e acompanhado do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). A primeira seção reuniu dados socioeconômicos das respondentes como: idade, sexo, escolaridade, tempo de trabalho, filhos, renda, entre outros, e utilizou respostas na forma dicotômica e de múltipla escolha. A segunda seção concentrou-se na intenção empreendedora e, para tanto, utilizou a escala de Liñá e Chen (2009) como apresentada em Souza (2015). Essa escala é organizada em quatro dimensões: intenção empreendedora (IE); normas subjetivas (NS); controle do comportamento percebido (CP) e atitude pessoa (AP) e reúnem 21 indicadores, sendo seis para intenção empreendedora, três para normas subjetivas; seis para controle do comportamento percebido; e seis para atitude pessoal. As respostas foram em escala de Likert com sete itens, iniciando em zero para discordo totalmente e finalizando em seis para concordo totalmente. O tratamento de dados combinou técnicas de estatística

descritiva, correlacional e análise de consistência interna, medida pelo coeficiente alpha de Cronbach.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O perfil da amostra foi de mulheres jovens com até 35 anos (63,9%) de idade, com destaque para a faixa etária entre 36 e 40 anos que alcançou 25,8% (35) das observações. Solteiras (49,3%) e sem filhos (51,5%) em praticamente metade das observações, a atuação profissional concentrou-se no comércio (37,3%) e serviços (58,2%). Quanto ao exercício de atividade remunerada, as respondentes se dividiram uma vez que 49,3% (67) declarou exercer alguma atividade remunerada e 50,7% (69) não. A informalidade foi frequente alcançando 53,7% (38) das respondentes que exerciam alguma atividade remunerada. Trabalhando no período diurno (94%) e cumprindo jornadas de trabalho de até 30 horas semanais (40,3%) e entre 31 e 44 horas (41,8%) foram 82,1% (112) das participantes. Já com relação a experiência profissional, destacaram-se as respondentes com até 5 anos (42,7%) e entre seis e dez anos (42,0%) de trabalho. Quanto a escolaridade, destacou-se o ensino médio (58,9%) e, com menor frequência o ensino superior (37,5%), esses extratos totalizaram 96,4% (131) da amostra.

Já na perspectiva do perfil das residências, as moradias foram principalmente próprias (47,8%) ou com familiares (30,8%) e quanto a composição da renda familiar observou-se o envolvimento de uma (42,7%) ou duas pessoas (48,6%) no sustento familiar. Por outro lado, ao tratar de aspectos que contribuem para o empreendedorismo destacaram-se o desemprego (40,04%) a necessidade de aumentar a renda familiar (18,4%) e a identificação de oportunidades de mercado (16,2%). Quanto a intenção empreendedora (Tabela 1), a análise descritiva revelou intensidade intermediária para as dimensões em estudo, que se posicionaram levemente acima do centro da escala (3,00), observou-se leve predominância do desejo em montar o próprio negócio, como pode ser observado pela “Intenção Empreendedora” ($4,26 \pm 1,21$).

Outro aspecto com características semelhantes foi a crença quanto ao apoio de familiares e pessoas próximas caso o plano de empreendedorismo se tornar realidade como pode ser percebido pelas médias dos escores das “Normas Subjetivas” ($4,33 \pm 1,07$). Por outro lado, com menor intensidade, porém ainda na perspectiva positiva posicionaram-se a “Atitude Pessoal” ($3,78 \pm 1,04$) e o “Controle do Comportamento Percebido” ($3,41 \pm 1,07$). Essas duas últimas dimensões revelam a menor convicção quanto às vantagens da carreira como empreendedora, uma vez que, na perspectiva das “Atitudes Pessoais”, como destaca Buaride et al. (2022), as mulheres enfrentam barreiras socioculturais mais elevadas ao empreendedorismo, especialmente, pela educação voltada para as responsabilidades familiares, dedicação e cuidados com os filhos. Já na perspectiva do “Controle do Comportamento Percebido” evidencia-se a insegurança quanto a preparação para criar, manter e conduzir negócios.

DIMENSÃO	1	2	3	4
1 - Intenção Empreendedora	(0,897)			
2 - Atitude Pessoal	0,783*	(0,851)		
3 - Controle do Comportamento Percebido	0,446*	0,429*	(0,829)	
4 - Normas Subjetivas	0,457*	0,504*	0,434*	(0,751)
Nº INDICADORES	6	6	6	3
Média	4,26	3,78	3,41	4,33
Desvio padrão	1,21	1,04	1,07	1,07
Coeficiente de variação (%)	28,35	33,54	24,65	24,65

Tabela 1 – Análise descritiva, consistência interna e correlacional.

Nota: Coeficiente alpha de Cronbach na diagonal.

Fonte: Pesquisa de campo (2022).

Ao analisar a fidedignidade das dimensões, medidas pelos coeficientes alphas de Cronbach, com índices superiores a 0,751, observou-se que as dimensões podem medir o fenômeno sem vieses. Quanto as relações entre as dimensões com base nas correlações de Pearson e segundo os critérios de Marôco (2014). Destacou-se a predominância de correlações moderadas ($0,25 \leq |r| < 0,50$), positivas e significativas a 1%. Esse aspecto mostra que a intenção empreendedora é influenciada sistemicamente pelas dimensões que formam o modelo e que os aumentos ou decréscimos ocorridos em um, ou alguns deles, ocorrerá também nos demais. E reforça a compreensão quanto a necessidade de políticas de apoio e incentivo a formação profissional de empreendedores e aos pequenos negócios. Ainda quanto as correlações, destacou-se a correlação muito forte entre “Intenção Empreendedora” e “Atitude Pessoal” ($r=0,791$; $p\text{-valor}<0,01$) indicando que acreditar que o empreendedorismo proporcionará melhorias nas condições de vida é um elemento central que impulsiona e motiva a intenção empreendedora entre mulheres.

CONCLUSÃO

A pesquisa mostrou a intenção de empreender, o modelo selecionado para analisar a intenção empreendedora revelou dimensões fidedignas e capazes de explicar o fenômeno. No mesmo sentido, destacaram-se as relações positivas, significativas e de moderada intensidade entre as dimensões. Esse aspecto possibilitou afirmar que investir na formação e criar condições favoráveis ao empreendedorismo proporcionará ciclos virtuosos de novos negócios nessa parcela da população. Complementarmente, acreditar nos benefícios do empreendedorismo é crucial para as participantes do estudo, assim promover ações de esclarecimento quanto aos aspectos positivos e desafios do empreendedorismo pode contribuir para a decisão das atuais e futuras empreendedoras. Destacou-se como limitações do estudo a utilização de questionários e a amostragem não probabilística e como pesquisas futuras ampliar a abrangência da amostra e aprofundar a investigação com técnicas qualitativas.

REFERÊNCIAS

- Adekiya, A.A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 14 (2), 116-132.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2 (4).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Buaride, A., Gomes, J.L., Vale, M.P.E.M., & Nassif, V.M.J (2022). Barreiras Ao Empreendedorismo Por Mulheres. *Revista de Empreendedorismo E Gestão de Micro E Pequenas Empresas*, 7 (1).
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Frontiers in Psychology*, 11 (1557).
- Cortez, P. A., & Filho, N. H. (2020). Instrumentos de avaliação de intenção empreendedora: uma revisão de literatura. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16 (30).
- Díaz-Casero, J.C., Ferreira, J.J., Hernández Mogollón, R., & Barata Raposo, M.L. (2012). Influence of institutional environment on entrepreneurial intention: a comparative study of two countries university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 55-74.

- Espíritu-Olmos, R., & Sastre-Castillo, M. A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68 (7), 1595-1598.
- Franzke, S., Wu, J., Froese, F.J., & Chan, X.C. (2022). Female entrepreneurship in Asia: a critical review and future directions. *Asian Bus & Manage*, 21, 343-372.
- Gil, A. C. (2014). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Atlas, São Paulo - SP, Brasil.
- Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Araújo, U. P., & MARTINS, C. M. F. (2014). Empreendedorismo eminino como sujeito de pesquisa. *Review of Business Management*, 319-342.
- Gu, J., Hu, L., Wu, J., & Lado, A. A. (2018). Risk propensity, self-regulation, and entrepreneurial intention: empirical evidence from China. *Current Psychology*, 37 (3), 648-660.
- Krueger, N. F. (2017). Entrepreneurial intentions are dead: long live entrepreneurial intentions. *Revisiting the entrepreneurial mind*, 35, 13-34.
- Krüger, C., Bürger, R. E., & Minello, I. F. (2019). O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora. *Revista Economia & Gestão*, 19 (52), 64.
- Jansen, S., Zande, T. V., Brinkkemper, S., Stam, E., & Varma, V. (2015). How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: observations from MIT, IIT, and Utrecht University. *The International Journal of Management Education*, 13 (2), 170-181.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 593-617.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2), 195-218.
- Mamun, A. A., Nawi, N. B. C., Mohiuddin, M., Shamsudin, S. F. F. B., & Fazal, S. A. (2017). Entrepreneurial intention and startup preparation: A study among business students in Malaysia. *Journal of Education for Business*, 92 (6), 296-314.
- Marôco, J. (2014). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. ReportNumber, 3.
- Montalvão, H. C., Silva, A. P. S., Moreira, R. C., Ferreira, M. M. M. G. Magalhães, D. V., & Costa, D. E. S. (2020). Empreendedorismo feminino: estudo sobre mulheres empreendedoras do ramo de confecções da cidade de Correntinha - Bahia. *Revista Valore*, 5, 114-126.
- Morazzoni, M., & Sy, A. (2022). Female entrepreneurship, financial frictions and capital misallocation in the US. *Journal of Monetary Economics*.
- Najberg, E., Carvalho, J. B. de, Ferreira, V. da R. S., & Freitag, M. S. B. (2018). Análise e caracterização dos casos vencedores do prêmio empreendedor social - de 2005 a 2017. *Gestão E Sociedade*, 12 (32), 2257-2286.
- Naktiyok, A., Nur Karabey, C., & Gulluce, A. C. (2009). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6 (4), 419-435.
- Quak, E., & Barenboim, I. (2022). Female entrepreneurship and informality in low and middle-income countries: what have we learned so far? *Paper series: MUYA's contributions to knowledge in the field of female entrepreneurship*, 1, 6-12.
- Raiol, V. A. A., Shalom, Y. C. C., Mattos, C. A. C., Mancebo, C. H. A., & Cardoso, H. G. (2021) Autoeficácia e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de administração na região Norte do Brasil. *Revista Valore*, 6, 1-19.
- Rantanen, T., & Toikko, T. (2017). The relationship between individualism and entrepreneurial intention – a finnish perspective. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11 (2), 289-306.

- Rubio-Bañón, A., & Esteban-Lloret, N. (2016). Cultural factors and gender role in female entrepreneurship. *Suma de Negocios*, 7 (15), 9-17.
- Schwartz, E. B. (1976). Entrepreneurship: a new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5 (1), 47-76.
- Siluk, J. C. M., Garlet, T. B., Marcuzzo, R., Michelin, C. D. F., & Minello, I. F. (2018). Empreendedorismo de base tecnológica no Sul do Brasil. *Revista de Administração Da UFSM*, 11, 471-488.
- Sajjad, M., Kaleem, N., Chani, M. I., & Ahmed, M. (2020). Worldwide role of women entrepreneurs in economic development. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14 (2), 151-160.
- Souza, R. S. (2015). *Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais de Mato Grosso do Sul, Brasil*. Dissertação de mestrado em administração. Universidade Nove de Julho. São Paulo - SP, Brasil.