

**COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS EM MULHERES QUE ATUAM NA ECONOMIA
INFORMAL**

JÉSSICA DA SILVA MACIEL

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

SIRLEI GLASENAPP

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

LUCIANA DAVI TRAVERSO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS EM MULHERES QUE ATUAM NA ECONOMIA INFORMAL

1 INTRODUÇÃO

Nas discussões que abordam o empreendedorismo é possível encontrar diversas pesquisas e teorias que visam identificar as características dos indivíduos empreendedores, como são desenvolvidas e de que forma podem ser otimizadas, a fim de gerar bons resultados para o ambiente e contexto social em que se encontram. Nessa acepção verifica-se uma expansão na realização de estudos atinentes ao empreendedorismo, surgindo questões como a educação para o empreendedorismo, empreendedorismo sustentável e empreendedorismo feminino (Gimenez, Ferreira, & Ramos, 2017).

Além dos enfoques mencionados, a temática que versa sobre o empreendedorismo informal tem emergido e a relevância desse assunto se justifica pelo evidente crescimento da economia informal que atingiu 41,6% dos trabalhadores no Brasil no ano de 2019 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2020). Em contraste a isso, identificou-se a partir de busca na base *Web of Science* que estudos realizados acerca do empreendedorismo na economia informal, mais especificamente relacionando mulheres empreendedoras e competências empreendedoras são escassos.

Por meio de pesquisa na referida base utilizando a *string* de busca “TS = ((((((((((“FEMAL*” OR (“WOM?N*”) AND (“ENTREPRENEUR*” AND (“INFORMAL*” OR (“NON-FORMAL*” OR (“NONFORMAL*”) AND (“ECONOMY*” OR (“MARKET*”)))))))))) AND “ENTREPRENEURIAL COMPETENC*”)”, verificou-se que de 1945 até 15 de julho de 2021, data em que a busca foi realizada, constava na base somente o trabalho de Zainol e Al Mamun (2018), evidenciando que a associação realizada neste estudo é pouco abordada na literatura, justificando assim o caráter pertinente da realização da pesquisa.

Na economia brasileira, a informalidade tem demonstrado relevância considerável e tem sido medida pelo Índice de Economia Subterrânea; indicador este que, por sua vez, trata da caracterização abrangente do setor informal no mercado de trabalho, composta por atividades que não possuem tributação e controle estatal (Barbosa Filho, 2010). O índice de economia subterrânea, mensurado pelo Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (ETCO) conjuntamente com o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV/Ibre), identificou que, no agregado de 12 meses até julho de 2018, esta economia movimentou o equivalente a 16,9% do PIB brasileiro, ou seja, mais de um trilhão de reais (ETCO, 2018).

O crescimento da economia informal surge em resposta ao desemprego, cobranças de tributos e as dificuldades encontradas para atuação formal devido aos entraves causados pela burocracia, crise econômica, entre outros (ETCO, 2018). O trabalho informal pode ser definido pela inexistência de um contrato formal de trabalho (carteira de trabalho assinada, militares ou trabalhadores vinculados ao regime jurídico único) ou pela ausência do sistema de seguro social (IBGE, 2018).

Em contextos de economias emergentes, o empreendedorismo feminino é encarado principalmente como contribuição fundamental para o desenvolvimento econômico e a emancipação das mulheres (Anggadwita, Luturlean, Ramadani, & Ratten, 2017). O que se verifica é que nesses países a participação das mulheres no mercado de trabalho formal pode criar desafios em termos de equilíbrio entre obrigações profissionais e familiares (Gudeta & Engen, 2018).

A flexibilidade propiciada pelo trabalho autônomo favorece a obtenção de independência financeira, viabilizando uma melhor condição econômica às suas famílias, o que também impacta de forma positiva na autoestima e autoeficácia da mulher (Mehtap,

Ozmenekse, & Caputo, 2019). Com base nesse cenário, entende-se que o desenvolvimento de competências empreendedoras é fator crucial para manutenção dos empreendimentos informais tendo em vista as circunstâncias voláteis que a economia brasileira têm apresentado. O desenvolvimento de tais competências auxilia na construção de vantagem competitiva quando há alinhamento entre as práticas de gestão e os objetivos estabelecidos (Bittencourt, 2004).

Diante disso, a questão de pesquisa que surge é: quais são as competências empreendedoras apresentadas por mulheres que atuam na economia informal e auxiliam na manutenção de seus empreendimentos? Nesse sentido, o objetivo central deste estudo é identificar quais são as competências empreendedoras predominantes em mulheres que atuam na economia informal. Este artigo é composto por esta seção introdutória seguida do referencial teórico, procedimentos metodológicos, discussão e análise dos resultados e por fim as considerações finais.

2 MULHERES EMPREENDEDORAS NA ECONOMIA INFORMAL

Em 1972, o termo “setor informal” surge no relatório global de emprego sobre o Quênia, da Organização Internacional do Trabalho – OIT, em que classificaram como “setor informal” a ocorrência de “trabalhadores pobres”, que possuíam atividades não reguladas e tampouco protegidas pelas autoridades públicas, em virtude também da incapacidade dos setores produtivos da economia em garantir oportunidades de emprego para toda a crescente força de trabalho (Hussmanns, 2000).

Conforme o relatório da OIT *Decent work and the informal economy – Sixth item on the agenda*, de 2002, o termo “economia informal” começou a ser adotado para refletir os aspectos dinâmicos, heterogêneos e complexos do fenômeno envolvido. Tal definição inclui trabalhadores por conta própria, em atividades para a própria sobrevivência, como vendedores de rua, trabalhadores a domicílio, auto-empregados em micronegócios por conta própria, etc. (OIT, 2002).

De acordo com Correa e Lopes (2009), com o início da recessão na década de 90, o surgimento das políticas anti-inflacionárias, e a consequente lentidão na atividade econômica, seguida da privatização, queda do emprego industrial e absorção da força de trabalho pelo setor de serviços culminou na modificação na dinâmica do mercado de trabalho e avanço da informalidade. Com isso, verificou-se uma expansão no empreendedorismo informal, que pode ser definido como iniciar, possuir ou administrar um empreendimento sem registro, sem declarar parte ou toda a produção ou vendas para autoridades, no que tange impostos benefícios ou legislação trabalhista (Williams & Kedir, 2017).

Nesse contexto observa-se o crescimento da atuação da mulher brasileira, que de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2018) é uma das que mais empreendem no mundo inteiro. Embora a informalidade diga respeito ao trabalho de homens e de mulheres, alguns estudos apontam que a presença da mulher neste contexto tende a ser mais penalizada do que os homens, tendo em vista que a diferença de rendimentos percebidos mostra desvantagem para as mulheres (Olinto & Oliveira, 2004).

Ainda conforme Olinto e Oliveira (2004), a mulher, uma vez inserida no setor informal, apresenta maiores dificuldades de sair dele. De acordo com os dados, houve um aumento no que diz respeito a atuação feminina nas taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA). No ano de 2016, as mulheres tiveram participação maior que a dos homens, sendo a TEA de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens, resultados que retratam a importância da mulher para a economia brasileira.

As razões que impulsionam a entrada das mulheres no empreendedorismo são diversas, dentre os principais motivos são busca pela estabilidade financeira, independência, realização

pessoal, paixão pelo que faz (Sarfaraz, Faghih, & Majd, 2014). Em consonância, a redução da pobreza, a viabilidade de cuidar da família e o aumento da autoconfiança e independência são aspectos que podem vir a auxiliar as mulheres a enfrentar os papéis de gênero na sociedade (Al-Dajani & Marlow, 2013).

Em um estudo realizado na Malásia por Zainol e Al Mamun (2018), examinou-se o efeito das competências empreendedoras na vantagem competitiva dos empreendimentos informais. Os autores constataram que o comprometimento, a competência conceitual, a competência de organização e a de reconhecimento de oportunidade têm efeito positivo e significativo no desempenho das empresas geridas por mulheres. Conforme os pesquisadores, é necessário que se invista em políticas de desenvolvimento dessas competências no intuito de melhorar as condições socioeconômicas das famílias na região estudada.

Com base nisso, entende-se que para garantir o sucesso dos negócios, ainda que informais, as mulheres precisam desenvolver competências empreendedoras, neste sentido a próxima seção irá discorrer de forma mais aprofundada sobre a temática apresentando o modelo utilizado para identificar as competências empreendedoras nas mulheres participantes deste estudo.

3 COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

No âmbito da educação, Perrenoud (1999) conceituou competência como uma aptidão de agir de maneira eficaz dentro de uma situação específica, sustentando-se em conhecimentos adquiridos, porém sem restringir-se a eles. Sendo assim, competência é a habilidade de mobilizar uma série de recursos cognitivos (informações, saberes e capacidades) na finalidade de desvendar situações de maneira pertinente e eficaz. Neste sentido, a competência humana é percebida por meio de um conjunto de atributos individuais postos em prática na realidade (Feuerschütte & Godoi, 2008).

No que concerne a competência empreendedora, Antonello (2006) reconhece como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que permitem que um sujeito reproduza sua percepção, estratégias e condutas na criação de valores tangíveis e intangíveis para a sociedade. Por conseguinte, as definições para competência empreendedora advêm de conceitos já existentes na vertente individual, que priorizam a experiência e a construção do conhecimento subjacente a ela (Zampier & Takahashi, 2013).

Conforme Mamede e Moreira (2005), as competências empreendedoras estão vinculadas a posturas empreendedoras e se associam a capacidade de identificar oportunidades, de manter relações em rede, habilidades conceituais, capacidade de gerir, facilidade de interpretação de cenários e engajamento com os interesses organizacionais. Para Man e Lau (2000), pode-se considerar competência empreendedora como um tipo de atributo superior que distingue os indivíduos considerados competentes por traços de personalidade, aptidões e conhecimentos que se reproduzem em suas ações.

Alguns autores criaram tipologias ou modelos que tornam possível a identificação das competências empreendedoras. Neste estudo será utilizado como base para a classificação das competências empreendedoras o trabalho desenvolvido por Man e Lau (2000). Para eles, as competências são apresentadas por comportamentos perceptíveis que condicionam a capacidade pessoal de efetuar ações estratégicas para expansão do empreendimento. Os autores categorizaram as competências empreendedoras em seis áreas distintas; essas áreas de competências bem como seu foco comportamental podem ser observados na Tabela 1.

Tabela 1 – Áreas de Competências e Focos Comportamentais

ÁREAS DE COMPETÊNCIA	FOCO COMPORTAMENTAL
Competências de Oportunidades	Competências relacionadas ao reconhecimento de oportunidades de mercados por vários meios.
Competências de Relacionamento	Competências relacionadas às interações de pessoas para pessoas ou de indivíduo para o grupo.
Competências Conceituais	Competências relacionadas a diferentes habilidades conceituais que se refletem nos comportamentos do empreendedor.
Competências Administrativas	Competências relacionadas a organização de diferentes recursos humanos, físicos, financeiros e tecnológicos, internos e externos.
Competências Estratégicas	Competências relacionadas à definição, avaliação e implementação das estratégias da empresa.
Competências de comprometimento	Competências que levam o empreendedor a avançar com os negócios.

Fonte: Man e Lau (2000, p. 237-238, tradução nossa).

As competências de oportunidade podem ser divididas de maneira ampla em três grupos: identificação, avaliação e busca de oportunidades de mercado. Essa classificação sugere que o empreendedor competente deve ter a habilidade de identificar oportunidades em diversos meios distintos, trabalhar com os potenciais oportunidades realizando uma avaliação e convertendo-as em oportunidades viáveis (Man & Lau, 2000). De acordo com Man e Lau (2000), as competências de relacionamento abrangem a capacidade de criar, preservar e utilizar redes de contato, bom relacionamento, confiança entre todos relacionados à empresa como clientes, fornecedores, funcionários, parceiros de negócios e familiares.

Ainda segundo os autores, empreendedores de sucesso precisam possuir habilidades eficazes de comunicação e negociação para lidar com perfis distintos de pessoas. As competências conceituais estão calcadas nas experiências e habilidade de observação do empreendedor. Desse modo, um empreendedor que possui uma maior experiência consegue identificar rapidamente se um novo produto ou serviço possui mercado utilizando-se de sua experiência anterior, apresentando também a capacidade de encontrar soluções alternativas para o mesmo problema (Man & Lau, 2000).

No que se refere às competências administrativas, Man e Lau (2000) apontam que estão ligadas à capacidade do empreendedor em desempenhar funções gerenciais de planejamento, organização, liderança, motivação, delegação e controle, em suma, um empreendedor competente deve ser hábil na seleção de recursos humanos, tecnológicos, financeiros, físicos internos e externos ao empreendimento e organizá-lo eficientemente.

Para Man e Lau (2000), os empreendedores possuidores de competências estratégicas caracterizam-se por apresentar aptidão em estabelecer um planejamento a longo prazo bem como traçar objetivos alcançáveis no médio prazo. A percepção das lacunas de mercado e a capacidade de adaptar-se as circunstâncias mercadológicas também configuram características relevantes dessa competência (Man & Lau, 2000).

As competências de comprometimento exigem a capacidade de se manter dedicado aos negócios em diferentes circunstâncias, é necessária devoção e trabalho árduo por parte do empreendedora na busca pelas metas de longo prazo, no início o empreendedor precisa vencer as dificuldades de falta de clientes e problemas de fluxo de caixa, durante o desenvolvimento deve enfrentar as crises organizacionais ambientais e sustentar-se (Man & Lau, 2000).

Nesta pesquisa, as competências serão abordadas como um processo dinâmico que leva em conta as capacidades dos indivíduos constituídas por conhecimentos, habilidades e atitudes utilizadas para agir em uma situação complexa (Le Boterf, 2003). O referencial teórico deste estudo buscou apresentar as principais temáticas relacionadas ao objetivo proposto no trabalho embasando a construção do instrumento de coleta de dados a ser apresentado nos procedimentos metodológicos.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo foi realizado por meio de pesquisa empírica, de natureza qualitativa. Sendo orientada para os estudos dos fenômenos constituintes da realidade social humana, a abordagem qualitativa se volta ao universo das crenças, dos valores, atitudes, significados (Minayo, 2016). Para seleção dos sujeitos desta pesquisa, delimitou-se que fossem selecionadas mulheres empreendedoras que não possuíam nenhum tipo de formalização do negócio, que não fossem microempreendedoras individual (MEI) e não tivessem Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).

Sendo assim, inicialmente foram entrevistadas mulheres empreendedoras informais que expõem seus negócios em duas feiras, Pop-Up Eco Design e Venus Attack, realizadas na cidade de Santa Maria (RS). Atribui-se a escolha dessas feiras ao fato delas sediarem apenas negócios conduzidos por mulheres e em sua maioria não possuem nenhuma regularização formal de seus empreendimentos. Para coleta de dados utilizou-se de entrevista individual semiestruturada, esta técnica de entrevista é apropriada quando o propósito do pesquisador é conhecer um evento específico por meio da realidade do entrevistado (Richardson, 2011).

Este processo resultou na seleção de oito empreendedoras informais, que tiveram suas entrevistas gravadas com sua autorização prévia por escrito. A construção do instrumento de pesquisa teve como base a literatura e o modelo de competências empreendedoras de Man e Lau (2000). Ao todo foram 40 questões que visaram entender o perfil sociodemográfico das empreendedoras e identificar suas competências a partir das 6 áreas de competências empreendedoras estipuladas pelos autores.

O roteiro de entrevistas passou por um Protocolo de Validação com uma Comissão Avaliadora composta por três especialistas. Nesta fase foram convidadas 3 professoras especialistas na temática para avaliar o roteiro inicial de pesquisa e realizar suas considerações, com base nas sugestões de cada uma das professoras elaborou-se o roteiro final de entrevistas. Posteriormente, o roteiro final de entrevistas passou pelo aval da Comissão, em seguida foi realizado um teste piloto com duas empreendedoras informais a fim de verificar sua aplicabilidade na prática, adequação de vocabulário e possíveis correções. Com isso concluiu-se que o instrumento estava adequado para a pesquisa e deu-se seguimento.

As entrevistas ocorreram no período de julho a agosto de 2020. Ao total foram entrevistadas 8 mulheres empreendedoras da economia informal via videochamada com duração média de uma hora. Para a análise dos dados utilizou-se a análise textual interpretativa proposta por Gil Flores (1994), constituído pelas seguintes etapas: inicialmente, os textos das entrevistas transcritas foram lidos visando capturar as informações necessárias para o estudo; logo após efetuou-se a segmentação, utilizando os fragmentos recorrentes nas entrevistas; posteriormente, os dados obtidos foram classificados em categorias de análise, que são as unidades relevantes aos objetivos do estudo.

Para fins de melhor entendimento da seção de Análise dos Resultados, codificou-se as entrevistas das empreendedoras de E1 a E8, onde E1 corresponde a entrevistada 1, E2 a entrevistada 2 e assim sucessivamente. A mesma codificação foi utilizada na nomenclatura para seus respectivos empreendimentos, utilizando os termos EMP 1 a EMP 8, para manter a confidencialidade dos dados obtidos.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para contextualização deste estudo será apresentado de forma sintética o perfil sociodemográfico das mulheres entrevistadas. Na Tabela 2 pode-se observar as principais informações acerca das empreendedoras informais:

Tabela 2 – Perfil Sociodemográfico das Empreendedoras Informais

	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8
Idade	30	27	42	28	23	29	23	29
Estado civil	Casada	Solteira	Divorciada	Casada	Solteira	Solteira	Solteira	Solteira
Filhos	1	0	0	0	0	0	0	0
Escolaridade	Ensino Médio	Superior Completo	Mestrado	Pós-graduação	Sup. Incompleto	Sup. Incompleto	Sup. Completo	Doutorado
Ramo de Atuação	Beleza	Bordado	Design	Cosmético	Artístico	Moda	Bordado	Jóias
Tempo de atuação na economia informal	10 anos	2 anos	5 anos	6 anos	4 anos	1,5 anos	1,5 anos	1 ano
Possui Emprego formal	Sim	Sim	Não	Não	Não	Não	Não	Sim
Tempo dedicado ao Negócio	3 à 6h	6h	10h	10h	8h	13h e 30min	4h	4h

Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

É possível perceber que de modo geral a carga horária diária dedicada às atividades do negócio é maior para aquelas empreendedoras que se dedicam exclusivamente ao seu empreendimento, podendo chegar a mais de 13 horas diárias. Além disso, outro dado relevante para esta pesquisa é o tempo de atuação na economia informal: a maior parte dos negócios tem durabilidade de dois anos ou mais, chegando até 10 anos de duração.

5.1 COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

Esta seção apresentará as principais competências empreendedoras identificadas nas mulheres analisadas neste estudo. A base para a classificação das competências empreendedoras tem como fundamento o trabalho desenvolvido por Man e Lau (2000), que classificam as competências empreendedoras em seis áreas distintas: Competências de Oportunidade; Competências de Relacionamento; Competências Conceituais; Competências Administrativas; Competências Estratégicas e Competências de Comprometimento.

5.1.1 Competências de Oportunidade

As competências de oportunidade dizem respeito a identificar oportunidades de negócios e ser ativo na busca dessas oportunidades a fim de consolidar e expandir o negócio no mercado (Man & Lau, 2000). Dessa maneira buscou-se identificar que habilidades as empreendedoras informais detinham acerca dessa competência. Quando analisadas, emergiram da fala das empreendedoras as seguintes habilidades inerentes a competência de oportunidade: proatividade, inovação, percepção da demanda, identificação das necessidades dos clientes e atração da clientela. A Tabela 3 apresenta em síntese as habilidades identificadas associando com o discurso das empreendedoras e a quantidade de entrevistadas que apresentam a referida habilidade.

Tabela 3 - Competências de Oportunidade.

Habilidade	Exemplo	Nº de entrevistadas que apresentam a habilidade
Proatividade	E2: Tô procurando sempre maneiras, tipo, agora tô fazendo um site para os bordados de como eu posso me diferenciar também no mercado né, então acho que eu sou proativa nesse sentido de tá sempre procurando melhorar."	8
Inovação	E7: "Eu tô sempre buscando referências assim, [...] tanto no explorar do Instagram quanto no Pinterest, ficar vendo tutoriais no Youtube, e aí ter novas ideias"	7
Percepção da demanda	E: Eu tento sempre buscar antes se tem uma demanda né, tento apresentar a ideia, acho que nesse sentido o Instagram, ele é bastante rico assim com as possibilidades de interação. Se eu quero lançar um produto novo, eu procuro uma foto dele lá e dou uma pesquisada assim	6
Identificação da necessidade do cliente	E4: Também tem o caso as vezes da pessoa vir com um problema assim, [...] daí tu pensar no problema e criar o produto pra tentar ajudar solucionar o que a pessoa tem, então tem isso também.	8
Atração da Clientela	E8: "Eu vendo bastante pelo Instagram, mas eu tenho uma página no face também que eu também vendo e WhatsApp[...], mas o meu principal veículo de vendas é o Instagram,"	8

Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Quando se trata de aproveitar as oportunidades de maneira assertiva a proatividade é uma competência muito importante, pois o comportamento proativo está relacionado diretamente com a ousadia, necessidade de realização, orientação para ação e para mudança (Kamia & Porto, 2011). Com base no que foi declarado percebe-se que as empreendedoras estão comprometidas com o desenvolvimento de seus empreendimentos, buscando oportunidades de mercado a partir do oferecimento de produtos e serviços diferenciados

A inovação nos produtos que são oferecidos, buscando atender lacunas de mercado, bem como a preocupação no seu aperfeiçoamento e divulgação demonstra suas habilidades de trabalhar com potenciais oportunidades, convertendo-as em oportunidades viáveis (Man & Lau, 2000). Em relação a avaliação da demanda, as empreendedoras demonstram que, para inovar dentro do empreendimento, primeiramente pondera-se a viabilidade dessa inovação demonstrando domínio das empreendedoras acerca das possibilidades, oportunidades e limitações dos negócios.

As empreendedoras demonstram ter percepção de demanda, pois utilizam-se de ferramentas disponíveis para identificar junto aos potenciais clientes a aceitação do que será oferecido. Essa prática vai ao encontro da percepção de Man e Lau (2000), onde para coletar informações de mercado os empreendedores devem se utilizar de redes pessoais, periódicos ou jornais, tendo em vista que elas não têm condições de pagar por pesquisas de mercado formais como as empresas de grande porte. Trazendo para realidade atual esses meios alternativos podem ser vistos como as redes sociais, por exemplo Instagram e Facebook.

A habilidade em identificar as necessidade do cliente, propondo um produto que solucione um problema e atenda suas expectativas demonstra a capacidade das empreendedoras de aproveitar cenários que se alinhem com os objetivos do negócio, convertendo-se em resultados positivos para o empreendimento por intermédio de sua visão empreendedora. No

que diz respeito aos meios utilizados para vender mais ou atrair novos clientes destacou-se o Instagram, já que a maioria das empreendedoras (6) citou essa rede social como ferramenta utilizada para atração da clientela.

Conforme Da Silva, Lasso e Mainardes (2016), a utilização das redes sociais como Instagram e Facebook se dá pela facilidade na divulgação, maior alcance de clientes e custo reduzido, e os empreendedores informais veem nas redes sociais a possibilidade de aumentar sua clientela através da divulgação fácil e ágil. Além do Instagram também surgiu na fala das entrevistadas, Whatsapp, facebook e o boca-a-boca, em que um cliente vai indicando serviços e produtos aos outros. No que se refere a Competência de oportunidade, todas as empreendedoras demonstraram ter pleno domínio dessa competência, pois são hábeis na identificação e aproveitamento de oportunidades. Suas falas demonstram que são proativas no reconhecimento de oportunidades de negócios, são criativas na elaboração de produtos para suprir as necessidades dos clientes e tem facilidade de se adaptar frente às demandas.

5.2.2 Competências de Relacionamento

As competências de relacionamento estão relacionadas às interações baseadas nos relacionamentos entre pessoas e entre o indivíduo e o grupo (Man & Lau, 2000). Com base nisso, formulou-se questionamentos a fim de identificar a habilidade das empreendedoras das empreendedoras em cinco aspectos que são englobados por essa competência: A construção e utilização de uma Rede de Contatos; a Realização de Parcerias; Preservação das Relações Comerciais; Capacidade de Persuasão e a Mediação de conflitos. A tabela 4 apresenta em síntese as habilidades identificadas associando com o discurso das empreendedoras e a quantidade de entrevistadas que apresentam a referida habilidade.

Tabela 4 - Competências de Relacionamento.

Habilidade	Exemplo	Nº de entrevistadas que apresentam a habilidade
Rede de Contatos	E7: [...] a gente que tem que buscar tá sempre em contato com outras pessoas, [...] porque aí quando tem algum evento tu não tá sabendo, mas aí outra pessoa tá sabendo, eles te chamam, é isso, é criar uma rede assim	8
Parcerias	E3: Eu tenho parceiros fornecedores digamos assim, e eu tenho parceiros de criação né. Então a gente une os saberes né [...] une forças sabe, na hora criar, na hora de comprar material, de investir no projeto e une forças na hora de vender, então eu procuro essas parcerias por causa de todas essas características.	7
Preservação das Relações comerciais	E1: "Então eu procuro dar descontos, brindes, aí faz uma progressiva ganha uma sobancelha, ou faz uma progressiva ganha uma mão faço pacotes para dar descontos."	2
Persuasão	E3: Eu acho que tenho uma boa capacidade de persuasão, acho que sim, mas eu também tenho uma coisa que eu acho vem com o amadurecimento da tua atividade.	2
Mediação de conflitos	E8: É relativamente tranquilo assim, eu sempre tento parar e pensar a melhor maneira de resolver e não me estressar assim, sempre busco resolver da melhor maneira, uma maneira mais calma.	8

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

De acordo com as empreendedoras, a motivação para realização de parcerias surge a partir da percepção de uma necessidade de unir forças com parceiros. As parcerias ajudam na divulgação do trabalho porque atingem o público alvo não só de um empreendedor, mas de todos os envolvidos, o que pode refletir em resultados positivos no sentido de divulgação da marca e atração de novos clientes.

No que diz respeito a preservação das relações comerciais, para algumas empreendedoras isso ocorre através de descontos, oferecimento de brindes e acompanhamento da satisfação do cliente depois da entrega do produto. A maior parte das empreendedoras (6) que demonstraram não ter encontrado um meio inovador de preservar as relações comerciais, e evidenciaram que não se identificavam com os métodos que conheciam por achar muito automatizado e pouco sincero, como por exemplo disparar e-mails por meio de um algoritmo pré-programado.

Contudo, fica evidente na fala das empreendedoras a preocupação com a satisfação do cliente, em entregar a melhor experiência possível, empenhando-se prioritariamente em entregar qualidade e bom atendimento. Outro aspecto verificado com as empreendedoras foi referente à capacidade de persuadir e convencer pessoas, e das oito empreendedoras entrevistadas, apenas duas se consideram persuasivas, as demais empreendedoras (6), quando questionadas acerca dessa capacidade demonstraram se sentir desconfortáveis em convencer e persuadir pessoas.

Em relação a Mediação de Conflitos, fica evidente na fala das empreendedoras que elas se esforçam para contornar e resolver da forma mais prática possível os problemas que possam surgir em suas rotinas de trabalho. Dessa maneira, apesar de haver conflitos e problemas, a relação cordial e próxima estabelecida com fornecedores e parceiros facilita na resolução dos problemas que não chegam abalar efetivamente o andamento do negócio.

De um modo geral, dos cinco aspectos analisados no que se refere às Competências de Relacionamento, apenas um aspecto, que é a capacidade de persuasão, a maioria das empreendedoras (6) demonstrou precisar desenvolver. Destaca-se nas empreendedoras a capacidade de construir e preservar suas relações comerciais, o que é de extrema importância para empreendedores, pois de acordo com Man e Lau (2000), empreendedores de sucesso devem saber lidar com pessoas de perfis distintos.

5.2.3 Competências Conceituais

As Competências Conceituais estão ligadas à capacidade de perceber situações por diferentes ângulos, de descobrir e se inserir em novos nichos, adaptar-se a novas situações, não somente no que diz respeito a novos produtos e tecnologias, mas também a reformulação de produtos e serviços (Man & Lau, 2000). A fim de identificar a presença dessas competências nas empreendedoras buscou-se entender como eram seus comportamentos frente a desafios, se tinham costume de insistir no mesmo comportamento ou se adotavam soluções alternativas. A tabela 5 apresenta em síntese as habilidades identificadas associando com o discurso das empreendedoras e a quantidade de entrevistadas que apresentam a referida habilidade.

Tabela 5 – Competências Conceituais. (continua)

Habilidade	Exemplo	Nº de entrevistadas que apresentam a habilidade
Busca de soluções alternativas	E6: Acho que eu busco soluções alternativas assim, tento sempre buscar a opinião de alguém também, [...] um olhar de fora as vezes ele é mais visionário do que o teu que tá dentro da situação.	8
Correr riscos calculados	E3: [...] Toda vez que eu arrisco eu tento arriscar em algo mais calculado, vou ver assim, qual a probabilidade disso dar certo, faço as enquetes,	5

(conclusão)

então eu tento arriscar de uma forma calculada sabe, eu tento fazendo testes.

Diversificação de produtos e serviços	E2: Eu tô fazendo alguns testes pra misturar engenharia e o bordado, que eu aprendi com eletrônica, leds[...] eu tô fazendo uns testes para misturar os dois, a tecnologia e o bordado.	8
---------------------------------------	---	---

Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

A análise da fala das empreendedoras demonstra que frente a desafios ou problemas elas tendem a analisar as situações por diferentes ângulos, buscando sempre encontrar soluções alternativas para resolvê-las. Além disso, tendo em vista que as Competências Conceituais se manifestam na avaliação de riscos internos e externos ao negócio na tomada de decisões, identificou-se que as empreendedoras demonstram assumir riscos de forma calculada em seus empreendimentos, analisam as circunstâncias e fazem testes antes de tomar uma decisão.

Essa observação está em consonância com o que afirma Dornelas (2007) sobre as Competências Conceituais estarem relacionadas com a capacidade de avaliar riscos a partir das ações, de modo que o empreendedor tende a correr riscos calculados. No que tange as técnicas de diferenciação de produtos e serviços, com base nas exposições das empreendedoras percebeu-se que elas se esforçam para diferenciar-se no mercado, inovando em seus produtos inserindo técnicas novas, buscando referências de inspirações e ideias para seus produtos.

Muitas vezes a própria natureza do empreendimento requer uma inovação contínua, tal como ocorre na EMP6 onde a empreendedora trabalha com sobras de produção para elaborar seus produtos, nesse caso ela deve estar sempre se adaptando. Elas são capazes de se adaptar, descobrir novos nichos de mercado, não só oferecendo novos produtos e serviços, mas reformulando os já existentes (Man & Lau, 2000).

5.2.4 Competências Administrativas

As Competências Administrativas envolvem a capacidade de planejar, organizar, liderar, motivar, delegar e controlar, de modo que um empreendedor competente deve ser ágil na seleção de recursos humanos, tecnológicos, físicos, financeiros, internos e externos ao empreendimento (Man & Lau, 2000). Com base nisso buscou-se entender se as empreendedoras costumavam estabelecer metas e objetivos para os empreendimentos; como organizavam suas atividades; se empregavam estratégias para redução de custos e se adotavam algum tipo de controle de suas ações nos empreendimentos e quais eram.

A tabela 6 apresenta em síntese as habilidades identificadas associando com o discurso das empreendedoras e a quantidade de entrevistadas que apresentam a referida habilidade.

Tabela 6 – Competências Administrativas (continua)

Habilidade	Exemplo	Nº de entrevistadas que apresentam a habilidade
Estabelecimento de metas e objetivos	E8: Estabeleço, até eu no início assim eu não tinha muito essa ideia de plano de negócio e tudo mais [...] então hoje já tenho tudo bem mais estruturado assim, o que eu quero, as minhas metas, tudo assim.	4
Organização	E2: Eu uso bastante Trello como eu te falei né, e mais disciplina mesmo [...], o eu busco sempre organizar a semana ali no Trello.	7
Redução de custos por meio de pesquisas e parcerias	E4: Ah, eu busco dividir frete com amigas, e pesquisando, sempre olhando os lugares, os sites diferentes, vendo o que tem de mais barato num e no outro.	8

Uso de controles essenciais (fluxo de caixa, estoque etc.)	E3: Eu tenho caixa, onde eu anoto todas as entradas e saídas[...]e eu tenho uma planilha de preço também, [...] então eu sei assim quanto que eu tô ganhando pra cada produto.	7
--	--	---

Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

No que diz respeito ao estabelecimento de metas e objetivos, percebe-se uma divisão entre as empreendedoras, pois há aquelas que afirmam ter suas metas estabelecidas e as que ainda não se estabeleceram nesse sentido. Para algumas (4) o estabelecimento de metas e objetivos já é algo natural e faz parte da rotina do empreendimento, enquanto as demais apesar de não terem estabelecido metas e objetivos, estão se organizando para isso e entendem a importância que a inserção desse aspecto terá para o empreendimento.

A maioria das empreendedoras (7) têm suas atividades e demandas organizadas através de agenda, *planner*, anotações, aplicativos de gerenciamento etc., demonstrando que para elas a organização é algo importante. Além disso, como em diversas circunstâncias se faz necessário o cumprimento de prazos de entrega com os clientes, pode-se afirmar que essa característica está diretamente ligada ao comprometimento com a satisfação dos clientes.

Quando se trata de estratégias adotadas para redução de custos, o que mais ganha destaque na fala das empreendedoras é a pesquisa pela busca dos melhores preços e melhores fornecedores. A realização de parcerias também é uma estratégia adotada pelas empreendedoras para reduzir custos nas compras e conseqüentemente aumentar seus ganhos. Quanto aos controles adotados nos empreendimentos, a análise observou que as empreendedoras buscam controlar aquilo que elas consideram mais importante para o negócio, e esse controle pode ser apenas de alguns aspectos, ou de todos os aspectos, e a maneira como é realizado varia, podendo ser através de anotações em cadernos, planilhas em *Excel* e utilização de softwares de gestão.

As empreendedoras, dentro da realidade de seus empreendimentos, estão empenhadas com o planejamento das operações e se organizam por meio de agendas e outras ferramentas para atenderem suas demandas de maneira efetiva; estando atentas para a melhor utilização possível de seus recursos financeiros visando diminuir seus custos e aumentar seus lucros. No quesito estabelecimento de metas e objetivos percebe-se que mesmo aquelas que não têm nada formalizado nesse sentido estão se organizando para ter ou então entendem a importância de ter metas estabelecidas no futuro.

5.2.5 Competências Estratégicas

As Competências Estratégicas aludem a implementação de estratégias no empreendimento, visualização de panoramas de curto, médio e longo prazo atingíveis e realistas, elaboração de estimativas de viabilidade financeira e mecanismos de controles de resultados (Man & Lau, 2000). Para identificar tal competência questionou-se às empreendedoras se adotavam algum tipo de planejamento (curto, médio e longo prazo), se costumavam analisar a viabilidade financeira, se adotavam ações para tornar seu produto ou serviço mais atrativo e se havia algum tipo de controle das ações implantadas no empreendimento.

A tabela 7 apresenta em síntese as habilidades identificadas associando com o discurso das empreendedoras e a quantidade de entrevistadas que apresentam a referida habilidade.

Tabela 7 – Competências Estratégicas.

Habilidade	Exemplo	Nº de entrevistados que apresentam a habilidade
Responsabilidade Ecológica	E6: Eu aboli plástico, antes iam muito em sacos plásticos né. E4: Eu parei de usar as essenciais artificiais e comecei usar só insumo natural, teve a mudança também nas embalagens, no começo eu não tinha essa consciência ecológica, então eu usava plástico sabe	4
Análise da viabilidade financeira	E4: Às vezes tem alguns produtos que eu gostaria de tá produzindo, mas que ainda não cabem no meu orçamento, não tenho condição de tá investindo em material por ser caro e também porque as vezes vai sair um produto final muito caro.	6
Controle das ações e decisões	E4: Sim, todo fechamento de mês eu anoto o que saiu de cada produto e aí assim eu tenho uma ideia do que que sai mais, e as pessoas dão feedbacks sobre o produto específico assim, então eu vou guardando essas informações.	6
Geração de valor para o cliente	E5: Eu tento preservar o meu produto como, com originalidade assim, [...] eu acho que além de tentar manter os preços atrativos comparados a outros produtos do mesmo nicho, eu acho que essa questão da originalidade pra mim é uma das mais importantes assim.	8

Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

No que se refere às habilidades ligadas ao planejamento as empreendedoras não apresentaram em seus relatos informações suficientes para indicar essa como uma habilidade presente dentro de suas competências estratégicas. Esse aspecto pode ser explicado em razão de que um planejamento requer visão de longo prazo, e muitas das empreendedoras estão iniciando ou então veem seus empreendimentos com um futuro incerto, o que justifica elas não terem elaborado um planejamento. Outro aspecto a ser considerado é o fato de justamente se tratar de empreendimentos informais, que de certa maneira ainda estão se estabelecendo no mercado e não tem metas e objetivos bem estabelecidos, principalmente no longo prazo.

A responsabilidade ecológica surgiu em diversos momentos em suas falas, onde as empreendedoras demonstram a atenção dispensada aos materiais e embalagens utilizados em seus produtos, evidenciando a substituição do plástico por materiais mais sustentáveis. A postura adotada pelas empreendedoras está de acordo com a percepção de Orsiolli e Nobre (2016), de que há um movimento orientado para criar modelos de negócios favoráveis a geração de valores sustentáveis no intuito de cumprir as exigências mercadológicas.

Quanto a análise da viabilidade financeira, as entrevistadas demonstram que antes de implementar mudanças em seus empreendimentos estão atentas ao impacto dessas inserções no valor do produto bem como na possibilidade de produção tendo em vista o investimento necessário. Para tornar seus produtos mais atrativos ao consumidor são utilizadas estratégias de pesquisas para entender suas necessidades e opiniões.

Quanto ao controle das ações e decisões, a análise demonstrou que algumas acompanham por meio do Instagram, outras usam como base o número de vendas realizadas, o próprio *feedback* do cliente é mencionado como uma forma de controle. De um modo geral, as

falas demonstram que as Competências Estratégicas estão presentes no cotidiano das entrevistadas. Suas ações estão voltadas principalmente para adquirir confiabilidade dos clientes e fidelizá-los, aumentando seu índice de vendas. Esses resultados vão ao encontro do que O'Connor e Ayers (2005) consideram acerca de estratégia, sendo essa a competência empreendedora na qual o empreendedor se empenha na realização de práticas que sustentem seus negócios, conquistando a atenção de seus clientes e deixando-os satisfeitos.

5.2.6 Competências de Comprometimento

As Competências de Comprometimento estão relacionadas ao comprometimento do empreendedor com o seu negócio abrangendo sua postura no momento de seu desenvolvimento, durante situações de crise internas ou externas e em circunstâncias difíceis no que tange a competitividade (Honma; 2007). Dessa forma, entende-se que a competência em questão mede o quanto o empreendedor está dedicado ao seu trabalho, buscando analisar o quanto as empreendedoras se responsabilizam pelo desempenho de seu empreendimento, se costumam realizar sacrifícios em prol do negócio e como foi ou como seria seu comportamento frente a situações de insucesso.

A tabela 8 apresenta em síntese as habilidades identificadas associando com o discurso das empreendedoras e a quantidade de entrevistadas que apresentam a referida habilidade.

Tabela 8 – Competências de Comprometimento.

Habilidade	Exemplo	Nº de entrevistados que apresentam a habilidade
Autorresponsabilidade	E7: Sim, eu acho que sim, ali é 90% eu assim, se não tá dando certo é porque eu não tô me engajando assim.	8
Comprometimento com o sucesso do negócio	E5: Sim, sim, cansei de virar madrugada falando com cliente, ou trabalhando em alguma personalização que tinha urgência, ou por vezes nem tinha urgência, era só algo que eu queria terminar.	8
Persistência e adaptabilidade	E4: [...] levando em conta que eu já tô há tantos anos nisso sabe, e que eu gosto de fazer o que eu faço. Eu não penso em desistir de produzir os cosméticos sabe por ser uma coisa que eu goste de fazer	8

Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Para Man e Lau (2000), a Competência de Comprometimento está relacionada com a habilidade que o empreendedor tem de reiniciar suas atividades empreendedoras mesmo após situações de insucesso, sendo capaz de não desistir do empreendimento em situações de crise. Esta habilidade é apresentada durante a fala das empreendedoras, que demonstram persistência nos negócios em situações de insucesso.

Elas afirmam que mesmo diante de uma frustração muito grande persistiriam por ter apoio das pessoas, por gostar daquilo que fazem e conseguirem se adaptar. Observou-se que as empreendedoras, mesmo sentindo-se frustradas em situações adversas nas quais elas não obtiveram um resultado tão satisfatório, permaneciam firmes em seu propósito, recorrendo a soluções alternativas para contornar a situação e alcançarem um resultado mais positivo no futuro. A fim de sintetizar os principais resultados que emergiram neste estudo, apresenta-se na figura 1 uma compilação das habilidades predominantes identificadas nas empreendedoras:

Figura 1 – Competências Empreendedoras das Mulheres Atuantes na Economia Informal



Fonte: Dados da Pesquisa (2021).

Com base nos resultados encontrados identificou-se uma gama de habilidades empreendedoras bastante congruentes nas mulheres estudadas. Percebeu-se que apesar de estarem atuando dentro do contexto informal, as empreendedoras encaram os empreendimentos de forma profissional, apresentando competências como responsabilidade, proatividade, comprometimento e persistência, o que pode ser o segredo para conseguirem sustentar seus empreendimentos no mercado, tendo em vista que a maioria está há mais de dois anos empreendendo na economia informal, um tempo significativo já que 21% das empresas quebram no primeiro ano de atividade de acordo com o estudo de Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo (IBGE, 2019).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo central identificar quais são as competências empreendedoras predominantes em mulheres que atuam na economia informal. Verificou-se com base nas áreas de Competências Empreendedoras de Man e Lau (2000) que as mulheres entrevistadas, em sua maioria, demonstram apresentar diversas habilidades inerentes a cada uma das competências. Dentre as habilidades que emergiram, a responsabilidade ecológica ganhou destaque na fala das empreendedoras, demonstrando sua preocupação com questões ambientais, ressaltando suas capacidades de adaptação frente ao atual contexto mercadológico, que exige cada vez mais empreendedores capazes de entregar valor para o cliente por meio da adoção de práticas sustentáveis.

Outro aspecto evidenciado nas habilidades das empreendedoras foram suas capacidades de valorização da rede de contatos manifestada em ações como a realização de parcerias, redução de custos por meio da divisão de fretes, por exemplo, e ações voltadas para preservar relações comerciais e diversificar produtos, o que se apresenta por meio de relações que visam desenvolver novos produtos e incentivar a criatividade. Isso demonstra que as competências empreendedoras nestas mulheres são expressas como um fenômeno que abrange situações incertas dentro do contexto laboral, tratando-se da capacidade de saber agir e gerenciar os recursos de forma pertinente (Zarifian, 2001).

Com base nas competências e habilidades emergidas neste estudo, ressalta-se a capacidade de adaptação e persistência das empreendedoras, indicando que a manutenção de seus empreendimentos se dá por meio da presença de uma postura profissional comum a todas as mulheres entrevistadas. As habilidades emergidas são úteis para entender ao menos de forma parcial qual a gama de comportamentos adotados necessários para sobreviver dentro do

contexto da economia informal, apontando também que apreciar aquilo que faz pode ser uma das razões para sobrevivência dos empreendimentos das mulheres analisadas.

Como principais contribuições do estudo evidenciam-se o detalhamento das competências empreendedoras apresentadas por mulheres que atuam na economia informal, apontando habilidades específicas encontradas de acordo com seus perfis, demonstrando que mesmo estando em um contexto informal de trabalho, as empreendedoras detêm um arranjo de habilidades empreendedoras que são essenciais para a manutenção e sucesso de seus empreendimentos. Seus discursos demonstram uma postura de comprometimento profissional adotada em relação aos negócios. Com isso, fica evidente a presença de maturidade empreendedora das mulheres analisadas, quebrando uma certa concepção de baixa profissionalização em empreendimentos deste segmento.

Acredita-se que a realização deste estudo auxilie na construção de um entendimento mais específico acerca das competências empreendedoras presentes nas mulheres que atuam na economia informal. Os resultados encontrados podem ser úteis para futuros pesquisadores que visem entender melhor as competências inerentes a empreendedores informais, servindo como base para futuras comparações ou corroborações. Para além disso, a pesquisa propicia a expansão do arcabouço teórico de estudos dentro dessa temática visando o melhor entendimento e difusão do conhecimento dessa parcela empreendedora tão relevante dentro da economia brasileira.

Tendo em vista os aspectos observados, verificou-se que mesmo estando na economia informal as empreendedoras demonstram domínio de diversas competências empreendedoras, o que desperta inquietação para realização de estudos futuros que visem entender quais motivos fazem com que essas mulheres permaneçam na economia informal. Dessa maneira, sugere-se a aplicação deste estudo em empreendedoras informais de outros contextos e localidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2013). Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19(5), 503-524. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2011-0138>
- Anggadwita, G., Luturlean, B. S., Ramadani, V., & Ratten, V. (2017). Socio-cultural environments and emerging economy entrepreneurship: Women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(1), 85-96. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2016-0011>
- Antonello, C. S. (2006). Aprendizagem na ação revisitada e sua relação com a noção de competência. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12(2), 199-220.
- Barbosa Filho, F. de H. (2010). O tamanho da Economia Subterrânea. *Revista Conjuntura Macroeconômica*, 64(8), 56-57.
- Bitencourt, C. C. (2004). A Gestão de Competências Gerenciais e a Contribuição da Aprendizagem Organizacional. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 44(1), 58-69. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902004000100004>
- Bochniarz, H. (2000). Theses to the discussion at the conference “women entrepreneurs in SMES”. *CONFERENCE WOMEN ENTREPRENEURS IN SMES*. Paris, OECD.
- Correa, R. O., & Lopes, J. L. (2009). Mercado de Trabalho Informal: Um comparativo entre Brasil e Paraná numa trajetória de “10 anos”. *Encontro de Produção Científica e Tecnológica*, 4.
- Da Silva, M. S., Lasso, S. V., & Mainardes, E. W. (2016) Características do empreendedorismo feminino no Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 13(2), 150-167. <https://doi.org/10.25112/rgd.v13i2.370>
- Dornelas, J. C. A. (2007). *Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- ETCO - Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial. (2018). *Economia subterrânea sobe pelo quarto ano seguido e atinge R\$ 1,173 trilhão em 2018, segundo ETCO e FGV/Ibre*. Disponível em: <https://www.etc.org.br/destaque/economia-subterranea-sobe-pelo-quarto-ano-seguido-e-atinge-r-1173-trilhao-em-2018-segundo-etc-e-fgv-ibre>.
- Feuerschütte, S. G., & Kleinübing, C. G. (2008). Competências de Empreendedores Hoteleiros: um estudo a partir da metodologia da história oral. *Turismo - Visão e Ação*, 10(1). Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056097004>

- Gil Flores, J. (1994). *Análisis de dados cualitativos: aplicaciones a la investigación educativa*. Barcelona: PPU - Promociones y Publicaciones Universitarias.
- Gimenez, F. A. P., Ferreira, J. M., & Ramos, S. C. (2017). Female Entrepreneurship In Brazil: Genesis and Formation of a Research Field. *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6(1), 40–74. <https://doi.org/10.14211/regepe.v6i1.450>
- Global Entrepreneurship Monitor - GEM. (2018). *GLOBAL REPORT 2017/18*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Gudeta, K. H., & Engen, M. L. V. (2018). Work-life boundary management styles of women entrepreneurs in Ethiopia – “choice” or imposition? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 368–386. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0073>
- Honma, E. T. (2007). *Competências empreendedoras: Estudo de casos múltiplos no setor hoteleiro em Curitiba*. Dissertação de Mestrado em Administração - Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- Husmanns, R. (2000). The informal sector: statistical definition and survey methods. Handbook of National Accounting (Household Accounting Experience in Concepts and Compilation). *Studies in Methods, Series F.*, 75(1) Cap. 2, 59-92, Nova Iorque: Nações Unidas.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. (2018). Estatísticas de Gênero, Indicadores Sociais das Mulheres no Brasil – Notas Técnicas. *Estudos e Pesquisas, Informação Demográfica e Socioeconômica*, nº 38. Rio de Janeiro.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. (2019). Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo 2017. *Estudos e Pesquisas, Informação Econômica nº 33*. Rio de Janeiro.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. (2020). Síntese de Indicadores Sociais. Uma análise das condições de vida da população brasileira. *Estudos e Pesquisas, Informação Demográfica e Socioeconômica*, nº 43. Rio de Janeiro.
- Kamia, M., & Porto, J. B. (2011). Comportamento proativo nas organizações: o efeito dos valores pessoais. *Psicol. cienc. prof.*, 31(3), 456-467. <https://doi.org/10.1590/S1414-98932011000300003>
- Le Boterf, G. (2003). *Desenvolvendo a competência dos profissionais*. Porto Alegre: Artmed.
- Mamede, M. I. de B., & Moreira, M. Z. (2005). Perfil de competências empreendedoras dos investidores Portugueses e Brasileiros: Um estudo comparativo na rede hoteleira do Ceará. *Anais do XXIX Encontro Anual da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Brasília.
- Man, T. W. Y., Lau, T. (2000). Entrepreneurial Competencies of SME Owner/Managers In the Hong Kong Services sector: A Qualitative Analysis. *Journal of Enterprising Culture*, 8(3), 235-254. <https://doi.org/10.1142/S0218495800000139>
- Mehtap, S., Ozmenekse, L., & Caputo, A. (2019). “I’m a stay at home businesswoman”: an insight into informal entrepreneurship in Jordan. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 44–65. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2017-0080>
- Minayo, M. C. S. (2016). O desafio da pesquisa social. In: Minayo, M. C. S.; Deslandes, S. F.; Gomes, R. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes.
- Olinto, G., & Oliveira, Z. L. C. de (2004). Gênero e trabalho precário no Brasil. *Revista Gênero*, 5(1), 209-223. <https://doi.org/10.22409/rg.v5i1.231>
- Organização Internacional do Trabalho - OIT. (2002). *Decent work and the informal economy, sixth item on the agenda*. International Labour Conference, 90th session. Genebra, Suíça.
- Orsiolli, T. A. E., & Nobre, F. S. (2016). Empreendedorismo sustentável e stakeholders fornecedores: criação de valores para o desenvolvimento sustentável. *Revista de Administração Contemporânea*, 20(4), 502-523. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2016150031>
- O’connor, G. C., & Ayers, A. D. (2005). Building a Radical Innovation Competence. *Research Technology Management*, 48, 23-31, jan/fev. <https://doi.org/10.1080/08956308.2005.11657292>
- Perrenoud, P. (1999). *Construindo as competências desde a escola*. Porto Alegre: Artmed.
- Richardson, R. J. (2011). *Pesquisa Social: método e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Sarfaraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 1-6. <https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-6>
- Williams, C. C., & Kedir, A. M. (2017). Evaluating the impacts of starting up unregistered on firm performance in Africa. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 22(3), 1-20. <https://doi.org/10.1142/S1084946717500170>
- Zainol, N. R., & Al Mamun, A. (2018). Entrepreneurial competency, competitive advantage and performance of informal women micro-entrepreneurs in Kelantan, Malaysia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(3), 299–321. <https://doi.org/10.1108/JEC-11-2017-0090>
- Zampier, M. A., & Takahashi, A. R. W. (2013). Aprendizagem e competências empreendedoras: estudo de casos de Micro e Pequenas Empresas do setor educacional. *Revista Gestão Organizacional*, 6(4), 3-16.
- Zarifian, P. (2001). *Objetivo competência: Por uma nova lógica*. São Paulo: Atlas.