

***Empreendedorismo, desafios e conquistas: as  
mulheres que atuam no setor turístico em Dourados-  
MS***

***Entrepreneurship, challenges and achievements: women  
working in the tourism sector in Dourados-MS***

**Marisa Motta Zimermann**

Especialista pelo programa de Pós-graduação Lato Sensu em Planejamento e Gestão Pública e Privada do Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – UEMS, Dourados/MS, Brasil  
E-mail: mottazimermann@gmail.com

**Rúbia Elza Martins de Sousa**

Professora adjunta do curso de bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – UEMS, Dourados/MS, Brasil  
E-mail: rrubiaelza@gmail.com

**Cristina Horst Pereira**

Professora convidada no curso de Pós Graduação "Planejamento e Gestão Pública e Privada do Turismo" da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – UEMS, Dourados/MS, Brasil  
E-mail: cristinahorst@gmail.com

*Artigo recebido em: 15-06-2022*

*Artigo aprovado em: 20-12-2022*

## RESUMO

Este artigo teve por objetivo analisar como o ato de empreender trouxe mudanças para a vida de mulheres que se tornaram empreendedoras e atuam no *trade* de turístico no município de Dourados-MS. Para atender ao objetivo geral foram delineados os seguintes objetivos específicos: entender o que levou essas mulheres a empreender; elencar os desafios enfrentados pelas empreendedoras no processo de gestão; identificar junto a estas mulheres as conquistas adquiridas; e identificar o que almejam alcançar no futuro. O trabalho se configurou como qualitativo e foram utilizados como procedimentos metodológicos a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e questionário, com perguntas fechadas e abertas, aplicado a seis empreendedoras. Para a coleta de dados optou-se por fazer um recorte do *trade* turístico, de modo que foram selecionados os seguintes setores: hotelaria, agência de viagens e empresas promotoras de eventos. Os dados coletados indicaram que o ato de empreender, para estas mulheres, está relacionado aos múltiplos aspectos de suas vidas, aspectos ligados a realização profissional, a independência financeira, a flexibilidade de horários e ao desenvolvimento de serviço/produto próprio. Quanto aos desafios de empreender na cidade de Dourados, foram elencados os seguintes aspectos: falta de mão de obra qualificada e pouco investimento na área de turismo. As perspectivas para o futuro, mencionadas pelas participantes da pesquisa, se encaminham na direção de lutar pela sobrevivência no mercado, aperfeiçoar as atividades desenvolvidas e capacitar pessoas para atuarem em suas empresas e no setor do turismo como um todo.

**Palavras-chave:** Mulheres. Empreendedorismo feminino. Turismo.

## ABSTRACT

This article aimed to analyze how the act of entrepreneurship brought changes to the lives of women who became entrepreneurs and work in the tourist trade in the city of Dourados-MS. To meet the general objective, the following specific objectives were outlined: to understand what led these women to enterprise; list challenges faced by women entrepreneurs in the management process; identify with these women the achievements they have acquired; and identify what they want to achieve in the future. The work was configured as qualitative and the bibliographic research, documental research and questionnaire were used as methodological procedures, with closed and open questions, applied to six entrepreneurs. For data collection, it was decided to make a cut of the tourist trade, so that the following sectors were selected: hotels, travel agencies and companies that promote events. Data collected indicated that the act of entrepreneurship, for these women, is related to the multiple aspects of their lives, aspects related to professional fulfillment, financial independence, flexible schedules and the development of their own service/product. As for the challenges of entrepreneurship in the city of Dourados, the following aspects were listed: lack of qualified labor and little investment in the tourism area. The perspectives for the future, mentioned by the research participants, are directed towards fighting for survival in the market, improving the activities developed and training people to work in their companies and in the tourism sector as a whole.

**Keywords:** Women. Female entrepreneurship. Tourism.

## 1. INTRODUÇÃO

O(a) empreendedor(a) é aquele(a) que inova sua atividade e seu métodos de produção, contribuindo para o desenvolvimento de determinada localidade, não somente do ponto de vista econômico-financeiro, mas também do ponto de vista humano, ambiental e intelectual. Para Schumpeter (1985), empreender é inovar de forma a criar condições para uma transformação radical em determinado segmento, setor ou atividade, é uma ferramenta capaz de romper com padrões econômicos.

São várias as motivações que impulsionam um indivíduo a empreender, essas vão desde a realização de um desejo pessoal à necessidade de sobrevivência. Para Chiavenato (2007), a motivação está relacionada com as necessidades de cada pessoa e são essas necessidades que vão direcionar qual comportamento assumirá o sujeito para satisfazer carências, pois, tudo o que provoca atitude é motivado por um comportamento. Nesse sentido, em muitos casos, a necessidade advém da escassez de vagas no mercado formal de trabalho, o que tem impellido os indivíduos a se responsabilizarem por sua condição de empregabilidade, “[...] fazendo de ‘si mesmo’ um ‘capital humano’ (Tavares & Rodrigues, 2015, p. 48).

De acordo com dados de 2022 do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (Sebrae, 2022), em 2021, a abertura de pequenos negócios bateu recorde no Brasil, pois foram abertas 3,9 milhões de micro e pequenas empresas, e tal aumento pode ser justificado pela alta taxa de desemprego que obriga as pessoas a formalizar seus negócios em busca de renda mínima para a sobrevivência. Essa realidade é percebida de forma mais intensa quando o enfoque se volta para as mulheres que têm assumido papéis de empreendedoras. Um estudo desenvolvido por Onozato et al. (2020), sobre o empreendedorismo no Brasil, apontou que 44% das mulheres que participaram da pesquisa, mencionaram que empreenderam por necessidade, enquanto que essa porcentagem cai para 32%, em relação aos homens.

Neste sentido, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar como o ato de empreender trouxe mudanças para a vida de mulheres que se tornaram empreendedoras e atuam no *trade* turístico no município de Dourados – Mato Grosso do Sul (MS). Para atender ao objetivo geral foram delineados quatro objetivos específicos, a saber: entender o que levou essas mulheres a empreender; elencar os desafios enfrentados pelas empreendedoras no processo de gestão; identificar junto à estas mulheres as conquistas adquiridas; e identificar o que almejam alcançar no futuro.

Tendo em vista o aumento do número de empreendedoras nas últimas décadas (Teixeira, 2018), bem como o fato de que o empreendedorismo feminino tem ganhado espaço no campo de estudos do turismo, é que essa pesquisa se apresenta e justifica, propondo-se a contribuir com essas discussões e dando voz a estas mulheres que se desafiam a assumir cargos e funções tidas por muito tempo como masculinas. Ademais, as informações coletadas junto ao público-alvo deste estudo, mostram-se relevantes, sobretudo, pelo fato de que uma pesquisa com este enfoque e com este público não possui precedentes nesta localidade.

O artigo está estruturado em cinco seções, sendo a primeira esta introdução; seguida pelo referencial teórico que contemplou o tema empreendedorismo feminino e as mulheres empreendedoras no *trade* turístico; acompanhado pela descrição dos procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa. Por fim, foram feitas a discussão dos resultados e as considerações finais.

## 2. EMPREENDEDORISMO FEMININO

Para Schumpeter (1998), importante teórico na perspectiva clássica do empreendedorismo, esse conceito está relacionado a um processo de destruição criativa, tendo em vista que o empreendedor substitui produtos ou métodos, já existentes, de forma criativa. Neste sentido, de acordo com Barreto (1998), o empreendedorismo pode ser definido como uma habilidade de construir algo novo com nada ou com muito pouco, porém, não relacionando essa capacidade à uma característica pessoal, mas a comportamentos que levam a um processo de criação e aperfeiçoamento de algo já existente, buscando resultados positivos de maneira a aproveitar toda estrutura por menores que sejam.

O empreendedorismo feminino tem avançado no mundo, assim como no Brasil e, segundo Silveira e Gouvêa (2008), as mulheres têm contribuído de forma significativa para a criação de empregos e renda, trazendo um novo significado para o empreendedorismo no país, principalmente para pequenas e médias empresas. Nesse sentido, na ótica da construção social, diante das atuais discussões envolvendo gênero e empreendedorismo, é possível identificar alguns espaços que antes eram ocupados somente por homens e que atualmente começam a ser ocupados também por mulheres.

Teixeira (2018), aponta que entre as justificativas para o crescimento do número de mulheres empreendedoras estão: o avanço educacional, a diminuição do número de filhos e o aumento da participação das mulheres na vida econômica. Essas mulheres representam uma

importante iniciativa na categoria, uma vez que por meio de seus próprios negócios podem alcançar direitos básico e independência financeira, além da possibilidade de gerar empregos.

Segundo o Sebrae (2016), as principais atividades nas quais as mulheres estão empregadas no Brasil são os serviços de alimentação (12,80%), seguido pelo comércio de vestuário (12,5%), tratamentos de beleza (7,4%) e saúde (7,30%). Já os setores em que mulheres empreendem, de acordo com a mesma pesquisa, são os de tratamentos de beleza (16,10%), o comércio varejista em postos móveis (7,90%), os serviços de alimentação (7,4%) e os serviços de vestuário (6%).

Diante desses dados, observa-se que as mulheres buscam investir em setores socialmente impostos a elas ao longo dos anos, como funções ligadas ao cuidado, seja com o lar ou com pessoas próximas, à alimentação, bem-estar e saúde. Por outro lado, é interessante analisar que o empreendedorismo pode se relacionar com fazer algo que o(a) empreendedor(a) se sinta familiarizado(a) e tenha prazer em trabalhar, pois empreender em algo que lhe seja agradável tem maior chance de acertos. Assim sendo, Dogen e Mello (1989), afirmam que a forma mais agradável de desenvolver um negócio é se ele for um *hobbie*, pois estes proporcionam sempre boas oportunidades e estimulam a inovação, e conseqüentemente o sucesso.

Entretanto, cabe afirmar, que não basta apenas gostar, é necessário estudo de mercado, análise de riscos e de oportunidades e ter conhecimento dos prós e contras, de forma que seja possível identificar se o negócio é viável. Dolabella (2010), menciona a importância de conhecer profundamente a área de interesse para empreender, pois conhecer o público-alvo, os concorrentes e o mercado, são fatores de suma relevância para o êxito do empreendimento.

O sucesso de um empreendimento, porém, não depende apenas de um dos fatores supracitados, mas sim de uma somatória de características que, unidas e em equilíbrio, sejam funcionais. As diferenças entre homens e mulheres, nesse quesito, estão ligadas às formas de gestão distintas, logo, a formas distintas de empreender. Segundo Robbins (2000), as mulheres tendem a liderar de forma mais democrática, com carisma, buscando a inclusão, enquanto que os homens tendem a adotar uma forma mais controladora e de comando. Por outro lado, as atitudes democráticas das líderes femininas tendem a diminuir quando essas ocupam cargos de dominância masculina, passando a assumir algumas características antes vistas como comuns aos homens, como competitividade e ambição.

Mesmo que o número de mulheres empreendedoras tenha crescido nos últimos anos, é preciso atentar-se às formas e condições que tal crescimento acontece. Mesmo que essas

mulheres sejam 16% mais escolarizadas que os homens, a taxa de conversão de seus negócios é 40% mais baixa se comparada a estes e elas ganham 22% a menos (Onozato et al., 2020), o que demonstra o impacto da desigualdade de gênero na sociedade.

No setor do turismo, especificamente, segundo Silveira e Medaglia (2020), “Tratar a combinação de gênero e turismo é um caminhar na marginalidade”, pois há um estereótipo de gênero que permeia o setor e resulta em uma evidente segregação que coloca as mulheres em cargos e funções operacionais, enquanto que aos homens são destinados os cargos e funções mais elevados. Os autores ainda mencionam que a predominância de mulheres em funções operacionais e como autônomas também está intimamente ligada à jornada de trabalho não remunerado e a frequente necessidade de alternar questões familiares e profissionais no cômputo das suas horas de trabalho

Diante dessa realidade, o empreendedorismo tem se mostrado uma alternativa às mulheres que se interessam pelo setor do turismo, pelo fato de que podem melhor dirimir as questões que envolvem o negócio e a família e, sobretudo, pela possibilidade de estar à frente do seu próprio negócio. No entanto, desafios são encontrados por essas mulheres que decidem empreender, questões estas que serão tratadas no próximo tópico.

### 3. MULHERES EMPREENDEDORAS NO TRADE TURÍSTICO

Embora empreender traga a possibilidade de satisfação, geração de renda e uma carreira profissional, mulheres empreendedoras ainda são responsáveis por cuidar dos afazeres domésticos e dos filhos, o que pode significar sobrecarga e menos horas dedicadas ao empreendimento. Adicionado a estes fatores, faz-se relevante mencionar que as mulheres enfrentam maiores dificuldades com aquisição de financiamentos, crédito com fornecedores, bem como na contratação de mão-de-obra qualificada e nas relações interpessoais (Teixeira, 2018; Bonfim & Teixeira, 2015).

Um estudo desenvolvido por Bonfim e Teixeira (2015), buscou identificar quais os desafios enfrentados por empreendedoras que atuam no setor do turismo, de modo que para o desenvolvimento da pesquisa foram selecionadas 4 agências de viagem e verificou-se as ações de planejamento e gestão estratégica empreendidas, bem como se essas mulheres usavam suas redes de apoio. As empreendedoras participantes desse estudo, mencionaram dificuldades financeiras, dificuldade quanto à obtenção de crédito, bem como os altos juros cobrados. Essa pesquisa apresenta um dado interessante quando as interlocutoras mencionam que não identificaram discriminação de gênero nas instituições bancárias nas quais foram atendidas,

muito embora parte dos obstáculos relatados estejam diretamente ligados a tais instituições. Essa questão traz à tona o fato de que a discriminação de gênero, em diversos casos e cenários, não se manifesta de forma evidente, mas se dá de maneira tácita nos meandros das relações estabelecidas entre os indivíduos, o que, por sua vez, camufla as relações assimétricas existentes entre homens e mulheres.

Quanto à gestão de pessoas, as interlocutoras da pesquisa supracitada, apontaram a dificuldade na contratação de mão-de-obra qualificada e na resolução de conflitos relacionais. Em todos os casos as dificuldades foram divididas com um grupo de apoio formado por familiares e amigos e, em alguns casos, o esposo representou um forte e importante ponto de ancoragem, chegando a auxiliar, mais que os próprios sócios do empreendimento, em decisões administrativas (Bonfim & Teixeira, 2015).

Em outro estudo realizado por Bonfim, Teixeira e Montenegro (2019), foram analisadas as intenções de empreendedoras de empresas turísticas acerca do crescimento de seus negócios na cidade de Aracaju-SE. Participaram desta pesquisa cinco empresas, sendo, três agências de viagem, um hotel e uma pousada. Os resultados do estudo das autoras supracitadas, apontaram que o desejo de empreender das mulheres não estava atrelado apenas a possibilidade do retorno financeiro, mas sim a um conjunto composto por autonomia, qualidade de vida e uma melhor relação entre o negócio e a relação familiar.

Embora a necessidade de sobrevivência seja um importante fator para que se comece um empreendimento, existem outros motivadores influenciando essa decisão, como aponta Vale, Correa e Reis (2014), a motivação vai além da dicotomia necessidade versus oportunidade, mas passa pelo desejo de gerar uma ocupação aos familiares e ter mais tempo com as(os) filhas(os). Tal desejo pode estar relacionado com as duplas e até triplas jornadas de trabalho impostas às mulheres e responsabilidade com as(os) filhas(os).

Ademais, na pesquisa realizada por Bonfim, Teixeira e Montenegro (2019), foram encontrados, ainda, duas questões em comum entre as colaboradoras da pesquisa, sendo elas: a preocupação com o impacto negativo que o crescimento do empreendimento poderia ter em suas famílias; a falta de preparação gerencial não se mostrou como impeditiva ou motivo para que elas considerassem uma redução ou manutenção do tamanho do empreendimento. Na mesma medida em que as empreendedoras se preocupam com o impacto do crescimento de suas empresas, todas demonstraram um desejo pelo crescimento, entendendo-o como uma consequência natural da qualidade na prestação de serviço. A preocupação com os impactos que o crescimento poderia causar não as impede de ansiar pelo progresso empresarial.

Uma hipótese para a preocupação de como o crescimento de seus empreendimentos pode ter um impacto negativo na relação familiar, está ligada com a excessiva cobrança social acerca do papel da mulher como mãe, esposa e responsável pela gestão do lar. Com o crescimento do empreendimento, sua gestão demandaria mais tempo, o que diminuiria o tempo para se ocupar em outras funções.

Neste sentido, Bruschini (1994), afirma que apesar de muitas lutas e conquistas das mulheres ao longo dos anos, com vistas a garantir direitos trabalhistas e reconhecimento social, muitas dificuldades ainda são enfrentadas atualmente, seja na desigualdade salarial em relação aos homens ou no acúmulo de funções, uma vez que ainda recai sobre as mulheres a responsabilidade das atividades domésticas e dos cuidados com os(as) filhos(as), atividades essas desconsideradas como trabalho e dadas naturalmente às mulheres.

Um estudo mais próximo à realidade da pesquisa em tela é o de Melo e Jesus (2018), que analisou a atuação da mulher empreendedora no turismo e sua contribuição para o desenvolvimento na cidade de Campo Grande-MS. Nesse trabalho os pesquisadores apresentaram dados do Sebrae (2020), que mostram que as empreendedoras sul-matogrossenses totalizaram 103 mil e que iniciaram sua busca pelo próprio negócio, com o objetivo de proporcionar renda extra à família e/ou buscar realização profissional. Tais dados apontam para, no mínimo, uma dupla motivação.

O estudo de Melo e Jesus (2018), concluiu que as entrevistadas dispõem de características em comum como o comprometimento, a iniciativa, a persistência e a autoconfiança, além do fato de que o incentivo para empreender está relacionado à questão econômica, à tomada de decisões e ao bem-estar das relações. Em relação ao suporte por instituições especializadas de turismo, as participantes sentem falta de uma instituição de ponta que lhes dê suporte.

Desta forma, os estudos supracitados aproximam a teoria da realidade vivida pelas mulheres que decidiram empreender no setor do turismo, apresentando situações reais que demonstram os desafios enfrentados no cotidiano, sejam eles ligados ao negócio em si ou a relação deste com a família, bem como as motivações que foram importantes no processo de construção e estruturação do próprio negócio.

#### 4. METODOLOGIA

A presente pesquisa se configura como de caráter qualitativo e utilizou-se os seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e aplicação de questionário com perguntas fechadas e abertas.

Para a realização da coleta de dados optou-se por fazer um recorte do *trade* turístico do município de Dourados, de maneira que o questionário foi aplicado às empreendedoras dos principais segmentos empresariais ligados ao turismo do município de Dourados: hotelaria, agência de viagens e promotoras de eventos.

De acordo com dados disponibilizados pela Prefeitura Municipal De Dourados – MS (2020), o *trade* turístico é composto por 31 hotéis, 19 agências de turismo e 10 promotoras de eventos. Dessa maneira, inicialmente, foram realizados contatos telefônicos com todas as empresas listadas no Inventário Turístico Municipal e, das 60 empresas contatadas, 10 foram identificadas como sendo empreendimentos liderados por mulheres (16,6% do total de empresas), mais especificamente: 2 hotéis; 3 promotoras de eventos; 5 agências de turismo. Assim sendo, estabeleceu-se contato direto com essas 10 empreendedoras e 6 delas (60%) aceitaram participar da pesquisa (um hostel; duas promotoras de eventos e três agências de turismo). Salienta-se que das outras 4 empresas não se obteve retorno para participação do estudo em tela.

Em virtude das condições impostas pela pandemia da Covid-19, não foi possível ir a campo presencialmente para realizar a coleta de dados, de maneira que foi necessário contatá-las de maneira virtual, o que pode ter dificultado a adesão de todas as empreendedoras à pesquisa. A possibilidade de realizar entrevistas online via chamada de vídeo foi descartada devido a dificuldades que algumas entrevistadas relataram ter em relação a falta de tempo.

No questionário, disponibilizado de maneira online, utilizando como ferramenta o *Google Forms*, buscou-se compreender o perfil dessas mulheres empreendedoras, assim como os principais desafios e conquistas dessas mulheres ao longo de sua trajetória profissional. A pesquisa ainda apontou algumas das motivações para empreender e suas perspectivas futuras em relação ao seu empreendimento. As colaboradoras também foram questionadas quanto aos desafios de atuar no mercado turístico em meio ao cenário de pandemia, momento em que o turismo foi agudamente afetado.

O questionário foi composto por 6 blocos de perguntas, sendo eles: 1. Perfil demográfico; 2. Perfil Educacional; 3. Perfil Técnico-profissional; 4. Os desafios de empreender; 5. Covid-19 e empreendedorismo; 6. Conquistas e objetivos. Ressalta-se que os

quatro primeiros blocos foram compostos por perguntas fechadas e os dois últimos compostos por perguntas abertas. Com os questionários respondidos, as pesquisadoras efetuaram a leitura das respostas e procederam com as análises que serão apresentadas no próximo tópico.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como mencionado outrora, o questionário disponibilizado contou com uma divisão das questões em seis blocos. O primeiro bloco foi composto por questões com o objetivo de levantar o perfil das participantes. Essas informações garantem uma análise que leva em conta o contexto social das participantes.

Quadro 1: Perfil demográfico.

<b>Empreendedora</b>	<b>Idade</b>	<b>Estado civil</b>	<b>Número de filhos/as</b>
Empreendedora 1	36	Casada	0
Empreendedora 2	35	Casada	3
Empreendedora 3	41	Casada	1
Empreendedora 4	53	Divorciada	1
Empreendedora 5	46	Casada	3
Empreendedora 6	62	União Estável	4 ou +

Fonte: Elaboração própria (2021).

De acordo com os dados, foi possível identificar que a média da idade das interlocutoras da pesquisa é de 45,5 anos, indo ao encontro dos dados da pesquisa desenvolvida por Onozato et al. (2020), que identificou que os brasileiros na faixa dos 45 a 54 anos foram os mais ativos, sendo que um quarto deste grupo, já eram proprietários e administravam empreendimentos já consolidados, o que vai ao encontro de outro dado da pesquisa em tela, que será apresentado posteriormente.

O segundo bloco de questões que compuseram o questionário também compreendeu questões objetivas e teve como o propósito traçar o perfil educacional das participantes. Desta forma, foi identificado que das seis participantes, três possuem pós-graduação ou especialização, sendo duas delas na área de turismo e uma em Acupuntura e Ciências Holísticas; duas possuem ensino superior completo, uma em Turismo e outra em Ciências Contábeis; uma possui curso técnico, porém não informou em qual área.

Metade das participantes possuem pós-graduação, dado esse que corrobora com o estudo realizado pelo Sebrae (2020), que aponta que as mulheres empreendedoras possuem escolaridade 16% maior que a dos homens empreendedores. As mulheres têm buscado cada

vez mais se especializar na tentativa de ganhar espaço e respeito no mercado de trabalho. Outro dado importante é que, pelo menos, metade dessas mulheres possuem formação em turismo, ou seja, atuam profissionalmente em sua área de formação, o que contribui para um bom desempenho profissional, dada a possibilidade de conciliar teoria e prática.

O bloco 3 de questões objetivou traçar o perfil técnico-profissional das participantes. Desta maneira, dos 6 empreendimentos idealizados e geridos pelas colaboradoras da pesquisa, 3 são agências de viagem, 2 são empresas que estão ligadas ao setor de eventos (empresas promotoras de eventos) e 1 faz parte do ramo de hotelaria, como mencionado anteriormente. Em relação ao tempo de existência do empreendimento 4 delas estão há mais de 10 anos no mercado, enquanto que uma existe entre 9 e 10 anos e, apenas uma existe a um ano ou dois.

Abaixo apresenta-se o quadro com especificações dos dados coletados no terceiro bloco de questões.

Quadro 2: Ramo do empreendimento e tempo de mercado.

Área de atuação	Empreendedora	Tempo em que atua no mercado turístico	Composição de propriedade
Agência de turismo	Empreendedora 1	9 a 10 anos	Empreendedora e gerente do próprio negócio.
Agência de Turismo	Empreendedora 3	Mais de 10 anos	Empreendedora e gerente do próprio negócio.
Agência de Turismo	Empreendedora 4	Mais de 10 anos	Empreendedora e gerente do próprio negócio.
Eventos	Empreendedora 2	Mais de 10 anos	Empreendedora e gerente do próprio negócio.
Eventos	Empreendedora 5	Mais de 10 anos	Empreendedora e gerente do próprio negócio.
Hotelaria	Empreendedora 6	1 a 2 anos	Empreendedora e gerente do próprio negócio.

Fonte: Elaboração própria (2021).

O fato de que as participantes sejam as empreendedoras e gestoras do negócio, revela um outro aspecto encontrado também pela pesquisa do Sebrae (2020), de que apenas 19% das empreendedoras brasileiras possuem sócios.

Em Dourados-MS, identificou-se um dado distinto da realidade nacional e este está relacionado ao tempo de empreendimento, pois, no cenário nacional 75% estão no mercado há dois anos ou mais e no cenário desta pesquisa, 66,7% das empreendedoras estão no mercado há mais de 10 anos. As colaboradoras da pesquisa (com exceção da empreendedora 6), segundo Onazato et al. (2020, p. 28), são consideradas “Empreendedoras Estabelecidas”, pois “são indivíduos que administram e são proprietárias de um negócio consolidado, pelo fato desse

empreendimento ter pago aos seus proprietários alguma remuneração, sob a forma de salário, pró-labore ou outra forma, por um período superior a 42 meses”.

Após a análise dos dados obtidos por meio do questionário e, de acordo com os objetivos específicos do presente trabalho, elencou-se três pontos centrais de análise: motivação, desafios e conquistas. Essas questões serão tratadas nos próximos tópicos.

## 5.1 Motivação para empreender

Com vistas a identificar ao que levou as colaboradoras da pesquisa a empreender, foi disponibilizado um bloco específico de perguntas para coletar tais informações. Os dados foram levantados por meio de um leque de opções de múltipla escolha, de modo que as participantes tinham a oportunidade de escolher mais de uma das possibilidades apresentadas, uma vez que entende-se que as motivações podem ser diversas.

As opções dadas foram as seguintes: realização pessoal e/ou profissional; complemento de renda; flexibilidade de horários; possibilidade de desenvolver algum serviço/produto próprio (sonhos); independência financeira; possibilidade de um salário maior; continuidade do empreendimento familiar.

Para esse questionamento, as respostas foram diversas, como pode ser observado no quadro abaixo:

Quadro 3: Motivações para empreender.

Motivações	Número de participantes
a. Realização pessoal/profissional	4
b. Complementar a renda	1
c. Flexibilidade de horários	1
d. Desenvolver serviço/produto próprio (sonhos)	3
e. Independência financeira	3
f. Possibilidade de salário maior	1
g. Continuidade do empreendimento familiar	1

Fonte: Elaboração própria (2021).

Ao analisar as respostas compreende-se que a maior parte das participantes da pesquisa podem ter apontado a realização pessoal e/ou profissional como um fator importante por estarem atuando na área de formação na qual são habilitadas. Ademais, metade das empreendedoras apontaram ser a independência financeira uma das motivações para empreender, dado que vai ao encontro do estudo realizado por Silva et al. (2019), em que foi identificado que a independência financeira pode ser um importante motivador, mas também uma possibilidade para a independência em outros campos importantes da vida. De acordo com as autoras supracitadas, a independência financeira, proporcionada pelo empreendimento

próprio, propicia às mulheres elevação da autoestima, minimiza a possibilidade de ter relações abusivas e pode combater abusos no cenário empresarial e familiar.

Quando questionadas em relação a motivação para a escolha de empreender na área do turismo, os resultados encontrados estão apresentados no quadro 4.

Quadro 4: Motivações para empreender no setor turístico.

Motivações	Número de participantes
a. Sempre me identifiquei com a área	2
b. Vi uma possibilidade de sucesso na área	3
c. Oportunidade de realização	2
d. O mercado me parece viável	2
e. É minha área de formação	2

Fonte: Elaboração própria (2021).

As participantes apontam a possibilidade de sucesso e formação na área do turismo como motivações para empreender. A formação na área pode ser responsável por garantir vida longa ao empreendimento, fato este que pode ser evidenciado quando se leva em conta o tempo de atuação destas empresas no mercado douradense.

Empreender é uma atividade que exige motivação e a superação de desafios, uma vez que se está em busca de novos espaços no mercado, desafios esses que foram citados pelas participantes e que são analisados neste estudo.

## 5.2 Os desafios para empreender no setor turístico

Assim como as motivações, entre as opções pré-definidas acerca dos desafios e dificuldades de empreender na cidade de Dourados – MS, as participantes tinham a possibilidade de escolher mais de uma opção, a fim de que pudessem esclarecer melhor os desafios que surgem no dia-a-dia, ao longo de suas carreiras. O quadro 5 apresenta esses resultados.

Quadro 5: Principais desafios de empreender no setor turístico em Dourados/MS.

Desafios	Número de participantes
a. Município com poucos atrativos turísticos	3
b. Distância dos principais destinos turísticos do estado	1
c. Pouco acesso à crédito	1
d. Concorrência desleal	1
e. Mão de obra desqualificada	4
f. Falta de investimento do setor público	2
g. Algum tipo de preconceito por parte de colegas do setor e/ou fornecedores	1
h. Difícil captação de clientes	1
i. Baixa demanda turística	1

Fonte: Elaboração própria (2021).

Os resultados mostraram que a maior dificuldade enfrentada é a falta de mão de obra qualificada para atuação na área. Muito embora a cidade conte com um curso de graduação e pós-graduação em Turismo essa questão foi bem demarcada pelas participantes do estudo. Na busca por compreender a questão supracitada foi estabelecida a seguinte hipótese: a universidade recebe muitos(as) alunos(as) de outros estados, de modo que muitos(as), ao finalizarem os cursos de graduação e/ou pós-graduação voltam para suas cidades ou até mesmo se mudam para cidades maiores, que já tenham a atividade turística mais bem estruturada, em busca de oportunidades profissionais.

Essa hipótese pode estar diretamente ligada ainda ao segundo e terceiro maiores desafios citados pelas participantes que é a baixa oferta de atrativos turísticos no município e a falta de investimentos do setor público. Se por um lado empresários da área sentem dificuldade em encontrar profissionais qualificados, por outro lado, profissionais graduados e/ou pós-graduados não são atraídos por salários incompatíveis com sua formação e buscam oportunidades em cidades que oferecem uma melhor remuneração. Esse dado encontrado abre possibilidade de investigação para pesquisas futuras.

Quanto a esta questão outra hipótese foi levantada: pode-se levar em consideração que as atividades nas quais as empreendedoras sentem dificuldade em contratar pessoas qualificadas estejam ligadas a funções operacionais e de prestação de serviços de baixa escolaridade, como recepção, atendimento geral e limpeza, atividades estas que não demandam o ensino superior em turismo. Corroborando esta hipótese, Cruz (2021), ao desenvolver uma pesquisa cujo objetivo foi analisar os anúncios das vagas de emprego, no estado de Mato Grosso do Sul, ligadas ao turismo por meio do *LinkedIn* e *Facebook*, identificou que a segunda cidade que mais oferta vaga nessas plataformas é Dourados (44% das vagas), com um total de 66 ofertas, sendo 10 para nível tático e 56 para o operacional.

Uma terceira hipótese ainda pode ser levantada, levando em consideração qual a importância os(as) empresários(as) do setor dão para a formação acadêmica dos futuros contratados(as). A este respeito, Rodrigues (2021), em pesquisa desenvolvida em oito dos 27 empreendimentos hoteleiros localizados no município de Dourados, constatou que a maior parte dos entrevistados/empresários (87,5%) não consideram que a formação em turismo e/ou hotelaria seja um fator importante e, portanto, não é considerado no momento da contratação.

Em relação aos processos de gestão buscou-se levantar quais são os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras participantes dessa pesquisa e quais são as maiores dificuldades. As respostas podem ser observadas no quadro de número seis.

Quadro 6: Principais desafios encontrados nos processos de gestão.

<b>Desafios</b>	<b>Número de participantes</b>
a. Conciliar trabalho-família	1
b. Sobrecarga de funções	0
c. Processos burocráticos	2
d. Gerenciar pessoas	4
e. Planejamento financeiro	2
f. Conhecimento da área	0
g. Excesso de impostos	1

Fonte: Elaboração própria (2021).

Em relação aos processos de gestão dos empreendimentos o principal desafio apontado pela maior parte das participantes da pesquisa foi o gerenciamento de pessoas, seguido dos processos burocráticos e do planejamento financeiro. A dificuldade em gerenciar pessoas, pode estar relacionada com a questão anterior, quando a maioria das interlocutoras aponta que a falta de mão de obra qualificada é o principal desafio para empreender no turismo. Essa questão pode relacionar-se ao fato de que treinar e gerenciar pessoas que não possuem uma formação na área se torna uma tarefa mais complexa.

Nenhuma das participantes apontou a falta de conhecimento na área como uma dificuldade ou desafio para o empreendimento. Esse dado pode ser justificado pelo perfil educacional das interlocutoras que é composto majoritariamente por graduadas e pós-graduadas na área de turismo.

Compreendendo a situação que o Brasil tem enfrentado desde março de 2020, quando o Governo Federal decretou estado de emergência em saúde pública, por conta da disseminação do vírus SARS-CoV-2, julgou-se relevante coletar informações quanto aos desafios enfrentados pelas participantes nesse período, visto que devido às orientações de isolamento social, o turismo foi um dos setores mais impactados. Os impactos da pandemia são sentidos pelas empreendedoras tanto na questão econômica quanto na rotina, pois, algumas empresas ficaram por um tempo fechadas e outras tiveram que adequar-se ao modelo do *home office*.

No mês de junho de 2021 o Brasil chegou a marca de 500 mil mortas(os) pela Covid-19 e, diante desse cenário, o índice de desemprego atingiu, no primeiro trimestre de 2021, a marca de 14,7%, o que representa 14,8 milhões de pessoas desempregadas, (IBGE, 2021). Há ainda um contingente de seis milhões de pessoas na condição de desalento, ou seja, que desistiram de procurar uma ocupação no mercado de trabalho formal. Assim sendo, com o aumento do número de mortes e elevados níveis de desemprego, a crise econômica e sanitária, os pequenos empreendimentos foram os mais afetados.

Deste modo, ao serem questionadas, em uma pergunta aberta, sobre como a pandemia impactou seus empreendimentos, as participantes da pesquisa apontaram como efeito negativo a diminuição nas receitas, ocasionada pela redução de turistas e pelo impedimento da realização de eventos, o que resultou na demissão de parte das equipes.

Apesar do Governo Federal ter criado políticas públicas que se encaminharam na direção de buscar a preservação da renda e do emprego, tais como a Lei n.14.020 de junho de 2020 que instituiu o Programa Emergencial de Manutenção e do Emprego e da Renda e a Lei n. 14.046, de agosto de 2021, que dispõe sobre medidas emergenciais para atenuar os efeitos da crise decorrente da pandemia da Covid-19 nos setores de turismo e de cultura, as colaboradoras da pesquisa apontaram a dificuldade de acesso a essas políticas de incentivo.

Algumas participantes elencaram, ainda, pontos positivos em relação ao cenário atual, como: a descoberta de novas formas de vender e o entendimento de que não é necessário muito para se viver. As novas formas de vender referem-se principalmente a uma aproximação do mercado de vendas *on-line* e de novas estratégias para captação de clientes.

Interessante observar que mesmo em meio a um cenário que impôs grandes desafios aos empreendimentos do setor do turismo, as empreendedoras identificaram situações positivas que, inclusive, estão diretamente ligadas às perspectivas futuras para o empreendimento de algumas delas, como será apresentado no tópico seguinte.

### 5.3 Conquistas e objetivos

Com vistas a levantar as conquistas das mulheres participantes desta pesquisa, optou-se por uma questão aberta, tal escolha se deu com base na possibilidade de valorizar as múltiplas jornadas das participantes, podendo evidenciar o quão singular são suas experiências de vida. Deste modo, com o objetivo de dar voz as participantes da pesquisa, elaborou-se o quadro 7, espaço onde constam as respostas das participantes em relação às suas conquistas profissionais.

Quadro 7: Principais conquistas adquiridas ao longo de sua trajetória.

<b>Empreendedora</b>	<b>Resposta</b>
Empreendedora 1	“Eu como empreendedora, apesar de no momento estar enfrentando a fase mais difícil da minha carreira, me sinto muito grata por tanto aprendizado e conquistas. Empreender é um dom que nem todos têm, por isso eu me sinto abençoada e muito satisfeita, sinto que estou no caminho certo, e mesmo com a dificuldade que esse momento de Pandemia causou para todos setores econômicos, eu pretendo continuar na área de Turismo, trabalhando para ajudar a tantas pessoas conquistarem seus sonhos. Acho que o ponto mais gratificante de tudo, é ter o reconhecimento dos clientes, e sentir que estamos fazer bem ao próximo através do nosso trabalho”.
Empreendedora 2	“Reconhecimento profissional”.
Empreendedora 3	“Conquistei minha liberdade profissional e pessoal, sou a única mulher neste ramo de turismo e também de transporte a liderar uma empresa com um <i>rol</i> de muitas viagens”.
Empreendedora 4	“Espaço no mercado do agro negócio foi o maior trunfo por hora...atender a necessidade de viagens técnicas voltadas para o setor me fez olhar para um novo horizonte”.
Empreendedora 5	“Estabilidade financeira e experiência no ramo”.
Empreendedora 6	“Começamos a entender mais nosso público”.

Fonte: Elaboração própria (2021).

Entre as conquistas apontadas pelas participantes estão a realização profissional, a estabilidade financeira e o ganho de conhecimento. Dentre as respostas, uma chamou atenção: “Conquistei minha liberdade profissional e pessoal, sou a única mulher neste ramo de turismo e também de transporte a liderar uma empresa com um *rol* de muitas viagens” (Empreendedora 03). Essa fala aponta para o pioneirismo em um mercado que é composto majoritariamente por homens.

O relato da empreendedora 4 também se mostra relevante, na medida em que aponta como uma conquista e como “maior trunfo até agora” o “espaço no mercado do agronegócio”. A interlocutora relata que essa conquista veio das necessidades que se impuseram nesse momento de crise, de maneira que foi necessário adaptar-se e inovar, características de um(a) empreendedor(as) e de suma importância para um empreendimento. Ademais, interessante observar que os dados apontam que 81% dos estabelecimentos agropecuários são propriedades de homens (IBGE, 2017), ou seja, esse universo é demasiadamente masculino, o que reforça a conquista da interlocutora 4 ao empreender esforços para adentrar nesse setor, prestando serviços às pessoas nele envolvidas. No entanto, muito embora os homens dominem este setor, pesquisas apontam que a participação das mulheres, nas mais distintas funções, ao longo da cadeia produtiva do agronegócio, vem aumentando (Cielo, Wenningkamp, & Schmidt, 2014), constatação essa que vai ao encontro do dado identificado na pesquisa em tela.

Outrossim, foi diante de um período adverso que esta interlocutora encontrou um nicho de mercado com um grande potencial no município de Dourados, devido ao fato de o agronegócio ser um setor forte na região, visto que, de acordo com o Portal do Governo de

Mato Grosso (2019) do Sul, Dourados ocupa a 28ª posição dentre os 100 maiores produtores do agronegócio brasileiro.

O quadro 8 teve como objetivo esquematizar as respostas das participantes acerca do que esperam de seus empreendimentos e em qual lugar almejam chegar.

Quadro 8: Objetivos para o futuro

<b>Empreendedora</b>	<b>Resposta</b>
Empreendedora 1	“[...] meu objetivo no momento é conseguir capacitar pessoas para formar uma boa equipe de atendimento para minha empresa, e poder gerenciar uma equipe legal com atendimento de qualidade, e com isso certamente aumentar nossa demanda de clientes, nossa receita, gerando maior sucesso e melhor visibilidade para minha empresa”.
Empreendedora 2	“Desejo que outras pessoas tenham acesso ao conhecimento que adquiri na prática, trabalhando com eventos ao longo desses 12 anos. Em breve teremos mentoria”.
Empreendedora 3	“Que Deus me abençoe sempre, me dando forças para manter no mercado após essa triste crise no turismo”.
Empreendedora 4	“Muitos desafios a vencer para almejar alguma coisa diante desse caos que essa pandemia nos deixou...de fatos nosso setor está desolado”.
Empreendedora 5	“Buscamos sempre o melhor e a perfeição...”.
Empreendedora 6	“Apenas manter a casa cheia, realizando eventos e recebendo o público”.

Fonte: Elaboração própria (2021).

Quanto aos objetivos para a carreira profissional, uma das participantes mencionou que tem planos de lançar uma mentoria para compartilhar a experiência adquirida durante sua trajetória na área. Esse desejo pode advir da necessidade de mão de obra qualificada, questão que ficou evidente nas respostas das empreendedoras, mas também do desejo de difundir conhecimento, como a própria participante relatou.

Foi possível observar que algumas das participantes mencionaram o cenário de pandemia quando foram instadas a apresentar suas conquistas e seus desejos para o futuro, de maneira que uma delas mencionou que “o setor está desolado” e outra objetiva apenas “ter forças para se manter no mercado após a crise”. Mesmo diante de um contexto desfavorável, algumas destas mulheres apresentaram um olhar positivo para o futuro, demonstrando maturidade profissional, fato que vai ao encontro de outros dados apresentados outrora, como o tempo de atuação no mercado (quadro 2), bem como a formação educacional/profissional, fatores relevantes quando se considera a necessidade de se ter habilidade, competência e experiência para conduzir os negócios em um cenário adverso.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objetivo analisar como o ato de empreender trouxe mudanças para a vida de mulheres que se tornaram empreendedoras e atuam no *trade* turístico no município de Dourados MS. Dessa forma, os dados coletados mostraram que as

transformações envolvem especialmente o amadurecimento profissional, proporcionado pela superação dos desafios na gestão, além da realização pessoal e profissional.

Para as colaboradoras da pesquisa, o ato de empreender está relacionado aos múltiplos aspectos de suas vidas, de forma que a motivação para tal ato está ligada, principalmente, aos seguintes fatores: realização pessoal/profissional, independência financeira, desenvolvimento de serviço/produto próprio (sonhos). O aprofundamento das análises acerca das motivações dessas mulheres para empreender, se mostra uma importante frente para novas pesquisas, na medida em que a compreensão dessa questão possibilitará um olhar acurado sobre o contexto profissional, social e familiar das empreendedoras.

Em relação a pandemia da Covid-19, as participantes da pesquisa em tela apontaram o impacto negativo nas receitas e a necessidade de adequar-se ao trabalho em *home office*, além da necessidade de desenvolver novas estratégias de venda. Essas adequações são/foram importantes para a manutenção do negócio e evidenciam uma das principais características de um(a) empreendedor(a) que é a capacidade de adequação às mudanças do mercado no qual atuam, buscando formas de inovar diante de novos cenários e desafios. Na medida em que muitas mudanças que ocorreram (e ainda estão ocorrendo) durante o período da pandemia acarretaram transformações estruturais no setor empresarial e, especificamente, nas empresas ligadas ao turismo, abre-se um leque de possibilidades para futuras pesquisas, dentre elas entende-se a relevância identificar e refletir sobre os impactos de tais mudanças na/para as empresas idealizadas e geridas por mulheres no setor turístico de Dourados.

Os principais desafios mencionados para empreender na cidade de Dourados foram a mão-de-obra qualificada, a falta de atrativos turísticos na cidade e o pouco investimento no setor do turismo. Tal cenário também levanta possibilidades futuras de investigação quanto a queixa de ausência de mão-de-obra qualificada e quais os motivos de tal ausência, tendo em vista que a cidade conta com o curso superior de graduação e pós-graduação em turismo.

Este trabalho abre horizontes para novas pesquisas sobre a atuação das mulheres empreendedoras no *trade* turístico da cidade de Dourados, pois o aprofundamento das questões aqui retratadas, certamente, revelará elementos importantes e que merecerão ser investigados, de maneira a compreender ainda melhor esse universo que começa a se desvelar no campo de estudos do turismo.

## REFERÊNCIAS

- Barreto, L. P. (1998). *Educação para o empreendedorismo*. Salvador: escola de administração de empresas da Universidade Católica de Salvador.
- Bomfim, L. C. S., & Teixeira, R. M. (2015). Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 9, 48-69.
- Bomfim, L. C. S., Teixeira, R. M., & Montenegro, L. M. (2019). Empreendedorismo feminino em empresas de turismo e intenções de crescimento dos negócios. *Caderno Virtual de Turismo*, 19, 1-16.
- Bruschini, C. (1994). Trabalho feminino: trajetória de um tema, perspectivas para o futuro. *Estudos Feministas*, 2, 17-32.
- Chiavenato, I. (2007) *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. (2ª ed.). São Paulo: Saraiva.
- Cielo, I. D., Wenningkamp, K. R., & Schmidt, C. M. (2014). A participação feminina no agronegócio: o caso da Coopavel – Cooperativa Agroindustrial de Cascavel. *Revista Capital Científico*, 12, 1-18.
- Cruz, M. S. Y. (2021). *Análise dos anúncios das vagas de empresas sul-mato-grossenses ligadas ao turismo por meio do LinkedIn e Facebook*. (Monografia de Especialização). Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Dourados.
- Da Silva Melo, M. R., & Neto De Jesus, D. L. (2018). Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 6(1), 111-128.
- Dogen, R. J., & Mello, A. A. A. (1989). *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill. 1989.
- Dolabella, F. (2010). *Riscos bem calculados: o que é e o que faz o empreendedor*. São Paulo: Saraiva.
- Governo do Estado de Mato Grosso do Sul. (2019). Recuperado de <http://www.ms.gov.br/ms-tem-12-cidades-entre-os-maiores-produtores-do-agronegocio-brasileiro/>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Desemprego. Recuperado de: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Censo Agro 2017. Recuperado de [https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/produtores.html](https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/produtores.html).
- Lei n. 14.020, de 06 de julho de 2020 (2020). Dispõe sobre medidas complementares para enfrentamento do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância

internacional decorrente do Coronavírus, de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020; altera as Leis n. 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.101, de 19 de dezembro de 2000, 12.546, de 14 de dezembro de 2011, 10.865, de 30 de abril de 2004, e 8.177, de 1º de março de 1991; e dá outras providências. Brasília, DF: Poder Legislativo. Recuperado em 10 de agosto de 2022, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/114020.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/114020.htm)

Lei n. 14.046, de 24 de agosto de 2020 (2020). Dispõe sobre o adiamento e o cancelamento de serviços, de reservas e de eventos dos setores de turismo e de cultura em razão do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente da pandemia da Covid-19. Brasília, DF: Poder Legislativo. Recuperado em 10 de agosto de 2022, de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/114046.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/114046.htm)

Onozato, E., Junior, P. A. B., Greco, S. M. de S. S., & Souza, V. L. de. (2020). *Empreendedorismo no Brasil: 2019*. Curitiba: IBQP.

Prefeitura Municipal De Dourados. Inventário Turístico de Dourados (2018). Recuperado de <http://www.dourados.ms.gov.br/wp-content/uploads/2019/06/Invent%C3%A1rio-Tur%C3%ADstico-de-Dourados-1.pdf>.

Robbins, S. P. (2000). *Administração: mudanças e perspectivas*. São Paulo: Saraiva.

Rodrigues, W. R. de S. (2021). *Expectativa versus realidade: análise das oportunidades para o turismo na hotelaria em Dourados – MS*. (Monografia de especialização). Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Dourados.

Schumpeter, J. A. (1985). *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e ciclo econômico*. (2ª ed.). São Paulo: Nova Cultura.

Schumpeter, J. (1988). *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural.

Sebrae. (2016). Anuário das Mulheres: Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas. Sebrae.

Sebrae. (2020). Relatório Especial: empreendedorismo feminino no Brasil. Recuperado de <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mesmo-com-pandemia-paisregistra->.

Sebrae. (2022). Quase 4 milhões de novos negócios foram abertos em 2021: levantamento do Sebrae mostra recorde de micro e pequenas empresas. Recuperado de <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-02/quase-4-milhoes-de-novos-negocios-foram-abertos-em-2021>.

Silva, G. F., Pereira, M. F. F., & Santos, É. J. (2019). Empreendedorismo feminino como ferramenta para independência financeira. *Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia*, 3, 68-90.

Silveira, A., & Gouvêa, A. B. C. T. (2008). Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. *Revista de Administração FACES Journal*, 7, 124-138.

- Silveira, C. E., & Medaglia, J. (2020). Distância entre cargos e salários de homens e mulheres: influência do gênero no mercado de trabalho do turismo. *Revista Turismo, Estudos e Práticas*, 9, 1-14.
- Tavares, L., & Rodrigues, M. S. (2015). O SEBRAE e o fortalecimento do discurso do empreendedorismo no Brasil: uma análise a partir do Relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Sinergia*, 19, 47-56.
- Teixeira, E. M. A. (2018). *Empreendedorismo feminino em pequenas empresas no Distrito Federal-DF*. (Monografia de Graduação). Universidade de Brasília. Brasília.
- Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, R. F. D. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea*, 18, 311-327.

---

#### FORMATO PARA CITAÇÃO DESTA ARTIGO

Zimmermann, M. M., Sousa, R. E. M., & Pereira, C. H. (2023). Empreendedorismo, desafios e conquistas: as mulheres que atuam no setor turístico em Dourados-MS. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 11(2), 276-297. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2023v11n2ID29193>

---