



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS E AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

EVELLY ANDINA DOS SANTOS PEREIRA

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE SERRARIA – PB:
CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES, DESAFIOS E PERSPECTIVAS

BANANEIRAS - PARAÍBA

2024

EVELLY ANDINA DOS SANTOS PEREIRA

**EMPREENDEADORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE SERRARIA – PB:
CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES, DESAFIOS E PERSPECTIVAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Administração da
Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento
aos requisitos necessários para obtenção do título
de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dra. Patrícia Araújo Amarante

BANANEIRAS – PARAÍBA

2024

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P436e Pereira, Evely Andina dos Santos.

Empreendedorismo feminino no município de
Serraria-PB: características, motivações, desafios e
perspectivas / Evely Andina dos Santos Pereira. -
Bananeiras, 2024.

55 f. : il.

Orientação: Patrícia Araújo Amarante.

TCC (Graduação) - UFPB/CCHSA.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Motivações. 3.
Características. 4. Desafios. 5. Perspectivas. I.
Amarante, Patrícia Araújo. II. Título.

UFPB/CCHSA-CHÃ

CDU 658 (042)

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Evelly Andina dos Santos Pereira

Trabalho: Empreendedorismo Feminino no Município de Serraria- PB: Características, Motivações, Desafios e Perspectivas

Data de aprovação: 30 de Outubro de 2024

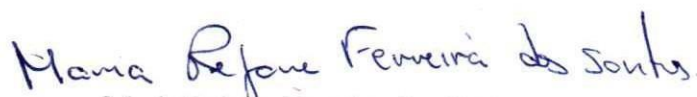
Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
 **PATRICIA ARAUJO AMARANTE**
Data: 04/11/2024 08:07:30-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Patrícia Araújo Amarante
Professor(a) Orientador (a)

Documento assinado digitalmente
 **FRANCIVALDO DOS SANTOS NASCIMENTO**
Data: 04/11/2024 22:51:03-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Francivaldo dos Santos Nascimento
Avaliador (Interno)


Maria Rejane Ferreira dos Santos
Avaliador (Externo)

AGRADECIMENTOS

Agradeço antes de tudo a Deus, pois sei que sem suas bênçãos e misericórdias, não teria conseguido concluir esta fase da minha vida. Sinto-me privilegiada por ter enfrentado e superado os desafios que surgiram no meu caminho.

Também quero agradecer aos meus pais, Edivânia e Antônio, por tudo que fizeram e continuam fazendo por mim. Sou grata pelas preocupações, pela educação que me proporcionaram, pelos esforços dedicados e, acima de tudo, por todo o amor e carinho. Eu amo vocês!

Agradeço ao meu irmão Wytalo, a quem tanto amo, pois sempre esteve presente, me apoiando e ajudando, não só nesta, mas em todas as fases da minha vida. Você é um exemplo para mim, irmão!

Também não posso deixar de agradecer a minha professora Rejane, que foi atenciosa, paciente e dedicada, ao me orientar neste trabalho. Minhas colegas de curso, Isabel Nathalia e Estefânia, que estiveram comigo desde o início do curso e se tornaram muito especiais para mim.

Enfim, agradeço a todos que, de alguma maneira, contribuíram para a conclusão de mais esta etapa na minha vida. Muito obrigada!

RESUMO

Nos últimos anos, o empreendedorismo feminino tem se expandido de forma acelerada. Pesquisas sobre o assunto apontam que esse aumento pode ser atribuído a vários fatores, como: a busca pela autorrealização, a necessidade de melhorias da situação financeira, a afinidade com ramos específicos, a identificação de oportunidades no mercado, e a influência familiar. Contudo, ao longo de sua jornada no empreendedorismo, as mulheres ainda enfrentam diversos desafios. Como objetivo geral, esta pesquisa busca analisar as características do empreendedorismo feminino no Município de Serraria- PB. Para a completa realização desse estudo, alguns objetivos específicos também foram definidos: analisar o perfil demográfico das mulheres empreendedoras no Município; identificar os principais setores em que as mulheres empreendem no Município de Serraria- PB; compreender os principais desafios e perspectivas do empreendedorismo feminino no Município de Serraria- PB. Quanto aos objetivos e formas, esta pesquisa é caracterizada como sendo descritiva e explicativa, e foi desenvolvida com uma abordagem quantitativa e qualitativa. Para alcançar as informações necessárias à realização deste trabalho, utilizou-se como procedimentos metodológicos, o levantamento bibliográfico, o estudo documental e a pesquisa de campo. Os dados coletados foram tratados e apresentados por meio do Microsoft Office Excel. Em relação aos resultados, eles indicam que as mulheres empreendedoras do Município de Serraria- PB, possuem diversas características do comportamento empreendedor publicadas pelo SEBRAE. A maioria dos desafios está relacionada à construção histórica do papel atribuído a mulher, durante muitos anos, em nossa sociedade, sendo a conciliação entre trabalhos domésticos e profissionais, a principal dificuldade levantada pelas empreendedoras, atualmente. Observou-se também que, apesar dos desafios, as mulheres empreendedoras estão satisfeitas com as suas ocupações, e buscam conquistar espaços maiores, pois, visualizam cenários cada vez mais promissores no mercado e na sociedade como um todo.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Motivações. Características. Desafios. Perspectivas.

ABSTRACT

In recent years, female entrepreneurship has expanded at an accelerated rate. Research on the subject indicates that this increase can be attributed to several factors, such as: the search for self-realization, the need to improve the financial situation, affinity with specific sectors, identification of opportunities in the market, and family influence. However, throughout their journey into entrepreneurship, women still face several challenges. As a general objective, this research seeks to analyze the motivations that led women to undertake in the municipality of Serraria-PB. In order to fully carry out this study, some specific objectives were also defined: to map female entrepreneurship in Serraria-PB; analyze the demographic profile of women entrepreneurs in the Municipality; to identify the main sectors in which women undertake in the municipality; to understand the main challenges and perspectives of female entrepreneurship in the municipality of Serraria-PB. Regarding the objectives and forms, this research is characterized as being descriptive and explanatory, and was developed with a quantitative and qualitative approach. In order to obtain the information necessary for this work, the methodological procedures used were bibliographical survey, documentary study and field research. The data collected were processed and presented using Microsoft Office Excel. Regarding the results, they indicate that women entrepreneurs in the Municipality of Serraria- PB, have several characteristics of entrepreneurial behavior published by SEBRAE. Most of the challenges are related to the historical construction of the role attributed to women, for many years, in our society, with the conciliation between domestic and professional work being the main difficulty raised by female entrepreneurs today. It was also observed that, despite the challenges, women entrepreneurs are satisfied with their occupations, and seek to conquer larger spaces, as they see increasingly promising scenarios in the market and in society as a whole.

Keywords: Female entrepreneurship. Motivations. Characteristics. Challenges. Perspectives.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Percentual das motivações para abertura do negócio -----	27
Gráfico 2: Percentual sobre a origem de capital inicial -----	29
Gráfico 3: Percentual das dificuldades das mulheres empreendedoras por ser mulher -----	30
Gráfico 4: Percentual dos obstáculos enfrentados -----	31
Gráfico 5: Percentual da situação cadastral do empreendimento -----	32
Gráfico 6: Percentual da estrutura do empreendimento -----	33
Gráfico 7: Percentual da faixa etária das empreendedoras-----	35
Gráfico 8: Percentual do estado civil.....	36
Gráfico 9: Percentual das mulheres que tem ou não filhos -----	37
Gráfico 10: Percentual segundo o grau de escolaridade -----	37
Gráfico 11: Percentual sobre a cor/raça.....	38
Gráfico 12: Percentual da renda das empreendedoras-----	39
Gráfico 13: Percentual da participação da renda-----	40
Gráfico 14: Percentual de proatividade – fazer as coisas antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias	39
Gráfico 15: Percentual de expansão do empreendimento-----	39
Gráfico 16: Percentual avaliar as alternativas e calcular riscos -----	40
Gráfico 17: Percentual realizar trabalho no prazo e com padrão de excelência -----	41
Gráfico 18: Percentual nível de comprometimento-----	41

Gráfico 19: Percentual sobre buscar informações sobre o ramo -----	44
Gráfico 20: Percentual metas mensais e anuais para o negócio -----	45
Gráfico 21: Percentual planejamentos de longo, médio e curto prazo-----	45
Gráfico 22: Percentual em utilizar estratégias para influenciar -----	46
Gráfico 23: Percentual independência e autoconfiança -----	47

LISTA DE QUADRO

Quadro 1:	34
-----------	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	18
----------	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CCHSA	Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
GEM	Monitor Global de Empreendedorismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAR	Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
UFPB	Universidade Federal da Paraíba

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO.	14
2.1 NATUREZA E O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO	14
2.2.1 Contextualização e aspectos contextuais do empreendedorismo.....	16
2.2.2 O processo de empreender.....	17
2.2.3 Características do comportamento empreendedor.....	19
2.2.4 Empreendedorismo feminino.....	21
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	23
3.1 Classificação da pesquisa quanto aos seus objetivos e à sua forma	23
3.2 Classificação da pesquisa quanto ao seu procedimento	24
3.2.1 Pesquisa bibliográfica	24
3.2.2 Pesquisa documental	24
3.2.3 Pesquisa de campo.....	25
3.2.4 Levantamento dos dados da pesquisa.....	25
3.2.5 Análise e interpretação dos dados	26
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	27
4.1 Motivações do empreendedorismo feminino em serraria-PB	27
4.2 Desafios do empreendedorismo feminino em Serraria-PB	28
4.2.1 origem do capital inicial investido no empreendimento.....	28
4.2.2 Preconceitos raciais quanto o gênero.	29
4.2.3 Afazeres domésticos e trabalho, concorrência e inexperiência.....	31
4.2.4 Situação cadastral do empreendimento feminino.	32
4.2.5 Estrutura dos empreendimentos femininos.....	33
4.3 Ramos de atuação dos empreendimentos femininos	34
4.4 Características demográficas das mulheres empreendedoras	34
4.4.1 Faixa etária das mulheres empreendedoras	35
4.4.2 Estado civil das mulheres empreendedoras	35
4.4.3 Empreendedoras que tem ou não filhos	36
4.4.4 Escolaridade das mulheres empreendedoras	37
4.4.5 Raça/cor das mulheres empreendedoras.....	38

4.4.6 Percentual das rendas das mulheres empreendedoras	39
4.5 Características do comportamento da empreendedora	40
4.5.1 Busca de oportunidade e iniciativa	40
4.5.2 Correr riscos calculados	42
4.5.3 Exigência de qualidade e eficiência.	42
4.5.4 Comprometimento.....	43
4.5.5 Busca de informações	44
4.5.6 Estabelecimento de metas.....	44
4.5.7 Planejamento e monitoramento sistemático.	45
4.5.8 Persuasão e rede de contatos.....	46
4.5.9 Independência e autoconfiança.	46
4.6 Perspectivas do empreendedorismo feminino em Serraria-PB	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS.....	49
APÊNDECE	51

1. INTRODUÇÃO

O destaque do empreendedorismo entre mulheres no mercado de trabalho tem sido crescente, e desempenha um papel importante na geração de emprego e renda, o que colabora com o progresso social e econômico do país. Apesar disso, as mulheres ainda se deparam com diversos desafios e devem reconhecer suas habilidades em empreender para ampliar seus negócios, superando conceitos historicamente estabelecidos na sociedade (SEBRAE, 2019).

Segundo Amorim & Batista (2012), as mudanças no modo de vida das mulheres tiveram início a partir da Revolução Industrial, quando passaram a ser contratadas para trabalhar nas fábricas, devido ao aumento da produção no setor fabril. Contudo, seus salários e horas de trabalho eram diferentes em relação aos dos homens. Assim, surgiram reivindicações para reverter essas desigualdades nesse período.

Antigamente, a capacidade das mulheres de liderar uma empresa e empreender, era frequentemente questionada pela sociedade. Atualmente, é cada vez mais comum as mulheres buscarem independência e realização pessoal, o que é bem visto pelo mercado, muito embora, os preconceitos ainda existam pelos mais diversos motivos.

Diante desse contexto, essa pesquisa se justifica pela expressiva presença das mulheres no universo do empreendedorismo. Elas estão se destacando, cada vez mais, no comando de negócios, e se tornando empreendedoras bem-sucedidas, em vários setores do mercado brasileiro, inclusive, nos pequenos Municípios, como é o caso de Serraria, no Estado da Paraíba.

Sendo assim, este trabalho apresenta a seguinte problemática: Quais características empreendedoras, suas motivações, seus desafios e suas perspectivas do empreendedorismo feminino em Serraria-PB a partir da percepção das mulheres empreendedoras?

Como objetivo geral, a pesquisa visa analisar as características, motivações, desafios e perspectivas do empreendedorismo feminino no Município de Serraria-PB. Para alcançar o objetivo proposto, foram definidos os seguintes objetivos específicos: analisar o perfil demográfico das mulheres empreendedoras no Município de Serraria-PB; identificar os principais setores em que as mulheres empreendem no Município; compreender os principais desafios e perspectivas do empreendedorismo feminino no Município de Serraria- PB.

Em relação aos objetivos, esta pesquisa se caracteriza como sendo descritiva e explicativa e, por sua vez, os resultados obtidos serão trabalhados nas formas quantitativa e qualitativa. Além disso, foram realizadas as pesquisas bibliográfica, documental e de campo. A primeira, em materiais já publicados por vários autores da área; a segunda, em documentos disponibilizados pela prefeitura; a terceira, nos empreendimentos liderados por mulheres no Município de Serraria-PB, através da realização de entrevistas e aplicação de questionários.

Além desta introdução que se configura como capítulo 1, este trabalho é composto por mais três capítulos. O segundo faz uma abordagem teórica para fundamentar a pesquisa de campo. Intitulado de Natureza e Desenvolvimento do Empreendedorismo, apresenta os seguintes tópicos: Contextualização e aspectos conceituais do empreendedorismo; Processo de empreender; Características do comportamento empreendedor; Empreendedorismo feminino.

O terceiro capítulo apresenta os procedimentos metodológicos, explicando todos os métodos utilizados para a realização da pesquisa, sendo classificada de acordo com os seus objetivos e forma, assim quanto aos procedimentos utilizados e a caracterização da mesma.

No quarto capítulo, são apresentados os resultados e análises do estudo realizado em campo, sequenciada das considerações finais, referências bibliográficas e apêndices.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 NATUREZA E O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO

Mudanças socioeconômicas significativas ocorreram nas últimas décadas. A economia global, a instabilidade nos ambientes organizacionais e a concorrência capitalista, cada vez maior, forçaram as organizações a reestruturar-se e a reduzir a sua dimensão. Consequentemente, o desemprego aumenta, e ao mesmo tempo, a prestação de serviços e a terceirização também aumentam. É por isso que essa era econômica é marcada pela existência de muitas pequenas e médias empresas. Isso implica em um aumento do potencial empreendedor.

Para César Simões e Nelson Caldas (2010) O espírito empreendedor tem sido uma característica humana por incontáveis eras, desde os dias em que nossos antepassados saíam de casa para caçar e prover alimentação para suas famílias. Embora as práticas

empreendedoras atuais sejam bastante distintas das da época das cavernas, a essência permanece a mesma.

De acordo com Dornelas (2021), a palavra empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer, “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Para o autor, o primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, quando tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, ele assinava um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje, mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias deste. Na Idade Média, o termo foi utilizado para definir àquele que gerenciava grandes projetos de produção, uma vez que não assumia grandes riscos, e apenas administrava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente, provenientes do governo do país.

No século XVI, o termo ficou ainda mais associado a questão de correr riscos, uma vez que o empreendedor era aquele que fazia negócios com preços pré-fixados com o governo, ficando assim responsável pelos lucros ou prejuízos resultantes do processo. Somente no século XVIII é que se dissociou o empreendedor (Aquele que assume riscos), do capitalista (Aquele que financia os experimentos necessários para se dar a industrialização (DORNELAS, 2021).

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre à serviço do capitalista (DORNELAS, 2021).

No século XX, com a publicação da obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, de Joseph A. Schumpeter, a conotação de empreendedor adquiriu um novo significado. Segundo Schumpeter (1997), o empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

Através dessa contextualização histórica, é possível perceber que a definição de empreendedorismo, a nível global, é antiga, e existem diversas interpretações do conceito de empreendedor que, por sua vez, foram evoluindo ao longo do tempo, conforme pode ser observado no tópico a seguir.

2.2.1 Contextualização e aspectos contextuais do empreendedorismo

Apesar de não possuir uma definição única, o empreendedorismo é considerado um processo de criação de algo novo ou diferente, que agrega valor, que exige dedicação e esforço, e que incorre em riscos financeiros, psicológicos e sociais, cujo retorno, na maioria das vezes, é a satisfação econômica e pessoal. É um termo relacionado à inovação, ao risco, à criatividade, à organização e à riqueza (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Atualmente, o empreendedorismo pode ser definido como a habilidade de reconhecer oportunidades ou desafios, e elaborar soluções com criatividade e energia, resultando em benefícios para a sociedade. Gartner (1998), diz que o empreendedor é aquele que inicia algo nunca visto, assume o risco e é o que faz primeiro, o pioneiro. Essa definição é mais ampla, pois, desconsidera o fator capital e coloca o empreendedorismo como um comportamento ou habilidade.

O comportamento empreendedor inspira pessoas e modifica realidades. Dessa forma, o empreendedorismo acaba com antigas ideias que, por serem antigas, já não têm mais capacidade de impressionar e encantar. A base do empreendedorismo está na mudança, uma das poucas certezas da vida. Por isso, o empreendedor enxerga o mundo de forma diferente, com novas ideias, atitudes e objetivos. O empreendedor é um transformador de cenários. Suas atitudes são positivas, repletas de entusiasmo e humor. Para ele, não existem somente problemas, mas sim problemas e soluções.

Segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que detém energia, material, ideias e atitudes, agindo em seu favor e em favor da comunidade. É uma pessoa com sensibilidade e “tino” financeiro para os negócios; é ser dinâmico e realizador de propostas; é alguém que inicia e opera um negócio para realização de uma ideia ou um projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades e, enfim, inovando em sua área de atuação.

As ideias de um empreendimento surgem do processo de observação, reconhecimento e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e no consumo. Assim também, as oportunidades detectadas, de forma racional ou intuitiva, nas necessidades e nas demandas prováveis (atuais e futuras), bem como nas necessidades não atendidas, definem o conceito de empreendimento (BERNARDI, 2010).

Até agora, não existe uma definição universal para o termo "empreendedorismo". Contudo, em diferentes idiomas nos quais é utilizado, há um acordo de que a palavra remete à ideias de inovação, risco, criatividade, organização e prosperidade.

Ser empreendedor envolve uma postura, mais do que qualquer outra coisa. Ter a atitude de buscar novas oportunidades, de assumir riscos e de inovar. A mentalidade empreendedora no desenvolvimento pessoal é crucial, embora possa exigir nadar contra a corrente, já que muitas pessoas encaram a vida com limitações e se contentam com a primeira oportunidade que surge, evitando desafiar suas próprias habilidades (DOLABELA, 2008).

Por outro lado, o empreendedor tem consciência de si mesmo e sabe como promover seu próprio crescimento. Regularmente, ele revisa suas capacidades e se esforça para aprimorar constantemente sua existência. Segundo Dolabela (2008), o empreendedor é uma pessoa que está insatisfeita com sua situação, mas é capaz de transformar seu inconformismo em descobertas e propostas positivas. Busca caminhos desconhecidos e acredita que pode mudar o mundo.

2.2.2 O processo de empreender

O processo de empreender envolve todos os aspectos, responsabilidades e ações ligadas à criação de novos empreendimentos. Inicialmente, empreendedorismo abarca a criação de algo inovador e valioso. Além disso, é essencial o comprometimento que, por sua vez, requer muito tempo e dedicação para o sucesso do negócio. Por fim, é crucial assumir todos os riscos envolvidos no processo, tomar decisões importantes de forma ponderada, demonstrando coragem e entusiasmo, mesmo diante de possíveis fracassos e erros.

Normalmente, existem dois tipos de empreendedores, aqueles que empreendem por necessidade, e os empreendedores que transformam oportunidades em empreendimentos. O empreendedorismo por necessidade é aquele, no qual, as pessoas acabam sendo levadas a empreender para a sua sobrevivência e de sua família. Essa necessidade ocorre, por exemplo, pela ausência de emprego formal, seja por falta de preparo, de formação ou capacitação do indivíduo, seja por um momento desfavorável na economia de um país, gerando um cenário de incertezas e, consequentemente, de desemprego (DORNELAS, 2013).

Nesse contexto, o trabalho informal se torna uma rotina no dia a dia do empreendedor de necessidade, que precisa prover o mínimo de recursos para sua sobrevivência e, nesses casos, empreender torna-se inevitável. Cabe destacar que, para alguns, o empreendedorismo por necessidade também pode representar o primeiro passo para o empreendedorismo de oportunidade (DORNELAS, 2013).

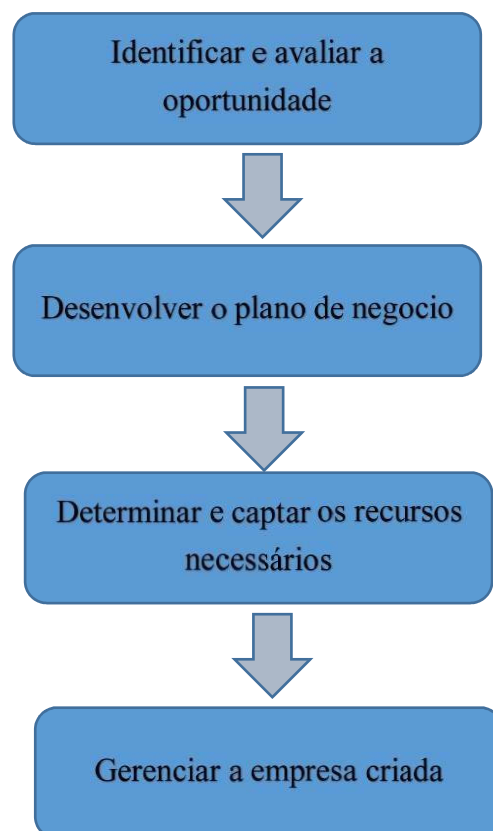
O empreendedorismo por oportunidade, assim como o empreendedorismo por necessidade, pode ser motivado por diversos fatores. Alguns desses motivos podem ser: o

desejo ou sonho de ter um negócio próprio e perceber as vantagens para a sua realização; um convite recebido de amigos para formar uma sociedade; uma sucessão familiar; a disponibilidade de recursos para aplicação, proveniente de demissão, aposentadoria, loteria ou herança; a vontade de oferecer soluções para os problemas das pessoas ou para seus próprios problemas, criando um produto ou serviço inovador; a vontade de alcançar independência financeira, autonomia e realização profissional; entre outros (DORNELAS, 2013).

Além dos fatores já mencionados anteriormente, a escolha de se tornar empreendedor pode ser motivada também por diversos outros elementos, tais como: princípios pessoais, formação educacional, experiência, descontentamento com o emprego, demissão, influência dos pais, exemplos de sucesso, inovação, recursos, entre outros (DORNELAS, 2013).

Segundo Dornelas (2008), o processo empreendedor pode ser dividido em quatro fases: identificação e avaliação da oportunidade; desenvolvimento do plano de negócios; determinação e captação dos recursos necessários; e, gerenciamento da empresa resultante, conforme ilustrado na Figura 1.

Figura 1- O processo empreendedor



Fonte: Dornelas (2008, p. 25)

Para Dornelas (2008), uma das etapas mais desafiadoras desse processo, consiste em reconhecer e analisar oportunidades, devido à necessidade de avaliar a oportunidade em relação aos possíveis riscos envolvidos.

Na etapa subsequente do processo do empreendedor, que consiste na elaboração do plano de negócios, é necessário entender e registrar, em poucas páginas, uma variedade de ideias. Isso resulta em um documento que resume os principais aspectos da empresa, como sua estratégia empresarial, o mercado em que está inserida, a concorrência, as estratégias de crescimento e a geração de receita, entre outros.

Em relação a aquisição de recursos, eles podem ser adquiridos de várias maneiras e de diferentes fontes. Nesta etapa do processo, além de verificar-se os recursos já existentes que podem ser utilizados, identifica-se também os recursos que faltam, bem como a forma mais adequada para levantá-los.

Dornelas (2008) ressalta, que a última fase do processo, a de gerenciar uma empresa pode parecer fácil, mas na realidade não é. Cada etapa do processo empreendedor envolve desafios e lições. Às vezes, um empreendedor descobre uma boa oportunidade, desenvolve um bom plano de negócios e “vende” com sucesso sua ideia aos investidores que confiam e financiam. Porém, quando se aplica tudo isso na prática, ele pode se deparar com alguns obstáculos, como clientes que não estão muito interessados no seu produto, um funcionário forte e bom que pede demissão, entre vários outros, que para serem superados, necessita de uma gestão eficiente e eficaz.

Para os autores, Baron e Shane (2007), o ato empreendedor inicia-se quando um ou mais indivíduos identificam uma oportunidade capaz de gerar valor econômico, através do potencial de criar algo novo, seja relacionado a novos produtos, processos, mercados, matérias-primas, entre outros.

Já Gartner (1985) e Bygrave e Hofer (1991), através de resultados de pesquisas e observações de pesquisadores, mostram que os processos de negócios não possuem uma sequência estrita de atividades, mas são fenômenos únicos que, em cada caso, assumirá características determinadas por fatores múltiplos, tais como o perfil do empreendedor e o ambiente que o cerca.

2.2.3 Características do comportamento empreendedor

Estudiosos de diferentes áreas da ciência, como psicologia, administração, economia, sociologia e filosofia, dentre outros, investigaram o perfil do empreendedor, sua função e suas características, resultando na criação de diversas definições.

Dentre os autores que estudaram o comportamento empreendedor, destacam-se McClelland, por uma pesquisa realizada a partir de 1982, em 34 países, possibilitando a identificação de uma dezena de características de comportamento empreendedor, comuns às pessoas triunfadoras, e Mintzberg, por estudos sobre a relação entre o empreendedorismo e o processo da estratégia do negócio.

Segundo Chiavenato (2008), as dez características resultantes da pesquisa de McClelland, foram publicadas oficialmente no Brasil, por meio de uma parceria entre o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Organização das Nações Unidas (ONU), conforme apresentadas a seguir:

1. **Busca de oportunidades e iniciativa:** o empreendedor de sucesso deve estar sempre atento para identificar novas possibilidades de iniciar ou transformar negócios que gerem valor econômico no mercado;
2. **Persistência:** o empreendedor não desiste diante dos obstáculos, pelo contrário, se esforça, planeja, avalia, muda os planos e se movimenta até alcançar seus objetivos;
3. **Correr riscos calculados:** o empreendedor de sucesso aprende a conviver com os riscos e, antes de tomar decisões, sempre avalia o que pode ganhar e o que pode perder com as diferentes alternativas que se apresentam;
4. **Exigência de qualidade e eficiência:** o empreendedor está sempre buscando melhorar a qualidade dos seus produtos e serviços, com o objetivo de maximizar a satisfação dos seus clientes e se fortalecer no mercado;
5. **Comprometimento:** o empreendedor é proativo e não mede esforços para cumprir com responsabilidade os seus compromissos, e atingir os melhores resultados;
6. **Busca de informações:** o empreendedor está sempre buscando informações para atualizar os seus negócios, seja em relação aos clientes, fornecedores ou concorrentes;
7. **Estabelecimento de metas:** o empreendedor estabelece metas mensuráveis de curto, médio e longo prazos, e se planeja para alcançá-las de maneira estratégica;
8. **Planejamento e monitoramento sistemáticos:** o empreendedor planeja suas ações antes de executá-las, e, na sequência, monitora e avalia de maneira contínua, para corrigir possíveis falhas e iniciar um novo ciclo de maneira correta;

9. Persuasão e redes de contato: o empreendedor busca ampliar sua rede de contatos e, estrategicamente, usa o seu poder de persuasão para conseguir apoio para os negócios;

10. Independência e autoconfiança: o empreendedor é otimista e confia na sua capacidade de resolver problemas e superar os desafios que surgem na execução de seus negócios.

Segundo McClelland (1961), essas características independem das condições econômicas dos indivíduos, da riqueza dos países onde vivem, de seu sexo, idade ou formação acadêmica. Alcançar êxito nos negócios vai muito além de adquirir competências técnicas como finanças, marketing, produção, entre outras, ou de contar com estímulos monetários ou fiscais. É fundamental também desenvolver habilidades empreendedoras pautadas em atitudes, que podem ser aprimoradas ao cultivar as características apresentadas anteriormente.

Segundo Mai (2006), se alguém possui características de comportamento típicos de empreendedores bem-sucedidos, essa pessoa estará em uma posição favorável para iniciar um empreendimento. Contrariando essa visão, o sucesso não é exclusivamente garantido pelo perfil empreendedor, mas sua ausência pode tornar o percurso um tanto mais desafiador.

2.2.4 Empreendedorismo feminino

Segundo Gouvêa e Silveira (2008), os estudos sobre empreendedorismo feminino tiveram seu início nos anos 1990, apresentando-se de maneira fragmentada, ao concentrar-se na descrição de uma parcela reduzida da população empreendedora feminina. As autoras também afirmam que análises mais recentes apontam para as lutas internas e externas enfrentadas pelas mulheres nas organizações e na esfera familiar e social, levando-as a buscar um equilíbrio entre essas duas dimensões.

Ao longo da evolução histórica, a mulher sempre teve um papel bem definido na sociedade, sendo tradicionalmente responsável pelas tarefas domésticas e pelo cuidado da família, de forma submissa e sem espaço para expressar suas opiniões ou realizar seus sonhos. No entanto, tem sido notada uma mudança no comportamento das mulheres na sociedade atual, não com o objetivo de igualar-se aos homens, mas em busca de novas formas de atuação e participação.

Considerando que historicamente a mulher era destinada ao cuidado da família, é importante destacar que hoje, elas estão superando os obstáculos do preconceito, do mercado, da economia entre tantas outras barreiras. Diversas empreendedoras e mulheres do mundo dos

negócios têm erguido verdadeiros impérios ou alcançado posições de destaque em grandes corporações, ocupando agora cargos de liderança que, anteriormente, estavam majoritariamente nas mãos de homens.

Em relação aos traços e personalidades mais distintivos das mulheres empreendedoras, é relevante mencionar aquelas que se destacam por serem: empreendedoras observadoras, que preferem ponderar antes de agir, pois analisam minuciosamente as possíveis perdas ou ganhos, e empreendedoras extrovertidas que procuram sempre enxergar o lado positivo em todas as situações, demonstrando sociabilidade e habilidades interpessoais, direcionando sua determinação para a realidade (SAMPAIO, 2020).

De acordo com Fernandes, Campos e Silva (2013), a caracterização da mulher empreendedora pode ser delineada como a de alguém que encara possuir seu próprio negócio como uma abordagem para a vida, em vez de apenas uma fonte de renda ou uma ocupação. Ela está constantemente buscando tornar suas atividades laborais um meio de beneficiar todos ao seu redor.

Seja por oportunidade ou por necessidade, a mulher tem continuamente reinterpretado seu papel no cenário profissional, através de sua mentalidade empreendedora e sua habilidade de lidar com os desafios que surgem, já que "a essência do comportamento empreendedor reside na identificação de oportunidades e na criação de ideias úteis e inovadoras para concretizá-las" (CHIAVENATO, 2021, p. 1).

De acordo com informações do Portal SEBRAE (2021), mesmo diante de um cenário favorável e em ascensão com o avanço das mulheres empreendedoras no mercado, há ainda numerosos desafios a serem enfrentados e superados por elas, que continuam a se deparar com obstáculos significativos em suas rotinas de trabalho. Os principais desafios apresentados são:

a) Ampliar o acesso a recursos financeiros: as empreendedoras ainda enfrentam barreiras no acesso à crédito e linhas de financiamento junto às instituições financeiras, e isto se deve à falta de credibilidade em suas capacidades na gestão dos negócios;

b) Aumentar o acesso à modelos, metores e redes: as empreendedoras precisam ampliar e fortalecer suas redes de contato, principalmente com outras mulheres empreendedoras, para encontrarem apoio para o desenvolvimento de suas atividades;

c) Ampliar o equilíbrio entre vida familiar e profissional: historicamente, as mulheres possuem mais responsabilidades sociais e precisam conciliar de forma mais

equilibrada, a dupla jornada dos afazeres domésticos e familiares, com as responsabilidades de seus negócios;

d) Expandir o acesso à informação e tecnologia digital: as empreendedoras precisam avançar no desenvolvimento de habilidades digitais que possam facilitar o acesso à informações que permitirão à inovação, o marketing e a interação com o mercado;

e) Reduzir a influência de fatores culturais: há uma cultura fortemente enraizada na sociedade, que direciona as mulheres para as obrigações domésticas, e isto precisa ser repensado para que elas tenham condições de explorar o seu potencial profissional, que vai ficando sufocado em meio a tantas outras responsabilidades;

f) Reduzir a informalidade: como grande parte das mulheres empreendem por necessidade, vão entrando no mercado de maneira informal, o que torna seus negócios limitados dadas às exigências formais do próprio mercado fornecedor e consumidor.

g) Mitigar as desigualdades raciais e regionais: além de todas as desigualdades de gênero enfrentadas pelas mulheres, àquelas que são negras e ainda moram em regiões do País, como o Norte e Nordeste, já massacradas pelos preconceitos, precisam fortalecer ainda mais as suas habilidades e potenciais profissionais para terem condições de se manter no mercado.

Apesar dos desafios, o crescimento de novas empreendedoras é evidenciado pela diversidade de negócios e pelas oportunidades promissoras no cenário nacional.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização deste trabalho, foram utilizados alguns procedimentos metodológicos que, neste capítulo, encontram-se divididos em duas partes: a primeira, faz uma apresentação da classificação da pesquisa em relação aos objetivos e à sua forma; a segunda, apresenta o procedimento técnico utilizado para a coleta e apresentação de todas as informações contidas ao longo desse trabalho.

3.1 Classificação da pesquisa quanto aos seus objetivos e à sua forma

A pesquisa pode ser caracterizada como um processo metódico e lógico que visa responder às perguntas formuladas, utilizando diversos métodos, procedimentos e técnicas aplicadas. Conforme os seus objetivos, ela pode ser classificada de três formas: Descritivas, quando busca descrever, caracterizar e estudar um determinado fenômeno; Explicativa,

quando busca compreender os fatores que ocasionam os fenômenos analisados; Exploratória, quando o tema proposto é pouco conhecido e pretende-se explorá-lo (GIL, 2002).

Neste contexto, esta pesquisa é classificada como descritiva e explicativa, uma vez que objetiva apresentar e explicar as motivações, características, desafios e perspectivas do empreendedorismo feminino no Município de Serraria-PB.

Conforme menciona Gil (2002), o principal objetivo das pesquisas descritivas é retratar as particularidades de uma população ou fenômeno específico. Ele também afirma que esse tipo de pesquisa deve utilizar um instrumento de coleta de dados que não permita a interferência do pesquisador. Assim, neste estudo, foi adotado um instrumento de coleta que mantém a imparcialidade, evitando qualquer influência do pesquisador.

Esta pesquisa adotou também, a abordagem de natureza quantitativa e qualitativa, pois a análise dos dados foi realizada através de um estudo focado na coleta e interpretação de informações estatísticas. Segundo Richardson (1989), a pesquisa quantitativa se caracteriza pelo emprego da quantificação, enquanto a qualitativa descreve como se comporta o objeto de estudo.

3.2 Classificação da pesquisa quanto ao seu procedimento

Nesta pesquisa, foram utilizados os seguintes procedimentos: levantamento bibliográfico; estudo documental e pesquisa de campo, conforme serão apresentados nos tópicos a seguir:

3.2.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica consiste no levantamento, leitura, análise e compreensão de obras escritas e já publicadas por outras pessoas, através de livros, artigos científicos, monografias, dissertações e teses, entre outros (GIL, 2002).

Nesta pesquisa, o levantamento bibliográfico foi realizado em livros da biblioteca virtual da Universidade Federal da Paraíba, Campus III, em monografias, dissertações, relatórios técnicos publicados pelo SEBRAE, além de artigos científicos disponibilizados pelo google acadêmico.

3.2.2 Pesquisa documental

A pesquisa documental é semelhante à pesquisa bibliográfica, todavia, suas fontes são mais diversificadas e, muitas vezes, desordenadas e sem análises (FONSECA, 2002). Neste trabalho, a pesquisa documental foi realizada na Prefeitura Municipal de Serraria- PB, para o levantamento da quantidade de empreendimentos femininos formalizados no Município.

3.2.3 Pesquisa de campo

Conforme Gil (2002), é fundamental identificar o sujeito da pesquisa. Para isso, é preciso definir a população a ser analisada, levando em consideração as características pertinentes. Isso significa que devem ser escolhidas apenas pessoas cujas características estejam relacionadas ao objetivo do estudo. Portanto, a amostra a ser pesquisada no presente trabalho, é composta pelas mulheres empreendedoras do Município de Serraria - PB.

Este estudo foi realizado no Município de Serraria - PB, onde foram aplicados questionários a 30 mulheres que atendiam aos critérios da pesquisa. Das mulheres entrevistadas, 15 desenvolvem suas atividades de maneira informal, sem o CNPJ, e 15 são formalizadas, possuem CNPJ e alvará de funcionamento junto à Prefeitura do Município. Logo a amostra é composta por empreendedoras de negócios informais e formais que estavam disponíveis para responder, resultando em uma amostra não probabilística por conveniência, já que não há um número exato de empreendedoras na cidade.

Serraria é um Município brasileiro, localizado na Região Geográfica Imediata de Guarabira, no Estado da Paraíba. Sua população em 2022 foi estimada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 4.885 habitantes, e a densidade demográfica era de 75,08 habitantes por quilômetro quadrado.

As participantes desta pesquisa estão envolvidas em diferentes tipos de negócios, sendo elas: 3 cabeleireiras, 1 manicure, 2 costureiras, 1 boleira, 2 artesãs, 3 maquiadoras, 1 esteticista, 1 vendedora de cosméticos, 1 vendedora de calçados, 1 vendedora de açaí, 1 vendedora de ração, 2 vendedoras de material de construção, 1 vendedora de acessórios, 1 vendedora de utilidades em geral, 3 vendedoras supermercadistas, 5 vendedoras de roupas, 1 vendedora de produtos de maquiagem.

3.2.4 Levantamento dos dados da pesquisa

Segundo Mattar (1997), os dados primários referem-se àqueles que nunca foram utilizados e publicados antes, e que foram coletados especificamente pelo pesquisador para abordar a problemática em questão. Enquanto os dados secundários já foram obtidos por

outros pesquisadores em estudos prévios, e estão disponíveis para o pesquisador através de livros, artigos, entre outras publicações.

Neste estudo, a coleta de dados secundários foi realizada através das pesquisas em livros e portais como SEBRAE, IBGE, e GEM (GEM é a sigla para Global Entrepreneurship Monitor, uma pesquisa de empreendedorismo global que analisa a atividade empreendedora em dezenas de países). Já os dados primários foram coletados através da realização de entrevistas e aplicação de questionários *in loco*.

Os dados primários foram obtidos por meio de um questionário aplicado presencialmente pela pesquisadora. Os questionários foram organizados de maneira semiestruturada, o que significa que incluíram tanto perguntas fechadas quanto abertas. Isso permitiu que a entrevistada elaborasse suas respostas sobre o tema abordado, sem se limitar estritamente às perguntas feitas.

O questionário foi estruturado em quatro blocos temáticos, totalizando 36 questões. O bloco 1 está relacionado à identificação e contexto histórico do empreendimento feminino; o bloco 2 está voltado para a caracterização atual do empreendimento; o bloco 3 aborda o perfil da empreendedora; o bloco 4, destina-se à identificação das características do comportamento da empreendedora, tendo por base, as 10 características do empreendedor de sucesso, levantadas por McClelland em suas pesquisas que, por sua vez, foram publicadas no Brasil pelo SEBRAE. Para organizar o questionário alcançando as 10 características, foram elaboradas questões fechadas, seguindo a escala de Likert de 3 pontos, sendo: 1 = nunca, 2 = algumas vezes, e 3 = sempre.

Após concluir a elaboração do questionário, foi realizada uma primeira aplicação piloto. Essa etapa serviu como um teste para identificar eventuais falhas ou melhorias no roteiro. Contudo, não transcorreu como planejado, e foi necessário fazer ajustes no roteiro inicial. Após isso, a pesquisadora seguiu em frente com a realização das demais aplicações.

Foram aplicados 30 questionários à empreendedoras de diferentes ramos, cujas experiências no mercado variavam de 1 a 24 anos. As aplicações foram realizadas no tempo de 7 a 20 minutos, sendo que o primeiro contato com as empreendedoras ocorreu por meio do whatsapp, onde se formalizava os agendamentos de data, local e horário, conforme a disponibilidade das empreendedoras. Durante a aplicação, a pesquisadora, autorizada pelas empreendedoras, gravou os áudios, que depois foram transcritos em um documento do Word.

3.2.5 Análise e interpretação dos dados

Neste estudo, os dados coletados foram organizados utilizando uma planilha do Microsoft Office Excel. Esse software é amplamente empregado para análise de dados, controle de informações, criação de modelos analíticos e apresentação de dados de diversas formas, além de permitir a elaboração de gráficos com um visual profissional (MICROSOFT, 2016).

Para a apresentação dos dados, foram utilizados gráficos de pizza, colunas, rosca, barras, histograma e tabelas.

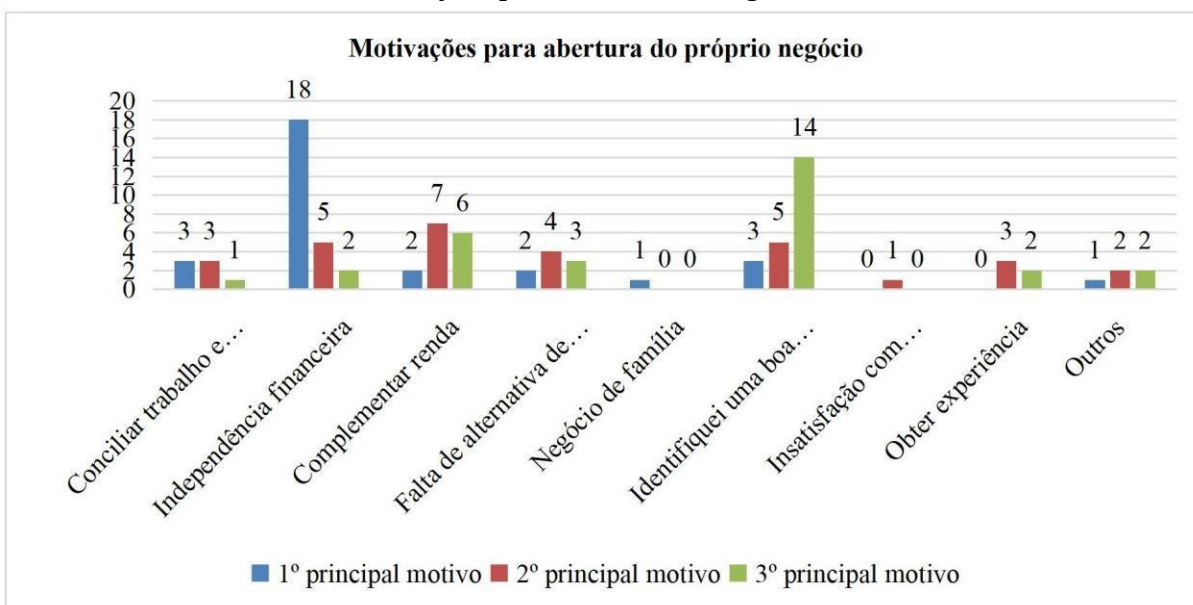
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Este capítulo é dedicado à apresentação dos resultados da pesquisa, voltados para as motivações, caracterizações, desafios e perspectivas do empreendedorismo feminino no Município de Serraria- PB, conforme observado nos tópicos a seguir:

4.1 Motivações do empreendedorismo feminino em Serraria-PB

As mulheres empreendedoras foram questionadas sobre os três principais motivos que as levaram à empreender, abrindo seus próprios negócios no Município de Serraria-PB. Os dados apresentados no gráfico 1, apontam, que o primeiro motivo que influenciou à abertura dos negócios foi a necessidade da independência financeira, com 60% (18) das respostas apontando para esta motivação.

Gráfico 1: Percentual das motivações para abertura do negócio



Fonte: Elaboração própria (2024).

Como segundo motivo para empreender, o gráfico 1 aponta que 23,3% (7) das mulheres, iniciaram o próprio negócio para complementar a renda, ou seja, mais um motivo ligado ao fator econômico-financeiro, que é corroborado pela seguinte fala de uma das empreendedoras entrevistadas: “Eu tinha minha renda, mas queria algo por fora, a mais, sabe...” (empreendedora 8).

Não obstante, o terceiro principal motivo aponta para uma análise de mercado feita pelas empreendedoras, dado que, quase 50% das entrevistadas destacaram que identificou alguma oportunidade de negócios no mercado que estavam inseridas, conforme o relato de uma entrevistada: “Eu sempre quis abrir um comércio diferente que não tinha na cidade” (Empreendedora 20).

É importante destacar que a procura por inovação e novas oportunidades é fundamental para qualquer empreendedor, sendo esses elementos essenciais para alcançar o sucesso em seu mercado. O foco do empreendedor reside em transformar suas ideias em negócios prósperos. Assim, pode-se concluir que, empreendedorismo se baseia na busca por inovações, que servem como um diferencial competitivo, a partir da capacidade de perceber e identificar oportunidades.

4.2 Desafios do empreendedorismo feminino em Serraria- PB

As mulheres empreendedoras do Município de Serraria-PB, mesmo entusiasmadas com o desenvolvimento de suas atividades econômicas, convivem diariamente com uma série de obstáculos que vão se tornando desafios que precisam ser superados, conforme serão apresentados a seguir:

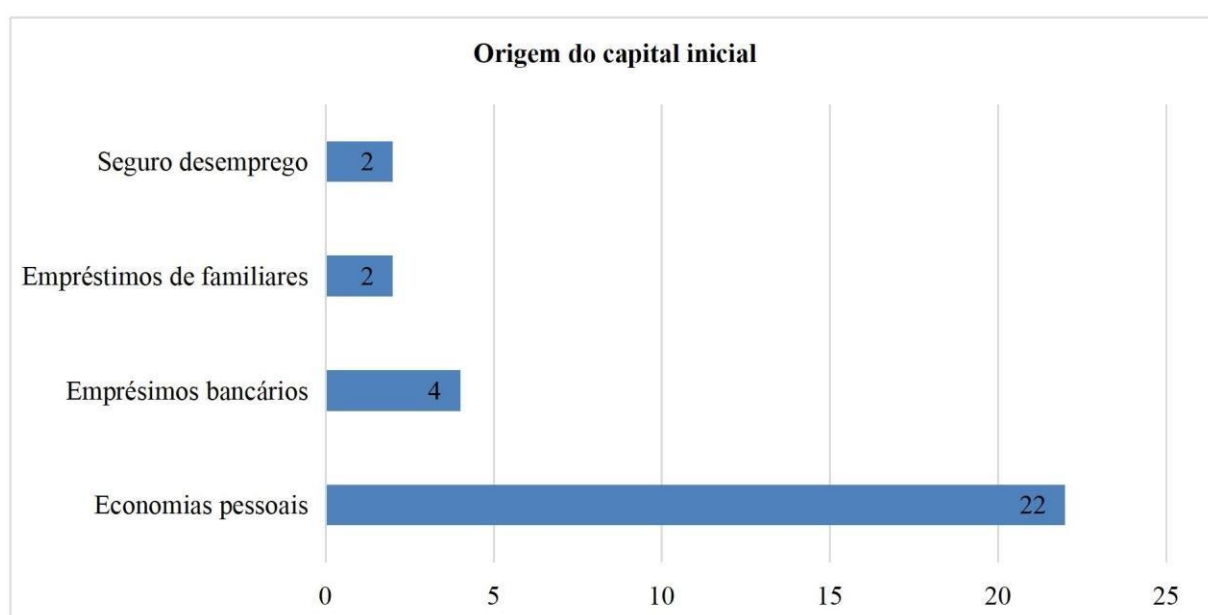
4.2.1 Origem do capital inicial investido no empreendimento

As empreendedoras foram questionadas sobre a origem do capital inicial para abrir a empresa. Conforme pode ser observado no gráfico 2, das 30 mulheres entrevistadas, 22 ou 73,33%, fizeram seus investimentos, utilizando-se de economias pessoais ou seja, investiram dinheiro próprio em sua(s) empresa(s); 13,33% (4) recorreram a empréstimos bancários; 6,66% (2), recorreram a empréstimos de familiares; e 6,66% (2) utilizaram o seguro desemprego.

Os resultados dessa pesquisa confirmam o estudo de Machado et al (2003), que dizem que a principal fonte de recurso utilizada para a mulher conseguir abrir sua própria empresa, é proveniente de economias pessoais, empréstimos familiares ou de amigos. Ao todo, 80% das entrevistadas relataram ter utilizado recurso próprio e empréstimo de familiares.

Esses dados confirmam o levantamento dos desafios apresentados pelo SEBRAE, ao destacar que as mulheres enfrentam obstáculos ao tentar obter capital inicial e financiamento para seus empreendimentos.

Gráfico 2: Percentual sobre a origem do capital inicial



Fonte: Elaboração própria (2024).

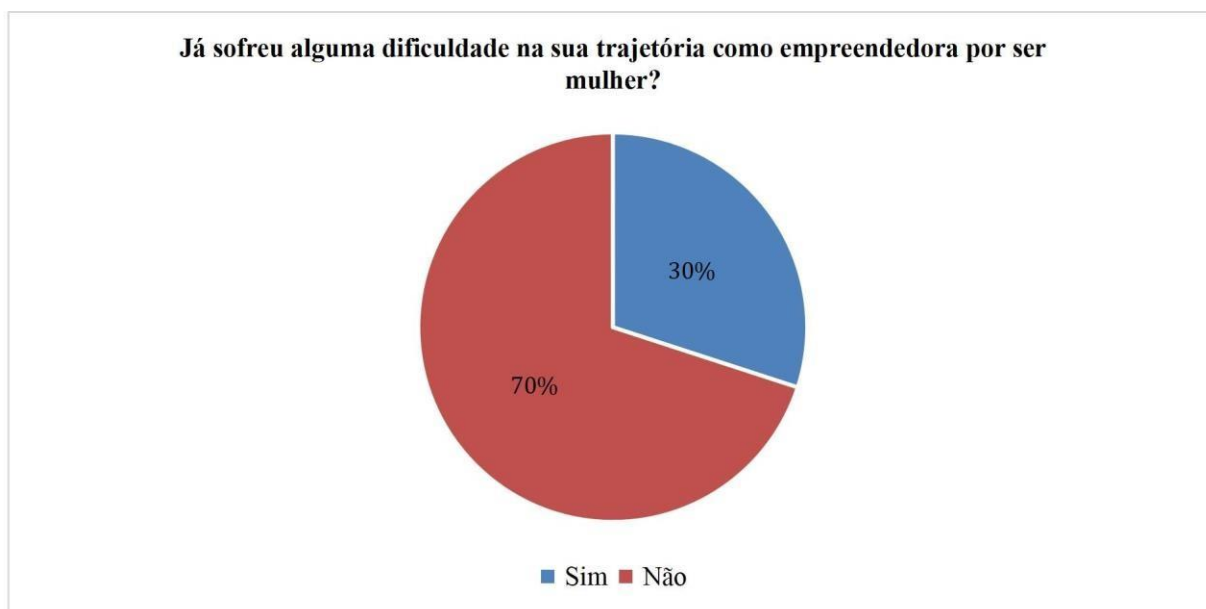
Com frequência, as instituições financeiras impõem critérios de empréstimo mais severos para esse grupo, exigindo um histórico bancário que muitas delas não possuem antes de optarem pelo empreendedorismo. Isso torna mais complicado o acesso aos recursos indispensáveis para dar início ou ampliar seus negócios.

4.2.2 Preconceitos sociais quanto ao gênero

No que se refere às dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras por ser mulher, destaca-se no gráfico 3, que um percentual de 70% falaram que não sofrem dificuldade de forma direta, muito embora essas situações estejam sempre presentes. As 30% que

expressaram dificuldade, apresentaram alguns relatos, conforme segue: 1) “Houve um episódio que um senhor ficou alterado, e só por que achou um produto caro no meu comércio, perguntou se eu tinha cupom fiscal, se eu sabia o que era CNPJ, só faltou me engolir” (empreendedora 15); 2) “Eu já fui até ameaçada aqui no meu comércio, ele disse que era homem pra bater em mulher” (empreendedora 15); 3) “Assim, aqui pra pegar peso fica bem complicado pra quem é mulher” (empreendedora 29); 4) “A gente por ser mulher não é muito bem vista não... a primeira vez que sai pra comprar fora, o povo olhava assim, meio estranho, porque quem ia era meu pai comprar, aí quando eu comecei a tomar conta, eles não gostaram muito não da ideia” (empreendedora 16).

Gráfico 3: Percentual das dificuldades das mulheres empreendedoras por ser mulher



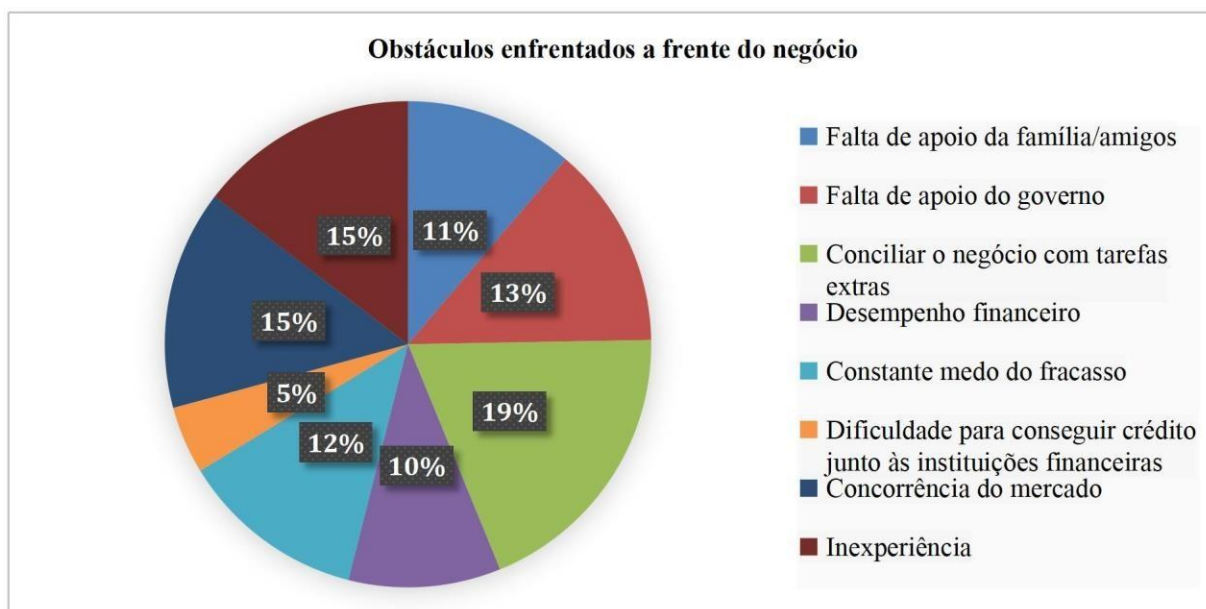
Fonte: Elaboração própria (2024)

Esses relatos vão de encontro com a pesquisa “Empreendedorismo Feminino”, realizada pelo SEBRAE, onde identificou-se que 42% das empreendedoras brasileiras já presenciaram situações de preconceito contra outra mulher dona de negócio e 25% já sofreram na própria pele atitudes discriminatórias. Neste sentido, vencer o preconceito é um grande desafio, uma vez que ele se manifesta na sociedade de várias formas, seja pela disparidade salarial, pela desconfiança do potencial das mulheres, pela dificuldade de acesso à crédito, entre outros.

4.2.3 Afazeres domésticos e trabalho, concorrência e inexperiência

No gráfico 4, é possível verificar que existem vários obstáculos enfrentados pelas entrevistadas, dentre os quais pode-se citar os que mais foram mencionados por elas, como conciliar o negócio com tarefas extras e domésticas, que totalizou 19%. Essa porcentagem corrobora com a pesquisa conduzida pelo portal SEBRAE (2021), que aponta que as mulheres que têm seus próprios negócios, enfrentam uma carga de trabalho maior, acumulando diversas responsabilidades, tanto na gestão de suas empresas quanto nas tarefas domésticas.

Gráfico 4: Percentual dos obstáculos enfrentados



Fonte: Elaboração própria (2024)

Como segundo maior obstáculo enfrentado, o gráfico 4 aponta a inexperiência das mulheres, o que representa 15% das entrevistadas. A inexperiência pode representar um grande empecilho na trajetória empreendedora de muitas mulheres, por diversas razões. Em primeiro lugar, elas frequentemente se deparam com preconceitos e estereótipos de gênero que tendem a desmerecer suas habilidades e competências, tornando sua inexperiência ainda mais evidente. Além disso, a ausência de redes de apoio e orientação, que são essenciais para o aprendizado e o crescimento, pode restringir suas chances de desenvolvimento profissional.

Não obstante, o terceiro obstáculo destacado pelas empreendedoras, foi a concorrência do mercado, que também representou um percentual de 15%. A competição no mercado pode

ser um desafio considerável para as mulheres que desejam empreender, devido a uma série de fatores sociais e estruturais.

Primeiro, o acesso à financiamentos se apresenta como um dos principais obstáculos.

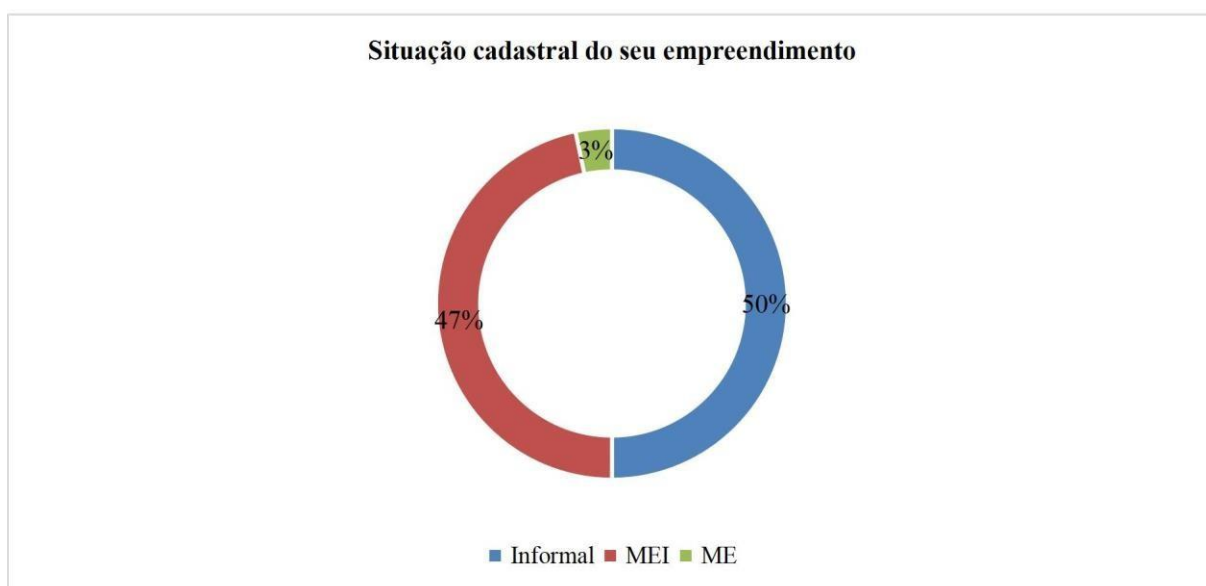
Muitas mulheres encontram dificuldades para conseguir empréstimos e investimentos, o que limita sua capacidade de alocar recursos em seus negócios e competir de forma equitativa com os homens no mesmo setor. Além disso, vale ressaltar que a menor visibilidade de empreendimentos liderados por mulheres na mídia, e nas plataformas sociais, pode dificultar a criação de uma marca forte e a captação de clientes. Em um ambiente de mercado saturado, onde se faz necessário se destacar, essa falta de exposição se transforma em uma desvantagem.

Em síntese, a concorrência no mercado é um entrave para as mulheres empreendedoras, não apenas em termos de competitividade, mas também por causa de barreiras sociais e estruturais que comprometem seu crescimento e alcance de sucesso.

4.2.4 Situação cadastral do empreendimento feminino

Conforme os dados apresentados no gráfico 5, pelo menos 50% dos empreendimentos femininos estão na informalidade, e isso não é incomum, pois aponta para uma tendência não só no Município de Serraria- PB, mas no Brasil. O IGBE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) aponta que a taxa de informalidade no Brasil, no trimestre até agosto de 2023, foi de 39,1%. Isso significa que 38,933 milhões de pessoas estavam trabalhando na informalidade.

Gráfico 5: Percentual situação cadastral do empreendimento



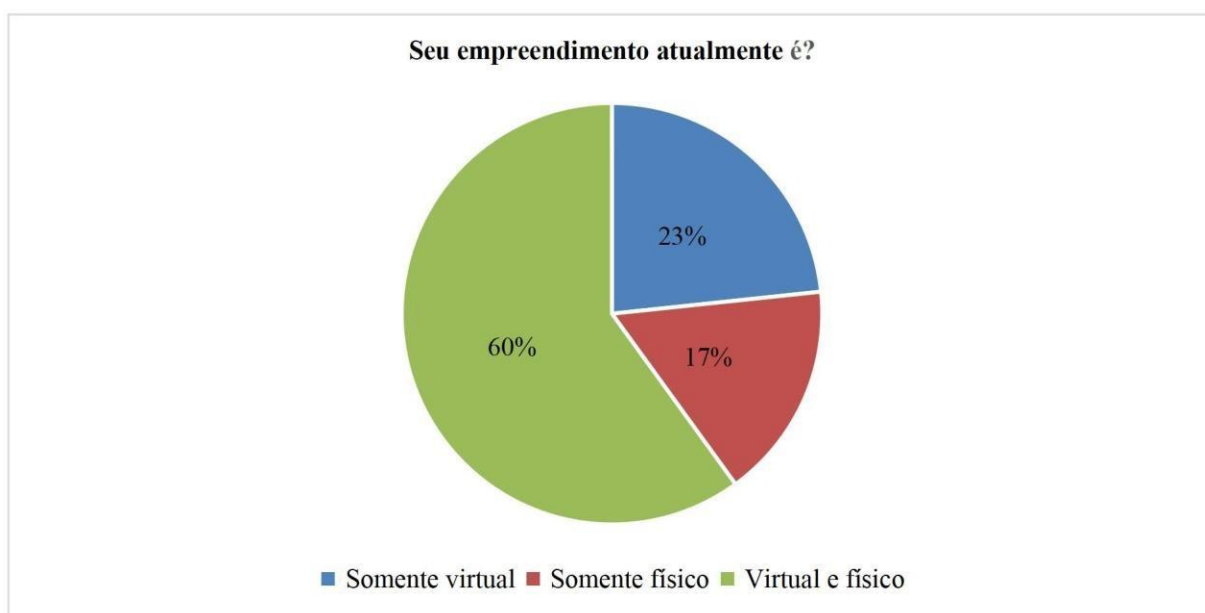
Fonte: Elaboração própria (2024)

A informalidade é mais um desafio que precisa ser superado por parte dos empreendimentos femininos. Grande parte das mulheres que empreendem por necessidade, adentram no mercado de maneira informal, o que torna-se um fator limitante de crescimento à longo prazo, dadas as exigências do mercado em relação aos fornecedores e clientes no decorrer das negociações.

4.2.5 Estrutura dos empreendimentos femininos

Atualmente, 60% das empreendedoras possuem suas estruturas nas modalidades virtual e física, seguido de 23% que utiliza apenas o canal virtual, e 17% que utiliza somente a estrutura física.

Gráfico 6: Percentual da estrutura dos empreendimentos



Fonte: Elaboração própria (2024)

Em relação ao comércio virtual, o SEBRAE aponta que um dos desafios é a desconfiança do cliente, por conta dos perigos da internet e de possíveis golpes. Porém, depois da pandemia do COVID 19, os consumidores estabeleceram uma relação de proximidade com as plataformas e com o comércio virtual, tornando-o bastante promissor. Além de considerar a amplitude do público alcançado pelas lojas online, é extremamente atrativa a redução de custos, quando comparado com a manutenção mensal de uma estrutura física.

4.3 Ramos de atuação dos empreendimentos femininos

O quadro 1, se refere ao ramo de atividade dos empreendimentos femininos, onde é possível observar que o vestuário e moda, estética e saúde, beleza e outros, representam 17% cada, do total de entrevistadas. Por sua vez, o ramo alimentício, confeitaria e comercio em geral, representa 3% cada, e por fim, o supermercadista com 10% do total de entrevistadas. Vale ressaltar que se trata de negócios de pequeno porte, que oferecem seus produtos e serviços diretamente ao consumidor final.

Quadro 1: Percentual do ramo das empreendedoras

Ramo de atividade do empreendimento		
Ramo	Entrevistadas	Percentual
Vestuário e moda	5	17%
Estética e saúde	5	17%
Beleza	5	17%
Supermercadista	3	10%
Artesanato	4	13%
Alimentício	1	3%
Confeitaria	1	3%
Comércio de utilidades em geral	1	3%
Outros	5	17%
Total	30	100%

Fonte: Elaboração própria (2024)

Uma das entrevistadas, quando questionadas sobre o porquê escolheu o ramo em que empreende, respondeu: “Eu sempre me identifiquei muito com moda, sempre gostei bastante, ai vi a oportunidade que aqui tinha poucas lojas na época, ai coloquei” (empreendedora 4).

É importante enfatizar que o empreendedorismo voltado para oportunidades não só promove a inovação e o surgimento de novos empreendimentos, como também desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico. Investigações e análises indicam que habilidades individuais, contextos propícios e a habilidade de inovar são elementos essenciais para reconhecer e aproveitar as oportunidades existentes no mercado.

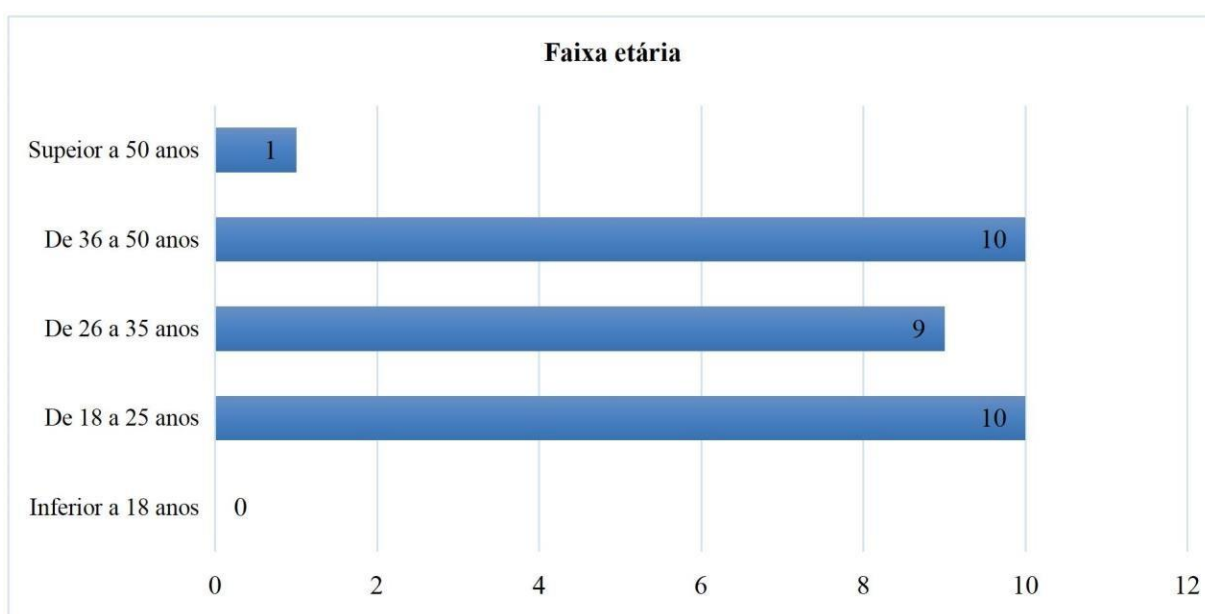
4.4 Características demográficas das mulheres empreendedoras

As características demográficas pesquisadas neste trabalho estão relacionadas à: faixa etária, estado civil, nível de escolaridade, raça/cor, renda e existência ou não de filhos, conforme serão apresentados:

4.4.1 Faixa etária das mulheres empreendedoras

No gráfico 7, é possível observar que, do total de 30 empreendedoras entrevistadas, 33% estão na faixa etária de 18 a 25 anos; 33%, estão na faixa de 36 a 50 anos; 30% estão na faixa de 26 a 35 anos; e 3% estão na faixa etária superior a 50 anos.

Gráfico 7: Percentual da faixa etária das empreendedoras



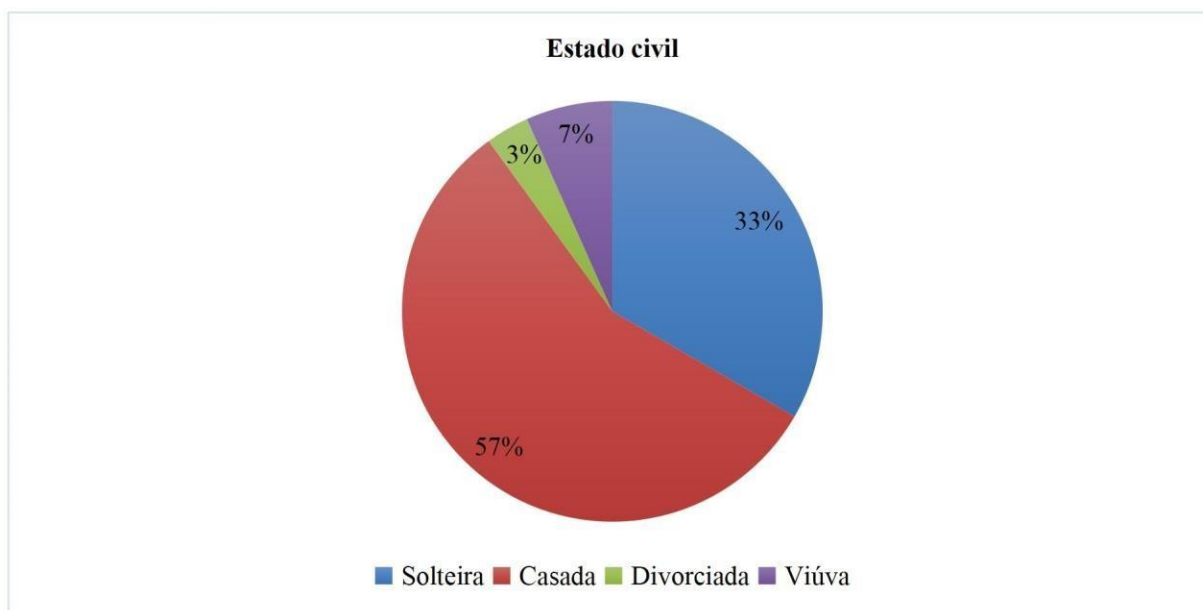
Fonte: Elaboração própria (2024).

A partir das informações apresentadas, é possível identificar que um público feminino, relativamente jovem, está se dedicando às atividades empreendedoras. Este público merece atenção especial, pois, dispõe de energia e criatividade que podem contribuir cada vez mais para a inovação dos cenários do mercado local, contribuindo não apenas para o crescimento econômico, como também para impactos sociais positivos.

4.4.2 Estado civil das mulheres empreendedoras

No gráfico 8, encontram-se as informações referentes ao estado civil das empreendedoras. Através dele, é possível perceber que do total de 30 mulheres entrevistadas, 57% são casadas, 33% são solteiras, 7% são viúvas e apenas 3% são divorciadas.

Gráfico 8: Percentual do estado civil



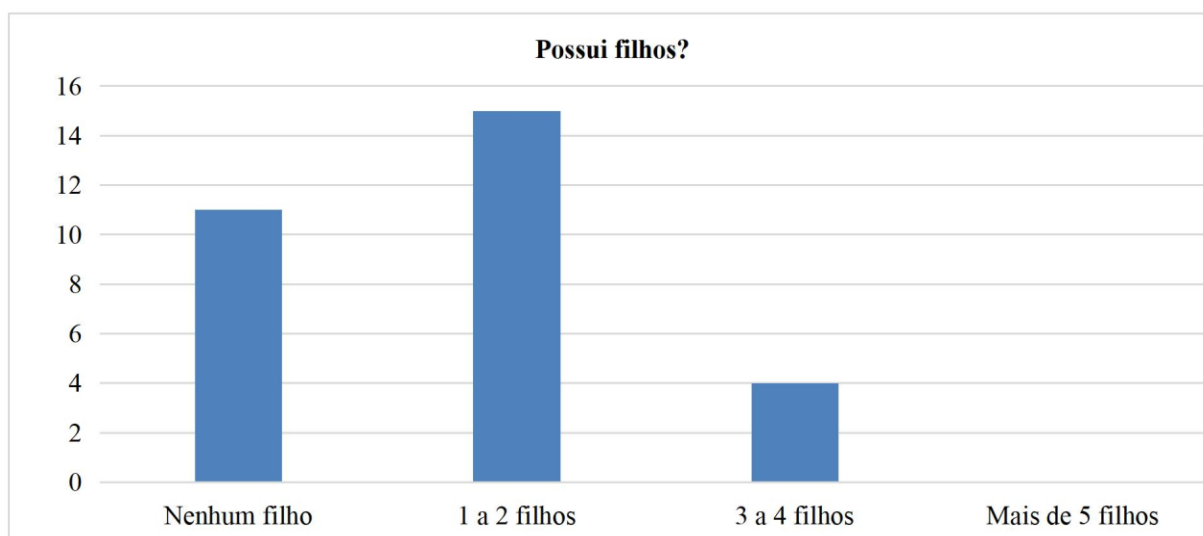
Fonte: Elaboração própria (2024).

Os dados apresentados são interessantes, haja vista que as mulheres casadas e, por sua vez, relativamente jovens, são as mesmas que historicamente convivem com a cultura enraizada na sociedade, de que são delas a responsabilidade dos afazeres domésticos e cuidados com a família. É este público majoritário, que enfrenta a dupla jornada de trabalho e, quase sempre, apresenta dificuldades de conciliar de maneira equilibrada, o tempo dedicado aos negócios com o tempo dedicado à família. São essas mulheres, no Município de Serraria-PB, que precisam estar atentas para que o seu potencial profissional e empreendedor não seja sufocado por tantas outras responsabilidades, fruto das desigualdades de gênero de nossa sociedade.

4.4.3 Empreendedoras que tem ou não filhos

O gráfico 9, apresenta o percentual das mulheres que tem ou não tem filhos, mostrando que das 30 mulheres entrevistadas, onze (11) ou 36,66% não tem filhos, seguido de (15), ou seja, 50% que tem de 1 a 2 filhos, e (4) ou 13,33%, que tem de 3 a 4 filhos.

Gráfico 9: Percentual das mulheres que tem ou não filhos



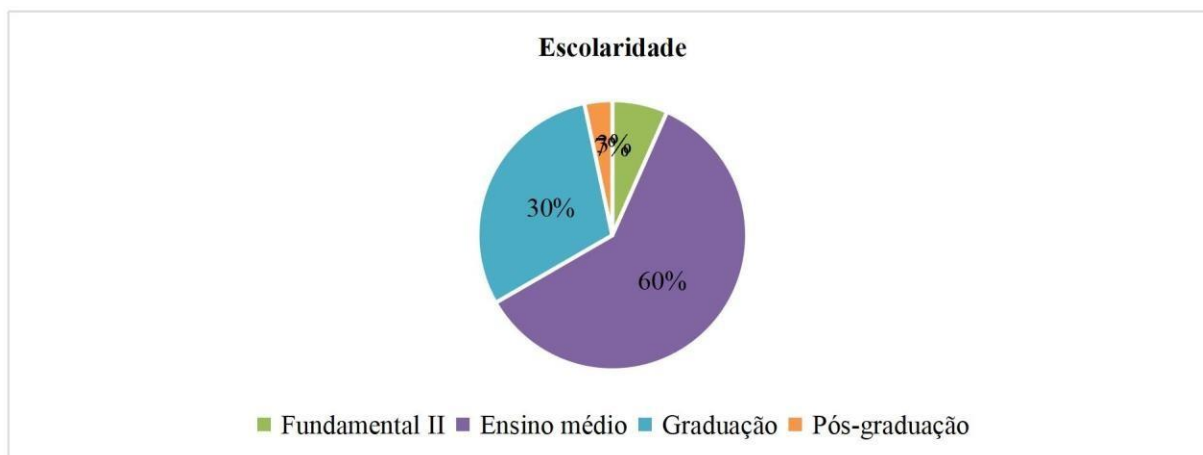
Fonte: Elaboração própria (2024)

Estes dados corroboram com a informação do GEM (2016), que diz que há uma grande parcela de mulheres que apesar de ter que dividir seu tempo entre família e trabalho decidem empreender.

4.4.4 Escolaridade das mulheres empreendedoras

Em relação ao grau de escolaridade das mulheres empreendedoras, é importante destacar que 60% possui o ensino médio, 30% possui graduação; 7% tem apenas o ensino fundamental II e, apenas 3% possui pós-graduação.

Gráfico 10: Percentual segundo o grau de escolaridade



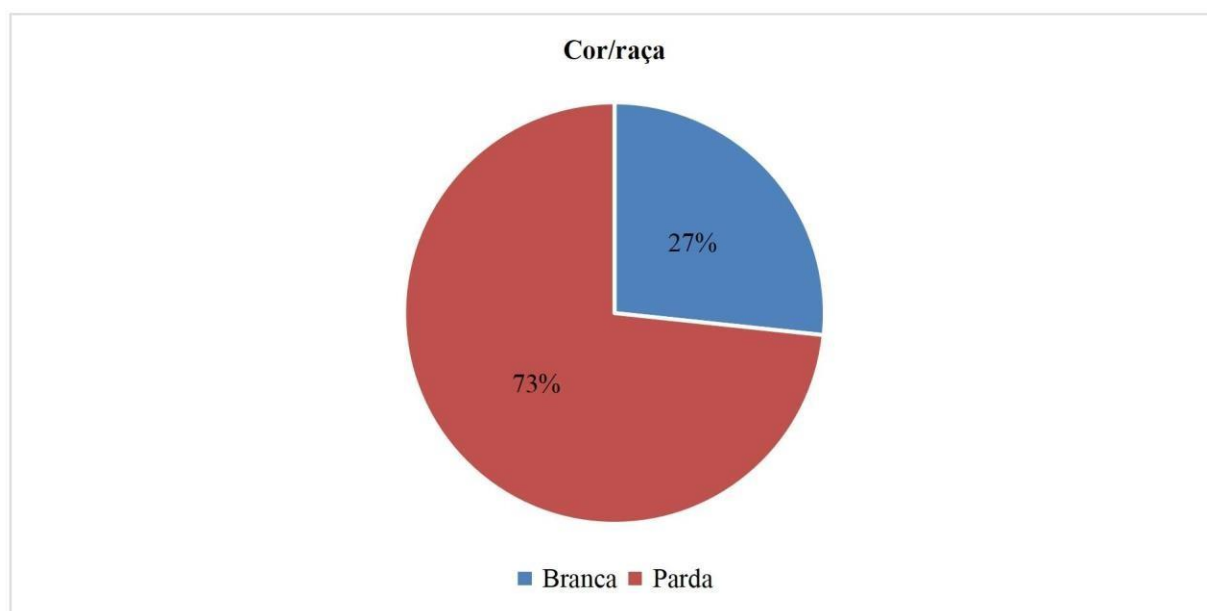
Fonte: Elaboração própria (2024)

Sobre o grau de escolaridade, é importante destacar que as mulheres empreendedoras, geralmente, possuem um nível de instrução maior do que os homens, conforme apontam as pesquisas à nível nacional. Neste trabalho, foi possível observar que o nível predominante é o ensino médio e isto pode estar relacionada a uma série de fatores. Todavia, as mulheres precisam investir mais em suas formações para poderem se destacar no mercado. Existe, hoje, uma diversidade de Programas por parte do governo e de outras instituições renomadas para apoiar, incluir e capacitar as mulheres para gerenciar os seus próprios negócios. Acredita-se que com o conhecimento e a força nata, as mulheres explorarão cada vez mais o seu potencial empreendedor.

4.4.5 Raça/cor das mulheres empreendedoras

No gráfico 11, é possível observar, que a grande maioria das entrevistadas, 73%, se autodeclararam pardas, e o restante, 27%, se declaram brancas. Os dados não mostram a presença de outras raças, o que pode se dar pela pequena amplitude da amostra utilizada neste trabalho.

Gráfico 11: Percentual sobre a raça/cor



Fonte: Elaboração própria (2024)

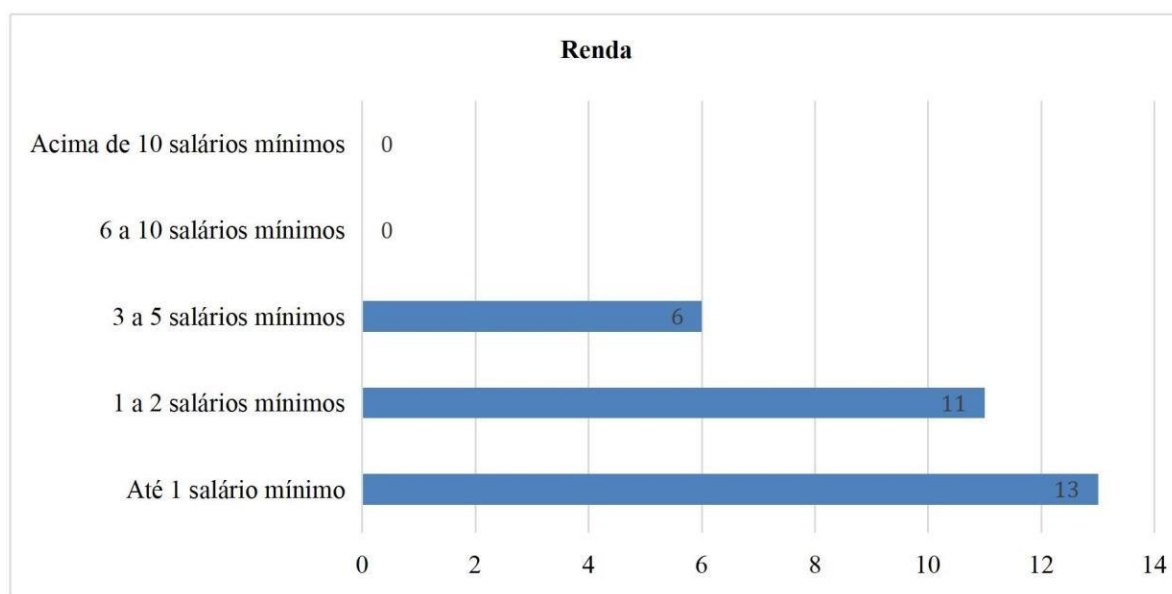
Esses dados chamam atenção pela ausência de mulheres negras, uma vez que a nível nacional, são elas que estão liderando a participação nos empreendimentos femininos na sociedade. Isto acontece porque, historicamente, são elas que tem maior dificuldade de

conseguirem emprego e, muitas vezes, quando conseguem, são subempregos, ou empregos, cujas condições não favorecem uma progressão de carreira. Por estes motivos, visualizam no empreendedorismo, a oportunidade de conquistarem o mercado e, através de seus próprios negócios, suprirem as necessidades da família.

4.4.6 Percentual das rendas das mulheres empreendedoras

Para medir a renda dessas empreendedoras foi utilizado como referência, o salário mínimo atual de 2024, que é R\$1.412,00. A maioria, ou seja, 43%, das entrevistadas, recebe até um salário mínimo de renda mensal, seguido por 36% delas, com rendimento mensal de 1 a 2 salários mínimos, e (6) com renda até 3 a 5 salários mínimos. Ou seja, 80% das entrevistadas situam-se na faixa que vai de 0 até 2 salários mínimos.

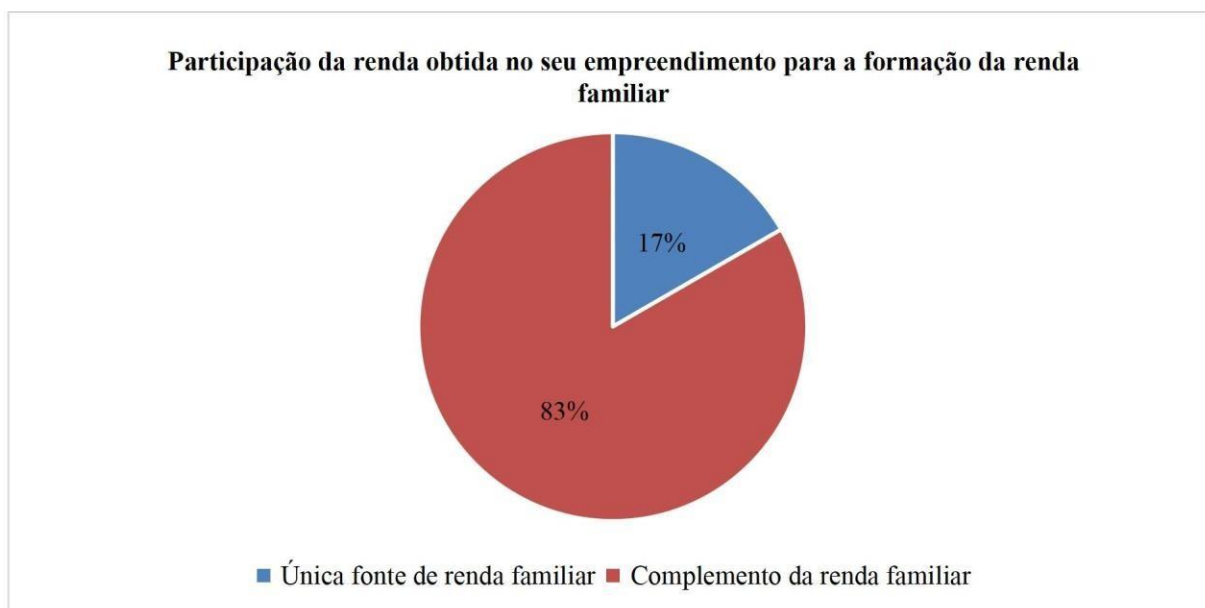
Gráfico 12: Percentual da renda das empreendedoras



Fonte: Elaboração própria (2024).

Dessa forma, percebe-se uma pequena amplitude de renda dos negócios em fomento, o que está alinhado com os dados do IBGE (2022), sobre trabalho e rendimento do Município, que apontam para um salário médio mensal dos trabalhadores formais de R\$ 1,8 mil reais e uma população ocupada de apenas 9,03%.

Gráfico 13: Percentual da participação da renda



Fonte: Elaboração própria (2024).

Conforme pode ser observado no gráfico 13, o desempenho financeiro do negócio está intimamente entrelaçado com a complementação da renda familiar, segundo 83% das empreendedoras entrevistadas. Enquanto isso, 17% extraem de seus negócios, a sua única fonte de renda familiar.

4.5 Características do comportamento da empreendedora

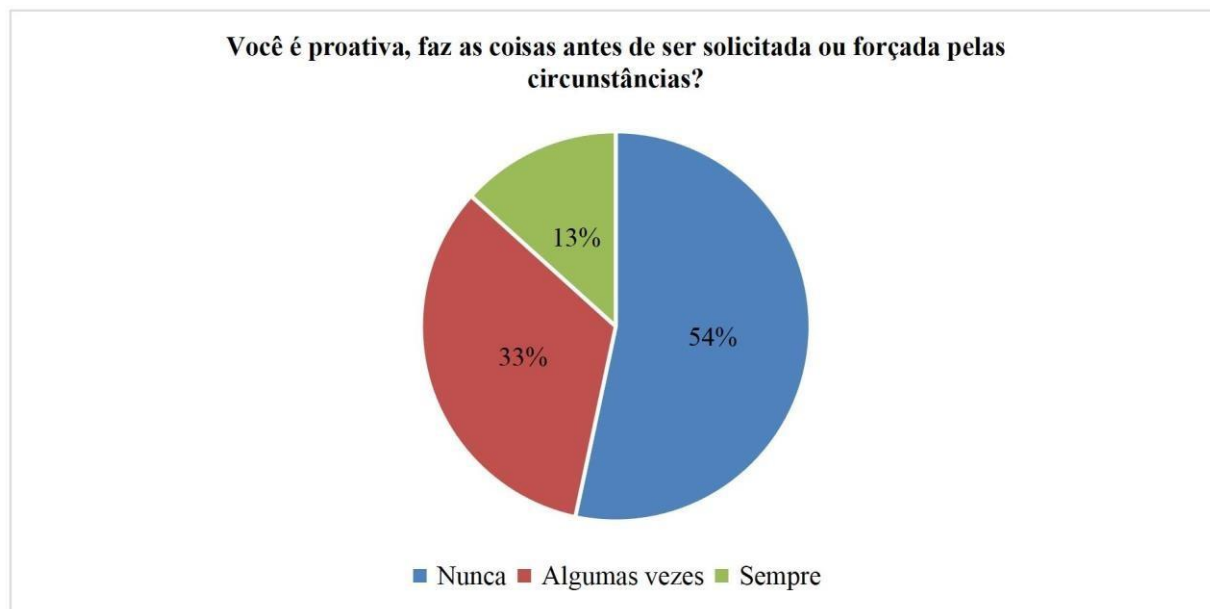
O comportamento empreendedor é marcado pela presença de algumas características que interferem diretamente na postura e na forma de agir daqueles que empreendem. Neste trabalho, foram realizados alguns questionamentos às empreendedoras entrevistadas que vão de encontro às 10 principais características de um empreendedor de sucesso, levantados por McClelland:

4.5.1 Busca de oportunidade e iniciativa

As empreendedoras foram questionadas sobre a sua proatividade, ou seja, sobre a capacidade de fazer as coisas antes de serem solicitadas ou forçadas pelas circunstâncias. Conforme pode ser observado no gráfico 14, 54% das mulheres entrevistadas, responderam

que nunca faz; 33% responderam que faz algumas vezes; e, por fim, 13% responderam que sempre faz.

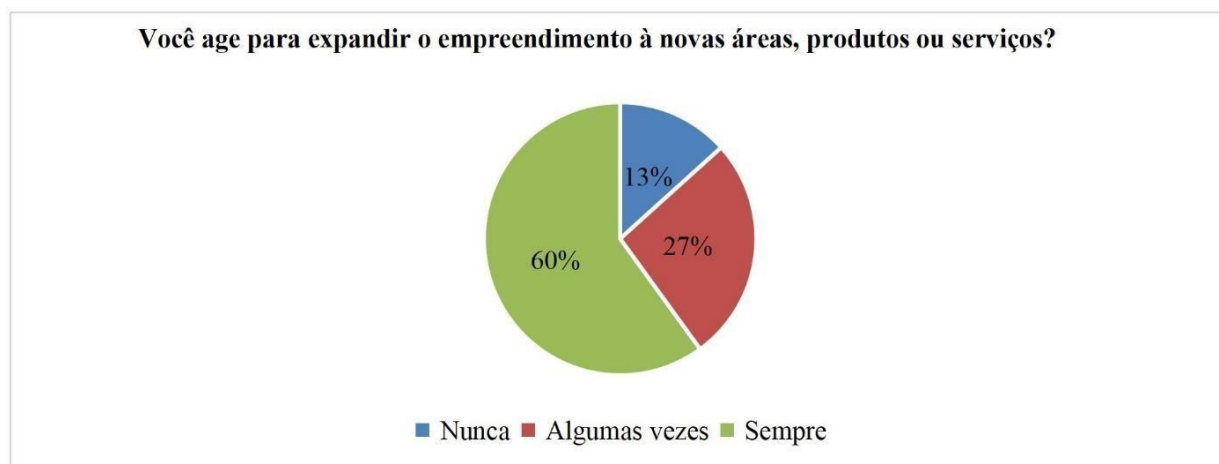
Gráfico 14: Percentual de proatividade - fazer as coisas antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias



Fonte: Elaboração própria (2024).

É importante destacar que as empreendedoras precisam fortalecer esta característica, ter atitudes para se posicionar no mercado, e desenvolver a habilidade de identificar novas oportunidades de negócios, seja expandindo suas atividades para outras áreas, ou ampliando e diferenciando seus produtos e serviços, conforme foi questionado e apresentado no gráfico 15:

Gráfico 15: Percentual de expansão do empreendimento



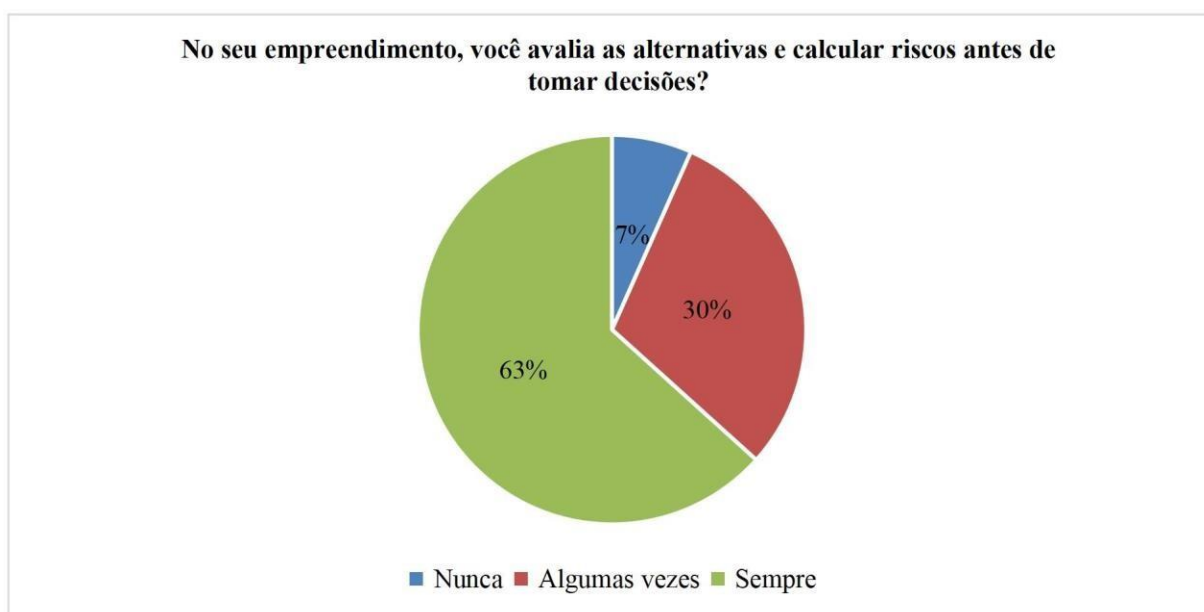
Fonte: Elaboração própria (2024).

No gráfico 15, 60% das empreendedoras entrevistadas responderam que sempre agem para expandir os negócios; 27% responderam que fazem isso algumas vezes; 13% nunca agem com este objetivo.

4.5.2 Correr riscos calculados

Ao questionar se as empreendedoras calculam os riscos antes de realizarem suas escolhas, 63% responderam que sempre agem dessa maneira; 30 % disseram que faz, as vezes, e 7% nunca realizam esta prática, conforme pode ser observado no gráfico 16.

Gráfico 16: Percentual de avaliar as alternativas e calcular riscos



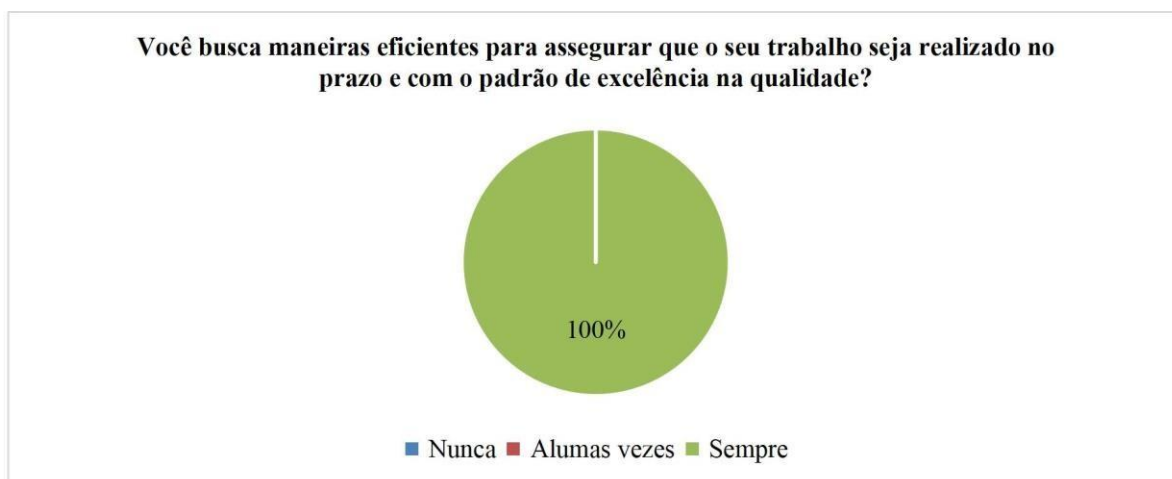
Fonte: Elaboração própria (2024).

Calcular os riscos contribui para as tomadas de decisões de maneira inteligente e, perceber que as mulheres empreendedoras de Serraria-PB, já estão com estas atitudes, mostra interesse em gerenciar os recursos financeiros disponíveis da maneira correta.

4.5.3 Exigência de qualidade e eficiência

Ao questionar se as empreendedoras buscam realizar as suas atividades econômicas, respeitando os prazos e com padrão de excelência, 100% sinalizaram que sempre fazem, o que mostra o entusiasmo das mesmas frente ao mercado onde estão inseridas.

Gráfico 17: Percentual realizar trabalho no prazo e com padrão de excelência



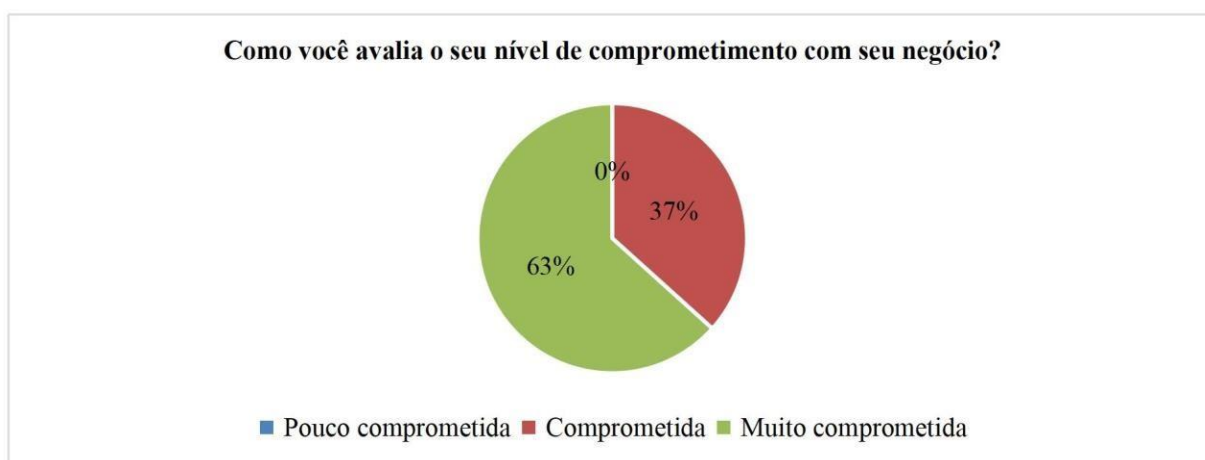
Fonte: Elaboração própria (2024)

A excelência na qualidade precisa ser uma prática aplicada em todos os processos da empresa, pois, além de aumentar a satisfação dos clientes, contribui para o seu crescimento sustentável no mercado.

4.5.4 Comprometimento

No âmbito do empreendedorismo, o comprometimento se destaca como um dos fundamentos essenciais para a edificação de empresas robustas e sustentáveis. Profissionais empreendedores que se mostram comprometidos geralmente demonstram maior resiliência frente a obstáculos e dificuldades, pois têm uma visão bem definida de seus objetivos e metas.

Gráfico 18: Percentual nível de comprometimento com o negócio



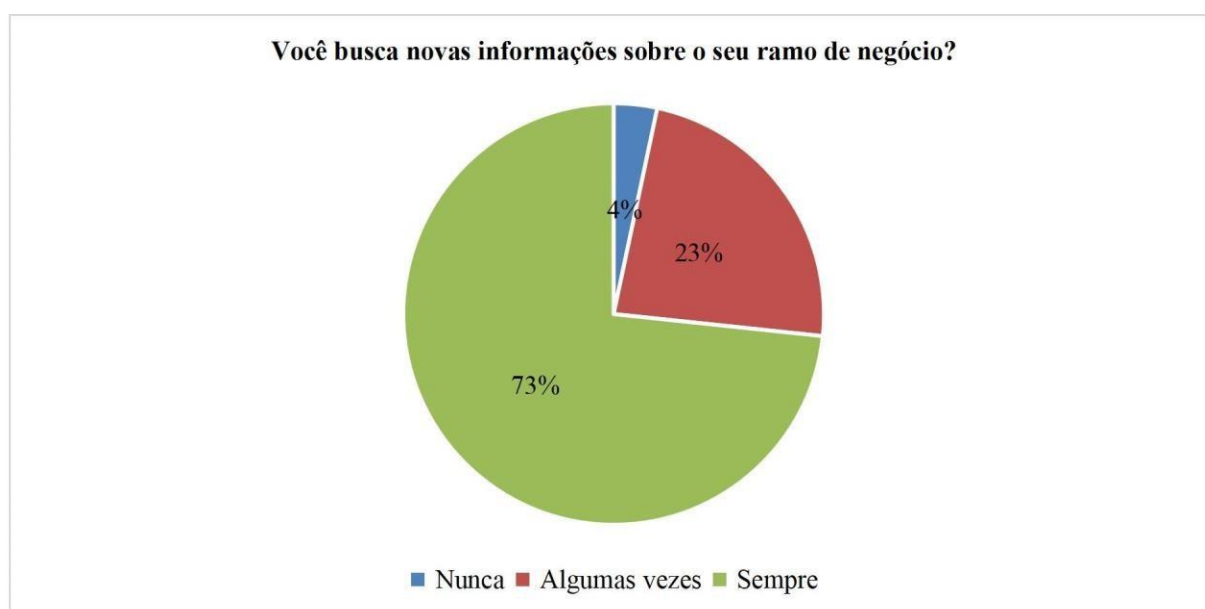
Fonte: Elaboração própria (2024)

Conforme o gráfico 18, ao serem questionadas quanto ao comprometimento com os seus negócios, 63% das empreendedoras entrevistadas afirmam ser muito comprometidas, ao passo que 37% se consideram apenas comprometidas.

4.5.5 Busca de informações

No que tange a busca por novas informações sobre o ramo de negócio, é possível observar que 73% das empreendedoras buscam atualizar-se constantemente, ao passo que 23% delas buscam apenas algumas vezes, e, por último, 4% disseram nunca buscar.

Gráfico 19: Percentual buscar informações sobre o ramo de negócio



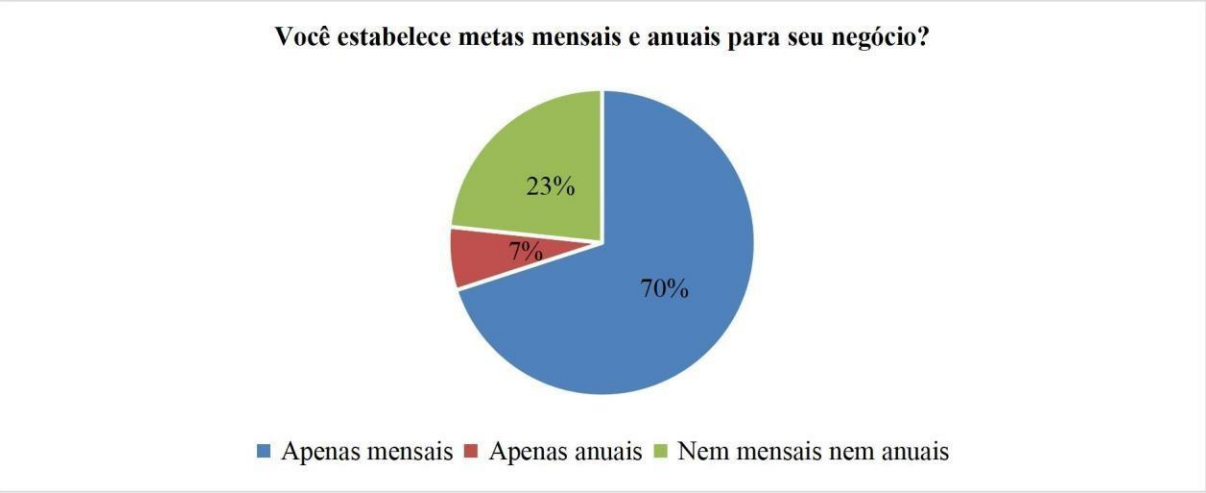
Fonte: Elaboração própria (2024)

É necessário manter-se continuamente atualizado sobre o ramo em que atua, pois irá contribuir para os processos inovadores, para a obtenção de vantagens competitivas, frente aos fornecedores e clientes, além de possibilitar o reconhecimento das oportunidades e desafios, além de permitir a adaptação às transformações do mercado.

4.5.6 Estabelecimento de metas

O gráfico 20 apresenta dados sobre o estabelecimento de metas nos negócios, e a partir da análise, conclui-se uma larga tendência ao estabelecimento de metas mensais, conforme afirmaram 70% das mulheres entrevistadas.

Gráfico 20: Percentual metas mensais e anuais para o negócio



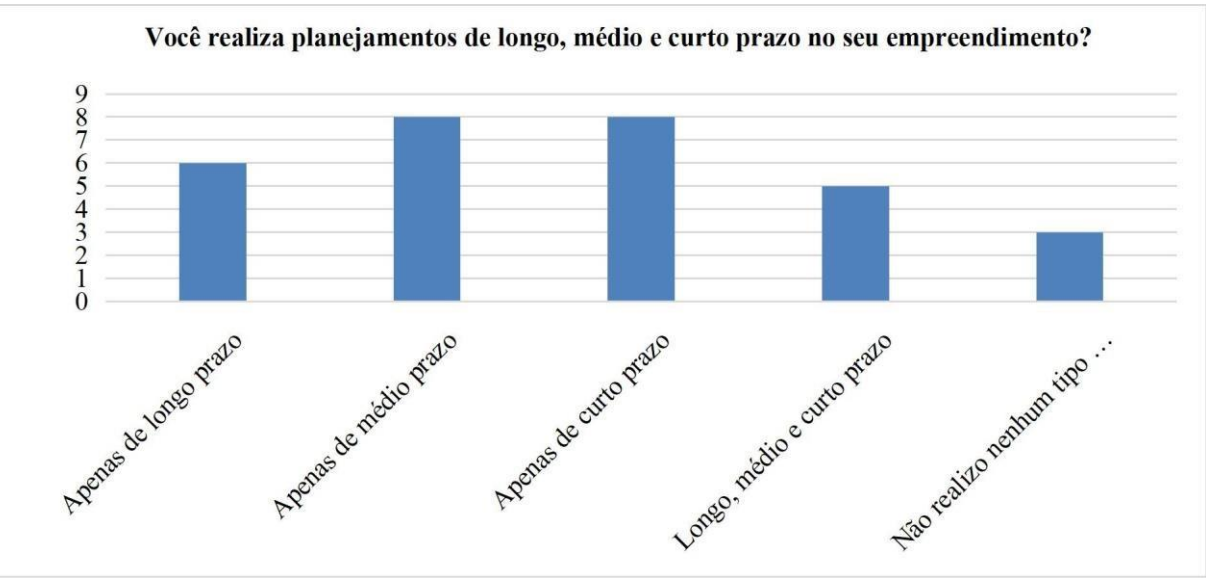
Fonte: Elaboração própria (2024)

Os dados apresentados apontam para uma administração diária do negócio, ao passo que se observa que apenas 7% das entrevistadas possuem metas anuais e, 23% não se planejam mensalmente e tão pouco anualmente.

4.5.7 Planejamento e monitoramento sistemático

A elaboração de um bom planejamento é crucial para o êxito de qualquer empreendimento. Ele deve acontecer de maneira contínua, a curto, médio e longo prazo.

Gráfico 21: Percentual planejamentos de longo, médio e curto prazo



Fonte: Elaboração própria (2024)

No gráfico 21, é possível observar que 90% afirmam realizar algum tipo de planejamento, seja de curto, médio ou longo prazo. Todavia, é importante ressaltar que sozinho, o planejamento não apresenta eficácia, pois necessita das outras etapas que fecham o ciclo, ou seja, o monitoramento, a avaliação e a ação corretiva.

4.5.8 Persuasão e redes de contato

Observa-se no gráfico 22, que mais de 50% das entrevistadas utilizam estratégias para influenciar os clientes no seu negócio, ao passo que 30% o fazem algumas vezes, e 17% relataram nunca fazer.

Gráfico 22: Percentual para utilizar estratégias para influenciar ou outros



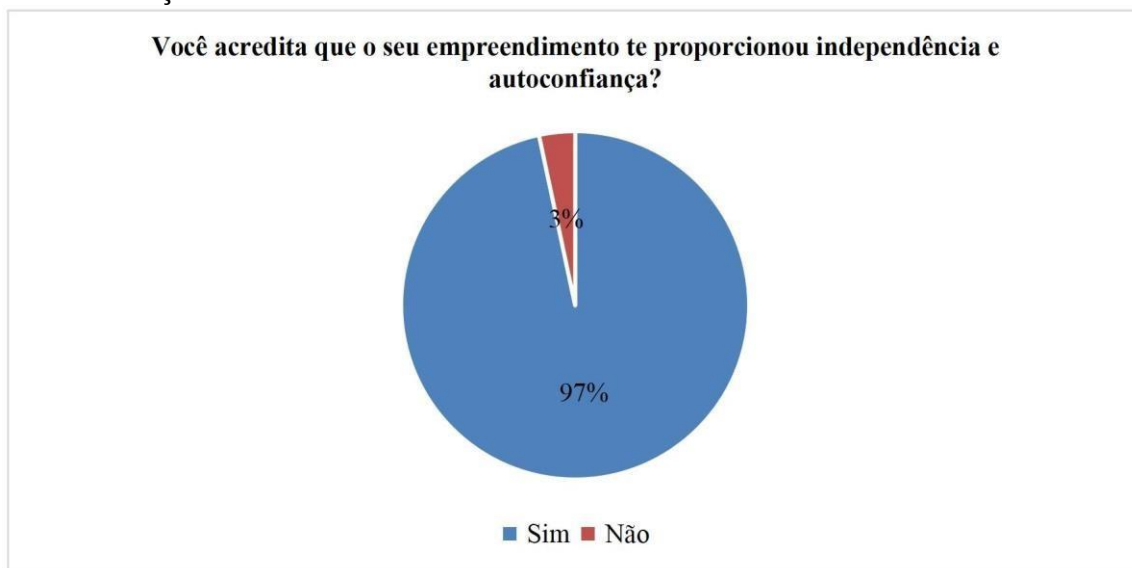
Fonte: Elaboração própria (2024)

Possuir essa característica é extremamente importante para quem empreende, pois permite persuadir os outros para que apoiem os seus projetos, sejam eles clientes, fornecedores, ou outros.

4.5.9 Independência e autoconfiança

É possível observar no gráfico 23, que 97% das mulheres entrevistadas acreditam que seu empreendimento as proporcionou independência e autoconfiança, ao passo que 3% afirmaram não ter sofrido nenhum impacto em relação a esses critérios.

Gráfico 23: Percentual em acreditar que o empreendimento proporcionou independência e autoconfiança



Fonte: Elaboração própria (2024)

Possuir essas características é fundamental para enfrentar os desafios apresentados, constantemente pelo mercado, principalmente para as mulheres, cujo potencial é, por vezes, desacreditado pela sociedade.

4.6 Perspectivas do empreendedorismo feminino em Serraria- PB

Após analisar as motivações, características e desafios do empreendedorismo feminino no Município de Serraria- PB, é possível concluir que as perspectivas são bastante positivas. As mulheres têm conquistado um espaço cada vez maior no mercado de trabalho, impactando de maneira positiva os aspectos econômicos e sociais da sociedade.

Este cenário no Município estudado, assim como em todo o Brasil, é de crescimento, haja vista, que as mulheres estão buscando empreender de forma efetiva, por oportunidade, inclusive, ampliando a oferta de seus produtos e serviços para outras áreas.

Nos últimos tempos, também tem se observado, a quantidade crescente de Programas para inclusão, capacitação, treinamento e fortalecimento das mulheres na gestão dos seus próprios negócios, através de várias instituições e organizações, como o próprio Governo, através de suas Secretarias, ao lançar como exemplo, o Programa Estratégias Elas Empreendem; o Programa Mulheres Mil; o PRONAF Mulher; além do SEBRAE, com o Programa SEBRAE Delas; o SENAR, com o Programa Mulheres em Campo, entre tantos outros, que vão surgindo para apoiar e tornar sustentável os empreendimentos femininos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino no Brasil vem conquistando um espaço cada vez mais maior, dada a iniciativa e luta das mulheres, ao longo dos anos, para a redução das desigualdades de gênero na sociedade, e, principalmente no mercado de trabalho. Essa luta ganha força expressiva com o apoio de tantas instituições públicas e privadas, que vão lançando cursos, treinamentos, capacitações, eventos e materiais que possam contribuir para a sustentabilidade dos empreendimentos femininos presentes e futuros.

No Município de Serraria-PB, essa realidade se reproduz e, mesmo diante de uma série de desafios que ainda existem, há uma perspectiva de crescimento otimista no mercado, já que muitas mulheres que decidiram empreender, já vem experimentando uma transformação significativa em suas vidas e de seus familiares.

Este trabalho envolveu trinta empreendedoras que atuam de maneira formal e informal, em diversos tipos de negócios, englobando os setores de comércio e serviços. O objetivo foi analisar as características do empreendedorismo feminino no Município de Serraria- PB, através da identificação e compreensão das motivações, desafios e perspectivas encontradas pelas mulheres que decidiram empreender.

Durante a pesquisa houveram algumas limitações, como por exemplo, o fato de não haver um registro do número exato de empreendedoras no Município, além da dificuldade em agendar horários para realização das entrevistas, devido o escasso tempo livre delas. Por estes motivos, a amostra foi de apenas 30 mulheres empreendedoras, sendo 15 de de negócios formais e 15 de negócios informais.

Com a realização desse estudo, foi possível afirmar que as mulheres empreendedoras em Serraria-PB, têm as características levantadas por McClelland e publicadas pelo SEBRAE, para serem reconhecidas como empreendedoras de sucesso. Observou-se que a informalidade não impacta de forma direta o perfil empreendedor, uma vez que as participantes da pesquisa, mesmo operando informalmente, demonstram as qualidades requeridas para essa classificação.

Como propostas para investigações futuras, sugere-se uma análise das motivações do empreendedorismo feminino em setores e nichos específicos de mercado. Além disso, seria interessante relacionar as características empreendedoras mencionadas neste estudo, fazendo uma comparação entre o estilo de gestão feminina e masculina no contexto do empreendedorismo. Por fim, pode-se realizar uma análise histórica sobre os desafios enfrentados pelas mulheres no ambiente empreendedor.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**, 2011. Pesquisa (Administração)- Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI). São Paulo 2011.
- BARON, R A & SHANE, S.A, **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo, Cengage Learning, 2011.
- BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2ª. Ed. São Paulo (SP): Saraiva, 2007
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, Jose. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 8. ed. São Paulo: Empreende, 2021.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo para Visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Ltc-Grupo Gen, 2013
- FERNANDES, J. A. T.; CAMPOS, F. de; SILVA, M. O. da. (2013). **Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender**. Contribuciones a las Ciencias Sociales, junho de 2013. Disponível em: Acesso em: 29 de abr. 2024.
- FONSECA, J.J.S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2022. Apostila.
- GARTNER, W.B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. **Academy of Management Review**. p.696-706. October 1985.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, v. 4, n. 61, 2002.
- GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzka; SILVEIRA, Amélia. **Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas**. Revista de Administração FACES, Belo Horizonte, v. 7, n. 3, p. 124-138, Jul/Set 2008.
- HISRIC, Robert D. et al. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: Amgh Editora, 2014.
- IBGE – instituto brasileiro de geografia e estatística. **População**. Serraria, 2022. Acesso em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/serraria/panorama> > Acesso em 11 de outubro de 2024
- MAI, Antonio Fernando. **O perfil do empreendedor versus a mortalidade das**

micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES. 2006, 187 p. Dissertação (Mestrado). FUCEPE, Vitória, 2006.

MACHADO, H. V.; ST CYR, L.; MIONE. A.; ALVES, M. C. M. **O processo de criação de empresas por mulheres.** RAE-eletrônica. V. 2, n. 2, 2003. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v2n2/v2n2a07> >. Acesso em: 1 mar. 2016.

MATTAR, FauzeNajib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento.** v. 1. São Paulo: Atlas, 1997.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo: Despertando a Atitude Empreendedora.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SAMPAIO, Nathalia karolyna. **Empreendedorismo feminino: um estudo sobre a relevância de empreender.** V.1n1p2-8. Disponível em:< <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/378>>. Acesso em: 29 abr. 2024.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino como tendência de negócios. 2019. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/2021/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf Acesso em: 03 de maio de 2024.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?** Disponível em <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD> Acesso em 9 de abr. 2024

APÊNDECE

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA- UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
ORIENTADORA: REJANE FERREIRA
ORIENTANDA: EVELLY ANDINA

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE SERRARIA – PB:
CARACTERÍSTICAS, MOTIVAÇÕES, DESAFIOS E PERSPECTIVAS

QUESTIONÁRIO

(A ser Aplicado às Empreendedoras)

PARTE I IDENTIFICAÇÃO E CONTEXTO HISTÓRICO DO EMPREENDIMENTO
1. Qual o nome fantasia do empreendimento?
2. Qual o ano de fundação?
3. Como se deu o processo de abertura?
4. De quem foi a ideia?
5. Quais foram os parceiros e apoiadores iniciais?
6.. O que te motivou a abrir o seu próprio negócio? ☐ Conciliar trabalho e família ☐ Independência financeira/Ser minha própria chefe ☐ Complementar renda ☐ Insatisfação com o emprego anterior ☐ Falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho ☐ Negócio de família/Seguir a tradição familiar ☐ Obter experiência ☐ Identifiquei uma boa oportunidade de negócio ☐ Outros: _____
7. Qual a origem do seu capital inicial, ou seja, de onde foi obtido recursos financeiros para iniciar seu empreendimento (compra de matéria-prima, pagamento de documentos, etc.)? ☐ Economias pessoais ☐ Empréstimos bancários ☐ Empréstimos de familiares/amigos ☐ Seguro desemprego/fundo de garantia ☐ Outros: _____
8. Você já sofreu alguma dificuldade na sua trajetória como empreendedora por ser mulher? ☐ Sim ☐ Não Poderia apresentar algum relato?
9. Dentre as alternativas abaixo, assinale outros obstáculos que você enfrenta ou já precisou enfrentar estando a frente de um negócio (você pode assinalar mais de uma opção).

☐ Falta de apoio da família/amigos ☐ Falta de apoio do governo (burocracia, impostos altos) ☐ Conciliar o negócio com tarefas extras (afazeres domésticos, estudos) ☐ Desempenho financeiro ☐ Constante medo do fracasso ☐ Idade ☐ Dificuldade para conseguir crédito junto às instituições financeiras ☐ Preconceito étnico/racial ☐ Concorrência do mercado ☐ Inexperiência/Falta de conhecimento ☐ Outros: _____
--

PARTE II CARACTERIZAÇÃO ATUAL DO EMPREENDIMENTO
10. Qual o ramo de atividade do empreendimento? ☐ Vestuário e moda em geral ☐ Estética e saúde ☐ Beleza (Produtos de maquiagem e cuidado pessoal) ☐ Supermercadista ☐ Artesanato ☐ Alimentício (Lanchonetes, acaiterias, bares e restaurantes) ☐ Confeitaria ☐ Comercio de utilidades em geral ☐ Outros: _____
11. Por que escolheu esse ramo?
12. Qual a situação cadastral do seu empreendimento? ☐ MEI (Microempreendedor Individual - Faturamento de até R\$ 81 mil anual); ☐ ME (Microempresa - Faturamento de até R\$ 360 mil anual); ☐ EPP (Empresa de pequeno porte - Faturamento de até R\$ 4,8 milhões por ano); ☐ Informal, Não possui CNPJ.
13. Seu empreendimento atualmente é? ☐ Somente virtual ☐ Somente físico ☐ Virtual e físico
14. Como você classifica a participação da renda obtida no seu empreendimento para a formação da renda familiar? ☐ Única fonte de renda familiar ☐ Complemento da renda familiar

PARTE III PERFIL DA EMPREENDEDORA
15. Qual a sua idade? ☐ Inferior a 18 anos ☐ 18 a 25 anos ☐ 26 a 35 anos ☐ 36 a 50 anos ☐ Superior a 50 anos
16. Estado Civil: ☐ Solteira

☐ Casada/União estável ☐ Divorciada/Separada ☐ Viúva
17. Escolaridade: ☐ Analfabeta ☐ Ensino fundamental I (1º ao 5ºano) ☐ Ensino fundamental II (6º ao 9ºano) ☐ Ensino médio ☐ Graduação ☐ Pós-Graduação (Especialização;Mestrado; Doutorado)
18. Cor/Raça: ☐ Branca ☐ Negra ☐ Parda ☐ Indígena ☐ Amarelo
19. Possui filhos? ☐ Não ☐ 1 a 2 filhos ☐ 3 a 4 filhos ☐ Mais de 5 filhos
20.Renda: ☐ Até 1 salário mínimo ☐ De 1 a 2 salários mínimos ☐ 3 a 5 salários mínimos ☐ 6 a 10 salários mínimos ☐ Mais de 10 salários mínimos

PARTE IV
CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO DA EMPREENDEDORA

21. Você faz as coisas antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias? ☐ Nunca ☐ Raramente ☐ Algumas vezes ☐ Quase sempre ☐ Sempre
22. Você age para expandir o empreendimento à novas áreas, produtos ou serviços? ☐ Nunca ☐ Raramente ☐ Algumas vezes ☐ Quase sempre ☐ Sempre
23. No seu empreendimento, você avalia as alternativas e calcula riscos antes de tomar decisões? ☐ Nunca ☐ Raramente ☐ Algumas vezes ☐ Quase sempre ☐ Sempre

24. No desenvolvimento de suas atividades você age para reduzir riscos ou controlar resultados? () Nunca () Raramente () Algumas vezes () Quase sempre () Sempre
25. Você busca maneiras eficientes para assegurar que o seu trabalho seja realizado no prazo e com o padrão de excelência na qualidade? () Nunca () Raramente () Algumas vezes () Quase sempre () Sempre
26. Como você classifica o seu nível de exigência com a qualidade e eficiência do seu negócio? () Baixo () Médio () Alto
27. Como você avalia o seu nível de comprometimento com seu negocio? () Pouco comprometida () Comprometida () Muito comprometida
28. Você busca novas informações sobre o seu ramo de negócio? () Nunca () Raramente () Algumas vezes () Quase sempre () Sempre
29. Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores ou concorrentes? () Nunca () Raramente () Algumas vezes () Quase sempre () Sempre
30. Você estabelece metas desafiantes no seu empreendimento? () Nunca () Raramente () Algumas vezes () Quase sempre () Sempre
31. Você estabelece metas mensais e anuais para seu negocio? () Apenas mensais () Apenas anuais () Nem mensais nem anuais
32. Você realiza planejamentos de longo, médio e curto prazo no seu empreendimento? () Apenas de longo prazo () Apenas de médio prazo

☐ Apenas de curto prazo ☐ De longo, médio e curto prazo ☐ Não realizo nenhum tipo de planejamento
33. Você realiza registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões? ☐ Nunca ☐ Raramente ☐ Algumas vezes ☐ Quase sempre ☐ Sempre
34. Você utiliza estratégias para influenciar os outros? ☐ Nunca ☐ Raramente ☐ Algumas vezes ☐ Quase sempre ☐ Sempre
35. Qual estratégia de venda você acha mais eficaz para influenciar a decisão do cliente ? ☐ Promoção ☐ Combos ☐ Lives de vendas ☐ Sorteios ☐ Outros: _____
36. Você acredita que o seu empreendimento te proporcionou independência e autoconfiança? ☐ Sim ☐ Não