

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

EVELYN MARTINS MORENO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil, características e motivações das
empreendedoras do município de São Luís - Maranhão

São Luís
2020

EVELYN MARTINS MORENO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil, características e motivações das
empreendedoras do município de São Luís - Maranhão

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Orientador: Tadeu Gomes Teixeira

São Luís

2020

Moreno, Evelyn Martins.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil, características e motivações das empreendedoras do município de São Luís - Maranhão / Evelyn Martins Moreno. – 2020.
36 f.

Orientador(a): Tadeu Gomes Teixeira.
Monografia (Graduação) - Curso de Administração,
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Perfil. 3. Características. I. Teixeira, Tadeu Gomes. II. Título.

EVELYN MARTINS MORENO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil, características e motivações das
empreendedoras do município de São Luís - Maranhão

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Aprovado em: / /2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Tadeu Gomes Teixeira (orientador)

Dr. em Ciências Sociais

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Ademir da Rosa Martins

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

Prof^a. Rosangela Maria Guimaraes Rosa

Dr^a. em Saúde Pública

Universidade Federal do Maranhão

Dedico este trabalho especialmente às pessoas que possibilitaram a mim a melhor educação possível: meus pais, Benedito e Maria. Sou grata por todo amor e dedicação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar aos meus pais, Benedito e Maria, que sempre me incentivaram a buscar os melhores caminhos para minha vida, que sempre batalharam para que tivesse uma vida confortável, um bom ensino e que trilhasse em busca dos meus sonhos. A todos os meus familiares que sempre me incentivaram e torceram por mim, em especial, a minha avó, Maria José, e à minha madrinha Lenir, que também foram essenciais para que me tornasse a mulher que sou hoje.

Ao meu melhor amigo e companheiro, Asan Kaid, que sempre me deu apoio, independente das minhas escolhas. Ao meu irmão caçula, Nadson, e meus primos, Fabio e Virlainne, que sempre me incentivaram em momentos de desânimo, e que me proporcionaram momentos de distração sempre que necessário.

Aos amigos que pude conhecer ao longo do curso, com quem compartilhei conversas, conhecimentos acadêmicos e também boas risadas, em especial, Jéssica França, Larissa Monroe, Mateus Góes e Samuel do Prado. Muito obrigada pelo companheirismo e por toda ajuda que me proporcionaram ao longo desses 5 anos.

Agradeço também aos amigos que a vida pôde me proporcionar. Às minhas amigas de infância, Emily e Thaynara, e aos amigos que estão comigo desde a época do ensino fundamental e médio, Adriana, Andressa, Matheus Mota, Marcos Felipe, Pierre, Phablo Enryck e Valéria. Obrigada por permanecerem ao meu lado mesmo com todas as situações pelas quais já passamos juntos.

Agradeço também ao meu orientador, Tadeu Teixeira, que foi fundamental para que para que esse trabalho fosse concretizado. Agradeço imensamente pela sua dedicação, paciência e ao suporte que pôde me proporcionar.

Agradeço também ao corpo docente do curso de Administração e à Universidade Federal do Maranhão, por terem me proporcionado não só momentos de alegrias, descobertas, aprendizado, crescimento, como também momentos de frustrações e decepções, que cooperaram para meu amadurecimento como pessoa e como profissional.

Meu mais sincero, muito obrigada!

“Algumas mulheres escolhem por seguir homens e outras, por outro lado, escolhem seguir os seus sonhos. Se você não sabe para qual lado ir, lembre-se que sua carreira nunca acordará num dia e dirá que não te ama mais.”

Lady Gaga, 2010

RESUMO

A presença da mulher no empreendedorismo vem crescendo a cada ano. Estima-se que atualmente, o Brasil conta com cerca de 24 milhões de mulheres à frente de uma atividade empreendedora, seja na criação ou na manutenção de um negócio. Desta forma, objetiva-se neste estudo identificar e descrever o perfil, motivações e características das mulheres empreendedoras do município de São Luís - Maranhão. Para tanto, foi realizada a aplicação de questionários a 72 mulheres empreendedoras da região acima citada, utilizando da abordagem quantitativa, sendo os dados analisados por meio de estatística descritiva. Desse modo, concluiu-se que o perfil da empreendedora ludovicense é composto principalmente por mulheres jovens, solteiras e em grande maioria sem filhos, com alto nível de escolaridade, que apresentam motivações relacionadas principalmente à percepção de oportunidades no mercado. Concluiu-se também que apesar de possuírem características empreendedoras, conforme traçado por Dornelas (2007), principalmente no que se refere à atenção às oportunidades, liderança, comprometimento e determinação, as mesmas ainda demonstram certo temor à riscos, entretanto, buscam contornar as adversidades da melhor forma.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Perfil empreendedor; Características.

ABSTRACT

The presence of women in entrepreneurship has been growing every year. It is estimated that currently, Brazil has about 24 million women at the head of an entrepreneurial activity, whether in the creation or maintenance of a business. Thus, the objective of this study is to identify and describe the profile, motivations and characteristics of women entrepreneurs in the municipality of São Luís - Maranhão. To this end, questionnaires were applied to 72 women entrepreneurs from the above-mentioned region, using a quantitative approach, and the data was analyzed using descriptive statistics. So, it was concluded that the profile of the women entrepreneur in São Luís is mainly composed of young women, single and mostly childless, with a high level of education, who present motivations mainly related to the perception of opportunities in the market. It was also concluded that although they have entrepreneurial characteristics, as outlined by Dornelas (2007), especially with regard to attention to opportunities, leadership, commitment, and determination, they still demonstrate a certain fear of risk, however, they seek to circumvent adversities in the best way.

Keywords: Female Entrepreneurship; Entrepreneurial Profile; Characteristics.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais características empreendedoras	15
Quadro 2 - Autoavaliação do perfil empreendedor	24

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 : Características sociodemográficas.....	20
Tabela 2: Características das empresas	21

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ramo de atividade.....	21
Gráfico 2 - Razões para abertura da empresa.....	22
Gráfico 3 - Dificuldades/obstáculos para as mulheres empreendedoras	23

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	Empreendedorismo.....	14
2.2	Empreendedorismo Feminino	15
2.2.1	<i>O perfil das empreendedoras brasileiras.....</i>	<i>17</i>
2.3	Motivação empreendedora: uma aproximação conceitual	18
3	METODOLOGIA.....	19
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	20
4.1	Sobre as empreendedoras e seus negócios	20
4.2	Motivações e dificuldades.....	22
4.3	Autoavaliação do perfil empreendedor	24
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
	NOTAS EXPLICATIVAS	28
	REFERÊNCIAS.....	28
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	33

EMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil, características e motivações das empreendedoras do município de São Luís - Maranhão

Evelyn Martins Moreno*
Tadeu Gomes Teixeira†

Resumo: A presença da mulher no empreendedorismo vem crescendo a cada ano. Estima-se que atualmente, o Brasil conta com cerca de 24 milhões de mulheres à frente de uma atividade empreendedora, seja na criação ou na manutenção de um negócio. Desta forma, objetiva-se neste estudo identificar e descrever o perfil, motivações e características das mulheres empreendedoras do município de São Luís - Maranhão. Para tanto, foi realizada a aplicação de questionários a 72 mulheres empreendedoras da região acima citada, utilizando da abordagem quantitativa, sendo os dados analisados por meio de estatística descritiva. Desse modo, concluiu-se que o perfil da empreendedora ludovicense é composto principalmente por mulheres jovens, solteiras e em grande maioria sem filhos, com alto nível de escolaridade, que apresentam motivações relacionadas principalmente à percepção de oportunidades no mercado. Concluiu-se também que apesar de possuírem características empreendedoras, conforme traçado por Dornelas (2007), principalmente no que se refere à atenção às oportunidades, liderança, comprometimento e determinação, as mesmas ainda demonstram certo temor à riscos, entretanto, buscam contornar as adversidades da melhor forma.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Perfil empreendedor; Características.

Abstract: The presence of women in entrepreneurship has been growing every year. It is estimated that currently, Brazil has about 24 million women at the head of an entrepreneurial activity, whether in the creation or maintenance of a business. Thus, the objective of this study is to identify and describe the profile, motivations and characteristics of women entrepreneurs in the municipality of São Luís - Maranhão. To this end, questionnaires were applied to 72 women entrepreneurs from the above-mentioned region, using a quantitative approach, and the data was analyzed using descriptive statistics. So, it was concluded that the profile of the women entrepreneur in São Luís is mainly composed of young women, single and mostly childless, with a high level of education, who present motivations mainly related to the perception of opportunities in the market. It was also concluded that although they have entrepreneurial characteristics, as outlined by Dornelas (2007), especially with regard to attention to opportunities, leadership, commitment, and determination, they still demonstrate a certain fear of risk, however, they seek to circumvent adversities in the best way.

Keywords: Female Entrepreneurship; Entrepreneurial profile; Characteristics.

1 INTRODUÇÃO

A ação empreendedora contribui para o desenvolvimento da sociedade, introduzindo inovações, desenvolvendo novas tecnologias, criando novos produtos e serviços para o mercado, além de também contribuir para a geração de empregos. E por esse motivo, o empreendedorismo tem ganhado cada vez mais visibilidade no cenário brasileiro.

Desde 2002 o número de empreendedores, tanto em estágio inicial (TEA)¹, quanto estabelecidos (TEE)², tem crescido significativamente, e esse crescimento pode ser justificado pelo contexto econômico e social pelo qual o país tem passado nos últimos anos, que, apesar da retomada da economia e do otimismo no meio empresarial e financeiro, ainda demonstra uma tímida redução nas taxas de desemprego, mantendo incertezas sobre as opções de ocupação e obtenção de renda para a população, levando muitas pessoas em busca de realizar atividades autônomas para obter ou complementar renda (GEM, 2010).

De acordo com os dados obtidos pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) no ano de 2019, estima-se que cerca de 53,5 milhões de brasileiros, entre 18 a 64 anos, estejam à

* Aluno(a) do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 09/12/2020, na cidade de São Luís/MA. Endereço eletrônico para contato: [evelynmrn24@gmail.com];

† Professor(a) Orientador(a). Dr. em Administração. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: [tadeu.teixeira@ufma.br]

frente de alguma atividade empreendedora, seja na criação ou na manutenção de um negócio. E estima-se que desse total, 24 milhões sejam mulheres (SEBRAE, 2019).

De acordo com Natividade (2009), os dados obtidos pelo GEM desde o ano de 2000 demonstram o crescimento da participação feminina no espaço empreendedor. Esta crescente atuação da mulher na economia do país pode ser justificada pelo fato de que muitas atualmente se encontram na condição de chefes de domicílio, no qual, independente do meio em que vivem e perante a precariedade dos espaços profissionais, buscam se empenhar em atividades autônomas, pela necessidade de gerar renda para sustento próprio e de sua família.

Embora a taxa de empreendedorismo feminino ainda seja inferior à taxa de empreendedorismo masculino, o Brasil está entre os países participantes do GEM que possuem uma das mais altas taxas de participação das mulheres em atividades empreendedoras. Em 2018, foi considerada a sétima maior proporção entre os 49 países pesquisados, enquanto no ano de 2017 foi considerada a terceira maior proporção entre 54 países. (SEBRAE, 2019).

A importância do empreendedorismo feminino gira em torno da sua contribuição na economia, gerando, através da abertura de novas empresas, empregos não somente para si mesmo, mas também a terceiros. Além disso, o empreendedorismo permite à mulher uma maior independência e a possibilidade de ser protagonista de sua própria história.

Por meio do que foi apresentado, confirma-se que as mulheres estão conquistando cada vez mais seu espaço no mercado, entretanto, ainda encaram muitas dificuldades na criação ou manutenção de seus negócios, alguns obstáculos comuns a qualquer empreendedor, e outros impostos exclusivamente por seu gênero.

Apesar de ser visto como um tema ainda jovem, tendo maior desenvolvimento apenas a partir da década de 1990 (GOMES, 2010), a pesquisa voltada para o Empreendedorismo feminino tem se tornado um assunto que tem chamado cada vez mais atenção no mundo acadêmico.

A escolha deste tema pode ser justificada devido à crescente participação da mulher na economia, que por meio do empreendedorismo permite a geração de emprego e renda. Além disso, torna-se necessário conhecer o perfil e as características destas mulheres, assim como os fatores que as levaram a optar por iniciar um negócio próprio.

Com o intuito de compreender melhor o cenário do empreendedorismo feminino no município de São Luís – Maranhão, o presente estudo tem como objetivo geral identificar o perfil das mulheres donas de negócios do município de São Luís.

Como objetivos específicos, a pesquisa busca descrever o perfil das empresas gerenciadas por essas mulheres, identificar as razões que levaram estas mulheres a optarem pelo empreendedorismo assim como busca, também, identificar os obstáculos enfrentados por elas e, por fim, identificar a percepção das empreendedoras ludovicenses frente às características constantemente ligadas ao indivíduo empreendedor.

Para alcançar os objetivos da pesquisa, foram tabulados dados de 72 questionários enviados às empreendedoras no primeiro semestre de 2020, sendo estes analisados por meio de estatística descritiva.

O trabalho está dividido em 3 seções. Na sequência, faz-se uma breve contextualização acerca do empreendedorismo, abordando sua origem e as características dadas ao longo dos anos por diversos autores. Também é realizada uma breve contextualização a respeito da situação da mulher no cenário empreendedor. E por fim, através da análise quantitativa, são apresentados os resultados obtidos acerca do perfil, motivações, dificuldades e características das empreendedoras ludovicenses.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo origina-se a partir do neologismo que deriva da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, que é utilizado para designar os estudos referentes ao empreendedor, como sua origem, perfil, universo de atuação, entre outros (DOLABELA, 2008). Alguns estudiosos creditam Marco Polo como um dos primeiros exemplos de definição de empreendedorismo, quando este tentou estabelecer uma rota comercial para o oriente, assinando um contrato com um homem que possuía dinheiro - que hoje pode ser definido como capitalista - para vender seus produtos (DORNELAS, 2001).

A literatura ainda registra diferentes empregos deste termo ao longo do tempo. Durante a Idade Média, o termo era utilizado como referência à indivíduos que gerenciava grandes projetos de produção, como construções de castelos e fortes (DORNELAS, 2001; HISRICH e PETERS, 2009 *apud* FRANCO E GOUVÊA, 2016). Nos séculos XVII e XVIII, era empregado como referência a indivíduos que estabeleciam acordos contratuais, com o intuito de fornecer um serviço ou produto, assumindo total lucro ou prejuízo por eles obtidos. Já entre os séculos XIX e XX, este termo passou a ser utilizado como referência aos grandes capitães da indústria, como Ford e Toyota (DORNELAS, 2001; DOLABELA, 2008).

Diferentes são as definições atribuídas ao termo empreendedorismo, fato esse que pode ser explicado devido a existência de uma multiplicidade de raízes científicas que utilizam dos seus próprios princípios para a construção de um significado (FILION, 1999). Destas raízes científicas, destacam-se no estudo do empreendedorismo a corrente econômica e a corrente comportamental.

Os economistas tinham como principal objetivo compreender o papel do empreendedor, assim como o impacto da sua atuação na economia. Já os comportamentalistas tinham como objetivo ampliar o conhecimento sobre a motivação e o comportamento humano. Nestas duas correntes, destacam-se nomes como Cantillon, Say e Schumpeter na corrente econômica e Weber e McClelland na corrente comportamentalista (BAGGIO e BAGGIO, 2015; CHIAVENATO, 2007; FILION, 1999)

Embora o economista Cantillon tenha sido o primeiro a oferecer uma melhor concepção da função empreendedora como um todo, Say é considerado como o primeiro a estabelecer os alicerces desse campo de estudo, sendo hoje visto como o pai do empreendedorismo. Entretanto, foi Schumpeter o responsável por redefinir o papel empreendedor, não apenas o associando a inovação, mas também mostrando a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico (FILION, 1999).

Da mesma forma, apesar de Weber ter sido um dos primeiros pesquisadores comportamentalistas a demonstrar interesse pelos empreendedores, identificando o sistema de valores como elemento fundamental para explicar o comportamento empreendedor, foi McClelland quem lançou grande contribuição às ciências comportamentais. Ele foi o responsável por conceituar e testar a questão comportamentalista, identificando os fatores psicológicos e culturais que levavam uma pessoa a ser motivada a realizar algo (BAGGIO e BAGGIO, 2015; FILION, 1999; FONSECA e MUYLDER, 2010).

Devido a essa ampla variedade de pontos de vista utilizados no estudo sobre empreendedorismo, definir o empreendedor tornou-se também um grande desafio ao longo dos anos. Segundo Dornelas (2007), esta tentativa de entender o que é o empreendedor não é recente, muitos foram os estudos desenvolvidos com o intuito de realizar essa caracterização. O quadro 1 apresenta algumas definições atribuídas ao longo dos anos por diferentes autores:

Quadro 1 - Principais características empreendedoras

Ano	Autor	Principais características empreendedoras encontradas
1848	Mill	Assumir riscos
1917	Weber	Autoridade formal
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa
1961	McClelland	Assumir riscos, necessidade de realização, otimismo, relacionamento (afiliação), poder, autoconsciência
1970	Colins & Moore	Satisfação e prazer pelo que faz
1970	Hornaday & Bunker	Necessidade de realização, inteligência, criatividade, iniciativa, liderança, desejo de ganhar dinheiro, desejo de reconhecimento, orientado à realização, poder, tolerância às incertezas
1978	Timmons	Foco/centrado, autoconfiança, orientado a meta, risco calculado, autocontrole, criatividade, inovação
1980	Sexton	Energia/ambição, reação positiva ao fracasso (superação)
1981	Hisrich & O'Brien	Autodisciplina, perseverança, desejo de sucesso, orientado pela ação, orientado a metas

Fonte: Adaptado de Dornelas (2007, p. 2)

Apesar das diferentes definições do que vem a ser o indivíduo empreendedor, nota-se que estas possuem características comuns, independente da área ou do pesquisador. De acordo com Filion (1995), dentre as características mais atribuídas à figura do empreendedor estão: a persistência, a tolerância a ambiguidades e incertezas, criatividade, orientação para resultados e a capacidade de tomar riscos moderados e utilizar seus recursos da melhor forma.

Para Dornelas (2001), a definição que melhor reflete o significado deste termo pertence ao economista Schumpeter (1949), onde diz que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Schumpeter (1949, *apud* DORNELAS, 2001) ainda aponta o empreendedor não apenas como aquele que cria novos negócios, mas também como aquele que possui a capacidade de inovar em empresas já existentes, sendo um agente de mudanças e de transformações.

2.2 Empreendedorismo Feminino

Segundo dados da pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor*, o país conta atualmente com aproximadamente 24 milhões de mulheres empreendedoras, e, apesar disso, a quantidade de empreendedores do sexo masculino continua sendo superior à de empreendedoras. No ano de 2019, eles correspondiam a 40,9% dos empreendedores brasileiros, tanto em estágio inicial quanto estabelecidos, enquanto elas representavam 36,5% (GEM - IBQP, 2019; SEBRAE, 2019).

Para Carreira et. al (2001, *apud* GOMES, 2004), o considerável avanço do setor de serviços e a terceirização, são alguns dos fenômenos que criaram possibilidades para que a mulher fosse inserida no mercado na condição de empresárias. De acordo com o GEM -IBQP (2007), o aumento da participação feminina no mercado de trabalho se deu por vários fatores, que vão desde o maior nível de escolaridade, até as mudanças na estrutura familiar, com menor número de filhos e novos valores relativos à inserção da mulher na sociedade brasileira.

Almeida, Antonialli e Gomes (2011) também complementam que as dificuldades enfrentadas no trabalho formal, assim como a necessidade de suprir ou complementar renda

familiar e a busca de autorrealização, são alguns dos fatores que justificam o crescimento da atividade empreendedora entre as mulheres brasileiras.

De acordo com o GEM - IBQP (2007):

Apesar da crescente participação feminina, muitos fatores ainda atuam como restritivos em relação às condições de trabalho e ao rendimento, entre os quais destacam-se: a responsabilidade maior da mulher com a família, a execução das tarefas domésticas que continuam como responsabilidade da maioria das mulheres, a maternidade e a exigência de cuidado com os filhos. Esses dados são indicativos de que um dos limites da inserção da mulher no mercado de trabalho ainda se encontra no âmbito da família (GEM - IBQP, 2007, p. 73-74).

Gomes, Santana e Silva (2005), apontam que muitas dificuldades são impostas a pessoas que possuem negócios próprios, independentemente do seu gênero. Entretanto, é possível que além das barreiras impostas a qualquer empreendedor, ainda existam aquelas que impactam mais incisivamente as mulheres. Entretanto, estes pontos devem ser verificados empiricamente para não incorrer em riscos de essencializar as dificuldades femininas no processo empreendedor. Os autores identificam a dificuldades de autoconceito e aceitação, a falta de suporte afetivo e social; a dificuldade para atuar no mercado internacional; a dificuldade de financiamento; dificuldade de acesso a redes e falta de mentores; tamanho das empresas; falta de tempo e a dificuldade em conciliar trabalho e família, como algumas das barreiras impostas à mulher empreendedora.

A indefinição de horários de trabalho, poucas horas dedicadas à família devido à dedicação excessiva aos assuntos profissionais e o alto grau de envolvimento na empresa, além da dificuldade em compartilhar as atividades familiares com os demais membros da família, acrescida com o pouco apoio por parte do cônjuge, são alguns dos conflitos trabalho-família identificados entre empreendedoras em pesquisa realizada por Strobino e Teixeira (2014).

Segundo Osório (2019) a dupla jornada de trabalho ainda é um dos principais desafios enfrentados por mulheres dentro do empreendedorismo, pois além de precisarem lidar com suas atividades profissionais, ainda há a necessidade de conciliar seu tempo com os cuidados domésticos, e, embora haja um crescente reconhecimento de atribuições domésticas também para os pais e maridos, a mulher ainda precisa assumir uma maior parcela delas (BUTTNER E MOORE, 1997).

Entre as principais características dos empreendimentos liderados por mulheres, Filion (*apud* GEM - IBQP, 2010) destaca que seus negócios são menores e tendem a estar no setor de serviços, e, apesar da taxa de sobrevivência das empresas ser maior nas empresas criadas por mulheres, para iniciar um novo negócio elas usam 30% a 50% do capital utilizado por homens, além de encontrarem mais dificuldades para acessar recursos financeiros, humanos e capital social.

De acordo com Brush (1992), os aspectos financeiros relacionados ao início e à gestão dos empreendimentos estão entre alguns dos obstáculos por elas enfrentados. Na fase inicial de seus negócios, as mulheres tendem a não usar nenhum ou o mínimo de financiamentos externos, utilizando principalmente de seus bens pessoais. Além disso, elas frequentemente iniciam seus negócios com uma quantia abaixo da quantia empregada por empresários do sexo masculino. Entretanto, a autora conclui também que problemas financeiros são comuns em todas as empresas, independentemente do sexo à qual se identifica o proprietário, porém, devido à ausência de experiência e falta de habilidade em finanças, essa dificuldade se torna mais exacerbada para as mulheres. A autora complementa também que, os problemas iniciais na obtenção de empréstimos para financiamento diminuem ao longo do crescimento destas empresas (HISRISH E BRUSH, 1987, *apud* BRUSH, 1992).

O estudo sobre empreendedorismo feminino é recente, e poucas são as pesquisas, principalmente no Brasil. Entre os estudos existentes, destacam-se os realizados por Machado (1999; 2002), onde realiza uma investigação a respeito do comportamento gerencial de mulheres empreendedoras.

De acordo Machado (1999), o comportamento gerencial das mulheres empreendedoras possui traços como:

- a) objetivos claros e difundidos, entre eles a segurança e satisfação no trabalho e dos clientes;
- b) estrutura simples e cooperativa, com baixo grau de formalismo, descentralizadas, que buscam integração e boa comunicação;
- c) comportamento inovador na formulação de estratégias, onde buscam pela qualidade e satisfação de todos;
- d) estilo de liderança cooperativo e integrador, valorizando o trabalho dos outros, dando atenção às diferenças individuais e que busca motivar os outros.

Wilkens (1989) ainda caracteriza a mulher empreendedora como uma alma independente e criativa, que se arrisca e que faz de uma ideia um empreendimento lucrativo por sua própria força de vontade. No entanto, afirma também que a criatividade e a imaginação compõem apenas um lado de sua personalidade, podendo elas também serem auto críticas, severas e controladoras.

2.2.1 O perfil das empreendedoras brasileiras

De acordo com o relatório realizado pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora – IRME (2019), as mulheres brasileiras começam a empreender após os 30 anos, quando grande parte delas já possuem filhos e utilizam o seu empreendimento como fonte de renda familiar. Além disso, os estudos revelam que o nível de escolaridade é maior entre elas, cerca de 2/3 das empresárias possuem o ensino superior como formação (CNME, 2020).

Dados do relatório especial sobre empreendedorismo feminino no Brasil apontam que a proporção de negócios iniciados por necessidade é maior no grupo de mulheres, correspondente a 44% (SEBRAE, 2019). Em complemento a isso, dados do *Global Entrepreneurship monitor* (2019) destacam que a necessidade de “ganhar a vida” devido à escassez de empregos predomina tanto para homens, quanto para mulheres. Porém, alguns fatores as levam a iniciar uma atividade de forma autônoma mais do que eles, como: os salários menores que os dos homens, mesmo em trabalhos equivalentes; a dupla jornada de trabalho; deficiências nas políticas sociais (serviços de apoio familiar, acesso às creches); menores chances de capacitar-se profissionalmente e falta de voz nos espaços de decisão e poder (CARREIRA AJAMIL e MOREIRA, 2001, apud GOMES, 2005).

As mulheres brasileiras possuem menos tempo para o negócio, pois se dedicam mais aos filhos e as tarefas domésticas do que os homens. O tempo médio que as mulheres dedicam ao seu negócio é de 30,8 horas semanais, enquanto para o homem é de 37,5 horas (SEBRAE, 2019). Apesar disso, a flexibilidade de horário e tempo para a família são algumas das suas principais motivações para empreender (IRME, 2019).

Elas trabalham principalmente de forma individual, pois poucas delas possuem sócios e cerca de 60% dos negócios conduzidos por mulheres não possuem funcionários (IRME, 2019). Há também uma parcela expressiva de mulheres empreendedoras que trabalham em domicílio, cerca de 58% delas trabalham diretamente de casa (SEBRAE, 2019).

A distribuição geral dos empreendedores segundo a raça/cor é predominante entre pretos e pardos (63%) tanto para empreendedores do sexo masculino quanto para empreendedores do sexo feminino (GEM - IBQP, 2019). Segundo dados da Agência Sebrae de Notícias, as mulheres negras representam hoje cerca de metade das donas de negócios no

país, entretanto, ganham menos, são menos escolarizadas e a maioria está na informalidade (ASN, 2019).

No que tange ao ramo de atuação no qual as empreendedoras estão mais presentes, ambos relatórios destacam que as mulheres estão envolvidas predominantemente em atividades relacionadas à beleza, moda e alimentação (GEM - IBQP, 2019; CNME, 2019; SEBRAE, 2019). Além disso, dados do relatório especial sobre empreendedorismo feminino no Brasil (SEBRAE, 2019) apontam que quase metade dos Microempreendedores Individuais (MEI) existentes no país (47,6%) são mulheres. E apesar de corresponderem à quase metade dos MEI existentes no país, os negócios no qual estão à frente possuem menor porte e cerca de 2/3 deles ainda não possuem CNPJ (SEBRAE, 2019).

Dados do relatório especial sobre empreendedorismo feminino no Brasil (SEBRAE, 2019) ainda destacam que as mulheres donas de negócios tomam menos empréstimos em bancos, e quando realizam, pagam taxas de juros maiores, apesar da taxa de inadimplência ser mais baixa entre elas. A dificuldade de acesso à financiamento para suas empresas também se apresenta como um dos fatores de dificuldades encontrados por elas.

No Maranhão, cerca de 115.984 das 280.518 empresas existentes são comandadas exclusivamente por mulheres, e, 6.534 são comandadas de forma mista, entre ambos os gêneros. A cidade de São Luís possui a segunda maior proporção de mulheres empreendedoras no estado, estando abaixo apenas da cidade de Imperatriz, que se destaca no ranking com 6.351 empreendedoras para cada 100 mil habitantes, enquanto São Luís possui 5.391 empreendedoras para cada 100 mil habitantes (JUCEMA, 2020).

2.3 Motivação empreendedora: uma aproximação conceitual

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (2017), a motivação empreendedora é originada a partir da existência de dois fatores primários que determinam a origem da decisão no qual um indivíduo é levado a se envolver em atividades empreendedoras: o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade.

O empreendedorismo por oportunidade é caracterizado como um negócio iniciado a partir da percepção de uma circunstância favorável no ambiente. São muitas das vezes pessoas que já se encontram em uma ocupação formal de emprego e decidem empreender, a fim de aumentar sua renda. Já o empreendedorismo por necessidade se trata da criação de um negócio a partir da ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda (GEM – IBQP, 2017). No empreendedorismo por necessidade, a dificuldade de aumentar a renda familiar e a ausência de empregos formais faz com que encontrem no empreendedorismo uma saída para contornar as dificuldades financeiras.

A literatura aponta frequentemente fatores “*pull*” e “*push*”, ou alternativamente, fatores positivos e negativos, como fatores motivadores para a criação de empresas. Os fatores “*push*”, ou negativos, são associados à necessidade, como o desemprego ou necessidade de complementar renda familiar. Por outro lado, os fatores de atração (*pull*), ou positivos, são fatores que estão associados à escolha, ao desejo de aspirações empresariais. São ligados à busca de independência e autonomia. (MCCLELLAND et al., 2005; BRUNI, GHERARDI, POGGIO, 2004).

Krueger (2000, *apud* BELWAL, BELWAY & AL SAIDI, 2014) identifica a realização, a autonomia e o desejo de ganhar dinheiro como alguns dos principais motivadores entre as mulheres empreendedoras. Para R. Ganesan et al. (2002, *apud* BELWAL, BELWAY & AL SAIDI, 2014), o desejo de alcançar um status social mais elevado, poder proporcionar emprego a outros e atender às necessidades da família e dos amigos são alguns dos outros motivos que se destaca como razões que impulsionam o empreendedorismo feminino.

De acordo com o GEM - IBQP (2010):

As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira. É importante ressaltar o fato que a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo, porém geralmente é inferior à masculina.

[...] em alguns casos as mulheres investem no empreendedorismo independentemente da percepção, ou simplesmente porque suas famílias necessitam de suas rendas (GEM, 2010, p. 45-46)

Nos estudos iniciais sobre motivação empreendedora, descobriu-se que o momento e circunstâncias pessoais para a criação de uma empresa são semelhantes entre homens e mulheres, pois a necessidade econômica é uma condição frequente entre eles. Porém, estudos mais recentes demonstram que os homens se tornam proprietários de negócios impulsionados principalmente pelo desejo de ser empreendedor, enquanto para as mulheres, o impulso dominante é o desejo de criar empregos que permitam flexibilidade para equilibrar trabalho e família (BRUSH, 1992).

3 METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos propostos na pesquisa, utilizou-se a abordagem quantitativa, (MALHOTRA, 2011), classificada quanto aos fins como descritiva, e quanto aos meios de investigação, como pesquisa de campo, realizada por meio da aplicação de questionários, a fim de colher dados sobre a população desejada, e bibliográfica, fundamentada através do estudo realizado por meio de livros, periódicos científicos nacionais e internacionais, revistas que abordam sobre o tema empreendedorismo de forma geral, além de dados coletados a partir da biblioteca digital do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (VERGARA, 2013).

O universo da pesquisa é representado por mulheres donas de negócios do município de São Luís – Maranhão, sem limite de idade ou porte do empreendimento. Para coleta de dados, utilizou-se questionário semiestruturado (apêndice A), com questões de múltipla escolha, confeccionado através da ferramenta *Google Formulários*, aplicado de forma online, sendo distribuído e compartilhado através da técnica bola de neve, que consiste em uma técnica não probabilística, realizado por meio de indicações e compartilhamento de links por meio das redes sociais (*Instagram, Twitter, Facebook e WhatsApp*) para mulheres que se encaixavam no perfil desejado.

O questionário é dividido em 3 seções, sendo a primeira referente ao perfil sociodemográfico das empreendedoras e de seus empreendimentos, a segunda referente às razões para abertura de seu negócio e dificuldades por elas enfrentadas, e por fim, a terceira seção, que apresenta o teste do perfil empreendedor, adaptado a partir do modelo elaborado por Dornelas (2007), onde é assinalado, utilizando a Escala *Likert* de concordância - excelente a insuficiente - que visa identificar o grau de intensidade que cada característica, de acordo com a percepção de cada respondente, se manifesta na sua personalidade como empreendedora. A análise será feita através dos conceitos estabelecidos pelo autor acima citado, assim como também será utilizado pesquisas dos demais autores citados no referencial teórico.

A aplicação do questionário foi realizada no período de 25 de junho a 14 de julho de 2020. Com isso, foram coletados 72 questionários respondidos, tendo apenas 69 validados, os quais foram tabulados e tratados através do software *Microsoft Excel*.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O questionário foi aplicado a 72 mulheres empreendedoras do município de São Luís. Desse total, apenas 69 foram validados. As respostas dos 3 questionários restantes foram invalidadas pois as respondentes não moravam ou tinham empreendimento na região pertencente ao município de São Luís, dessa forma, não se enquadravam na amostra desejada.

4.1 Sobre as empreendedoras e seus negócios

Segundo os dados colhidos (tabela 1), ao analisar o perfil das empreendedoras do município de São Luís que responderam à pesquisa, é possível identificar a predominância de mulheres jovens. A amostra envolveu mulheres de diferentes idades, onde cerca de 47,8% delas possuem entre 26 a 35 anos, seguido de uma parcela de 42% de mulheres com idade entre 18 e 25 anos, 8,7% de 36 a 50 anos e uma parcela mínima de 1,4% de mulheres acima dos 50 anos.

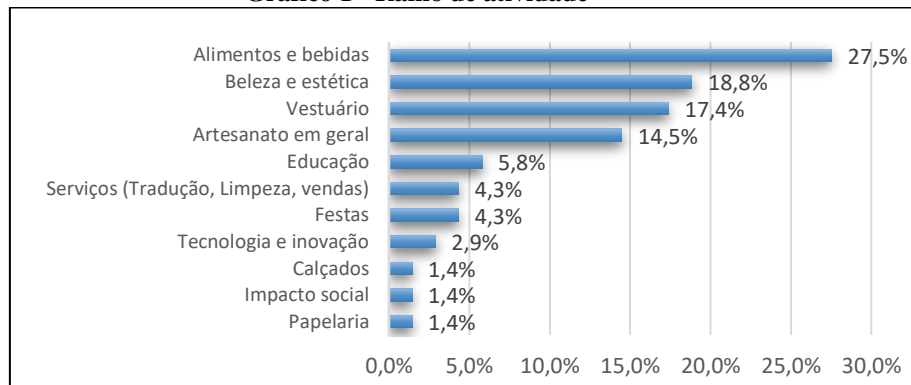
Tabela 1 : Características sociodemográficas

		%
IDADE	18 a 25 anos	42,0
	26 a 35 anos	47,8
	36 a 50 anos	8,7
	Superior a 50 anos	1,4
ESCOLARIDADE	Ensino Fundamental II	1,4
	Ensino médio	24,6
	Graduação	55,1
	Pós Graduação	18,8
ESTADO CIVIL	Solteira	65,2
	Casada/União Estável	30,4
	Divorciada/Separada	4,3
FILHOS	Não	71,0
	1 a 2 filhos	27,5
	3 a 4 filhos	1,4
COR/RAÇA	Branca	39,1
	Negra	21,7
	Parda	37,7
	Amarelo	1,4

Fonte: Autor, 2020

Elas possuem um alto nível de escolaridade, sendo a graduação (55,1%) predominante entre as mesmas, seguida do ensino médio (24,6%), e pós-graduação (18,8%). Cerca de 65,2%, são solteiras, enquanto 30,4% estão casadas/em união estável e apenas 4,3% são divorciadas. Dessas, apenas 28,9% possuem filhos, enquanto 71% delas ainda não possuem filhos.

Em relação à cor/raça, 39,1% das empreendedoras são brancas, 37,7% pardas e 21,7% negras. Há ainda uma parcela de 1,4% de mulheres amarelas (que compreende pessoas de origem oriental/asiática). Por se tratar de uma região onde há uma diversidade de raças e cores, também se buscou na pesquisa a presença de mulheres de origem indígena, entretanto, a pesquisa não teve alcance à essa população.

Gráfico 1 - Ramo de atividade

Fonte: Autor, 2020.

Conforme pode ser visto no gráfico 1, as empreendedoras ludovicenses estão presentes principalmente em atividades relacionadas à alimentação e bebidas (27,5%), beleza e estética (18,8%), vestuário (17,4%) e artesanato (14,5%). Quanto ao porte do negócio (tabela 2), apesar do equivalente à 50,7% dos empreendimentos ainda atuarem de forma informal, há uma parcela de 42% que são registradas como Microempreendedora Individual (MEI), enquanto 5,8% estão registradas como Microempresa (ME) e apenas 1,4% são Empresas de Pequeno Porte (EPP).

Tabela 2: Características das empresas

		%
PORTE DO EMPREENHIMENTO	INFORMAL	50,7
	MEI	42
	ME	5,8
	EPP	1,4
TEMPO DE EMPRESA	Inferior a 1 ano	40,6
	1 a 2 anos	33,3
	3 a 4 anos	13
	Superior a 5 anos	13
ORIGEM CAPITAL INICIAL	Economias pessoais/Poupança própria	71
	Empréstimos familiares/amigos	18,8
	Misto	7,2
	Seguro desemprego/fundo de garantia	1,4
PARTICIPAÇÃO NA RENDA FAMILIAR	Empréstimos bancários	1,4
	Complemento da renda familiar	78,3
	Única fonte de renda familiar	21,7

Fonte: autor, 2020

Seus empreendimentos são consideravelmente jovens, conforme pode ser observado na tabela 2. O equivalente a 40,6% das entrevistadas possui seus negócios há um período inferior a 1 ano, enquanto 33,3% dos empreendimentos foram criados em um período de 1 a 2 anos, e 13% em um período de 3 a 4 anos. Isso significa dizer que são empreendimentos caracterizados como nascentes e novos (TEA), conforme definição atribuída pelo *Global Entrepreneurship Monitor*. Destas empresárias, apenas 13% são classificadas como estabelecidas (TEE), ou seja, possuem seus negócios há um período superior a 5 anos.

Referente à origem do capital inicial, ou seja, de onde obtiveram capital para dar início aos seus negócios, percebeu-se que conforme a informação repassada por Brush (1992), as

mulheres utilizam principalmente de economias pessoais/poupança própria para investir no seu negócio, correspondente a 71%, enquanto 18% teve seu capital inicial proveniente a partir de empréstimo de familiares ou de amigos. Apenas 1,4% tiveram acesso a empréstimos bancários.

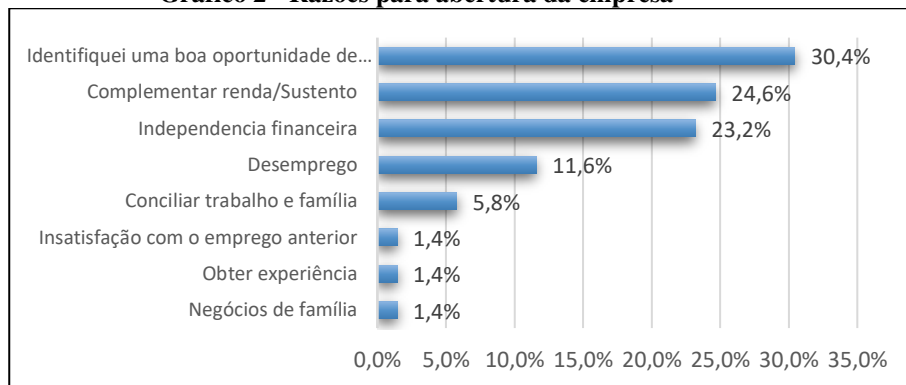
Conforme é descrito pelo IRME, a renda obtida através do seu negócio tem participação essencial na renda familiar. Dessas mulheres, 78,3% afirmam que a renda obtida por meio do seu negócio é utilizada como complemento de renda, enquanto 21,7% tem como única fonte de renda o que é obtido com o negócio.

Pode-se concluir, portanto, que o perfil da empreendedora ludovicense coincide com o que é apresentado em estudos anteriores (JONATHAN, 2011; MACHADO, GAZOLA E ANEZ, 2013), com exceção do estado civil e quantidade de filhos, onde predomina mulheres casadas e com filhos. Além disso, os resultados também coincidem com o que é apresentado pelo GEM (2019), principalmente no que se refere à idade, escolaridade e raça.

4.2 Motivações e dificuldades

Ao comparar as razões que levaram as empreendedoras ludovicenses a abrirem seus próprios negócios (gráfico 2), torna-se evidente a predominância de fatores de atração, ou “*pull*”, como apresentado por E McClelland et. al. (2005). Os fatores de atração são descritos por Bruni, Gherardi e Poggio (2004) como a busca por independência, autonomia no trabalho, autorrealização profissional e até mesmo a busca de uma missão social, como a integração social entre membros mais vulneráveis da sociedade.

Gráfico 2 - Razões para abertura da empresa



Fonte: Autor, 2020

Essas razões também podem ser definidas como fatores de oportunidade, em que há a capacidade de identificação de uma chance de negócio ou um nicho de mercado para empreender mesmo possuindo alternativas para geração de emprego e renda (GEM - IBQP, 2016). No entanto, fatores “*push*”, ou de necessidade, também foram relatados entre as mesmas.

As três principais razões para abertura do negócio próprio foram (gráfico 2): a identificação de uma boa oportunidade de negócio (30,4%); a necessidade de complementar renda (24,6%); e o desejo de independência financeira (23,2%). Seguido a estas razões estavam o desemprego (11,6%), a necessidade de conciliar trabalho e família (5,8%), insatisfação com o emprego anterior (1,4%), entre outras razões como o desejo de obter experiência (1,4%) e assumir negócios de família (1,4%).

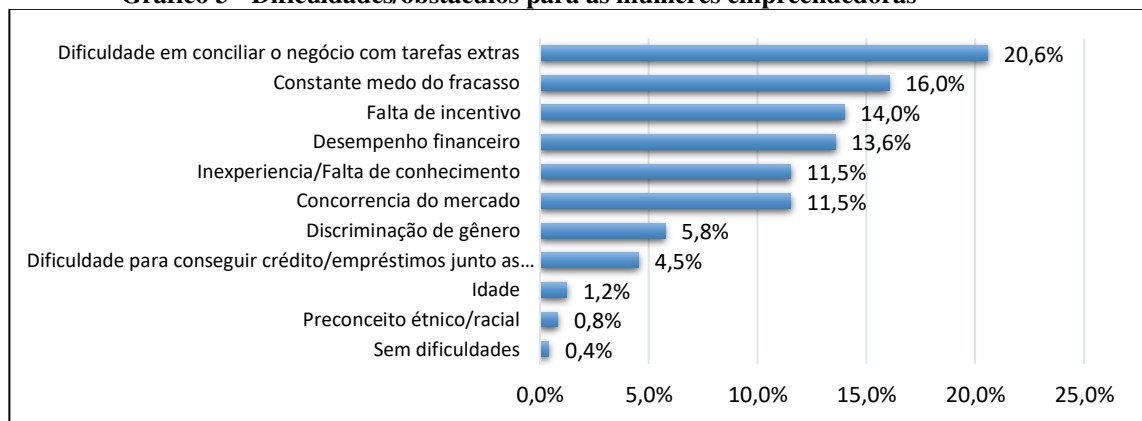
Os dados aqui obtidos se aproximam dos resultados encontrados pelo GEM Brasil entre os anos de 2002 a 2008, onde a proporção de negócios iniciados por oportunidade era maior que a proporção de negócios iniciados por necessidade. Em 2002, a taxa de

empreendimentos abertos por oportunidade correspondia a 37,5%. No ano de 2008, essa taxa saltou para 68,7% e manteve-se em estabilidade até o ano de 2011, sendo superior inclusive à distribuição percentual da motivação por oportunidade do gênero masculino. (GEM - IBQP, 2018). Entretanto, estes resultados se contrapõem a pesquisas atuais, como a realizada pelo GEM no ano de 2019, que aponta fatores de necessidade como principal motivação entre as mulheres, principalmente devido à escassez de empregos.

Embora muitas mulheres vejam no empreendedorismo uma oportunidade para conciliar a vida profissional e pessoal (BRUSH, 1992; BUTTNER, 1993), o que acontece para algumas é completamente o oposto desse pensamento. A busca dessa flexibilidade muitas vezes é acompanhada de situações que geram estresse a elas, como a falta de tempo para um dos dois, o que geralmente leva a se defrontarem com conflitos entre o trabalho e família (STROBINO; TEIXEIRA, 2014; JONATHAN, 2005). A partir disso, buscou-se verificar e compreender alguns dos obstáculos enfrentados por essas mulheres que estão à frente de um negócio.

De acordo com os dados colhidos, as empreendedoras enfrentam dificuldades relacionadas principalmente à conciliação do trabalho e família, conforme exposto nos estudos realizados por Strobino e Teixeira (2014) e Jonathan (2005; 2007). Cerca de 20,6% das respondentes (Gráfico 3) apontam como principal obstáculo a dificuldade de conciliar o negócio com tarefas extras, como as atividades domésticas. Em seguida, está o constante medo do fracasso (16%), que traz consigo questões relacionadas também com a falta de apoio ou incentivos (14%), seja por parte da família e amigos ou até mesmo de entidades governamentais.

Gráfico 3 - Dificuldades/obstáculos para as mulheres empreendedoras



Fonte: Autor, 2020.

Dificuldades relacionadas à questão financeira também foram mencionadas, conforme descrito por Brush (1992) e Jonathan (2005). Cerca de 13,6% das respondentes apontam o desempenho financeiro como um dos obstáculos enfrentados por elas, e ligado a isso está também a inexperiência/falta de conhecimento (11,5%) e a dificuldade para conseguir crédito/financiamento junto a instituições financeiras (4,5%).

Apesar de apresentados com menos ocorrência, dificuldades como a concorrência (11,5%), discriminação relacionada ao gênero (5,8%), Idade (1,2%), discriminação relacionada à etnia/raça também foram relatadas. Apenas uma parcela de 0,4% das respondentes relatou não possuir nenhum tipo de obstáculo na administração de seu negócio.

4.3 Autoavaliação do perfil empreendedor

A autoavaliação do perfil empreendedor foi realizada com o intuito de analisar a percepção das empreendedoras referente às características apresentadas na literatura como essenciais ao empreendedor. A autoavaliação foi realizada a partir de um teste elaborado por Dornelas (2007), que apresenta variáveis como: Comprometimento e determinação; Atenção às oportunidades, Tolerância ao risco, ambiguidades e incertezas; Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; Motivação e Superação, e Liderança.

É importante ressaltar que o teste foi adaptado a partir do elaborado pelo autor acima citado, não contendo todas as 30 características listadas pelo mesmo. Desta forma, foram retiradas apenas as características desejadas para que pudesse ser realizada a análise da percepção sobre as características empreendedoras.

Os dados obtidos estão apresentados no quadro 2.

Quadro 2 - Autoavaliação do perfil empreendedor

VARIÁVEL	CARACTERÍSTICA	Nº de respostas					Total	Média por pontuação	Média por variável
		5	4	3	2	1			
COMPROMETIMENTO E DETERMINAÇÃO	Dedicação/Disciplina	31	30	7	0	1	69	4,29	4,29
	Disposição ao sacrifício para atingir metas	31	29	8	1	0	69	4,28	
	Imersão total nas atividades que desenvolve	37	21	7	3	1	69	4,29	
ATENÇÃO ÀS OPORTUNIDADES	Busca conhecer as necessidades dos clientes	39	24	5	1	0	69	4,43	4,41
	Obsessão em criar valor e satisfazer os clientes	36	27	4	1	1	69	4,38	
TOLERÂNCIA AO RISCO, AMBIGUIDADES E INCERTEZAS	Toma riscos calculados	17	30	22	0	0	69	3,93	4,12
	Habilidade em resolver problemas e integrar soluções	38	23	6	1	1	69	4,38	
	Busca minimizar os riscos	26	30	10	3	0	69	4,06	
CRIATIVIDADE, AUTOCONFIANÇA, E HABILIDADE DE ADAPTAÇÃO	Capacidade de se adaptar à novas situações	27	32	9	1	0	69	4,20	4,10
	Não tem medo de falhar	8	24	29	6	2	69	3,58	
	Criativa	42	23	3	0	1	69	4,51	
MOTIVAÇÃO E SUPERAÇÃO	Dirigida pela necessidade de crescer e atingir melhores	35	27	6	1	0	69	4,36	4,18
	Ciente de suas forças e fraquezas	29	32	5	3	0	69	4,17	
	Autoconfiança	21	32	12	2	2	69	4,01	
LIDERANÇA	Tem iniciativa	39	21	7	2	0	69	4,35	4,38
	Transmite integridade e confiabilidade	44	20	4	0	1	69	4,52	
	Sabe construir times e trabalhar em equipe	37	19	10	2	1	69	4,28	

Fonte: Autor, 2019

A primeira variável a ser analisada refere-se ao “Comprometimento e determinação”. Nesta, a maior média apresentada está na característica correspondente à “Dedicação/disciplina”, com valor de 4,29. Entretanto é possível notar que não há uma grande variação em relação às demais características. Poucas foram as respostas com escala 2 e 1,

correspondentes à fraco e insuficiente, respectivamente. Dessa forma, conclui-se que as empreendedoras são comprometidas e totalmente envolvidas com seus negócios.

Em seguida está a variável referente à “Obsessão pelas oportunidades”, que aborda características ligadas principalmente à busca da satisfação dos seus clientes. Nela, a característica “Busca do conhecimento das necessidades dos clientes” obteve média de 4,43, enquanto a “Obsessão em criar valor e satisfazer os clientes” obteve média de 4,38.

De forma geral, as características correspondentes a esta variável obtiveram médias altas, conforme pode ser visto no quadro 2. Encontrou-se uma maior ocorrência de respostas com escala 5 e 4 - excelente e boa. A partir disso, é possível concluir que as empreendedoras demonstram preocupação em atender as necessidades de seus clientes assim como empenham-se em satisfazê-los.

Dentre as características apresentadas na terceira variável, referente à “Tolerância ao risco, ambiguidades e incertezas”, a que obteve maior média corresponde a habilidade em resolver problemas e integrar soluções, com valor igual a 4,38. Em seguida está a busca em minimizar os riscos, com média 4,06, e por fim, a característica onde a empreendedora busca tomar riscos calculados, que obteve a menor média dentre as três citadas, com o equivalente a 3,93.

Apesar de ter obtido um menor valor em média, esta ainda se encontra em uma escala aceitável. A partir disso, é perceptível notar que as empreendedoras se demonstram hábeis na resolução de problemas e em propor soluções a eles, mas se avaliam como medianas em relação à tomada de riscos.

Como forma de confirmar a afirmação anterior, nota-se que a variável seguinte, referente à “Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação”, apresenta também uma característica com média abaixo das demais, relacionada ao medo de falhar, com valor de 3,58. A partir disso é possível verificar que, apesar de se avaliarem como pessoas criativas e capazes de se adaptar a novas situações, como pode ser visto pelos resultados obtidos por média (4,51 e 4,20, respectivamente), pode-se concluir também que as empreendedoras não se sentem completamente confiantes mediante à possíveis riscos. Ainda assim, as empreendedoras respondentes se apresentam como pessoas motivadas e com boa capacidade de superação, como pode ser visto na variável seguinte.

A maior média encontrada na variável “Motivação e superação” está na característica em que a empreendedora busca atender a necessidade de crescer e atingir melhores resultados, com valor de 4,36. Além disso, elas mostram conhecimento sobre suas forças e fraquezas (4,17) e se avaliam como boas no quesito referente à autoconfiança (4,01). De forma geral, ambas características obtiveram altas escalas, sendo a escala 5 e 4 - excelente e bom, respectivamente - as mais frequentes.

Por fim são apresentadas as características correspondentes à variável “Liderança”. Dentre as citadas, transmitir integridade e confiabilidade está como a maior média obtida, com valor de 4,52. Em seguida está a “Iniciativa”, com valor de 4,35 e “Saber construir times e trabalhar em equipe”, com média de 4,28. Desta forma, constata-se que as empreendedoras se consideram boas líderes e formadoras de equipe, uma característica de extrema importância para o empreendedor, pois ele dificilmente conseguirá alcançar suas metas e, conseqüentemente, será mais difícil realizar seus sonhos caso esteja sozinho (DORNELAS, 2001).

De forma geral, ambas variáveis obtiveram médias satisfatórias. Nota-se que algumas sobressaíram-se em relação às outras, como é o caso da “Atenção às oportunidades” e “Liderança”, com médias de 4,41 e 4,38 respectivamente. Sobre isso, Dornelas (2001) aponta o bom empreendedor como um exímio identificador de oportunidades, pois tem curiosidade e atenção às informações ao seu redor. Ele busca realizar as coisas antes do solicitado, ou antes mesmo de ser forçado pelas circunstâncias. Além disso, para convencer seus possíveis

clientes, o empreendedor busca discutir estratégias de forma antecipada, para que seja possível buscar formas de influenciá-los e persuadi-los (DORNELAS, 2001; MCCLELLAND, *apud* OLIVEIRA, SILVA E ARAÚJO, 2014).

Nota-se que os resultados apresentados coincidem com o estudo de Fernandes, Campos e Silva (2013) e Machado (1999;2002), em que afirmam que as mulheres possuem como característica natural uma maior sensibilidade, empatia, comprometimento e vontade de ajudar, além de buscarem sempre satisfazer seus clientes. Elas também possuem uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com seus clientes e fornecedores, o que colabora com o progresso de seu negócio. (VILAS BOAS, 2010, *apud* FERNANDES, CAMPOS E SILVA, 2013).

Referente à liderança, Dornelas (2001), afirma que os empreendedores possuem um senso de liderança incomum. São respeitados e adorados pelos seus funcionários pois sabem como valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los. Machado (2002) aponta que as mulheres possuem um estilo de gestão mais participativo, em que predomina a valorização dos indivíduos, o encorajamento da participação, compartilhamento de poder e informação, assim como a estimulação, valorização e motivação dos outros no trabalho. Predomina entre elas uma estrutura menos hierárquica, podendo ter seu modo de gerenciamento comparado também ao modo no qual a mulher administra a própria casa, sem hierarquia, com cooperação e estilo fluído (MOORE & BUTTNER, 1997, *apud* MACHADO, 2002).

As empreendedoras também demonstram serem comprometidas e determinadas (4,29), características que, para Dornelas (2001), são essenciais para o empreendedor de sucesso. Segundo ele, os empreendedores são trabalhadores exemplares, incansáveis e dedicados ao trabalho. Por terem consciência de que o envolvimento com seu empreendimento é essencial para seu sucesso, se envolvem de corpo e alma, muitas vezes abdicando dos seus momentos de lazer, relacionamentos, assim como também de sua saúde (DORNELAS, 2001; 2007).

Nota-se também que as respondentes se julgam boas no que se trata de características sobre a “Motivação e superação” (4,18), confirmando assim o que é exposto por Dornelas (2001), que afirma que o bom empreendedor busca enfrentar as adversidades das mais diversas formas, ultrapassando os obstáculos com uma incomparável vontade de “fazer acontecer”.

Em relação aos riscos, Leite (1994, *apud* GOMES, 2004), enfatiza que há uma tendência entre as mulheres de considerar mais detalhadamente as consequências de suas decisões a longo prazo. Por preferirem ouvir outras pessoas e se armar de argumentos antes de tomar alguma decisão, elas acabam sendo vistas como mais lentas ao decidir algo, o que traduz um certo temor à riscos. Esta afirmação também pode ser confirmada através dos resultados obtidos na pesquisa, que mostram que apesar de se mostrarem hábeis na resolução de problemas, elas não se avaliam totalmente boas frente a possíveis riscos. Fato esse que também pode ser confirmado a partir dos resultados obtidos na característica referente ao medo de falhar, que corresponde à variável “Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação”, que apresenta a menor média obtida em toda autoavaliação (3,58).

Em geral, as respondentes apresentam características comumente atribuídas a elas na literatura: possuem boa capacidade de persuasão e preocupam-se com seus clientes (VILAS BOAS, *apud* FERNANDES, CAMPOS E SILVA, 2013); São boas líderes e formadoras de equipes (DORNELAS, 2001; MACHADO, 2002); São comprometidas e dedicadas ao seu negócio (DORNELAS, 2001); Buscam as melhores formas para contornar as adversidades (DORNELAS, 2001); Buscam assumir riscos calculados (DORNELAS, 2001; LEITE, 1994 *apud* GOMES, 2004); e São pessoas criativas e com boa capacidade de adaptação (DORNELAS, 2001; FILION, 1999).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo principal identificar e descrever o perfil das empreendedoras do município de São Luís - Maranhão, assim como o perfil de suas empresas, suas motivações e dificuldades, e por fim, a percepção de cada mulher frente às características constantemente atribuídas ao indivíduo empreendedor. Os resultados encontrados na pesquisa nos levam a concluir que grande parte das empreendedoras entrevistadas são mulheres jovens, em sua maioria pretas e pardas, solteiras e sem filhos, com escolaridade a nível de graduação. Estas empreendedoras atuam principalmente em atividades relacionadas à alimentação e beleza, em que grande parte ainda trabalha de forma informal, ou seja, sem registro, e possuem seus negócios a um período inferior a 2 anos.

Destacou-se também que, apesar de apresentarem motivações relacionadas principalmente à percepção de uma oportunidade no mercado, as mesmas ainda apresentam motivações relacionadas a alguma necessidade, como o desemprego ou a necessidade de conciliar trabalho e família. Tais resultados demonstram que, apesar dos avanços em relação à presença da mulher no mercado de trabalho, elas ainda encaram desigualdades na obtenção ou manutenção de um trabalho formal, em que são levadas a abandonarem seus postos de trabalho. Dessa forma, muitas buscam desenvolver atividades autônomas para que seja possível conciliar os cuidados domésticos e a obtenção de renda.

Em relação às dificuldades, é possível observar, conforme exposto por Strobino e Teixeira (2014), que as mesmas encaram obstáculos relacionados principalmente à falta de tempo e à conciliação do trabalho e família, além de questões relacionadas à financiamento e falta de suporte (BRUSH, 1992; GOMES, SANTANA, SILVA, 2005). Entretanto, apesar de precisarem passar por tais dificuldades, as mulheres demonstram uma boa capacidade de superação, conforme pode ser observado a partir da autoavaliação do perfil empreendedor.

Diante dos resultados obtidos a partir do teste adaptado de Dornelas (2007), pode-se concluir que o perfil das empreendedoras coincide com o que é traçado pelo autor, assim como também coincide com o que é apresentado em estudos semelhantes, como o realizado por Damasceno (2010) e Nespolo (2019). As empreendedoras apresentam-se como pessoas dedicadas, com razoável grau de autoconfiança, obstinadas, boas líderes e formadoras de equipe, e demonstram principalmente capacidade para superar as adversidades.

Desta forma, pode-se resumir a empreendedora a partir da definição dada por Filion (1999):

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILION, 1999, p. 19)

A partir dos resultados obtidos, espera-se que este estudo possa servir como base para uma melhor compreensão sobre o cenário do empreendedorismo feminino no município, visto que o seu crescimento é constante, principalmente devido à ausência de trabalhos formais. Além disso, espera-se que também possa ser realizada a conscientização por meio do presente trabalho, visto que o empreendedorismo se apresenta como uma das alternativas para que as mulheres sejam inseridas no mercado de trabalho. O empreendedorismo começa desde a jovem que empreende vendendo doces na escola/faculdade até a mulher dona de uma rede de docerias.

É importante pontuar que uma das limitações impostas para a realização da pesquisa refere-se à amostra apresentada, onde os resultados encontrados não são suscetíveis às

generalizações por se tratar de uma amostra consideravelmente pequena. Recomenda-se, desta forma, a realização de uma pesquisa com maior abrangência, de forma que seja possível mapear um maior número de mulheres donas de negócios, focalizando principalmente as empreendedoras que atuam no ramo de serviços.

Por fim, sugere-se que novos estudos a partir desta temática possam ser desenvolvidos, principalmente no que refere às barreiras encontradas pelo público feminino no processo empreendedor, buscando conhecê-los de forma mais profunda, e também buscando analisar o preço psicológico investido por essas mulheres que buscam trilhar o caminho do empreendedorismo.

NOTAS EXPLICATIVAS

1 – Taxa de empreendedorismo inicial (TEA), corresponde à empreendimentos nascentes ou novos, ou seja, em fase de estruturação, com 3 a 42 meses de existência.

2 – Taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE), que corresponde a estabelecimentos com mais de 42 meses de existência.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ivana Carneiro; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; GOMES, Almirava Ferraz. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: Estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero-americana de Estratégia**, São Paulo, v. 10, ed. 1, p. 102-127, 2011.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, [Passo Fundo], v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.
- BELWAL, Shweta; BELWAL, Rakesh; SAIDI, Fatema Al. Characteristics, motivations, and challenges of women entrepreneurs in Oman's Al-Dhahira region. **Journal of Middle East Women's Studies**, [S.l.], v. 10, n. 2, p. 135-151, 2014.
- BRUNI, Attila; GHERARDI, Silvia; POGGIO, Barbara. Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. **Journal of Organizational Change Management**, [S.l.], v. 17, N. 3, p. 256–268, 2004. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/228314717_Entrepreneur-Mentality_Gender_and_the_Study_of_Women_Entrepreneurs>. Acesso em: 20 set. 2020.
- BRUSH, Candida G. Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. **Entrepreneurship theory and practice**, [S.l.], v. 16, n. 4, p. 5-30, 1992. Disponível em: <<https://cemi.com.au/sites/all/publications/Brush%201992.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2020.
- BUTTNER, E. Holly. Female entrepreneurs: how far have they come? **Business Horizons-Bloomington**, [S.l.], v. 36, n. 2, p. 59-65, 1993. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.424.1495&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 03 out. 2020.
- BUTTNER, E. Holly; MOORE, Dorothy P. Women 's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of small business management**, [S.l.], v. 35, ed. 1, p. 34-46, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas – um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CONSELHO NACIONAL DA MULHER EMPRESÁRIA - CNME. **Relatório de pesquisa**: Perfil Nacional da Mulher Empresária. 2020. 41 p. Disponível em: <<https://bit.ly/PerfilMulherEmpreendedoraRelatorio>>. Acesso em: 01 jul. 2020.

DAMASCENO, Luiza Débora Jucá. **Empreendedorismo feminino**: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas, 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de empresas) - Faculdade Sete de Setembro, Fortaleza, 2010.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 1ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

JUCEMA, Junta Comercial do Estado do Maranhão. **ELAS - Empreendedorismo Feminino no Maranhão - Boletim Empresarial**. São Luís: JUCEMA, 2020. Disponível em: <http://api.jucema.ma.gov.br/files/1605809706_Boletim%20Elas%20Empreendem.pdf>. Acesso em: 25 out. 2020.

EMPREENDEDEDORAS negras ganham menos, são menos escolarizadas e a maioria está na informalidade. ASN - Agência Sebrae de Notícias, 2019. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mulheres-negras-sao-metade-das-empreendedoras-brasileiras,5b8e4102eebcd610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 24 nov. 2019.

FERNANDES, João André Tavares; CAMPOS, Fabiana de; SILVA, Mirian Oliveira da. Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>>. Acesso em: 11 out. 2020.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FILION, Louis Jacques. Entrepreneurship and management: Differing but complementary processes. **École des hautes études commerciales, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter**, 1995. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/265320781_Entrepreneurship_and_Management_Differing_but_Complementary_Processes>.

FONSECA, Giovani Cota; MUYLDER, Cristiana Fernandes de. Auto-percepção do perfil McClelland: Um estudo de caso Empretec Manhuaçu. **Revista Ciências Sociais em Perspectiva**, [S.l.], vol. 9. n. 16, p. 23-34, 2010.

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S.l.], v. 5, n. 3, p. 144-166, 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **GEM 2018: Análise dos resultados por gênero**. Curitiba: IBQP, 2019. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20\(002\).pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20(002).pdf)>. Acesso em: 04 dez. 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – **GEM. Empreendedorismo no Brasil – 2019**. Recorte temático: Sexo. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/06/GEM-2019-Sexo.pdf>>. Acesso em: 04 dez. 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2007)**. Curitiba: IBQP, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2010)**. Curitiba: IBQP, 2011.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2016)**. Curitiba: IBQP, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2017)**. Curitiba: IBQP, 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2019)**. Curitiba: IBQP, 2020.

GOMES, Almirava Ferraz. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista - BA. **Revista Alcance**, Vitória da Conquista, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

GOMES, Almirava Ferraz. O outro no trabalho: Mulher e gestão. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 1-9, 2005

GOMES, Almirava Ferraz. **Ação empreendedora e relações de gênero**: um estudo multicase na cidade de Vitória da Conquista, Bahia, 2010. Tese (Doutorado em Administração) -Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2010.

GOMES, Almirava Ferraz; SANTANA, Gusmão Piau Santana; SILVA, Moreira Jovino. **Mulheres empreendedoras**: desafios e competências. 2005. Disponível em: <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>>, Acesso em: 09 nov. 2020.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Empreendedorismo no Brasil**: um recorte de gênero. 2019. 17 p. Disponível em: <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1571769199Ebook_Pesquisa_Rme_2019.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2020.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

JONATHAN, Eva Gertrudes.; SILVA, Taissa M. R. da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 77-84, 2007.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.

MACHADO, Hilka Vier. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Florianópolis: UFSC, 2002.

MACHADO, Hilka Vier. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora**. Anais do XXIII ENANPAD, Encontro Anual dos Programas de Pós Graduação em Administração, Foz do Iguaçu, Paraná: Anpad, 1999. Disponível em: https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/politicas-para-mulheres/arquivo/assuntos/poder-e-participacao-politica/referencias/genero-e-mercado-de-trabalho-pr/tendencias_do_comportamento.pdf. Acesso em: 01 dez. 2020.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; GAZOLA, Sebastião; ANEZ, Miguel Eduardo Moreno. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 14, n. 5, p. 177-200, 2013.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: foco na decisão**. 3 ed. São Paulo: Pearson Pratices Hall, 2011.

MCCLELLAND, Emma; SWAIL, Janine; BELL, Jim; IBBOTSON, Patrick. Following the pathway of female entrepreneurs – A six country investigation. **International journal of entrepreneurial behavior & research**, [S.l.], v. 11, n. 02, p. 84-107, 2005.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista Administração Pública**. Rio de Janeiro, v. 43, p. 231-256, Jan./Fev. 2009.

NESPOLO, Angelina Malacarne. **Empreendedorismo Feminino: Perfil das empreendedoras do ramo de pet shop na cidade de Chapecó**. 2019. Monografia (Bacharelado em Administração). Universidade Federal da Fronteira Sul, Chapecó, 2019.

OLIVEIRA, José Roberto Cajaíba; SILVA, Wendel Alex Castro; ARAÚJO, Elisson Alberto Tavares. Características comportamentais empreendedoras em proprietários de MPes longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha / MG. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 15, n. 5, 2014

OSÓRIO, Josiane. **Os desafios do empreendedorismo feminino no Brasil**. Mulheres empreendedoras, 2016. Disponível em: <<https://www.mulheresempreendedoras.net.br/desafios-do-empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 26 set. 2020.

SEBRAE. **Relatório especial:** Empreendedorismo feminino no Brasil. 2019. 28 p. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2020.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração - Rausp**, São Paulo, v. 49, n. 1, p.59-76, 2014.

VERGARA, Silvia. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14 Ed. São Paulo: Atlas, 2013.

WILKENS, Joanne. **A mulher empreendedora:** como iniciar seu próprio negócio. 1 Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Perfil empreendedoras e seus negócios

1. Idade

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Inferior a 18 anos | <input type="checkbox"/> 36 a 50 anos |
| <input type="checkbox"/> 18 a 25 anos | <input type="checkbox"/> Superior a 50 anos |
| <input type="checkbox"/> 26 a 35 anos | |

2. Estado Civil

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Solteira | <input type="checkbox"/> Divorciada/Separada |
| <input type="checkbox"/> Casada/União estável | <input type="checkbox"/> Viúva |

3. Escolaridade

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Sem formação educacional | <input type="checkbox"/> Ensino médio |
| <input type="checkbox"/> Ensino fundamental I (1º ao 5º ano) | <input type="checkbox"/> Graduação |
| <input type="checkbox"/> Ensino fundamental II (6º ao 9º ano) | <input type="checkbox"/> Pós-Graduação (Especialização; Mestrado; Doutorado) |

4. Cor/Raça

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Branca | <input type="checkbox"/> Indígena |
| <input type="checkbox"/> Negra | <input type="checkbox"/> Amarelo |
| <input type="checkbox"/> Parda | |

5. Possui Filhos?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Não | <input type="checkbox"/> 3 a 4 filhos |
| <input type="checkbox"/> 1 a 2 filhos | <input type="checkbox"/> Mais de 5 filhos |

6. Ramo de Atividade

- Vestuário e moda em geral
- Alimentos e bebidas (bar, restaurantes ou lanchonetes)
- Estética e saúde
- Beleza (Produtos de maquiagem e cuidado pessoal)
- Tecnologia e Inovação

- Artesanato e costura
- Turismo
- Outros: _____

7. Qual a situação cadastral do seu negócio?

- 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.

8. 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/Poupança própria
- Empréstimos bancários
- Empréstimos de familiares/amigos
- Seguro desemprego/fundo de garantia

9. 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

Motivações e dificuldades

10. Qual foi a principal razão que a levou a abrir seu negócio?

- Conciliar trabalho e família
- Independência financeira/Ser minha própria chefe
- Complementar renda/Sustento
- Insatisfação com o emprego anterior
- Falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho/ Desemprego
- Negócio de família/Seguir a tradição familiar
- Obter experiência
- Identifiquei uma boa oportunidade de negócio
- Outros: _____

11. Dentre as alternativas abaixo, assinale os 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)
- Dificuldade em conciliar o negócio com tarefas extras (afazeres domésticos, estudos)
- Desempenho financeiro
- Constante medo do fracasso
- Idade
- Preconceito (pelo fato de ser mulher)
- Dificuldade para conseguir crédito/empréstimos junto as instituições financeiras
- Preconceito étnico/racial
- Concorrência do mercado
- Inexperiência/Falta de conhecimento
- Outros: _____

Auto avaliação do perfil empreendedor

12. Assinale nas alternativas abaixo o grau de intensidade que cada característica, segundo a sua percepção, está presente na sua personalidade como empreendedora.

VARIÁVEL	CARACTERÍSTICA	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente
COMPROMETIMENTO E DETERMINAÇÃO	Dedicação/Disciplina					
	Disposição ao sacrifício para atingir metas					
	Imersão total nas atividades que desenvolve					
ATENÇÃO ÀS OPORTUNIDADES	Busca conhecer as necessidades dos clientes					
	Obsessão em criar valor e satisfazer os clientes					
TOLERÂNCIA AO RISCO, AMBIGUIDADES E INCERTEZAS	Toma riscos calculados					
	Habilidade em resolver problemas e integrar soluções					
	Busca minimizar os riscos					
CRIATIVIDADE, AUTOCONFIANÇA, E HABILIDADE DE ADAPTAÇÃO	Capacidade de se adaptar à novas situações					
	Não tem medo de falhar					
	Criativa					
MOTIVAÇÃO E SUPERAÇÃO	Dirigida pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados					
	Ciente de suas forças e fraquezas					
	Autoconfiança					
LIDERANÇA	Tem iniciativa					
	Transmite integridade e confiabilidade					
	Sabe construir times e trabalhar em equipe					