



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA - CEGE**

MARIANA ALVES SILVA

MULHERES EMPREENDEDORAS:

**Uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados
por empreendedoras em Belo Horizonte-MG**

Belo Horizonte

2021

Mariana Alves Silva

**MULHERES EMPREENDEDORAS:
Uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados
por empreendedoras em Belo Horizonte-MG**

Monografia de pós-graduação apresentada ao Curso de Especialização em Gestão Estratégica do Departamento de Ciências Administrativas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFMG, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão Estratégica.

Área de Concentração: Gestão de Pessoas

Orientador: Prof. Dr. Victor Natanael Schwetter
Silveira

**Belo Horizonte
2021**

Ficha catalográfica

S586m Silva, Mariana Alves.
2021 Mulheres empreendedoras [manuscrito] : uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados por empreendedoras em Belo Horizonte-MG / Mariana Alves Silva. – 2021.
68 f.: il.

Orientador: Victor Natanael Schwetter Silveira.
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia (f. 58-60) e apêndices.

1. Empreendedorismo. I. Silveira, Victor Natanael Schwetter.
II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Leonardo Vasconcelos Renault CRB-6/2211
Biblioteca da FACE/UFMG. – LVR/023/2021



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora **Mariana Alves Silva**, matrícula nº **2018744415**. No dia 14/12/2020 às 20:00 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**Mulheres Empreendedoras: Uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados por empreendedoras em Belo Horizonte-MG**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Professor Victor Natanael Schwetter Silveira, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra à aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

NÃO APROVADO

95 pontos (noventa e cinco) trabalhos com nota maior ou igual a 60 serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente a aluna pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 14/12/2020.

Prof. Victor Natanael Schwetter Silveira
(CAD/UFMG - Orientador)

Prof. Alexandre Teixeira Dias
(Faculdades IBMEC)

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que me incentivaram a continuar os estudos.

Ao meu marido Vinicius, que me apoiou na realização desse curso de pós-graduação.

Ao meu orientador Prof. Dr. Victor Natanael Schwetter Silveira, pelo compartilhamento de conhecimentos imprescindíveis para a conclusão do estudo.

Aos funcionários da Pós-Graduação da FACE/UFMG, pelo apoio durante o curso.

Aos colegas, pela troca de experiências.

A todas as mulheres empreendedoras que me inspiraram na escolha do tema desse trabalho.

A todas as pessoas que me ajudaram no decorrer do curso, e que não estão nominalmente mencionadas aqui.

RESUMO

Este estudo teve como objetivo geral descrever as principais percepções das mulheres empreendedoras a respeito de seu negócio, suas dificuldades, e suas perspectivas de futuro para o seu empreendimento. A metodologia deste estudo envolveu um *survey*, operacionalizado por um questionário contendo 19 questões, baseadas em perguntas estruturadas, com opções de resposta do tipo escala Likert de cinco pontos, relativas aos aspectos antecedentes à decisão de empreender, ao início do empreendimento, à situação atual do empreendimento e, também, às perspectivas futuras para o empreendimento, na percepção de empreendedoras femininas em Belo Horizonte-MG. A amostra de pesquisa foi baseada no critério de acessibilidade, não probabilística por conveniência, obtendo-se um total de 31 respondentes válidos, que atuavam como empreendedoras, em diversos setores de negócio, na cidade de Belo Horizonte/MG. Após a coleta, os dados foram lançados em planilhas do Microsoft Excel. A partir daí utilizou-se a estatística descritiva para apresentar os dados do perfil da amostra pesquisada. Em seguida, realizou-se o cálculo das médias, desvios-padrão e variância, assim como a contagem de frequências das respostas das questões do instrumento. Com base nesses resultados foi realizada uma análise quantitativa para se verificar os valores mais elevados e mais baixos, e então, buscou-se descrever os resultados para se fazer deduções para responder à questão de pesquisa. Como resultados, este estudo permitiu constatar, de forma geral, que a maioria delas buscou criar um negócio por desejo próprio de realização, com o apoio de familiares diretos (pais, irmãos, cônjuge, filhos). Poucas buscaram fazer um plano de negócios, ou algum tipo de curso/treinamento gerencial com o objetivo de se preparar para iniciar um negócio. Poucas delas sofreram preconceito de gênero, mas relataram certo nível de conflito entre a vida pessoal e a profissional. Em última instância encontram-se frequentemente motivadas para conduzir seu negócio, não enfrentam dificuldades financeiras para manter seu negócio, percebem as necessidades de utilização de recursos da internet, e de realizarem um planejamento estratégico. Em relação ao futuro acreditam que seu negócio, daqui dois anos continuará crescendo e se expandindo no mercado com atuação no mesmo foco de mercado, atendendo a mesma clientela de hoje, porém com demandas de novos conhecimentos que elas ainda não possuem.

Palavras-Chave: Mulheres, Empreendedoras, Empreendedorismo, Empreendedorismo feminino, Mercado de Trabalho, Desafios.

ABSTRACT

The present study aims at describing the main impressions of female entrepreneurs regarding their businesses, their difficulties and future perspectives on their enterprises. The methodology of this study encompassed a survey that was conducted with a questionnaire containing 19 items and was based on structured questions, with answer options of the five point Likert Scale type. The questions were related to aspects of the moments before the decision to become an entrepreneur was made, the beginning of the enterprise itself, the current situation of the business and, also, to future prospects for it, all within the scope of female entrepreneurs from Belo Horizonte, Minas Gerais, Brazil. The probabilistic sample of this research was based on the criterion of accessibility, not probabilistic for statistical convenience, obtaining a total of 31 valid respondents, that acted as entrepreneurs in various business sectors in the City of Belo Horizonte, MG. After collection, the data were fed into Microsoft Excel spreadsheets. Henceforth, descriptive statistics was applied to present the data on the sample profile being researched. After that, the calculation of the mean, variance and standard deviation was carried out, as well as the tallying of the answer frequency of the questions in the instrument of research. Based on these results, a quantitative analysis (QA) was performed in order to verify the higher and lower values, and then, there was an attempt to describe the results to make deductions that enabled us to answer the question posed in the present research. This study yielded the result that, in general, most women involved in the study sought to establish a business because of their own will and sense of achievement, with the support of their nuclear family (parents, siblings, spouse and children). The minority attempted to make a business plan or have any sort of management training or instruction in order to better prepare to set up a business. Few of them suffered from gender prejudice, but reported some conflict between personal and professional life. Ultimately, they find themselves frequently motivated to manage their businesses, not facing financial difficulties to support their enterprise. They are aware of the need to use Internet resources and address strategic planning. Regarding the future, they believe that their businesses will be expanding and growing in two year's time, acting with the same market focus strategy, tending to the same clientele of today. However, they will have new demands of knowledge that they still do not possess.

Key words: women, entrepreneurs, entrepreneurship, female entrepreneurship, job market, challenges.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Resumo das principais características da amostra	26
Tabela 2 – Resumo do perfil profissional da amostra	28
Tabela 3 – Resumo da situação empreendedora da amostra	29
Tabela 4 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora antes de iniciar seu negócio	31
Tabela 5 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora no momento de iniciar seu negócio	33
Tabela 6 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora atual	34
Tabela 7 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a necessidade atual do empreendimento	35
Tabela 8 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre perspectiva de futuro	37
Tabela 9 – Frequências de Respostas - Antes de iniciar o negócio	38
Tabela 10 – Frequências de Respostas – No momento de iniciar o negócio	43
Tabela 11 – Frequências de Respostas – No momento atual do negócio	45
Tabela 12 – Frequências de Respostas – Necessidade atual do negócio	50
Tabela 13 – Frequências de Respostas – Perspectivas de futuro do negócio	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Problema de pesquisa	11
1.2 Objetivo geral	11
1.3 Objetivos específicos	11
1.4 Justificativa e relevância	12
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Empreendedorismo	13
2.2 Trabalho feminino e renda no Brasil	14
2.3 Empreendedorismo feminino	16
2.3.1 Principais barreiras ao empreendedorismo feminino no Brasil	16
3. METODOLOGIA	23
3.1 Caracterização da pesquisa	23
3.2 População e amostra da pesquisa	23
3.3 O instrumento de coleta de dados	23
3.4 O tratamento dos dados	24
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	25
4.1 Caracterização do perfil das participantes	25
4.2 Caracterização do perfil profissional das participantes	27
4.3 Médias, desvios-padrões e variâncias	30
4.4 Resultados da situação empreendedora das participantes	38
4.5 Resultados das necessidades atuais do empreendimento	50
4.6 Resultados da perspectiva de futuro das participantes	53
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
5.1 Limitações do estudo	58
5.2 Recomendações para estudos futuros	58
REFERÊNCIAS	60
APÊNDICE	63
APÊNDICE A - Questionário da pesquisa	64

1 INTRODUÇÃO

O mundo do trabalho vem passando por significativas mudanças nas últimas décadas, que estão alterando os empregos, as profissões, e forma de as pessoas trabalharem e obterem renda, como já evidenciaram, a partir da década de 1990, autores como Bridges (1995; 1998), Rifkin (1995), Antunes (1995), entre outros.

Segundo Juliano (2016, p. 13) antes da década de 1990, era imprescindível que um jovem se esforçasse para conquistar um emprego que lhe garantisse *status* e estabilidade. Nesta época, ingressar no mercado de trabalho através do empreendedorismo era totalmente desencorajado pela sociedade.

Com a revolução industrial ocorrida entre os séculos XVII e XIX e os avanços tecnológicos alcançados no século XX, a sociedade teve que se adaptar a uma nova forma de trabalho. Grande parte dos trabalhos manuais, que antes eram exercidos pelo homem, passou a ser realizado por máquinas. Dessa forma observou-se a extinção de cargos tradicionais nas empresas, e conseqüentemente o aumento do desemprego e a redução dos empregos formais. A diminuição do emprego formal, o aumento do desemprego e conseqüentemente a dificuldade das famílias em manter sua renda fez com que a sociedade buscasse diferentes alternativas para resolver esse problema como, por exemplo, a inserção da mulher no mercado de trabalho e empreender em um negócio próprio.

“A palavra empreender vem do latim e, de maneira geral, significa tomar a decisão de realizar uma tarefa difícil e laboriosa ou, ainda, colocar um plano em execução”, e está diretamente ligado à criatividade e inovação (JULIANO, 2016, p. 13-14).

Uma das portas de entrada das mulheres no mercado de trabalho é o empreendedorismo. De acordo com a pesquisa GEM (2018) o Brasil tem a sétima maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais.

Ainda segundo dados do GEM (2018) o número de homens empreendedores ainda supera o número de mulheres empreendedoras, 28 milhões contra 24 milhões respectivamente, isso considerando todos que tem um negócio (formal ou informal) ou que realizaram alguma ação no último ano visando ter o próprio negócio.

Quando se analisa os dados do relatório do SEBRAE (2018) sobre o empreendedorismo feminino, o número de homens e mulheres que viraram donos

do próprio negócio cai para 18,1 milhões, e 9,3 milhões respectivamente. Deste modo, a conversão de mulheres empreendedoras em mulheres “donas do próprio negócio” é 40% mais baixa do que em relação aos homens. Ou seja, há uma desistência maior em empreender, por parte das mulheres, em função de diversos fatores.

Assim, o debate sobre o empreendedorismo feminino, não envolve apenas a questão do ingresso da mulher no mercado de trabalho, mas sim, uma mudança social relevante, provocando não somente transformações nas expectativas de vida pessoal, como também nas relações familiares, nas demandas por serviços públicos, entre outros fatores (GOMES, 2004).

Naturalmente o processo empreendedor já é dotado de dificuldades e entraves inerentes, que se colocam àqueles que buscam empreender. As mulheres, por conta de sua construção histórica atrelada ao gênero feminino, enfrentam ainda dificuldades extras quando tentam empreender.

1.1 Problema de pesquisa

Diante do cenário apresentado, propõe-se a seguinte questão: *Quais são as principais percepções das mulheres empreendedoras a respeito de seu negócio, suas dificuldades, e suas perspectivas de futuro para o seu empreendimento?*

1.2 Objetivo Geral

O objetivo geral do presente trabalho é descrever as principais percepções das mulheres empreendedoras a respeito de seu negócio, suas dificuldades, e suas perspectivas de futuro para o seu empreendimento.

1.3 Objetivos Específicos

Em relação aos objetivos específicos, este trabalho buscou:

- a) Descrever os aspectos relacionados aos antecedentes do empreendimento pelas mulheres participantes.

- b) Descrever os aspectos relacionados ao início do empreendimento pelas mulheres participantes.
- c) Descrever os aspectos relacionados à situação atual do empreendimento realizado pelas mulheres participantes.
- d) Descrever os aspectos relacionados às perspectivas de futuro do empreendimento na visão das mulheres participantes.

1.4 Justificativa e Relevância

As mulheres vêm ganhando cada vez mais espaço no mercado de trabalho e o empreendedorismo é uma das portas de entrada para o mesmo. Com a crescente representatividade da figura feminina no âmbito do empreendedorismo, surge também a necessidade de se desenvolver estudos que relatem os fatores determinantes para o sucesso ou insucesso do empreendedorismo feminino, criando dessa maneira ferramentas teóricas que possam auxiliar no aprofundamento do tema.

As questões levantadas são de extrema relevância nos dias de hoje, uma vez que o número de mulheres que entram no mercado de trabalho através do empreendedorismo vem aumentando, porém, o número de mulheres que efetivamente viram “donas do próprio negócio” é bem menor quando comparado com o número de homens empreendedores que viraram “donos do próprio negócio”. (SEBRAE, 2018)

Com o presente trabalho espera-se poder contribuir com o estudo desses fatores determinantes, agregando informações para o tema apresentado.

Esse estudo se justifica diante da necessidade de complementar os estudos já existentes nessa temática específica, avançando o tema a partir da questão proposta neste estudo, por se tratar de um assunto atual e com relevância acadêmica e econômica, por tentar identificar fatores que contribuem para a elevação da inserção e profissionalização de mulheres empreendedoras, contribuindo para a sua eficácia e produtividade no mercado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para fundamentar o objetivo deste estudo, que é identificar a situação atual e os maiores desafios enfrentados pelas mulheres na prática empreendedora na região de Belo Horizonte MG, será contextualizado os conceitos existentes acerca do empreendedorismo, a situação do trabalho feminino e renda no Brasil, o empreendedorismo feminino e suas principais barreiras.

2.1 Empreendedorismo

Segundo Dornelas (2008, p. 22):

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos, que em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação dessas oportunidades levam à criação de negócios de sucesso.

Ainda para Dornelas (2008), o empreendedor detecta uma oportunidade, calcula os riscos, assume as responsabilidades e cria um negócio com um fim econômico. Segundo ele, o mais difícil no processo de empreender é identificar e avaliar a “oportunidade”, que na visão dele se assemelha a um velho sábio, barbudo, baixinho e careca que passa naturalmente ao seu lado e você não nota. Para que se possa identificar a oportunidade é necessário o talento, conhecimento, a percepção e o feeling do empreendedor.

Para Schumpeter (1988), considerado o “pai” do empreendedorismo, o empreendedor é aquele responsável por desconstruir antigos produtos e hábitos e substituí-los por novos. Inicialmente seu sucesso depende da sua intuição e da capacidade de ver as coisas que até então podem não parecer validadas, mas que posteriormente serão comprovadas.

Schumpeter (1949) confirmado por Dornelas (2008, p 22) afirma 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”.

Barreto (1998, p. 189-190) citado por Baggio (2014), afirma que sobre a etimologia da palavra empreendedorismo pode-se inferir:

O vocábulo é derivado da palavra *imprehendere*, do latim, tendo seu correspondente empreender, surgindo na língua portuguesa no século XV.

A expressão “empreendedor” segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, teria surgido na língua portuguesa no século XVI. Todavia a expressão “empreendedorismo” foi originada da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa, que por sua vez é composta da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*. O sufixo *ship* indica posição, grau, relação, estado ou qualidade, tal como em *friendship* (amizade ou qualidade de ter um amigo). O sufixo pode ainda significar uma habilidade ou perícia ou, ainda, uma combinação de todos esses significados como em *leadership* (liderança = perícia ou habilidade de liderar).

Baggio (2014, p. 25-38) consegue reunir em seu estudo várias definições acerca do conceito de empreendedorismo e do próprio conceito de empreendedor como sujeito. Após várias análises ele reúne os componentes comuns a todas as definições de empreendedor e resume que todos eles:

Tem iniciativa para criar um próprio negócio e paixão pelo que faz; utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive; aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 6-7) afirmam que “O empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões.” Os autores ainda diferenciam as “ações empreendedoras”, que segundo eles surgem quando uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor, das “oportunidades empreendedoras” que ocorrem quando “novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção.”

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 13):

Ser um empreendedor significa agir diante de uma oportunidade que vale a pena ser trabalhada. Isso envolve o pensamento empreendedor, ou seja, os processos mentais com que o indivíduo supera a ignorância para decidir se um sinal representa uma oportunidade para alguém e/ou reduz dúvidas quanto essa oportunidade.

O empreendedorismo é uma importante ferramenta econômica de um país pois auxilia na geração de empregos, no aumento da capacidade de inovação, atuando diretamente no desenvolvimento e crescimento econômico do mesmo.

2.2 Trabalho feminino e renda no Brasil

Atualmente a população brasileira é constituída em sua maioria por mulheres. De acordo com os dados da PNAD Contínua (Pesquisa Nacional por Amostra de

Domicílios Contínua) em 2018, 48,3% da população eram homens e 51,7% eram mulheres. Durante muito tempo as mulheres restringiram seu trabalho aos afazeres domésticos e cuidados com a criação dos filhos, porém essa realidade tem mudado e elas estão cada vez mais ganhando seu espaço no mercado de trabalho.

Os autores Cotrin, Teixeira e Proni (2020, p. 7), após um estudo minucioso a respeito da desigualdade de gênero no mercado de trabalho formal no Brasil, afirmam que:

Apesar de os estudos apresentarem uma maior participação das mulheres no mercado de trabalho, sua inserção se dá em maior parte em ocupações de setores já previamente ocupados por uma maioria feminina. Além disso, as desigualdades salariais entre homens e mulheres são persistentes e se manifestam em quase todos os setores de atividade e grupos ocupacionais.

Ainda segundo os mesmos autores, o período entre o ano de 2004 e 2014, foi favorável para as mulheres no mercado de trabalho brasileiro. Observou-se uma maior formalização do emprego das mulheres com um considerável crescimento de renda mensal principalmente entre mulheres com menor grau de escolaridade.

Em seguida, a crise econômica iniciada em 2014, e estabelecida em 2015 aumentou as taxas de desemprego, a desigualdade de renda e reduziu os rendimentos mensais principalmente dos trabalhadores formais. Porém os homens sofreram maiores impactos do que as mulheres.

Essa situação apresentada acima se justifica, pois, os setores mais atingidos pela crise são tradicionalmente ocupados pela mão de obra masculina como por exemplo a indústria de transformação e construção civil. Isso fez com que a tendência de aumento da participação feminina no mercado de trabalho continuasse a crescer o que inicialmente pode parecer algo positivo, mas também pode ser reflexo de uma estratégia dos empresários em reduzir gastos com a folha de pagamentos.

Cotrin, Teixeira e Proni, (2020), continuam seu estudo analisando os rendimentos pagos a homens e mulheres no período entre o ano de 2015 e 2018 que foi caracterizado por uma significativa queda nos rendimentos masculinos. Ainda assim, a renda delas é em torno de 15% menor que a renda deles. Essa diferença é menos expressiva nos empregos oferecidos pelo setor público e em ocupações que não exigem elevado grau de escolaridade. Por sua vez essa diferença de renda é mais expressiva nos empregos oferecidos pelo setor privado e em ocupações que exigem um maior grau de escolaridade.

2.3 Empreendedorismo feminino

De acordo com Gouvêa e Silveira (2008) o início dos estudos sobre o empreendedorismo feminino se deu nos anos 1990 e se apresentavam de forma fragmentada concentrando-se em descrever uma pequena parte da população empreendedora feminina. Ainda segundo as autoras, após análise de estudos mais recentes, percebe-se que as mulheres enfrentam lutas internas nas organizações e externas em âmbito familiar/social levando-as buscar um equilíbrio entre essas duas demandas.

Segundo o relatório especial do SEBRAE (2019) que relata sobre o empreendedorismo feminino no Brasil, pode-se verificar que em 2018, quando comparado com os outros países, o Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres entre os empreendedores. Observa-se também que a conversão de “Empreendedoras” em “Donas de Negócios” é 40% mais baixa quando comparado com o que acontece com o sexo masculino e correspondem a 34% dos 27,4 milhões de donos de negócio existentes no Brasil e recebem em torno de 22% a menos que os homens.

Seguindo a mesma comparação entre os dois gêneros, a proporção de negócios criados por necessidade é maior no grupo das mulheres. Nesse sentido, 48% dos microempreendedores individuais existentes no Brasil são do sexo feminino, e se destacam em atividades de beleza, moda e alimentação.

Carreira *et al.* (2015) identificaram em seu estudo as principais características das mulheres empreendedoras. São elas:

(...) persistência e determinação alicerçadas pela coragem e confiança no trabalho que realizam; visão de mercado e de oportunidades com base em pesquisas; intuição e percepção de oportunidades; perseverança nos seus objetivos mantendo a família e a fé como, aliados, apoiadores e até como alicerces. Além disso, estabelecer e cumprir metas estão entre seus maiores pontos fortes somando-se a eles o planejamento e o cumprimento de prazos.

2.3.1 Principais barreiras ao empreendedorismo feminino

Os autores McGowan, Redeker, Cooper, Greenan (2012) constataram em sua pesquisa que, para muitas mulheres, o prazer experimentado no gerenciamento de sua própria empresa, resultante da maior liberdade e flexibilidade, é carregado de

descontentamento, em função das demandas de tempo entre as necessidades de equilibrar as exigências do negócio e os interesses dos filhos e outros dependentes.

Assim, a realidade da experiência empreendedora feminina, muitas vezes, apresenta aspectos negativos, assim como uma fonte de tensão real.

Cabe notar que as experiências negativas surgem a partir de questões como os compromissos conflitantes, sentimentos de culpa e as tensões decorrentes de seus pontos de vista e dos outros sobre o papel tradicional das mulheres na sociedade, especialmente seu papel de mãe e cuidadora principal (MCGOWAN; REDEKER; COOPER; GREENAN, 2012).

Outros aspectos são decorrentes de questões de saúde pessoal, bem-estar emocional, níveis de energia, sentimentos de isolamento e estresse dentro das relações pessoais. Do ponto de vista profissional, as mulheres também apresentaram dificuldades decorrentes de sua falta de experiência como empreendedoras, medo do risco financeiro e da dívida, falta de modelos e o baixo nível de assistência (MCGOWAN; REDEKER; COOPER; GREENAN, 2012).

Outro conflito vivido específico da mulher empreendedora, evidenciado por MCGowan, Redeker, Cooper e Greenan (2012), é de natureza pessoal. Nesse sentido, o conflito trabalho-família envolve o embate entre as atividades tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, tais como o trabalho doméstico, o cuidado dos filhos, e o empreendimento.

As autoras Buttner e Moore (1997) realizaram um estudo que examinou as razões pelas quais 129 mulheres executivas e profissionais deixaram grandes organizações para se tornarem empreendedoras, e como elas mediram o seu sucesso como empreendedoras. Os achados do estudo indicaram que as motivações empreendedoras mais importantes das mulheres foram o desejo de desafio e a autodeterminação, assim como o desejo de equilibrar as responsabilidades familiares e de trabalho. Outro aspecto que também foi importante envolveu os bloqueios para o avanço da carreira em grandes organizações, incluindo discriminação e dinâmica organizacional. Constatou-se que essas empreendedoras medem o seu sucesso em termos de auto realização e realização de metas próprias. Os lucros e o crescimento dos negócios, embora importantes, foram medidas percebidas como menos relevantes de seu sucesso como empreendedoras. Assim, a motivação para se tornarem empreendedoras estava

relacionada, essencialmente, àqueles critérios que as mulheres utilizavam para medir seu sucesso, e que envolveu também a questão do conflito trabalho-família.

Porto (2002) evidenciou, em seu estudo, a culpa sentida pelas mulheres empresárias por deixarem os filhos aos cuidados de outros na busca pela realização profissional.

Os conflitos trabalho-família também foram investigados por Strobino e Teixeira (2014). O seu estudo baseou-se na investigação de três dimensões: a) tempo dispensado ao trabalho, muitas vezes maior do que o vivido quando atuavam como funcionárias de empresas; b) tensão ocasionada pelos problemas gerados pela dedicação ao negócio; c) comportamento, que é resultante da carga elevada de trabalho e responsabilidades com a família.

Strobino e Teixeira (2014) afirmam que o conflito é mais comumente encontrado em proprietárias de pequenas empresas, cuja fronteira entre o trabalho, a vida pessoal e a família não está bem definida. Um fator de destaque que contribui para o aumento das pressões sentidas pelas empreendedoras é a ausência de colaboração por parte dos filhos e do cônjuge.

No intuito de alcançar um equilíbrio entre o aspecto profissional e o pessoal, as mulheres empreendedoras buscam o controle das emoções na tentativa de evitar discussões, o equilíbrio de horários, o compartilhamento com a família das atividades domésticas, a busca do diálogo, e o apoio na família (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Apesar da presença marcante de conflito trabalho-família em mulheres empreendedoras, Powell e Eddleston (2013) constataram, em estudo realizado com 253 empreendedores, de ambos os sexos, que o apoio familiar para as mulheres está positivamente relacionado com o sucesso empreendedor, ao passo que o estudo não ofereceu suporte para a noção de que empreendedores do sexo masculino se beneficiam destas ligações. Segundo os autores, as mulheres podem experimentar esses benefícios justamente em função de sua relativa falta de acesso a outros recursos, como humano, social e capital financeiro, assim como porque o papel do sexo feminino encoraja-as a buscar a sinergia trabalho-família.

A figura do marido, em especial, também exerce um papel crucial na vida das mulheres empreendedoras. Embora esse laço seja forte e a divergência de

pensamento e opinião possa limitar essa relação, é uma fonte de apoio emocional de destaque no fortalecimento do ato de empreender pela mulher (BRUCE, 1998).

A relação estabelecida entre a mulher empreendedora e o marido tanto pode auxiliar no processo empreendedor, como pode se revelar um entrave. Muitas mulheres recorrem ao marido como fonte de recursos, apoiando e financiando suas ideias. A figura masculina também é comumente citada como conselheira na tomada de decisão (BRUCE, 1998).

Porto (2002) destaca, ainda, a existência de uma forte pressão por parte dos maridos no que se refere à provisão do lar, mostrando uma grande resistência nas transformações quanto às tradicionais atribuições femininas e masculinas. Em seu estudo, foi frequente o discurso das mulheres entrevistadas que fingiam ser o marido o principal provedor da família, de forma a manter a crença de dependência a eles. Contudo, embora a pesquisa de Porto (2002) evidencie o peso que as mulheres dão ao trabalho, a família ainda aparece como valor de destaque.

Outra dificuldade apontada na literatura em relação ao processo empreendedor feminino, diz respeito à desvantagem sentida no tocante às fontes dos recursos (BRUCE, 1998; POWELL; EDDLESTON, 2013)

Muitas empreendedoras, diante da falta de recursos próprios para montar seu próprio negócio, se vêm dependentes do aporte de capital pelo marido, o que pode vir acompanhado de cobranças, impedimentos, e negativas, que elevam o medo do fracasso por parte das empreendedoras.

A captação de recursos no mercado pelas mulheres empreendedoras é vista como um processo com diversas barreiras: acesso a recursos financeiros, humanos e de capital social (POWELL; EDDLESTON, 2013).

Lockyer e George (2012) conduziram um estudo abordando as barreiras ao empreendedorismo feminino nas áreas de West Midlands, uma região da Inglaterra caracterizada por baixos níveis de participação no ensino superior e baixo empreendedorismo. Na percepção das mulheres participantes, embora para muitas delas a acessibilidade à formação e ao treinamento profissional tenha sido um grande problema, uma área de maior preocupação foi encontrada em relação ao risco financeiro, e à crença comum de que as mulheres são menos propensas a começar um negócio se tiverem um amigo ou familiar com um negócio já estabelecido.

De acordo com o relatório do Global Entrepreneurship Monitor (2010), 25% das mulheres acreditam que são tratadas de forma diferente pelas instituições financeiras. Frente a isso, a busca de recursos para empreender, no caso das mulheres, ainda configura-se como um entrave no processo. Uma barreira está atrelada às garantias exigidas pelas instituições financeiras, visto que, comumente as mulheres são dependentes de outros, como maridos ou outras figuras masculinas, carecendo do aval destes para viabilizar o financiamento.

Tal posição de subjugação confere à mulher uma postura mais conservadora no que concerne ao risco, resultando na baixa proporção de recursos de terceiros na capitalização inicial da empresa (BARBOSA *et al.*, 2011).

Os autores Machado *et al.* (2003) realizam um estudo abordando a razão predominante para mulheres criarem empresas no Brasil, Canadá e França. Os resultados apontaram que os motivos principais para a criação de uma empresa foi a realização pessoal, seguida da visão de oportunidade de mercado, e a insatisfação no emprego. Predominou, entre as mulheres pesquisadas, um tempo prévio médio de experiência profissional de 9 anos, assim como a existência de pais como modelos de empreendedores para 41% dos casos. A sociedade foi a forma predominante de iniciar um negócio, e a origem do capital inicial foi proveniente de economias pessoais, com exceção das empresas da França, que fizeram parte do estudo. Assim, constatou-se, em especial, que a fonte de capital inicial das empresas criadas por mulheres no Brasil, Canadá e França, são os recursos provenientes de economias pessoais, assim como empréstimo de familiares e amigos. Penhor de joias e venda de imóvel também foram fontes encontradas na pesquisa das autoras. Já entre as empreendedoras francesas verificou-se maior proporção de captação de recursos junto a bancos, do tipo hipoteca.

Jonathan (2003) investigou a situação de empreendedoras de negócios de alta tecnologia. As empreendedoras enfatizaram problemas relativos ao financiamento de seus negócios, à competição no mercado, e à busca de autonomia. Na esfera pessoal, elas vivenciam certa discriminação de gênero e de idade, além do desafio de buscar o equilíbrio entre as demandas pessoais, familiares e profissionais. A busca de qualidade e de crescimento gradual orienta sua forma de gestão empresarial que tende a se caracterizar pelo exercício de uma

liderança interativa bem como pela construção de uma rede social fundada em parcerias internas e externas.

Um agravante salientado, frente aos entraves encontrados pelas mulheres em captar recursos, envolve as características do setor de atuação no qual empreendem, pois, são setores que necessitam de inovação intensiva, constantes investimentos em renovação tecnológica, assim como a predominância de empreendedores jovens. Esses fatores dificultam o acesso de empreendedoras aos recursos para financiar esse tipo de atividade (JONATHAN, 2003).

Segundo Jonathan (2003) as mulheres empreendedoras em negócios de alta tecnologia tendem a ser conservadoras em relação à busca de financiamento para os seus negócios, não vêem o crescimento do negócio nem como uma medida de sucesso, nem como uma meta em si mesma. Ao buscarem o crescimento gradual da empresa de modo a garantir a qualidade, as empreendedoras vão contra as expectativas de rápido crescimento que prevalecem no ambiente dos negócios de alta tecnologia. Desse modo, sua parceria com o capital de risco não é favorecida.

Por outro lado, a representação social do capital de risco mantida pelas empreendedoras de alta tecnologia é composta tanto por desconhecimento, medos, discordâncias e sentimentos negativos quanto por atitudes positivas.

Além do mais, as empreendedoras de alta tecnologia revelam uma tendência na forma de gerir seus negócios: há reconhecimento e valorização de sua condição feminina de empreendedora bem como da “alma feminina” de suas empresas. A valorização do feminino, o exercício de liderança interativa e a construção de uma sólida rede social, fundada em bons relacionamentos internos e externos, constituem as principais características da “gestão feminina” das mulheres no comando de suas empresas no setor de alta tecnologia brasileira.

Os autores Bolson e Oliveira (2018) afirmam que, no mercado de trabalho mundial, ainda prevalece o preconceito de gênero, que se reflete em salários menores e menos emprego. Porém a inserção feminina no mundo do empreendedorismo trouxe mudanças principalmente na maneira de como se dão as relações profissionais e nas estratégias empresariais em pequenas empresas. O maior nível de escolaridade das mulheres quando comparado com o dos homens, as alterações nas composições familiares com um menor número de filhos são fatores que impulsionam o aumento da representatividade feminina no mercado de trabalho.

Em um estudo elaborado por Gazola, Guedes e Machado (2017, p. 85-99) os principais fatores determinantes para o crescimento de empresas criadas por empreendedoras são: “a quantidade de horas de trabalho dedicadas ao negócio, o conhecimento prévio, a capacidade de ser criativa e inovadora, e a diversificação de produtos e serviços”. Ainda nesse mesmo estudo, os autores observaram que a avaliação de determinantes e dificuldades de crescimento das empresas foi influenciada pelo nível de escolaridade das empreendedoras.

Segundo Loiola (2016) o empreendedorismo feminino acarretou um aumento de responsabilidades para as mulheres uma vez que qualquer que seja o seu nível de desenvolvimento profissional na grande maioria das famílias ela ainda é a maior responsável pela casa e pelos filhos.

Segundo o IBGE (2018) as mulheres recebem 79,5% dos rendimentos pagos aos homens considerando o mesmo grupo etário, o que reflete o preconceito ainda existente com o trabalho feminino.

3 METODOLOGIA

3.1 Caracterização da pesquisa

Este estudo envolveu uma pesquisa do tipo descritiva, a partir de uma abordagem quantitativa, baseando-se em um questionário tipo *survey*, aplicado a uma amostra de mulheres empreendedoras em Belo Horizonte, no Estado de Minas Gerais.

Para Gil (2019, p. 47) as pesquisas descritivas “[...] têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população”.

3.2 População e amostra da pesquisa

Como população a ser pesquisada foram consideradas as mulheres que atuam como empreendedoras, em atividades formalizadas, em qualquer ramo de negócio, na cidade de Belo Horizonte/MG.

Como amostra de pesquisa foram selecionados, pelos critérios de acessibilidade e intencionalidade — sendo definida como amostragem não probabilística por conveniência — um grupo de mulheres empreendedoras, totalizando 31 respondentes.

As mulheres empreendedoras consideradas como amostra tiveram a liberdade de participarem, ou não, da pesquisa, conforme seu próprio arbítrio. Para serem incluídas na amostra, elas tinham que estar atuando com empreendimento próprio há, pelo menos, seis meses, na cidade de Belo Horizonte-MG.

3.3 O instrumento de coleta de dados

Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado um questionário do tipo *survey*, contendo 3 partes sendo: Parte 1 Perfil da Respondente, com 12 questões; Parte 2 Situação Empreendedora, com 6 questões; Parte 3 Perspectivas de Futuro, com 1 questão, totalizando 19 questões estruturadas.

O instrumento de coleta de dados foi enviado às mulheres empreendedoras atuantes em Belo Horizonte, que fizeram parte da amostra, utilizando redes sociais

digitais, como Instagram, LinkedIn, Facebook e WhatsApp, nos meses de maio e junho de 2020.

Ao término do processo de coleta de dados, foi contemplada uma amostra final de 31 questionários válidos. Não houve questões em branco, e nem questionários invalidados.

3.4 O tratamento dos dados

Para o tratamento dos dados os mesmos foram, inicialmente, lançados e organizados no *software* Microsoft Excel. Em seguida, foram realizados os cálculos de médias, desvios-padrão e variância, relativos à amostra. Depois, foram calculadas as frequências de respostas em cada questão do questionário para, posteriormente, realizar deduções sobre os resultados apurados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Caracterização do perfil das participantes

Para caracterização e avaliação do perfil pessoal das respondentes do questionário procurou-se identificar itens como: idade, escolaridade, estado civil, se possui filhos ou não.

Com relação às faixas etárias da amostra, 48,4% das respondentes possuem entre 26 e 30 anos, o que representou, neste estudo, a faixa etária que mais se arriscou a empreender o próprio negócio. Além disso, 12,9% das mulheres possuem idade entre 31 e 35 anos; 9,7% de 41 a 45 anos; 9,7% de 46 a 50 anos; 6,5% até 25 anos e 6,5% delas possuem mais de 50 anos. Esses dados evidenciam que 54,9% das respondentes possuem idade de até 30 anos, o que corrobora a presença de empreendedoras mais jovens na amostra utilizada neste estudo.

Quanto à escolaridade, observou-se que 51,6% das mulheres possuem curso superior completo; 12,9% são pós-graduadas; 9,7% concluíram um curso de especialização/MBA; 9,7% possui segundo grau completo; 6,5% tem um curso de tecnólogo superior; 6,5% possuem ensino fundamental completo, e 3,2% delas não concluíram o ensino superior. Isso demonstra que a maioria delas possui um grau de escolaridade elevado, uma vez que 74,2% delas possui, no mínimo, curso superior completo.

Em relação ao estado civil das empreendedoras que responderam ao questionário, 41,9% são casadas; 38,7% são solteiras; 12,9% vivem com companheiro, e 6,5% são divorciadas.

Quanto à presença de filhos, 51,6% têm filhos (29,0% 1 filho, 19,4% 2 filhos, e 3,2% 3 filhos) e 48,4% não possui nenhum filho.

Os dados coletados evidenciam que, em sua maioria, as respondentes são mulheres casadas, ou que moram com companheiro, e que já constituem família com no mínimo 1 filho.

Pode-se deduzir que a maioria das mulheres da amostra possui maiores responsabilidades em relação a vários aspectos da sua vida, como marido, afazeres domésticos, educação dos filhos etc.

Tabela 1 - Resumo das principais características da amostra

VARIÁVEIS	OCORRÊNCIAS	
	Freq.	%
Faixa etária		
Até 25 anos	02	6,5%
De 26 a 30 anos	15	48,4%
De 31 a 35 anos	04	12,9%
De 36 a 40 anos	03	9,7%
De 41 a 45 anos	02	6,5%
De 46 a 50 anos	03	9,7%
De 51 a 55 anos	00	0,0%
De 56 a 60 anos	02	6,5%
Mais de 60 anos	00	0,0%
TOTAL	31	100,0%
Escolaridade	Freq.	%
Ensino fundamental incompleto	00	0,0%
Ensino fundamental completo	02	6,5%
Segundo grau incompleto	00	0,0%
Segundo grau completo	03	9,7%
Curso tecnólogo superior	02	6,5%
Curso superior incompleto	01	3,2%
Curso superior completo	16	51,6%
Curso Tecnólogo Superior	00	0,0%
Curso de especialização/MBA	03	9,7%
Pós-graduação (Mestrado/Doutorado)	04	12,9%
Não tenho nenhuma escolaridade	00	0,0%
TOTAL	31	100,0%
Estado Civil	Freq.	%
Solteira	12	38,7%
Casada	13	41,9%
Separada	00	0,0%
Divorciada	02	6,5%
Viúva	00	0,0%
Vive com companheiro(a)	04	12,9%
TOTAL	31	100,0%
Filhos	Freq.	%
Não tenho filhos(as)	15	48,4%
Tenho 1 filho(as)	09	29,0%
Tenho 2 filhos(as)	06	19,4%
Tenho 3 filhos(as)	01	3,2%
Tenho 4 filhos(as)	00	0,0%
Tenho 5 ou mais filhos(as)	00	0,0%
TOTAL	31	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Em resumo: a) predominantemente as empreendedoras possuem idade de até 30 anos (54,9% da amostra); b) em sua predominância elas concluíram um curso superior, ou um curso de especialização/MBA ou uma pós-graduação (mestrado/doutorado) (74,2% da amostra); c) predominantemente são casadas ou vivem com companheiro (54,8% da amostra); d) em sua predominância elas tem 1 filho ou mais (51,6% da amostra).

4.2 Caracterização do perfil profissional das participantes

Para caracterização e avaliação do perfil profissional das respondentes do questionário procurou-se identificar itens como: situação profissional, faixa de renda mensal, tempo que exerce a atividade, número de funcionários, setor de atuação, tipo de atividade exercida, e atividade principal.

Em relação à situação profissional atual, 48,4% das respondentes trabalham como empresária (proprietária/sócia); 32,3% como autônoma/profissional liberal; 16,1% trabalham com vínculo empregatício em empresa de terceiros, e 3,2% trabalham em emprego público.

Com relação à remuneração mensal que o empreendimento gera para essas empreendedoras, 25,8% delas afirmaram possuir renda mensal entre R\$1.045,00 a R\$2.000,00; 19,4% renda de R\$2.001,00 a R\$3.000,00; 19,4% renda de R\$3.001,00 a R\$5.000,00; 6,5% renda de R\$5.001,00 a R\$8.000,00; 6,5% renda de R\$8.001,00 a R\$12.000,00; 6,5% renda de R\$15.001,00 a R\$20.000,00 e 3,2% renda de R\$12.001,00 a R\$15.000,00. Das respondentes, 3,2% alegaram não receber nenhum tipo de remuneração com o seu negócio. Isso evidencia que em sua maioria, 74,2% delas, possuem uma renda mensal de, no máximo, R\$5.000,00.

Quanto ao tempo de empreendimento, 35,5% delas empreendem há menos de 1 ano; 16,1% de 1 a 2 anos; 16,1% de 3 a 5 anos; 16,1% de 6 a 8 anos; 3,2% de 9 a 12 anos; 6,5% de 13 a 16 anos; 3,2% de 17 a 20 anos, e 3,2% possuem tempo de atuação maior que 20 anos. Esses dados evidenciam que a maioria dos empreendimentos são recentes, sendo que 51,6% deles possuem, no máximo, 2 anos de existência.

Com relação ao número de funcionários, em sua maioria (45,2% das empreendedoras) possuem de 1 a 10 funcionários; 41,9% não possuem funcionários; 9,7% possuem de 11 a 20 funcionários e 3,2% possuem de 71 a 100 funcionários. Esses dados evidenciam que, em sua maioria, os empreendimentos femininos que participaram desta pesquisa são de pequeno porte, com pequenas quantidades de funcionários, o que sugere que as próprias responsáveis por esses empreendimentos assumem a maioria das funções dentro das suas respectivas organizações.

A Tabela 2 apresenta os dados resumidos do perfil profissional da amostra.

Tabela 2 - Resumo do perfil profissional da amostra

VARIÁVEIS	OCORRÊNCIAS	
Situação Profissional	Freq.	%
Trabalha como empresária (sócia/proprietária)	15	48,4%
Trabalhando na empresa da família (diretora / gestora)	00	0,0%
Trabalhando com vínculo empregatício em empresa de terceiros	5	16,1%
Trabalha como autônoma/profissional liberal	10	32,3%
Trabalhando informalmente	00	0,0%
Emprego público	1	3,2%
Afastada temporariamente	00	0,0%
Aposentada	00	0,0%
TOTAL	31	100,0%
Faixa de renda mensal	Freq.	%
Sem remuneração	01	3,2%
De R\$ 1.045,00 até R\$ 2.000,00	08	25,8%
De R\$ 2.001,00 até R\$ 3.000,00	06	19,4%
De R\$ 3.001,00 até R\$ 4.000,00	03	9,7%
De R\$ 4.001,00 até R\$ 5.000,00	06	19,4%
De R\$ 5.001,00 até R\$ 8.000,00	02	6,5%
De R\$ 8.001,00 até R\$ 12.000,00	02	6,5%
De R\$ 12.001,00 até R\$ 15.000,00	01	3,2%
De R\$ 15.001,00 até R\$ 20.000,00	02	6,5%
Mais de R\$ 20.000,00	00	0,0%
TOTAL	31	100,0%
Tempo de Atuação	Freq.	%
Há menos de 1 ano	11	35,5%
De 1 a 2 anos	05	16,1%
De 3 a 5 anos	05	16,1%
De 6 a 8 anos	05	16,1%
De 9 a 12 anos	01	3,2%
De 13 a 16 anos	02	6,5%
De 17 a 20 anos	01	3,2%
Mais de 20 anos	01	3,2%
TOTAL	31	100,0%
Número de Funcionários	Freq.	%
Não possui nenhum funcionário	13	41,9%
Possui de 01 a 10 funcionários	14	45,2%
Possui de 11 a 20 funcionários	03	9,7%
Possui entre 21 e 30 funcionários	00	0,0%
Possui entre 31 e 50 funcionários	00	0,0%
Possui entre 51 e 70 funcionários	00	0,0%
Possui de 71 a 100 funcionários	01	3,2%
Possui mais de 100 funcionários	00	0,0%
TOTAL	31	100,0%

Fonte: elaborado pela autora

Em resumo: a) predominância do trabalho como empresária (sócia/proprietária) (15 respondentes, ou 15,4% da amostra); b) predominantemente a renda mensal dessas empreendedoras encontra-se entre R\$1.045,00 e R\$5.000,00 (74,2% da amostra); c) a predominância do tempo que exercem o empreendedorismo é de até 2 anos (51,6% da amostra), 48,4% atuam a mais de 2 anos; d) em sua predominância elas possuem pelo menos 1 funcionário (58,1% da amostra).

Ao se analisar dos dados do perfil da amostra relacionados ao setor de atuação e atividades realizadas observa-se que, quanto ao setor de atuação, 51,8% delas atuam no setor de serviços; 35,5% no setor do comércio e 6,5% no setor de educação e pesquisa.

Com relação ao tipo de atividade profissional exercida 22,6% delas afirmaram exercer um trabalho manual/operacional; 19,4% exercem um trabalho gerencial/direção; 19,4% exercem um trabalho na área comercial/vendas; 12,9% exercem um trabalho especializado (curso superior/tecnólogo); 9,7% exercem um trabalho de consultoria ou apoio, e 6,5% exercem um trabalho administrativo/rotinas.

Quanto à atividade principal, elas se mostraram bem diversificadas. Porém, a maioria das empreendedoras (18 respondentes, ou 58,1%) possui atividade principal distribuída em 4 principais atividades, de forma que 19,4% delas atuam com atividades de estética e beleza; 16,1% atuam com atividades de saúde ou psicologia; 12,9% atuam com atividades de comércio, venda, varejo ou representação; 9,7% atuam com atividades de restaurantes, lanchonetes, e na venda produtos alimentícios. As outras 13 respondentes (41,9%) distribuem-se em outras 9 atividades. Os dados do setor de atuação e atividades das empreendedoras podem ser vistos na Tabela 3.

Tabela 3 - Resumo da situação empreendedora da amostra

VARIÁVEIS	OCORRÊNCIAS	
	Freq.	%
Setor de Atuação		
Setor agrícola	00	0,0%
Setor industrial	00	0,0%
Setor comercial	12	38,7%
Setor de serviços	13	41,9%
Setor de educação e pesquisa	04	12,9%
Setor social / filantropia	00	0,0%
TOTAL	31	100,0%

Continua

Tabela 3 - Resumo da situação empreendedora da amostra

VARIÁVEIS		OCORRÊNCIAS	
Tipo de Atividade	Freq.	%	
Trabalho manual / operacional	7	22,6%	
Trabalho técnico (2º grau)	0	0,0%	
Trabalho especializado (Curso Superior / Tecnólogo)	4	12,9%	
Trabalho administrativo / rotinas	2	6,5%	
Trabalho social	0	0,0%	
Trabalho gerencial / direção	6	19,4%	
Trabalho em vendas, área comercial	6	19,4%	
Trabalho de consultoria ou apoio	3	9,7%	
Trabalho contábil ou financeiro	0	0,0%	
Outro	3	9,7%	
TOTAL	31	100,0%	
Atividade Principal	Freq.	%	
Artesanato	01	3,2%	
Segurança patrimonial B2B	01	3,2%	
Comércio, vendas, varejo ou representação	04	12,9%	
Consultoria ou assessoria para empresas	02	6,5%	
Corretora de seguros	02	6,5%	
Educação, ensino ou treinamento	02	6,5%	
Negócio na indústria alimentícia	01	3,2%	
Odontológico	01	3,2%	
Restaurante, lanchonete, venda de alimentos	03	9,7%	
Segmento da beleza	01	3,2%	
Serviços de suporte/consultoria na área de rastreamento	02	6,5%	
Serviços no setor da saúde ou psicologia	05	16,1%	
Serviços no setor de estética e beleza	06	19,4%	
TOTAL	31	100,0%	

Fonte: elaborado pela autora

Em resumo: a) predominantemente elas atuam no setor de serviços (51,8% da amostra); b) predominantemente elas trabalham como empresárias (sócia/proprietária) (48,4% da amostra); a predominância da realização de atividades relacionadas à estética e beleza (19,4% da amostra).

4.3 Médias, desvios-padrões e variâncias

Nessa etapa do trabalho são apresentados os valores relativos às médias, aos desvios-padrão e à variância, calculadas em relação a cada uma das questões do questionário utilizado nesta pesquisa.

Tabela 4 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora antes de iniciar seu negócio

Antes de iniciar o seu negócio, em que medida:			
Questão	Média	Desvio	Variância
Você era responsável pelo arrimo de sua família?	2,84	1,42	2,01
Você já contribuía para a renda familiar?	3,03	1,58	2,50
Você recebeu influência de seus familiares diretos (pais, irmãos, cônjuge, filhos) para começar a empreender?	3,26	1,41	2,00
Você recebeu influência de seus familiares indiretos (avós, tios, primos, etc.) para começar a empreender?	2,35	1,43	2,04
Você recebeu influência de amigos ou de outras pessoas para começar a empreender?	3,26	1,57	2,46
Você se inspirou em alguém que você considera um empreendedor de sucesso para começar o seu negócio?	3,84	1,34	1,81
Você buscou criar um negócio por necessidade financeira?	3,55	1,43	2,06
Você buscou criar um negócio por desejo próprio de realização?	4,48	0,77	0,59
Você buscou criar um negócio porque tinha uma idéia e queria colocá-la em prática?	4,29	0,82	0,68
Você buscou criar um negócio porque identificou uma oportunidade de negócios que você poderia aproveitar?	4,10	0,94	0,89
Você buscou criar um negócio porque entendeu que tinha competências ou habilidades que seriam buscadas pelo mercado?	3,90	0,91	0,82
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de realizar um trabalho livremente, fazendo-o do seu próprio jeito e no seu próprio tempo?	4,03	0,87	0,77
Você buscou criar um negócio porque entendeu que poderia estar no comando de pessoas?	2,32	1,17	1,36
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de obter segurança e estabilidade profissional?	3,42	1,50	2,25
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de contribuir para a melhoria da sociedade em geral?	3,58	1,15	1,32
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de se sentir desafiada e ser capaz de superar situações difíceis?	3,81	1,05	1,09
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de equilibrar o trabalho com a vida familiar?	3,68	1,28	1,63
Você recebeu algum incentivo de sua família?	3,42	1,18	1,38
Você recebeu alguma oposição de sua família?	2,00	1,06	1,13
Você buscou fazer algum tipo de curso para ajudá-la a se preparar para iniciar o seu negócio?	3,58	1,41	1,98
Você buscou por sócios para ajudá-la a iniciar o seu negócio?	2,61	1,63	2,65

Fonte: elaborado pela autora

Os valores apurados das médias, desvios-padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora antes de iniciar o negócio, indicaram reduzida

variação nos dados, de forma que estes se mostraram coesos e organizados em um padrão bem delimitado.

Considerando os valores mais altos e mais baixos das médias apuradas, observou-se que os valores das médias mais elevadas foram relacionados às questões: a) criar um negócio por desejo próprio de realização; b) tinha uma ideia e queria colocá-la em prática; c) identificou uma oportunidade de negócios que poderia aproveitar.

Isso indica que antes de iniciar seu negócio, a maioria das respondentes considerou buscar empreender para poder realizar-se naquilo que gosta, e o empreendimento seria a forma de realizar um trabalho livremente, fazendo-o do seu próprio jeito, e no seu próprio tempo. Isso indica, também, que antes de iniciar seu negócio, a maioria das respondentes tinha uma concepção de negócio prévia, e aproveitou uma oportunidade no mercado que poderia se encaixar com o que gostava e sabia fazer.

Esses dados corroboram o resultado apurado na questão sobre o arrimo da família, na qual, em sua maioria, as respondentes afirmaram que não eram responsáveis pelo arrimo de suas respectivas famílias antes de iniciarem o seu negócio.

Já os valores das menores médias apuradas foram relacionados com as questões: a) influência de familiares indiretos (avós, tios, primos, etc.) para empreender, o que evidencia que a maioria das respondentes não recebeu influência desse grupo familiar para empreender; b) buscou criar um negócio porque entendeu que poderia estar no comando de pessoas, o que sinaliza uma preferência para atuar de forma mais individual, sem se preocupar em coordenar ou supervisionar o trabalho de outros; c) recebeu alguma oposição de sua família, o que sinalizou que as famílias tenderam a não se opor ou dificultar a iniciativa de empreendimento.

Esses dados corroboram os resultados evidenciados na questão referente ao incentivo familiar para empreender, na qual, em sua maioria, as empreendedoras evidenciaram que elas receberam muito incentivo familiar para empreender, e esse incentivo se demonstrou mais forte por parte de familiares diretos como pais, irmãos, cônjuge e filhos.

Tabela 5 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora no momento de iniciar seu negócio

No momento de iniciar o seu negócio, em que medida:			
Questão	Média	Desvio	Variância
Você sentiu que tinha o conhecimento administrativo necessário para iniciar o trabalho?	3,03	0,95	0,90
Você sentiu que tinha o conhecimento de todos os trâmites legais e burocráticos para iniciar o seu negócio?	2,26	0,86	0,73
Você sentiu que tinha o conhecimento adequado do mercado (clientes, concorrentes, preços, etc.) para iniciar o trabalho?	3,10	0,91	0,82
Você sentiu que tinha o conhecimento técnico ou operacional necessário para iniciar o trabalho?	3,68	0,98	0,96
Você buscou fazer algum tipo de curso ou treinamento gerencial?	2,84	1,57	2,47
Você se preocupou em fazer algum tipo de pesquisa de mercado?	3,10	1,37	1,89
Você se preocupou em fazer algum tipo de plano de negócio?	2,58	1,43	2,05

Fonte: elaborado pela autora

Os valores apurados das médias, desvios-padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora no momento de iniciar o negócio, indicaram reduzida variação nos dados, de forma que estes se mostraram coesos e organizados em um padrão bem delimitado.

Considerando os valores mais altos e mais baixos das médias apuradas, observou-se que o valor da média mais elevada foi relacionado com a questão sobre o conhecimento técnico ou operacional necessário para iniciar o trabalho. Isso indica que, no momento de iniciar seu negócio, a maioria das respondentes percebeu ter conhecimento técnico e operacional suficiente para iniciar o trabalho no seu empreendimento.

Já o valor da menor média apurada foi relacionado com a questão sobre a o conhecimento de todos os trâmites legais e burocráticos para iniciar seu negócio. Dessa forma, no momento de iniciar seu negócio, a maioria dos respondentes sentiu que não tinha o conhecimento de todos os trâmites legais e burocráticos para iniciar seu negócio.

Ao analisar as outras respostas, pode-se perceber que, no momento de iniciar seu negócio, a maioria das empreendedoras que respondeu ao questionário percebeu ter mais conhecimentos técnicos/operacionais do que conhecimento teórico. E poucas delas se prepararam fazendo cursos, pesquisas de mercado e plano de negócio para iniciar seu negócio.

Tabela 6 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora atual

Atualmente, em que medida:			
Questão	Média	Desvio	Variância
O seu negócio se tornou o arrimo de sua família?	3,19	1,25	1,56
O seu negócio contribui com a renda familiar?	3,32	1,11	1,23
A sua família opina sobre o seu negócio?	3,06	1,24	1,53
Você enfrenta algum tipo de dificuldade na sua família por causa do seu negócio?	2,10	1,11	1,22
Você se vê obrigada a mudar sua rotina em casa por causa do seu negócio?	3,35	1,14	1,30
Você se sente estável e segura com o seu negócio?	3,32	0,87	0,76
Você se sente realizada com o trabalho que faz?	4,16	0,82	0,67
Você sente que o seu negócio demanda um nível elevado de sacrifício pessoal da sua parte?	3,71	1,01	1,01
Você sente que o seu negócio mudou a vida da sua família?	3,29	1,35	1,81
Você tem alguma dificuldade financeira para manter o seu negócio?	2,32	1,14	1,29
Você sente que o seu negócio proporciona a remuneração que você desejava quando começou a trabalhar?	3,06	1,18	1,40
Você sente que o seu negócio proporcionou novos aprendizados para você?	4,55	0,57	0,32
Você sente que o seu negócio proporcionou liberdade e autonomia para você?	3,94	0,81	0,66
Você sente que o seu negócio proporcionou satisfação para você?	4,16	0,69	0,47
Você se sente frequentemente motivada para conduzir o seu negócio?	3,90	0,83	0,69
Você tem alguma dificuldade para fazer deslocamentos e viagens demandados pelo seu negócio?	2,03	1,28	1,63
O seu negócio é realizado à distância?	1,90	1,22	1,49
Você sofre alguma dificuldade na condução do seu negócio pelo fato de ser mulher?	2,19	1,25	1,56
Você sofre algum preconceito no seu negócio pelo fato de ser mulher?	1,90	1,22	1,49
Você adota meios objetivos de avaliar o desempenho do seu negócio?	3,42	1,06	1,12

Fonte: elaborado pela autora

Os valores apurados das médias, desvios-padrão e variância das questões sobre a situação empreendedora atual, indicaram reduzida variação nos dados, de forma que estes se mostraram coesos e organizados em um padrão bem delimitado.

Considerando os valores mais altos e mais baixos das médias apuradas, observou-se que os valores das médias mais elevadas foram relacionados com as seguintes questões: a) se sente realizada com o trabalho que faz; b) sente que o negócio proporcionou novos aprendizados; c) sente que o negócio proporcionou satisfação.

Esses dados indicam que a maioria das respondentes percebe que o seu empreendimento lhes trouxe realização e satisfação, ao mesmo tempo em que gerou o aprendizado de novos conteúdos.

Os valores apurados das médias corroboram a questão referente a sentir-se frequentemente motivada para conduzir seu negócio, na qual a maioria delas considerou sentir-se frequentemente motivada. Em conjunto, esses dados apontam para uma situação de elevação da motivação e crescimento pessoal advindos do negócio que escolheram realizar.

Já os valores das menores médias apuradas estão relacionados com as seguintes questões: a) sobre a possibilidade de executar seu negócio à distância; b) sobre o preconceito sofrido no seu negócio pelo fato de ser mulher.

Esses dados confirmam que, em sua maioria, as mulheres empreendedoras participantes da pesquisa percebem que os seus respectivos negócios não podem ser realizados à distância.

Além disso, poucas participantes evidenciaram sofrer algum tipo de preconceito pelo fato de ser mulher. Isso corrobora com a questão sobre o enfrentamento de dificuldades na condução do negócio por ser mulher, no qual a maioria considerou não ter, ou ter pouca dessa dificuldade.

Tabela 7 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a necessidade atual do empreendimento

Como você classificaria a necessidade atual do seu empreendimento em relação a:			
Questão	Média	Desvio	Variância
Atualizar conhecimentos relativos ao ramo de negócio	3,87	0,92	0,85
Atualizar máquinas, equipamentos, softwares, etc.	3,13	1,18	1,38
Buscar formas de enfrentar a concorrência	3,81	1,14	1,29
Buscar novos nichos de mercado / clientes	3,61	0,99	0,98

Tabela 7 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre a necessidade atual do empreendimento

Como você classificaria a necessidade atual do seu empreendimento em relação a:			
Questão	Média	Desvio	Variância
Contratar profissionais	2,42	1,34	1,78
Diversificar produtos ou serviços	3,97	1,02	1,03
Elevar da qualidade dos produtos/serviços	3,81	1,11	1,23
Melhorar a gestão	4,06	1,06	1,13
Obter capital externo	3,19	1,33	1,76
Obter pessoal qualificado	3,32	1,49	2,23
Planejar estrategicamente o negócio	4,26	0,86	0,73
Reduzir os custos	3,45	1,29	1,66
Utilizar recursos da Internet	4,29	0,94	0,88
Buscar parcerias e novos relacionamentos profissionais	4,06	1,31	1,73

Fonte: elaborado pela autora

Os valores apurados das médias, desvios-padrão e variância das questões sobre a necessidade atual do empreendimento, indicaram reduzida variação nos dados, de forma que estes se mostraram coesos e organizados em um padrão bem delimitado.

Considerando os valores mais altos e mais baixos das médias apuradas, observou-se que os valores das médias mais elevadas foram relacionados com as seguintes questões: a) necessidade atual de utilização de recursos da internet, o que evidenciou que a maioria das respondentes classificou a utilização dos recursos da internet como muito necessária; b) planejar estrategicamente o negócio, evidenciando que o planejamento estratégico não é um aspecto bem desenvolvido pelas empreendedoras.

Já o valor da menor média apurada foi relacionado com a questão sobre a necessidade atual de contratação de profissionais. Dessa forma, a maioria das respondentes não considerou essa uma necessidade importante para o seu negócio.

Tabela 8 – Média, desvio padrão e variância das questões sobre perspectiva de futuro

Considerando o atual contexto de pandemia e isolamento social, qual é a probabilidade que você acha que o seu negócio será capaz de, daqui a 2 anos:			
Questão	Média	Desvio	Variância
Continuar atuando com o mesmo foco de negócio?	4,39	0,84	0,71
Continuar atuando nos mesmos padrões atuais de produção ou serviço?	3,87	0,85	0,72
Continuar atendendo a mesma clientela que possui hoje?	4,10	0,83	0,69
Passar a funcionar, basicamente, de forma remota, por meio da internet?	2,52	1,52	2,32
Continuar crescendo e expandindo no mercado?	4,39	0,80	0,65
Demandar conhecimentos que você não possui hoje?	4,48	0,72	0,52
Passar por mudanças estruturais, visando se adaptar para mudar de ramo de atividades?	3,26	1,32	1,73

Fonte: elaborado pela autora

Os valores apurados das médias, desvios-padrão e variância das questões sobre a perspectiva de futuro, indicaram reduzida variação nos dados, de forma que estes se mostraram coesos e organizados em um padrão bem delimitado.

Considerando os valores mais altos e mais baixos das médias apuradas, observou-se que os valores das médias mais elevadas foram relacionados com as questões: a) continuar atuando com o mesmo foco de negócio; b) continuar crescendo e expandindo no mercado; c) demandar conhecimentos que não possui hoje. Esses dados indicam que a maioria das respondentes, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, percebe que o seu empreendimento vai continuar no mesmo foco de mercado, acreditam que o seu mercado irá se expandir e, que, apesar do otimismo de manter seu foco de mercado e expandir a sua atuação, isso demandará a obtenção de novos saberes que até hoje não foram obtidos.

Já o valor da menor média apurada foi relacionado com a questão sobre o negócio, no futuro, passar a funcionar basicamente de forma remota, por meio da internet, evidenciando que, em sua maioria, as respondentes acreditam que, mesmo considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, seu negócio continuará sendo exercido de forma essencialmente presencial.

4.4 Resultados da situação empreendedora das respondentes

Para uma análise estatística descritiva, foram verificados os padrões de respostas assinaladas pelas respondentes da pesquisa em relação a cada uma das questões sobre a sua situação empreendedora. Foram identificadas as frequências de resposta em cada um dos cinco níveis (escala Likert de 1 a 5), de cada uma das questões do instrumento de pesquisa, indo do “Nada”, “Muito Pouco”, “Mais ou Menos”, “Bastante”, até o “Totalmente”.

Primeiramente, serão apresentadas as respostas das questões que abordaram os aspectos que antecederam o início do empreendimento.

Tabela 9 – Frequências de Respostas - Antes de iniciar o negócio

Antes de iniciar o seu negócio, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Você era responsável pelo arrimo de sua família?	Nada	9	29,0%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	9	29,0%
	Bastante	7	22,6%
	Totalmente	4	12,9%
Você já contribuía para a renda familiar?	Nada	8	25,8%
	Muito Pouco	5	16,1%
	Mais ou menos	4	12,9%
	Bastante	6	19,4%
	Totalmente	8	25,8%
Você recebeu influência de seus familiares diretos (pais, irmãos, cônjuge, filhos) para começar a empreender?	Nada	6	19,4%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	8	25,8%
	Bastante	8	25,8%
	Totalmente	7	22,6%
Você recebeu influência de seus familiares indiretos (avós, tios, primos, etc.) para começar a empreender?	Nada	13	41,9%
	Muito Pouco	5	16,1%
	Mais ou menos	5	16,1%
	Bastante	5	16,1%
	Totalmente	3	9,7%
Você recebeu influência de amigos ou de outras pessoas para começar a empreender?	Nada	6	19,4%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	3	9,7%
	Bastante	6	19,4%
	Totalmente	10	32,3%

Continua

Tabela 9 – Frequências de Respostas - Antes de iniciar o negócio

Antes de iniciar o seu negócio, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Você se inspirou em alguém que você considera um empreendedor de sucesso para começar o seu negócio?	Nada	4	12,9%
	Muito Pouco	0	0,0%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	8	25,8%
	Totalmente	13	41,9%
Você buscou criar um negócio por necessidade financeira?	Nada	3	9,7%
	Muito Pouco	5	16,1%
	Mais ou menos	8	25,8%
	Bastante	2	6,5%
	Totalmente	13	41,9%
Você buscou criar um negócio por desejo próprio de realização?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	0	0,0%
	Mais ou menos	5	16,1%
	Bastante	6	19,4%
	Totalmente	20	64,5%
Você buscou criar um negócio porque tinha uma idéia e queria colocá-la em prática?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	1	3,2%
	Mais ou menos	4	12,9%
	Bastante	11	35,5%
	Totalmente	15	48,4%
Você buscou criar um negócio porque identificou uma oportunidade de negócios que você poderia aproveitar?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	10	32,3%
	Totalmente	13	41,9%
Você buscou criar um negócio porque entendeu que tinha competências ou habilidades que seriam buscadas pelo mercado?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	3	9,7%
	Mais ou menos	5	16,1%
	Bastante	15	48,4%
	Totalmente	8	25,8%
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de realizar um trabalho livremente, fazendo-o do seu próprio jeito e no seu próprio tempo?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	5	16,1%
	Bastante	14	45,2%
	Totalmente	10	32,3%
Você buscou criar um negócio porque entendeu que poderia estar no comando de pessoas?	Nada	8	25,8%
	Muito Pouco	11	35,5%
	Mais ou menos	9	29,0%
	Bastante	0	0,0%
	Totalmente	3	9,7%

Continua

Tabela 9 – Frequências de Respostas - Antes de iniciar o negócio

Antes de iniciar o seu negócio, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de obter segurança e estabilidade profissional?	Nada	6	19,4%
	Muito Pouco	1	3,2%
	Mais ou menos	9	29,0%
	Bastante	4	12,9%
	Totalmente	11	35,5%
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de contribuir para a melhoria da sociedade em geral?	Nada	2	6,5%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	11	35,5%
	Bastante	8	25,8%
	Totalmente	8	25,8%
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de se sentir desafiada e ser capaz de superar situações difíceis?	Nada	1	3,2%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	8	25,8%
	Bastante	11	35,5%
	Totalmente	9	29,0%
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de equilibrar o trabalho com a vida familiar?	Nada	3	9,7%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	7	22,6%
	Bastante	9	29,0%
	Totalmente	10	32,3%
Você recebeu algum incentivo de sua família?	Nada	2	6,5%
	Muito Pouco	5	16,1%
	Mais ou menos	8	25,8%
	Bastante	10	32,3%
	Totalmente	6	19,4%
Você recebeu alguma oposição de sua família?	Nada	13	41,9%
	Muito Pouco	9	29,0%
	Mais ou menos	5	16,1%
	Bastante	4	12,9%
	Totalmente	0	0,0%
Você buscou fazer algum tipo de curso para ajudá-la a se preparar para iniciar o seu negócio?	Nada	5	16,1%
	Muito Pouco	1	3,2%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	9	29,0%
	Totalmente	10	32,3%
Você buscou por sócios para ajudá-la a iniciar o seu negócio?	Nada	14	45,2%
	Muito Pouco	0	0,0%
	Mais ou menos	7	22,6%
	Bastante	4	12,9%
	Totalmente	6	19,4%

Fonte: elaborado pela autora

Com relação ao arrimo da família, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que não eram nada responsáveis pelo arrimo de sua família, e as que eram medianamente responsáveis pelo arrimo de sua família.

Quanto à contribuição da respondente para a renda familiar, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que não contribuíam nada para a renda familiar, e as respondentes que contribuíam totalmente para a renda familiar.

Quando questionadas se elas receberam influência de seus familiares diretos (pais, irmãos, cônjuge, filhos) para começar a empreender, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que receberam influência mediana, e as respondentes que receberam bastante influência.

Quanto à influência de seus familiares indiretos (avós, tios, primos, etc) para começar a empreender, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que não receberam nenhuma influência.

Com relação à influência de amigos ou de outras pessoas para começar a empreender, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que foram totalmente influenciadas.

Quando questionadas se foram inspiradas por alguém que elas considerassem um empreendedor de sucesso para começar o seu negócio, predominância de um agrupamento principal: as respondentes que se inspiraram totalmente.

Quanto à criação do negócio por necessidade financeira, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que buscaram criar um negócio por total necessidade financeira.

Quanto à criação de um negócio por desejo próprio de realização, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que criaram um negócio por total desejo próprio de realização.

Quando questionadas sobre a criação de um negócio próprio por que tinham uma idéia e queriam colocá-la em prática, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que criaram um negócio por total motivo de ter uma idéia e querer colocá-la em prática.

Quanto à criação de um negócio para aproveitar uma oportunidade de negócios identificada, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram esse um motivo de total relevância.

Com relação à criação de um negócio por entender que tinha competência ou habilidades que seriam buscadas pelo mercado, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que entenderam ter bastante competência ou habilidades que seriam buscadas pelo mercado.

Referente à criação de um negócio por entender que era a forma de realizar um trabalho livremente, fazendo-o do seu próprio jeito e no seu próprio tempo, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram esse motivo bastante relevante.

Quanto à criação de um negócio por que entenderam que poderiam estar no comando de pessoas, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram esse motivo muito pouco relevante.

Quando questionadas a respeito da criação de um negócio por entender que essa seria a forma de obter segurança e estabilidade profissional, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que criaram um negócio por total motivo de obter segurança e estabilidade profissional.

Referente à criação de um negócio por entender que seria a forma de contribuir para a melhoria da sociedade em geral, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram esse ser um motivo mediano para a criação do seu negócio.

Com relação à criação de um negócio por entender que essa era a forma de se sentir desafiada e ser capaz de superar situações difíceis, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram tal motivo bastante relevante para a criação do seu negócio.

Quanto ao equilíbrio entre trabalho e vida familiar, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram esse motivo bastante relevante para a criação do seu negócio.

Quanto a receber algum incentivo da sua família, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram ter recebido bastante incentivo da sua família para iniciar seu negócio.

Quanto a receber alguma oposição da sua família, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram não ter recebido nenhuma oposição dos familiares para iniciar o seu negócio.

Quando questionadas se buscaram fazer algum tipo de curso para iniciar seu negócio, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que classificaram esse motivo como bastante relevante, e das que consideraram esse motivo totalmente relevante.

Referente à busca de um sócio para iniciar seu negócio, observamos a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que não buscaram nenhuma ajuda de sócios para iniciar seu negócio.

Em seguida, são apresentadas as respostas que abordam os aspectos relacionados ao momento em que as respondentes iniciaram os seus respectivos empreendimentos.

Tabela 10 – Frequências de Respostas – No momento de iniciar o negócio

No momento de iniciar o seu negócio, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Você sentiu que tinha o conhecimento administrativo necessário para iniciar o trabalho?	Nada	1	3,2%
	Muito Pouco	8	25,8%
	Mais ou menos	13	41,9%
	Bastante	7	22,6%
	Totalmente	2	6,5%
Você sentiu que tinha o conhecimento de todos os trâmites legais e burocráticos para iniciar o seu negócio?	Nada	5	16,1%
	Muito Pouco	15	48,4%
	Mais ou menos	10	32,3%
	Bastante	0	0,0%
Você sentiu que tinha o conhecimento adequado do mercado (clientes, concorrentes, preços, etc.) para iniciar o trabalho?	Totalmente	1	3,2%
	Nada	1	3,2%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	15	48,4%
	Bastante	7	22,6%
Você sentiu que tinha o conhecimento técnico ou operacional necessário para iniciar o trabalho?	Totalmente	2	6,5%
	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	5	16,1%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	14	45,2%
	Totalmente	6	19,4%

Continua

Tabela 10 – Frequências de Respostas – No momento de iniciar o negócio

No momento de iniciar o seu negócio, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Você buscou fazer algum tipo de curso ou treinamento gerencial?	Nada	10	32,3%
	Muito Pouco	3	9,7%
	Mais ou menos	7	22,6%
	Bastante	4	12,9%
	Totalmente	7	22,6%
Você se preocupou em fazer algum tipo de pesquisa de mercado?	Nada	5	16,1%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	7	22,6%
	Bastante	7	22,6%
	Totalmente	6	19,4%
Você se preocupou em fazer algum tipo de plano de negócio?	Nada	10	32,3%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	5	16,1%
	Totalmente	4	12,9%

Fonte: elaborado pela autora

Com relação ao conhecimento administrativo, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que sentiram ter conhecimento administrativo mediano para iniciar o trabalho.

Quanto ao conhecimento dos trâmites legais, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que sentiram ter muito pouco conhecimento dos trâmites legais para iniciar seu negócio.

Referente ao conhecimento de mercado observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que sentiram ter conhecimento mediado de mercado (clientes, concorrentes, preços, etc.) para iniciar o trabalho.

Com relação ao conhecimento técnico ou operacional, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que sentiram ter bastante conhecimento técnico ou operacional necessário para iniciar o trabalho.

Quando questionadas se buscaram fazer algum tipo de curso ou treinamento gerencial, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes não buscaram nenhum curso ou treinamento gerencial no momento de iniciar seu negócio.

Quando questionadas se elas se preocuparam em fazer algum tipo de pesquisa de mercado, observou-se a predominância de dois agrupamentos

principais: as respondentes que se preocuparam de maneira mediana, e as respondentes que se preocuparam bastante em fazer pesquisas de mercado no momento de iniciar seu negócio.

Quando questionadas se buscaram fazer algum tipo de plano de negócios, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes não se preocuparam em nada com a realização de um plano de negócios.

Finalmente, são apresentadas as respostas que abordam os aspectos relacionados à situação atual dos empreendimentos das respectivas respondentes.

Tabela 11 – Frequências de Respostas – No momento atual do negócio

Atualmente, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
O seu negócio se tornou o arrimo de sua família?	Nada	4	12,9%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	4	12,9%
	Bastante	14	45,2%
	Totalmente	3	9,7%
O seu negócio contribui com a renda familiar?	Nada	2	6,5%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	14	45,2%
	Totalmente	3	9,7%
A sua família opina sobre o seu negócio?	Nada	3	9,7%
	Muito Pouco	8	25,8%
	Mais ou menos	9	29,0%
	Bastante	6	19,4%
	Totalmente	5	16,1%
Você enfrenta algum tipo de dificuldade na sua família por causa do seu negócio?	Nada	12	38,7%
	Muito Pouco	8	25,8%
	Mais ou menos	8	25,8%
	Bastante	2	6,5%
	Totalmente	1	3,2%
Você se vê obrigada a mudar sua rotina em casa por causa do seu negócio?	Nada	2	6,5%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	13	41,9%
	Totalmente	4	12,9%

Continua

Tabela 11 – Frequências de Respostas – No momento atual do negócio

Atualmente, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Você se sente estável e segura com o seu negócio?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	11	35,5%
	Bastante	12	38,7%
	Totalmente	2	6,5%
Você se sente realizada com o trabalho que faz?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	2	6,5%
	Bastante	16	51,6%
	Totalmente	11	35,5%
Você sente que o seu negócio demanda um nível elevado de sacrifício pessoal da sua parte?	Nada	1	3,2%
	Muito Pouco	2	6,5%
	Mais ou menos	9	29,0%
	Bastante	12	38,7%
	Totalmente	7	22,6%
Você sente que o seu negócio mudou a vida da sua família?	Nada	4	12,9%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	4	12,9%
	Bastante	11	35,5%
	Totalmente	6	19,4%
Você tem alguma dificuldade financeira para manter o seu negócio?	Nada	10	32,3%
	Muito Pouco	6	19,4%
	Mais ou menos	11	35,5%
	Bastante	3	9,7%
	Totalmente	1	3,2%
Você sente que o seu negócio proporciona a remuneração que você desejava quando começou a trabalhar?	Nada	3	9,7%
	Muito Pouco	8	25,8%
	Mais ou menos	7	22,6%
	Bastante	10	32,3%
	Totalmente	3	9,7%
Você sente que o seu negócio proporcionou novos aprendizados para você?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	1	3,2%
	Mais ou menos	0	0,0%
	Bastante	12	38,7%
	Totalmente	18	58,1%
Você sente que o seu negócio proporcionou liberdade e autonomia para você?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	1	3,2%
	Mais ou menos	8	25,8%
	Bastante	14	45,2%
	Totalmente	8	25,8%

Continua

Tabela 11 – Frequências de Respostas – No momento atual do negócio

Atualmente, em que medida:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Você sente que o seu negócio proporcionou satisfação para você?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	0	0,0%
	Mais ou menos	5	16,1%
	Bastante	16	51,6%
	Totalmente	10	32,3%
Você se sente frequentemente motivada para conduzir o seu negócio?	Nada	0	0,0%
	Muito Pouco	1	3,2%
	Mais ou menos	9	29,0%
	Bastante	13	41,9%
	Totalmente	8	25,8%
Você tem alguma dificuldade para fazer deslocamentos e viagens demandados pelo seu negócio?	Nada	16	51,6%
	Muito Pouco	5	16,1%
	Mais ou menos	4	12,9%
	Bastante	5	16,1%
	Totalmente	1	3,2%
O seu negócio é realizado à distância?	Nada	18	58,1%
	Muito Pouco	3	9,7%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	3	9,7%
	Totalmente	1	3,2%
Você sofre alguma dificuldade na condução do seu negócio pelo fato de ser mulher?	Nada	14	45,2%
	Muito Pouco	3	9,7%
	Mais ou menos	9	29,0%
	Bastante	4	12,9%
	Totalmente	1	3,2%
Você sofre algum preconceito no seu negócio pelo fato de ser mulher?	Nada	18	58,1%
	Muito Pouco	3	9,7%
	Mais ou menos	6	19,4%
	Bastante	3	9,7%
	Totalmente	1	3,2%
Você adota meios objetivos de avaliar o desempenho do seu negócio?	Nada	2	6,5%
	Muito Pouco	3	9,7%
	Mais ou menos	10	32,3%
	Bastante	12	38,7%
	Totalmente	4	12,9%

Fonte: elaborado pela autora

Quando questionadas se o seu negócio se tornou o arrimo de sua família, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideram que seu negócio se tornou bastante responsável pelo arrimo de sua família.

Quanto à renda familiar, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideram que seu negócio contribui bastante com a renda da sua família.

Quando questionadas se a sua família opina no seu negócio, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que consideram que sua família opina muito pouco sobre seu negócio, e as respondentes que consideram que sua família opina medianamente sobre seu negócio.

Quando questionadas se enfrentam alguma dificuldade na sua família por causa do seu negócio, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideram não enfrentar nenhum tipo de dificuldade.

Com relação à alteração da rotina em casa por causa do seu negócio, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram ser bastante obrigadas a modificá-la.

Quanto ao sentimento de estabilidade e segurança com o seu negócio, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que se sentem medianamente estáveis e seguras com o negócio, e as respondentes que se sentem bastante estáveis e seguras com o seu negócio.

Referente ao sentimento de realização com o trabalho que faz, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideram se sentir bastante realizadas.

Com relação a demanda de um nível elevado de sacrifício pessoal, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideram que seu negócio demanda bastante sacrifício pessoal de sua parte.

Quando questionadas se elas sentem que seu negócio mudou a vida da sua família, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideram que seu negócio mudou bastante a vida da sua família.

Quanto à dificuldade financeira para manter seu negócio, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que consideram não ter nenhuma dificuldade financeira para manter seu negócio e as respondentes que consideram ter dificuldade financeira mediana em manter seu negócio.

Quando questionadas se elas sentem que seu negócio proporciona a remuneração que desejava quando começou a trabalhar, observou-se a

predominância de um agrupamento principal: as respondentes que sentem que seu negócio lhe proporciona bastante a remuneração que desejava quando começou a trabalhar.

Quanto aos novos aprendizados proporcionados pelo seu negócio, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que sentem que seu negócio lhe proporcionou totalmente novos aprendizados.

Referente à liberdade e autonomia proporcionada pelo seu negócio, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que sentem que seu negócio lhe proporciona bastante liberdade e autonomia.

Quanto ao sentimento de satisfação proporcionado pelo seu negócio, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que sentem que seu negócio lhe proporcionou bastante satisfação, e as respondentes que sentem que seu negócio lhe proporcionou total satisfação.

Quando questionadas se elas se sentem frequentemente motivadas para conduzir seu negócio, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que se sentem frequentemente bastante motivadas para conduzir seu negócio.

Quanto à existência de alguma dificuldade em deslocamentos e viagens demandados pelo seu negócio, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que não possuem nenhuma dificuldade para fazer esses deslocamentos e viagens demandados pelo seu negócio.

Quando questionadas se o seu negócio é realizado à distância, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que não realizam em nada o mesmo à distância.

Quanto às dificuldades na condução do seu negócio pelo fato de ser mulher, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que não sentem nenhuma dificuldade na condução do seu negócio por ser mulher.

Referente ao preconceito sofrido no seu negócio pelo fato de ser mulher, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que não sentem nenhum preconceito no seu negócio pelo fato de ser mulher.

Quando questionadas se adotam meios objetivos de avaliar o desempenho de seu negócio, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que adotam de maneira mediana meios objetivos de avaliar seu

negócio, e as respondentes que adotam bastante meios objetivos de avaliar seu negócio.

4.5 Resultados das necessidades atuais do empreendimento

Nesta parte do trabalho são analisados, por meio de estatística descritiva, os padrões de respostas assinaladas pelas respondentes da pesquisa em relação a cada uma das questões sobre as necessidades atuais do empreendimento. São identificados os percentuais de resposta em cada um dos cinco níveis (escala Likert de 1 a 5) de cada uma das questões do instrumento de pesquisa nesta parte, indo do “Muito Baixa”, “Baixa”, “Média”, “Alta”, até o “Muito Alta”.

Aqui são apresentadas as respostas que abordam os aspectos das necessidades atuais dos empreendimentos das respectivas respondentes.

Tabela 12 – Frequências de Respostas – Necessidade atual do negócio

Como você classificaria a necessidade atual do seu empreendimento em relação a:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Atualizar conhecimentos relativos ao ramo de negócio	Muito Baixa	1	3,2%
	Baixa	0	0,0%
	Média	9	29,0%
	Alta	13	41,9%
	Muito Alta	8	25,8%
Atualizar máquinas, equipamentos, softwares, etc.	Muito Baixa	5	16,1%
	Baixa	1	3,2%
	Média	13	41,9%
	Alta	9	29,0%
	Muito Alta	3	9,7%
Buscar formas de enfrentar a concorrência	Muito Baixa	1	3,2%
	Baixa	3	9,7%
	Média	8	25,8%
	Alta	8	25,8%
	Muito Alta	11	35,5%
Buscar novos nichos de mercado / clientes	Muito Baixa	1	3,2%
	Baixa	2	6,5%
	Média	11	35,5%
	Alta	11	35,5%
	Muito Alta	6	19,4%

Continua

Tabela 12 – Frequências de Respostas – Necessidade atual do negócio

Como você classificaria a necessidade atual do seu empreendimento em relação a:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Contratar profissionais	Muito Baixa	13	41,9%
	Baixa	1	3,2%
	Média	9	29,0%
	Alta	7	22,6%
	Muito Alta	1	3,2%
Diversificar produtos ou serviços	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	3	9,7%
	Média	7	22,6%
	Alta	9	29,0%
	Muito Alta	12	38,7%
Elevar da qualidade dos produtos/serviços	Muito Baixa	1	3,2%
	Baixa	2	6,5%
	Média	10	32,3%
	Alta	7	22,6%
	Muito Alta	11	35,5%
Melhorar a gestão	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	3	9,7%
	Média	7	22,6%
	Alta	6	19,4%
	Muito Alta	15	48,4%
Obter capital externo	Muito Baixa	4	12,9%
	Baixa	5	16,1%
	Média	10	32,3%
	Alta	5	16,1%
	Muito Alta	7	22,6%
Obter pessoal qualificado	Muito Baixa	6	19,4%
	Baixa	2	6,5%
	Média	9	29,0%
	Alta	4	12,9%
	Muito Alta	10	32,3%
Planejar estrategicamente o negócio	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	1	3,2%
	Média	5	16,1%
	Alta	10	32,3%
	Muito Alta	15	48,4%
Reduzir os custos	Muito Baixa	2	6,5%
	Baixa	6	19,4%
	Média	8	25,8%
	Alta	6	19,4%
	Muito Alta	9	29,0%

Continua

Tabela 12 – Frequências de Respostas – Necessidade atual do negócio

Como você classificaria a necessidade atual do seu empreendimento em relação a:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Utilizar recursos da Internet	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	2	6,5%
	Média	4	12,9%
	Alta	8	25,8%
	Muito Alta	17	54,8%
Buscar parcerias e novos relacionamentos profissionais	Muito Baixa	3	9,7%
	Baixa	1	3,2%
	Média	4	12,9%
	Alta	6	19,4%
	Muito Alta	17	54,8%

Fonte: elaborado pela autora

Com relação à necessidade atual do empreendimento em atualizar conhecimentos relativos ao ramo de negócio, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que classificaram como alta tal necessidade.

Quanto à necessidade atual do empreendimento em atualizar máquinas, equipamentos, softwares, etc., observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que classificaram essa necessidade como mediana.

Referente à necessidade atual do empreendimento em buscar formas de enfrentar a concorrência, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Com relação à necessidade atual do empreendimento em buscar novos nichos de mercado/clientes, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que classificaram essa necessidade como mediana, e as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Quanto à necessidade atual do empreendimento em contratar profissionais, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que classificaram essa necessidade como muito baixa.

Com relação à necessidade atual do empreendimento em elevar a qualidade dos produtos/serviços, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que classificaram essa necessidade como mediana, e as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Quanto à necessidade atual do empreendimento em melhorar a gestão, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Referente à necessidade atual do empreendimento em obter capital externo, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que classificaram essa necessidade como mediana, e as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Com relação à necessidade atual do empreendimento em obter pessoal qualificado, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que classificaram essa necessidade como mediana e, as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Quanto à necessidade atual do empreendimento em planejamento estratégico, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que classificaram essa necessidade como mediana, e as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Referente à necessidade atual do empreendimento em reduzir custos, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que classificaram essa necessidade como mediana, e as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Com relação à necessidade atual do empreendimento em utilizar recursos da internet, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

Quanto à necessidade atual do empreendimento em buscar parcerias e novos relacionamentos profissionais, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que classificaram essa necessidade como muito alta.

4.6 Resultados da perspectiva de futuro das respondentes

Nesta parte do trabalho são analisados, por meio de estatística descritiva, os padrões de respostas assinaladas pelas respondentes da pesquisa em relação a cada uma das questões sobre as suas perspectivas de futuro em relação ao seu empreendimento. São identificados os percentuais de resposta em cada um dos cinco níveis (escala Likert de 1 a 5) de cada uma das questões do instrumento de

pesquisa nesta parte, indo do “Muito Baixa”, “Baixa”, “Média”, “Alta”, até o “Muito Alta”.

Tabela 13 – Frequências de Respostas – Perspectivas de futuro do negócio

Considerando o atual contexto de pandemia e isolamento social, qual é a probabilidade que você acha que o seu negócio será capaz de, daqui a 2 anos:			
Questões	Alternativas	Nº de Respostas	%
Continuar atuando com o mesmo foco de negócio?	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	2	6,5%
	Média	1	3,2%
	Alta	11	35,5%
	Muito Alta	17	54,8%
Continuar atuando nos mesmos padrões atuais de produção ou serviço?	Muito Baixa	1	3,2%
	Baixa	0	0,0%
	Média	7	22,6%
	Alta	17	54,8%
Continuar atendendo a mesma clientela que possui hoje?	Muito Alta	6	19,4%
	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	0	0,0%
	Média	9	29,0%
	Alta	10	32,3%
	Muito Alta	12	38,7%
Passar a funcionar, basicamente, de forma remota, por meio da internet?	Muito Baixa	12	38,7%
	Baixa	4	12,9%
	Média	8	25,8%
	Alta	1	3,2%
	Muito Alta	6	19,4%
Continuar crescendo e expandindo no mercado?	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	0	0,0%
	Média	6	19,4%
	Alta	7	22,6%
	Muito Alta	18	58,1%
Demandar conhecimentos que você não possui hoje?	Muito Baixa	0	0,0%
	Baixa	0	0,0%
	Média	4	12,9%
	Alta	8	25,8%
	Muito Alta	19	61,3%
Passar por mudanças estruturais, visando se adaptar para mudar de ramo de atividades?	Muito Baixa	5	16,1%
	Baixa	2	6,5%
	Média	10	32,3%
	Alta	8	25,8%
	Muito Alta	6	19,4%

Fonte: elaborado pela autora

Quanto à probabilidade de o negócio ser capaz de daqui a 2 anos continuar atuando com o mesmo foco de negócio, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram essa probabilidade muito alta.

Referente à probabilidade de continuar atuando nos mesmos padrões atuais de produção ou serviço, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram essa probabilidade alta.

Quanto à probabilidade de o negócio continuar atendendo a mesma clientela que possui hoje, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram essa probabilidade muito alta.

Com relação à probabilidade de passar a funcionar, basicamente, de maneira remota, por meio da internet, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram essa probabilidade muito baixa.

Quanto à probabilidade de o negócio continuar crescendo e expandindo no mercado, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram essa probabilidade muito alta.

Referente à probabilidade de o negócio demandar conhecimento ainda não adquirido, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, observou-se a predominância de um agrupamento principal: as respondentes que consideraram essa probabilidade alta.

Quanto à probabilidade de o negócio passar por mudanças estruturais, visando se adaptar para mudar de ramo de atividade, considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, observou-se a predominância de dois agrupamentos principais: as respondentes que consideraram essa probabilidade mediana e as respondentes que consideraram essa probabilidade alta.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mulher vem ganhando cada vez mais, um espaço maior no mercado de trabalho e uma das portas de entrada para esse mercado de trabalho é o empreendedorismo. Falar de empreendedorismo feminino é falar de empoderamento feminino, uma vez que através da criação de um negócio próprio, a mulher ganha visibilidade e reafirma seu lugar na sociedade não só como mãe, esposa e dona de casa, mas também como dona do próprio negócio e criadora das próprias oportunidades.

Este estudo se desenvolveu com o objetivo de identificar a situação atual e os maiores desafios enfrentados pelas mulheres na prática empreendedora na região de Belo Horizonte-MG, e os objetivos específicos identificaram as características pessoais e profissionais comuns a essas mulheres bem como os principais desafios e dificuldades enfrentadas por elas. Por fim, foi avaliada a perspectiva de futuro delas levando em consideração a atual crise causada pela COVID-19.

Quanto às características pessoais, constatou-se que essas mulheres possuem em sua maioria idade de até 30 anos, sendo casadas ou que vivem com companheiro, com no mínimo um filho e possuem curso superior completo. O que corrobora com o resultado encontrado por Feres, Silva e Souza (2016), onde a maioria das entrevistadas é casada, tem filhos e possui curso superior completo. Esses fatores indicam que a maioria delas tem muitas responsabilidades não só no trabalho com também no cuidado com a casa, marido e filhos, o que acaba gerando uma sobrecarga de atividades exercidas por elas, e uma consequente dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional.

Pode-se perceber essas dificuldades relatadas em vários estudos semelhantes. Os autores Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) após analisarem os problemas enfrentados por mulheres ao longo do processo empreender descrevem que: “A conciliação dos múltiplos papéis da mãe, esposa e empreendedora é uma das dificuldades mais destacadas.”.

Outro estudo que relata essa dificuldade é o da autora Loiola (2016) onde após levantar as principais dificuldades vividas no dia a dia por mulheres que optam por empreender, conclui que: “O maior desafio para essas mulheres, identificado em

seus discursos, é a gestão do tempo devido à necessidade de conciliação de múltiplos papéis como esposa, mãe empreendedora e dona de casa.”.

Meneguín (2006) após estudar o equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal de empreendedoras de negócios, conclui que: “As mulheres têm dificuldade em organizar sua vida pessoal e profissional. Esta dificuldade pode vir associada a sobrecarga de trabalho, onde elas se dedicam excessivamente e acabam ficando pouco tempo com a família.”.

Com relação às características profissionais, observou-se que em sua maioria a remuneração delas não passa de R\$5.000,00, exercem a atividade empreendedora a, no máximo, 2 anos, possuem pelo menos 1 funcionário, trabalham como sócias/proprietárias e atuam no setor de serviços, predominantemente no setor de estética e beleza. Os dados demonstram que a maioria dos empreendimentos são recentes e ainda em fase de maturação.

Pode-se observar que a maioria delas buscou criar um negócio por desejo próprio de realização com apoio de familiares diretos (pais, irmãos, cônjuge, filhos) e amigos. Loiola (2016) também relata em seu estudo sobre empreendedorismo feminino uma reduzida oposição familiar ao empreender. Muitas delas se inspiraram em algum empreendedor de sucesso, com objetivo de realizar um trabalho livremente sem contar com a ajuda de algum sócio, fato observado também por Meneguín (2006), onde a autora cita que em seu estudo, as empreendedoras preferiram trabalhar mais horas por dia do que dividir a direção do empreendimento com um sócio.

Poucas empreendedoras buscaram fazer um plano de negócios, ou algum tipo de curso/treinamento gerencial com o objetivo de se preparar para iniciar um negócio e consideraram possuir mais conhecimento técnico/operacional do que conhecimento de mercado (clientes, concorrentes, preços, etc.) ao empreender. Os resultados indicam a falta de preparo teórico para iniciar seu empreendimento, uma vez que o conhecimento técnico/operacional se sobressaiu ao conhecimento de mercado.

Percebe-se que hoje a maioria delas contribui, de maneira significativa, com a renda familiar e consideram que seu negócio mudou a vida da sua família proporcionando a elas novos aprendizados, liberdade, autonomia, satisfação e realização.

Em sua maioria, encontram-se frequentemente motivadas para conduzir seu negócio, não enfrentam dificuldades financeiras para manter seu negócio, não sofrem preconceito na condução do seu negócio por ser mulher, e poucas consideram enfrentar dificuldades na condução do seu negócio pelo fato de ser mulher.

Porém, muitas delas consideram que seu negócio não lhes proporciona a remuneração desejada, se vêem obrigadas a mudar sua rotina em casa por causa do seu negócio, e sente que seu negócio demanda um nível elevado de sacrifício pessoal de sua parte.

Os resultados indicam que poucas delas sofrem preconceito de gênero o que se contrapõe com o que foi concluído no estudo de Loiola (2016), no qual a autora relata que 50% das mulheres que participaram de sua pesquisa sentem diferença de tratamento para pior por serem mulheres, e 62,50% relatam que já sofreram preconceito de gênero.

Com relação ao empreendimento, percebe-se grande necessidade de melhor utilização de recursos da internet, planejamento estratégico, busca de novas parcerias e relacionamento profissional, aprimoramento de gestão, atualização de conhecimentos, aumento da qualidade dos produtos e serviços, busca de formas de enfrentar a concorrência, busca de novos nichos de mercado/clientes, redução de custos e obtenção de mão de obra qualificada. Essa situação contrasta com a baixa necessidade de contratar profissionais. Podendo indicar que existe baixa necessidade de contratação, porém, quando ela se faz necessária, as empreendedoras buscam, preferencialmente, por mão de obra qualificada, e não necessariamente, mão de obra mais barata.

Considerando o contexto atual de pandemia e isolamento social, em sua maioria, as respondentes acreditam que seu negócio, daqui a dois anos, continuará crescendo e se expandindo no mercado com atuação no mesmo foco de mercado, atendendo a mesma clientela de hoje. Porém, na visão das empreendedoras, o seu negócio demandará novos conhecimentos ainda não adquiridos, evidenciando que existe certa preocupação por parte delas na busca por novos conhecimentos, considerados importantes para seu negócio daqui a dois anos.

A pesquisa alcançou os objetivos pré-estabelecidos identificando as características pessoais e profissionais mais comuns, apontando as maiores

dificuldades e os desafios enfrentados por elas ao empreender, considerando-se as perspectivas de futuro dessas empreendedoras diante da atual crise causada pelo isolamento social devido à pandemia da COVID-19.

O problema de pesquisa foi respondido e, ao contrário do que se esperava, a maior dificuldade encontrada por essas mulheres ao empreender não está relacionada ao preconceito de gênero, mais sim em conciliar a vida pessoal (casa, marido, filho) e a vida profissional, o que ressalta a dificuldade dessas empreendedoras em equilibrar os papéis por elas exercidos, indicando sobrecarga das responsabilidades assumidas.

5.1 Limitações do estudo

Como limitações podem ser elencados aspectos como a utilização de uma amostra relativamente pequena de empreendedoras; o número pequeno de empreendedoras que se voluntariou para responder ao questionário; o tamanho do instrumento de coleta, que teve um número elevado de questões, o que tende a reduzir a adesão das empreendedoras à pesquisa; o reduzido tempo para realizar a pesquisa; e, finalmente, o quadro de isolamento social, que dificultou o acesso às respondentes.

5.2 Recomendações para estudos futuros

Sugere-se, para estudos futuros, que se faça uma pesquisa com uma amostra maior, ou mesmo, que se amplie geograficamente o alcance de uma possível pesquisa sobre o tema, buscando identificar diferenças das empreendedoras em diferentes regiões do país.

Sugere-se, também, pesquisar as empreendedoras segundo os diferentes ramos de negócio, buscando captar as suas particularidades.

Finalmente, sugere-se realizar estudos de longo prazo, acompanhando o desenvolvimento das empreendedoras femininas na decorrer da evolução de seus respectivos negócios.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo C. **Adeus ao trabalho?** Ensaios sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 1995.

ALPERSTEDT, Gabriela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, Dez. 2014.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia (REIT-IMED)**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.

BARBOSA, Felipe Carvalhal; CARVALHO, Camila Fontes de; SIMÕES, Gêssica Maria de Matos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e estilos de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju-Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, n. 2, p.124-141, Mai/Ago 2011.

BOLSON, Saionara Branco; OLIVEIRA, Líbia Maria Paiva. Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, p. 84-102, Mai./Ago. 2018.

BRIDGES, William. **Criando você & cia:** aprenda a pensar como o executivo de sua própria carreira. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

BRIDGES, William. **Um mundo sem empregos:** os desafios da sociedade pós-industrial. São Paulo: Makron Books, 1995.

BRUCE, D. Do husbands matter? Married women entering self-employment. **Small Business Economics**, v. 13, p. 317-29, 1998.

BUTTNER, E. Holly; MOORE, Dorothy P. Women's organizational exodus to entrepreneurship: selfreported motivations and correlates with success. **Journal of Small Business Management**, Jan., p. 34-47, 1997.

CARREIRA, Manoel F.; CARREIRA, Suely da S.; ESPER, Aulina J. F. Esper; FRANZONI, Ana Benciveni; GRAMKOW, Fabiana Bohm; PACHECO, Daniela Chagas. **Empreendedorismo feminino:** um estudo fenomenológico. NAVUS – Revista de Gestão e Tecnologia, Florianópolis, v. 5, n. 2, p. 06-13, Abr./Jun. 2015.

COTRIM, Luisa Rabioglio; TEIXEIRA, Marilane Oliveira; PRONI, Marcelo Weishaupt. **Desigualdade de gênero no mercado de trabalho formal no Brasil.** Texto para discussão. Unicamp, IE, Campinas, n. 383, jun. 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERES, Bruna Rabello; SILVA, Nayara Peixoto; SOUZA, Marta Alves. **Desafio da mulher empreendedora de Belo Horizonte e região metropolitana**. Centro Universitário de Belo Horizonte UNIBH, 2016.

GAZOLA, Sebastião; GUEDES, Alexandre; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Determinantes e dificuldade de crescimento para mulheres empreendedoras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 85-99, Jan/Mar 2017.

GIL, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2018**. Curitiba: IBQP, 2018. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2019.

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

GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzska; SILVEIRA, Amélia. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES**, Belo Horizonte, v. 7, n. 3, p. 124-138, Jul/Set 2008.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: AMGH, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Em 2018, mulher recebia 79,5% do rendimento do homem**, 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23923-em-2018-mulher-recebia-79-5-do-rendimento-do-homem>>. Acesso em: 22 set. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua 2018)**. Disponível em: < <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html> >. Acesso em: 22 set. 2019.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: III ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS – EGEPE, 3, 2003, Brasília-DF. **Anais...** Brasília-DF: UEM/UEL/UnB, p. 41-53, 2003.

JULIANO, Marcio de Cassio. **Empreendedorismo**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A, 2016.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria Andrade. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LOCKYER, Joan; GEORGE, Sharon. What women want: barriers to female entrepreneurship in the West Midlands. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 4, n. 2, p.179-195, 2012.

LOIOLA, Camila Coutinho. **Mulher empreendedora: dificuldades e preconceitos**. 2016. 50f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração de Empresas). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

MACHADO, Hilka Vier; ST-CYR, Louise; MIONE, Anne; ALVES, Marcia C. M. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE Eletrônica**. v. 2, n. 2, 2003. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/raeel/v2n2/v2n2a07.pdf>>. Acesso em: 15 de agosto de 2020.

MCGOWAN, Pauric; REDEKER, Caroline L.; COOPER, Sarah Y.; GREENAN, Kate. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: motivations, expectations and realities. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 24, n. 1-2, p. 53-72, 2012.

MENEGUIN, Thais Helena Bosso. **Mulheres empreendedoras de negócios na cidade de Socorro: a busca do equilíbrio entre a vida pessoal e profissional**. Faculdade XV de Agosto, 2006.

PORTO, Maria de Fátima Silva. **De batom e salto alto: experiências de emancipação de mulheres empresárias de Patos de Minas, 1980-1990**. São Paulo: Annablume, 2002.

POWELL, Gary N.; EDDLESTON, Kimberly A. Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: do female and male entrepreneurs experience different outcomes? **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 2, 2013.

RIFKIN, Jeremy. **O fim dos empregos: o declínio inevitável dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho**. São Paulo: Makron Books, 1995.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1988.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil - 2019**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf>. Acesso em: 22 set.2019.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **O Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de caso no setor da construção civil da cidade de Curitiba**. **Revista de Administração da USP - RAUSP**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 59-76, jan./fev./mar. 2014.

APÉNDICE

APÊNDICE A - Questionário da pesquisa

QUESTIONÁRIO SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO EM BELO HORIZONTE

INSTRUÇÕES:

- Este questionário busca captar a sua percepção sobre diversos aspectos relacionados ao seu negócio.
- Por favor, leia atentamente cada questão e responda a cada item o mais verdadeiramente possível.
- Marque, em cada questão, a opção que melhor retrate a sua opinião.
- Não deixe questões em branco; responda todas as questões apresentadas.
- Revise as suas respostas ao terminar.
- Não coloque seu nome; você não precisa se identificar.

Prezada participante.

O questionário abaixo foi elaborado buscando compreender a sua percepção sobre diversos aspectos relacionados ao seu negócio, vivenciados por você.

Para o preenchimento é necessário reservar cerca de 20 minutos do seu tempo.

Por favor, responda com atenção a todas as questões, marcando a que melhor reflete a sua situação. A sua experiência nos permitirá compreender um pouco mais sobre o perfil e as percepções das mulheres empreendedoras em Belo Horizonte.

Se tiver alguma dúvida ou dificuldade em preencher adequadamente algum campo do questionário, por favor, fique à vontade para perguntar.

Agradeço sinceramente a sua participação!

Mariana Alves Silva

Especialização em Gestão Estratégica – Faculdade de Ciências Econômicas da UFMG.

PARTE 1 – PERFIL DA RESPONDENTE

Os itens abaixo descrevem o seu perfil socioeconômico. Leia cada uma delas e responda da melhor forma possível, marcando um X na opção que melhor descreve a sua situação.

DADOS PESSOAIS

1. Faixa etária:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Até 25 anos | <input type="checkbox"/> De 46 a 50 anos |
| <input type="checkbox"/> De 26 a 30 anos | <input type="checkbox"/> De 51 a 55 anos |
| <input type="checkbox"/> De 31 a 35 anos | <input type="checkbox"/> De 56 a 60 anos |
| <input type="checkbox"/> De 36 a 40 anos | <input type="checkbox"/> Mais de 60 anos |
| <input type="checkbox"/> De 41 a 45 anos | |

2. Escolaridade:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Incompleto | <input type="checkbox"/> Curso Superior Completo |
| <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Completo | <input type="checkbox"/> Curso Tecnólogo Superior |
| <input type="checkbox"/> Segundo Grau Incompleto | <input type="checkbox"/> Curso de Especialização / MBA |
| <input type="checkbox"/> Segundo Grau Completo | <input type="checkbox"/> Curso de Pós-Graduação (Mestrado/Doutorado) |
| <input type="checkbox"/> Curso Superior Incompleto | <input type="checkbox"/> Não tenho nenhuma escolaridade |

3. Se você possui curso superior completo, marque a formação que você obteve:

- | | | |
|---|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Administração | <input type="checkbox"/> Direito | <input type="checkbox"/> Psicologia |
| <input type="checkbox"/> Biologia | <input type="checkbox"/> Economia | <input type="checkbox"/> Sociologia |
| <input type="checkbox"/> Ciências Contábeis | <input type="checkbox"/> Engenharia | <input type="checkbox"/> Turismo |
| <input type="checkbox"/> Comunicação | <input type="checkbox"/> Medicina | <input type="checkbox"/> Veterinária |
| <input type="checkbox"/> Computação | <input type="checkbox"/> Pedagogia | <input type="checkbox"/> Outra: _____ |

4. Estado Civil:

- | | |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Solteira | <input type="checkbox"/> Divorciada |
| <input type="checkbox"/> Casada | <input type="checkbox"/> Viúva |
| <input type="checkbox"/> Separada | <input type="checkbox"/> Vive com companheiro(a) |

5. Filhos:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Não tenho filhos(as) | <input type="checkbox"/> Tenho 3 filhos(as) |
| <input type="checkbox"/> Tenho 1 filho(a) | <input type="checkbox"/> Tenho 4 filhos(as) |
| <input type="checkbox"/> Tenho 2 filhos(as) | <input type="checkbox"/> Tenho 5 ou mais filhos(as) |

6. Situação Profissional:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Trabalhando como empresária (proprietária / sócia) | <input type="checkbox"/> Trabalhando informalmente |
| <input type="checkbox"/> Trabalhando na empresa da família (diretora / gestora) | <input type="checkbox"/> Emprego público |
| <input type="checkbox"/> Trabalhando com vínculo empregatício em empresa de terceiros | <input type="checkbox"/> Afastada temporariamente |
| <input type="checkbox"/> Trabalhando como autônoma / profissional liberal | <input type="checkbox"/> Aposentada |

7. Faixa de Renda Mensal:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Até R\$ 1.045,00 | <input type="checkbox"/> De R\$ 8.001,00 até R\$ 12.000,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 1.045,00 até R\$ 2.000,00 | <input type="checkbox"/> De R\$ 12.001,00 até R\$ 15.000,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 2.001,00 até R\$ 3.000,00 | <input type="checkbox"/> De R\$ 15.001,00 até R\$ 20.000,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 3.001,00 até R\$ 4.000,00 | <input type="checkbox"/> Mais de R\$ 20.000,00 |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 4.001,00 até R\$ 5.000,00 | <input type="checkbox"/> Não tenho nenhuma remuneração |
| <input type="checkbox"/> De R\$ 5.001,00 até R\$ 8.000,00 | |

8. Tipo de atividade profissional exercida por você:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Trabalho manual / operacional | <input type="checkbox"/> Trabalho gerencial / direção |
| <input type="checkbox"/> Trabalho técnico (2º grau) | <input type="checkbox"/> Trabalho em vendas, área comercial |
| <input type="checkbox"/> Trabalho especializado (Curso Superior / Tecnólogo) | <input type="checkbox"/> Trabalho de consultoria ou apoio |
| <input type="checkbox"/> Trabalho administrativo / rotinas | <input type="checkbox"/> Trabalho contábil ou financeiro |
| <input type="checkbox"/> Trabalho social | <input type="checkbox"/> Outro |

9. Há quanto tempo você atua no seu negócio?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Há menos de 1 ano | <input type="checkbox"/> De 9 a 12 anos |
| <input type="checkbox"/> De 1 a 2 anos | <input type="checkbox"/> De 13 a 16 anos |
| <input type="checkbox"/> De 3 a 5 anos | <input type="checkbox"/> De 17 a 20 anos |
| <input type="checkbox"/> De 6 a 8 anos | <input type="checkbox"/> Mais de 20 anos |

10. Em relação ao seu negócio, indique a opção que melhor caracteriza seu número de funcionários:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Não possui nenhum funcionário | <input type="checkbox"/> Possui entre 31 e 50 funcionários |
| <input type="checkbox"/> Possui entre 01 e 10 funcionários | <input type="checkbox"/> Possui entre 51 e 70 funcionários |
| <input type="checkbox"/> Possui entre 11 e 20 funcionários | <input type="checkbox"/> Possui entre 71 e 100 funcionários |
| <input type="checkbox"/> Possui entre 21 e 30 funcionários | <input type="checkbox"/> Possui mais de 100 funcionários |

11. Em relação ao seu negócio, indique a opção que melhor caracteriza seu setor de atuação:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Atua no setor agrícola | <input type="checkbox"/> Atua no setor de serviços |
| <input type="checkbox"/> Atua no setor industrial | <input type="checkbox"/> Atua no setor de educação e pesquisa |
| <input type="checkbox"/> Atua no setor comercial | <input type="checkbox"/> Atua no setor social / filantropia |

12. Em relação ao seu negócio, indique a opção que melhor caracteriza a sua atividade principal:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Administração ou gestão de empresas | <input type="checkbox"/> Produção ou distribuição de energia |
| <input type="checkbox"/> Agricultura, pecuária ou pesca | <input type="checkbox"/> Restaurante, lanchonete, venda de alimentos |
| <input type="checkbox"/> Armazenagem de produtos ou materiais | <input type="checkbox"/> Segurança pessoal ou patrimonial |
| <input type="checkbox"/> Artes plásticas, design ou música | <input type="checkbox"/> Serviços de aluguel de veículos ou equipamentos |
| <input type="checkbox"/> Artesanato | <input type="checkbox"/> Serviços de conserto, manutenção ou conservação |
| <input type="checkbox"/> Comércio, vendas, varejo ou representação | <input type="checkbox"/> Serviços de lavanderia |
| <input type="checkbox"/> Compras | <input type="checkbox"/> Serviços de limpeza ou arrumação |
| <input type="checkbox"/> Comunicação, publicidade ou mídia | <input type="checkbox"/> Serviços na organização de eventos e feiras |
| <input type="checkbox"/> Construção civil ou reforma predial | <input type="checkbox"/> Serviços no setor da saúde ou psicologia |
| <input type="checkbox"/> Consultoria ou assessoria para empresas | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de academias de ginástica |
| <input type="checkbox"/> Distribuição | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de água e saneamento |
| <input type="checkbox"/> Educação, ensino ou treinamento | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de bares ou boates |

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Engenharia | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de corte e costura |
| <input type="checkbox"/> Filantropia | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de entregas domiciliares |
| <input type="checkbox"/> Finanças, crédito, investimentos ou seguros | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de esportes |
| <input type="checkbox"/> Marketing e pesquisa de mercado | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de estética e beleza |
| <input type="checkbox"/> Negócio baseado em Internet | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de farmácias ou laboratórios |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria alimentícia | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de foto e vídeo |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria automobilística | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de hotelaria |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria de extração | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de telecomunicações |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria de manufatura | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de TI, computação ou sistemas |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria de peças ou máquinas | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de transporte de carga |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria de produtos médicos | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de transporte de passageiros |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria do vestuário / calçados | <input type="checkbox"/> Serviços no setor de turismo e viagens de lazer |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria eletroeletrônica | <input type="checkbox"/> Serviços no setor gráfico |
| <input type="checkbox"/> Negócio na indústria química / farmacêutica | <input type="checkbox"/> Serviços no setor imobiliário |
| <input type="checkbox"/> Organização não governamental - ONG | <input type="checkbox"/> Serviços no setor veterinário / pets |
| <input type="checkbox"/> Produção ou distribuição de combustíveis | <input type="checkbox"/> Serviços sociais ou comunitários |

Outros: _____

PARTE 2 – SITUAÇÃO EMPREENDEDORA

Os itens abaixo descrevem aspectos de sua situação como empreendedora. Leia cada uma delas e responda da melhor forma possível, selecionando a sua resposta em uma escala de 1 a 5 pontos.

1. Antes de iniciar o seu negócio, em que medida:

	Nada	Muito Pouco	Mais ou Menos	Bastante	Totalmente
Você era responsável pelo arrimo de sua família?	1	2	3	4	5
Você já contribuía para a renda familiar?	1	2	3	4	5
Você recebeu influência de seus familiares diretos (pais, irmãos, cônjuge, filhos) para começar a empreender?	1	2	3	4	5
Você recebeu influência de seus familiares indiretos (avós, tios, primos, etc.) para começar a empreender?	1	2	3	4	5
Você recebeu influência de amigos ou de outras pessoas para começar a empreender?	1	2	3	4	5
Você se inspirou em alguém que você considera um empreendedor de sucesso para começar o seu negócio?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio por necessidade financeira?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio por desejo próprio de realização?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque tinha uma idéia e queria colocá-la em prática?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque identificou uma oportunidade de negócios que você poderia aproveitar?	1	2	3	4	5

2. Antes de iniciar o seu negócio, em que medida:

	Nada	Muito Pouco	Mais ou Menos	Bastante	Totalmente
Você buscou criar um negócio porque entendeu que tinha competências ou habilidades que seriam buscadas pelo mercado?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de realizar um trabalho livremente, fazendo-o do seu próprio jeito e no seu próprio tempo?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque entendeu que poderia estar no comando de pessoas?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de obter segurança e estabilidade profissional?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de contribuir para a melhoria da sociedade em geral?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de se sentir desafiada e ser capaz de superar situações difíceis?	1	2	3	4	5
Você buscou criar um negócio porque entendeu que era a forma de equilibrar o trabalho com a vida familiar?	1	2	3	4	5
Você recebeu algum incentivo de sua família?	1	2	3	4	5
Você recebeu alguma oposição de sua família?	1	2	3	4	5
Você buscou fazer algum tipo de curso para ajudá-la a se preparar para iniciar o seu negócio?	1	2	3	4	5
Você buscou por sócios para ajudá-la a iniciar o seu negócio?	1	2	3	4	5

3. No momento de iniciar o seu negócio, em que medida:

	Nada	Muito Pouco	Mais ou Menos	Bastante	Totalmente
Você sentiu que tinha o conhecimento administrativo necessário para iniciar o trabalho?	1	2	3	4	5
Você sentiu que tinha o conhecimento de todos os trâmites legais e burocráticos para iniciar o seu negócio?	1	2	3	4	5
Você sentiu que tinha o conhecimento adequado do mercado (clientes, concorrentes, preços, etc.) para iniciar o trabalho?	1	2	3	4	5
Você sentiu que tinha o conhecimento técnico ou operacional necessário para iniciar o trabalho?	1	2	3	4	5
Você buscou fazer algum tipo de curso ou treinamento gerencial?	1	2	3	4	5
Você se preocupou em fazer algum tipo de pesquisa de mercado?	1	2	3	4	5
Você se preocupou em fazer algum tipo de plano de negócio?	1	2	3	4	5

4. Atualmente, em que medida:

	Nada	Muito Pouco	Mais ou Menos	Bastante	Totalmente
O seu negócio se tornou o arrimo de sua família?	1	2	3	4	5
O seu negócio contribui com a renda familiar?	1	2	3	4	5
A sua família opina sobre o seu negócio?	1	2	3	4	5
Você enfrenta algum tipo de dificuldade na sua família por causa do seu negócio?	1	2	3	4	5
Você se vê obrigada a mudar sua rotina em casa por causa do seu negócio?	1	2	3	4	5

Você se sente estável e segura com o seu negócio?	1	2	3	4	5
Você se sente realizada com o trabalho que faz?	1	2	3	4	5
Você sente que o seu negócio demanda um nível elevado de sacrifício pessoal da sua parte?	1	2	3	4	5
Você sente que o seu negócio mudou a vida da sua família?	1	2	3	4	5
Você tem alguma dificuldade financeira para manter o seu negócio?	1	2	3	4	5
Você sente que o seu negócio proporciona a remuneração que você desejava quando começou a trabalhar?	1	2	3	4	5
Você sente que o seu negócio proporcionou novos aprendizados para você?	1	2	3	4	5
Você sente que o seu negócio proporcionou liberdade e autonomia para você?	1	2	3	4	5

5. Atualmente, em que medida:

	Nada	Muito Pouco	Mais ou Menos	Bastante	Totalmente
Você sente que o seu negócio proporcionou satisfação para você?	1	2	3	4	5
Você se sente frequentemente motivada para conduzir o seu negócio?	1	2	3	4	5
Você tem alguma dificuldade para fazer deslocamentos e viagens demandados pelo seu negócio?	1	2	3	4	5
O seu negócio é realizado à distância?	1	2	3	4	5
Você sofre alguma dificuldade na condução do seu negócio pelo fato de ser mulher?	1	2	3	4	5
Você sofre algum preconceito no seu negócio pelo fato de ser mulher?	1	2	3	4	5
Você adota meios objetivos de avaliar o desempenho do seu negócio?	1	2	3	4	5

6. Como você classificaria a necessidade atual do seu empreendimento em relação a:

	Muito Baixa	Baixa	Média	Alta	Muito Alta
Atualizar conhecimentos relativos ao ramo de negócio	1	2	3	4	5
Atualizar máquinas, equipamentos, softwares, etc.	1	2	3	4	5
Buscar formas de enfrentar a concorrência	1	2	3	4	5
Buscar novos nichos de mercado / clientes	1	2	3	4	5
Contratar profissionais	1	2	3	4	5
Diversificar produtos ou serviços	1	2	3	4	5
Elevar da qualidade dos produtos/serviços	1	2	3	4	5
Melhorar a gestão	1	2	3	4	5
Obter capital externo	1	2	3	4	5
Obter pessoal qualificado	1	2	3	4	5
Planejar estrategicamente o negócio	1	2	3	4	5
Reduzir os custos	1	2	3	4	5
Utilizar recursos da Internet	1	2	3	4	5
Buscar parcerias e novos relacionamentos profissionais	1	2	3	4	5

PARTE 3 – PERSPECTIVA DE FUTURO

Os itens abaixo buscam captar a sua perspectiva em relação ao futuro do seu negócio. Leia as afirmativas e marque a opção que melhor retrata a sua visão.

7. Considerando o atual contexto de pandemia e isolamento social, qual é a probabilidade que você acha que o seu negócio será capaz de, daqui a 2 anos:

	Muito Baixa	Baixa	Média	Alta	Muito Alta
Continuar atuando com o mesmo foco de negócio?	1	2	3	4	5
Continuar atuando nos mesmos padrões atuais de produção ou serviço?	1	2	3	4	5
Continuar atendendo a mesma clientela que possui hoje?	1	2	3	4	5
Passar a funcionar, basicamente, de forma remota, por meio da internet?	1	2	3	4	5
Continuar crescendo e expandindo no mercado?	1	2	3	4	5
Demandar conhecimentos que você não possui hoje?	1	2	3	4	5
Passar por mudanças estruturais, visando se adaptar para mudar de ramo de atividades?	1	2	3	4	5

**Muito obrigada por sua participação!
Seu apoio foi fundamental para a conclusão dessa pesquisa!**