

**FACULDADE DE FILOSOFIA, CIÊNCIAS E LETRAS DO ALTO SÃO FRANCISCO**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ANA CAROLINA MOURA FERREIRA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo de caso entre as mulheres  
empreendedoras da cidade de Luz – MG**

**LUZ – MG**

**2019**

**ANA CAROLINA MOURA FERREIRA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo de caso entre as mulheres  
empreendedoras da cidade de Luz – MG**

**Monografia apresentada à Faculdade de Filosofia,  
Ciências e Letras do Alto São Francisco, como  
quesito parcial para obtenção do título de Bacharel  
em Administração, curso de Administração.**

**Área de Concentração: Empreendedorismo**

**Orientador: Prof. Eliezer Carneiro de Oliveira**

**LUZ - MG**

**2019**

Catálogo: Antonio Jorge Resende Junior / Biblio. Crb 6/2041

Ferreira, Ana Carolina Moura.

F438e Empreendedorismo feminino: um estudo de caso entre as mulheres empreendedoras da cidade de Luz – MG . / Ana Carolina Moura Ferreira. Luz – MG: FASF -- 2019.  
84f.

Orientador: Prof<sup>ª</sup> Ep. Eliezer Carneiro de Oliveira

Monografia apresentada à Faculdade de Filosofia Ciências e Letras do Alto São Francisco no Curso de Administração.

1. Empreendedorismo feminino. Gênero. 3. Mulheres e trabalho  
Título. I.

CDD 658

**ANA CAROLINA MOURA FERREIRA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo de caso entre as mulheres  
empreendedoras da cidade de Luz – MG**

**Monografia apresentada à Faculdade de Filosofia,  
Ciências e Letras do Alto São Francisco, como  
quesito parcial para obtenção do título de Bacharel  
em Administração, curso de Administração.**

**Área de Concentração: Empreendedorismo**

**Orientador: Prof. Eliezer Carneiro de Oliveira**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientador

Prof. Esp. Eliezer Carneiro de Oliveira

---

Prof. Esp. Denise Vasconcelos Macedo Chaves

---

Adm. Vinícius Aparecido Gomes Soares

Luz, 21 de novembro de 2019.

Dedico todo esforço que depus neste trabalho à minha mãe Maria Aparecida (in memoriam), que é meu maior exemplo de fé, caráter e dignidade e que com certeza estaria orgulhosa do caminho que trilhei até agora.

Mãe, seu amor me salvou e continua a me salvar todos os dias!

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por me permitir chegar até este momento de conquista, por ter sido amparo e força durante todos os momentos difíceis dessa jornada. Agradeço pela proteção, pela calma nos momentos de angústia e por ser caminhos abertos e energia quando eu precisei. Eu tenho proteção!

Agradeço a minha mãe Maria Aparecida (in memoriam) por sempre ter se desdobrado e lutado para me dar condições de realizar esta graduação, suas lutas nunca foram em vão.

Obrigada mãe, porque o maior presente veio antes mesmo do diploma, através de sua memória entendi que o grande valor foi a caminhada até aqui, que me fez forte e com certeza mais humana.

Agradeço a minha irmã Ana Paula por ter cuidado tão bem de tudo, e por não desistir de lutar comigo em busca dos meus objetivos.

Agradeço a todos os meus familiares e amigos, que desde simples gestos, até grandes ajudas, me incentivaram e apoiaram para que eu pudesse percorrer com mais leveza todo este caminho. Através de vocês pude viver o real significado das palavras gratidão e amor.

Agradeço de forma muito carinhosa a todos os mestres com os quais tive a honra e alegria de aprender nestes quatro anos e que com certeza me enriqueceram como administradora e também como ser humano.

Agradeço as empreendedoras que confiaram e se dispuseram a fazer parte, através de suas histórias deste trabalho de conclusão de curso.

*“É preciso ter coragem para ser mulher nesse mundo. Para viver como uma. Para escrever sobre elas”.*

(Chimamanda Ngozi Adichie)

## RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar o desenvolvimento do empreendedorismo feminino de empreendedoras da cidade de Luz-MG, no ano de 2019, considerando suas histórias de vida, características empreendedoras e fatores determinantes, com o objetivo de identificar e analisar as causas que às levaram empreender, e se iniciaram por oportunidade ou necessidade. A metodologia adotada compreende uma pesquisa quantitativa e qualitativa, exploratória e descritiva, em que foi aplicado um questionário a 15 empreendedoras, bem como, uma entrevista com 13 delas. Após o tratamento dos dados, chegou-se aos seguintes resultados: o perfil das empreendedoras é de mulheres de 41 a 50 anos, casadas, sem filhos, com ensino médio completo, ligadas ao setor de comércio e que possuem empresas estabelecidas a mais de 10 anos no mercado. As entrevistadas decidiram empreender como forma de suprir suas necessidades de realização profissional e independência financeira, escolheram o comércio pela variedade de nichos e oportunidades. Foi realizado planejamento prévio para abertura dos empreendimentos, dando ênfase ao financeiro. As empreendedoras destacaram dificuldades de abertura da empresa devido à burocracia e com relação a capital de investimento. Quanto ao fato da percepção de preconceito com relação a gênero as empreendedoras afirmaram não sofrer ou presenciar nenhum episódio. Diante das informações apresentadas, conclui-se que o empreendedorismo no município de Luz - MG tem representatividade feminina, e com empreendimentos consolidados, realizando assim o lado profissional e pessoal dessas mulheres.

**PALAVRAS CHAVE:** Empreendedorismo feminino. Gênero. Mulheres. Trabalho.

## Abstract

The aim of this study is to analyze the development of female entrepreneurship female entrepreneurs in the city of Luz-MG, in the year 2019, considering their life histories, entrepreneurial characteristics and determining factors. The adopted methodology comprises a quantitative and qualitative, exploratory and descriptive research, in which a questionnaire was applied to 15 entrepreneurs, as well as an interview with 13 of them. After processing the data, the following results were obtained: the profile of the entrepreneurs is women from 41 to 50 years old, married, without children, with complete high school, connected to the commerce sector and who have companies established for more than 10 years in the market. The interviewees decided to undertake as a way to meet their needs for professional fulfillment and financial independence, chose commerce for the variety of niches and opportunities. Prior planning for the opening of the projects was carried out emphasizing the financial one. The entrepreneurs highlighted difficulties of opening the company due to bureaucracy and in relation to investment capital. Regarding the perception of prejudice regarding gender, the entrepreneurs stated that they did not suffer or witness any episode. Given the information presented, it is concluded that entrepreneurship in the municipality of Luz – MG has female representation, and with consolidated, ventures thus realizing the professional and personal side of these women.

**KEY-WORDS:** Female entrepreneurship. Genre. Women. Work.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Resumo do referencial teórico .....	21
<b>Figura 2:</b> Características dos empreendedores mais citadas pelos pesquisadores .....	24
<b>Figura 3:</b> Características básicas do empreendedor .....	27
<b>Figura 4:</b> Perfil da empreendedora mineira.....	38
<b>Figura 5:</b> Perfil da empresa .....	38
<b>Figura 6:</b> Tipo de Gestão.....	39
<b>Figura 7:</b> Análise de conteúdo da entrevista .....	45
<b>Figura 8:</b> Esquema da Pesquisa.....	46

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Pesquisa bibliométrica acerca da palavra-chave “Empreendedorismo Feminino” do período de 2017 a 2019.....	18
<b>Tabela 2:</b> Idade .....	49
<b>Tabela 3:</b> Estado civil .....	50
<b>Tabela 4:</b> Quantidade de filhos.....	50
<b>Tabela 5:</b> Escolaridade .....	51
<b>Tabela 6:</b> Setor em que a empresa está inserida .....	53
<b>Tabela 7:</b> Tipo de atividade da empresa .....	53
<b>Tabela 8:</b> Tempo de existência da empresa .....	54
<b>Tabela 9:</b> Características do empreendedor (a) .....	55
<b>Tabela 10:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 01 .....	57
<b>Tabela 11:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 02.....	59
<b>Tabela 12:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 03.....	61
<b>Tabela 13:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 04.....	63
<b>Tabela 14:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 05.....	65
<b>Tabela 15:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 06.....	67
<b>Tabela 16:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 07.....	69
<b>Tabela 17:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 08.....	70
<b>Tabela 18:</b> Análise de conteúdo - Pergunta 09.....	72
<b>Tabela 19:</b> Análise de conteúdo – Pergunta 10 .....	75
<b>Tabela 20:</b> Análise de conteúdo – Pergunta 11 .....	77
<b>Tabela 21:</b> Análise de conteúdo – Pergunta 12 .....	79
<b>Tabela 22:</b> Análise de conteúdo – Outras considerações .....	80

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Relação do Empreendedorismo com base em época/atividade/pessoas .....	22
<b>Quadro 2:</b> Características dos empreendedores de sucesso .....	25
<b>Quadro 3:</b> Características do empreendedor .....	26
<b>Quadro 4:</b> Taxas de empreendedores por estágio e gênero no Brasil .....	35
<b>Quadro 5:</b> Respostas Pergunta 01 .....	56
<b>Quadro 6:</b> Respostas Pergunta 02 .....	58
<b>Quadro 7:</b> Respostas Pergunta 03 .....	60
<b>Quadro 7:</b> Respostas Pergunta 03 .....	61
<b>Quadro 8:</b> Respostas Pergunta 04 .....	62
<b>Quadro 9:</b> Respostas Pergunta 05 .....	64
<b>Quadro 10:</b> Respostas Pergunta 06 .....	66
<b>Quadro 11:</b> Respostas Pergunta 07 .....	68
<b>Quadro 12:</b> Respostas Pergunta 08 .....	70
<b>Quadro 13:</b> Respostas Pergunta 09 .....	71
<b>Quadro 14:</b> Respostas Pergunta 10 .....	74
<b>Quadro 15:</b> Respostas Pergunta 11 .....	76
<b>Quadro 16:</b> Respostas Pergunta 12 .....	78
<b>Quadro 17:</b> Respostas Outras considerações.....	79
<b>Quadro 18:</b> Síntese das respostas dos questionários .....	81
<b>Quadro 19:</b> Síntese das respostas das entrevistas.....	82

## LISTAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>ACIL</b>	Associação Comercial e Industrial de Luz
<b>BDTD</b>	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
<b>FASF</b>	Faculdade de Filosofia Ciências e Letras do Alto São Francisco
<b>FGV</b>	Fundação Getúlio Vargas
<b>GEDI</b>	Global Entrepreneurship Index
<b>GEM</b>	Global Entrepreneurship Monitor
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>IPEA</b>	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
<b>SEBRAE</b>	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
<b>SOFTEX</b>	Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro
<b>TCC</b>	Trabalho de Conclusão de Curso
<b>TEA</b>	Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (Taxa de empreendedores iniciais)
<b>UFMG</b>	Universidade Federal de Minas Gerais
<b>UFRGS</b>	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
<b>UFSC</b>	Universidade Federal de Santa Catarina
<b>USP</b>	Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1 Justificativa .....	16
1.2 Problema e hipótese.....	18
1.3 Objetivos.....	19
1.3.1 Objetivo geral.....	19
1.3.2 Objetivos específicos.....	20
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>21</b>
2.1 Empreendedorismo .....	21
2.1.1 Conceito histórico .....	21
2.1.2 Características do perfil do empreendedor.....	23
2.1.3 Empreendedorismo no Brasil.....	28
2.1.4 Empreendedorismo de oportunidade e de necessidade.....	29
2.2 Mulheres e o trabalho.....	30
2.3 Empreendedorismo feminino .....	34
2.3.1 Perfil da mulher empreendedora mineira.....	37
2.4 Síntese do referencial teórico.....	40
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>41</b>
3.1 Sob o ponto de vista da abordagem do problema.....	41
3.2 Sob o ponto de vista dos objetivos .....	41
3.3 Sob o ponto de vista dos procedimentos técnicos.....	42
3.4 Unidade de análise.....	43
3.5 Instrumentos de coleta de dados .....	44
3.6 Tratamento de dados.....	44
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>48</b>
4.1 Perfil das empreendedoras .....	48
4.2 Dados das entrevistas .....	56
4.2.1 Síntese das respostas dos questionários.....	81
4.2.2 Síntese das respostas das entrevistas .....	81
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>83</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>85</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>89</b>
<b>APÊNDICE A – Questionário para pesquisa de Empreendedorismo Feminino.....</b>	<b>89</b>

<b>APÊNDICE B – Entrevista para pesquisa de Empreendedorismo Feminino. ....</b>	<b>91</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>92</b>
<b>ANEXO A – Certificado de Consentimento.....</b>	<b>92</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A globalização ocorre e impulsiona o processo do empreendedorismo em todo mundo. Assim também ocorreu no Brasil desde a década de 1990, com a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que permitiu aos que tinham ideias empreendedoras ter suporte para colocar em prática seus projetos.

O empreendedorismo é um processo ligado à área de inovação e criação, tanto de negócios inéditos quanto em melhoria de existentes. O primeiro a identificar o termo na literatura e associá-lo ao mundo dos negócios foi o investidor irlandês Richard Cantillon, em 1700.

O processo de tornar-se empreendedor é descrito por vários autores, como Dornelas (2018), como algo que pode ser aprendido e desenvolvido, apesar de algumas pessoas já nascerem com características facilitadoras. O empreendedor pode ser descrito como alguém com ideias inovadoras, criativo, que assume riscos e que é um agente para mudanças.

O empreendedorismo feminino trata do número de mulheres no mundo que se envolvem na atividade e as particularidades do segmento. A entrada das mulheres para o ramo dos negócios no mundo se deu a partir dos eventos da 1ª e 2ª Guerra Mundial nos anos de 1914-1918 e 1939-1945 pelo fato de que muitos homens foram convocados para a guerra, e alguns foram mortos em batalha. (NASCIMENTO, 2015)

Com isso as mulheres que até então eram responsáveis apenas pelos cuidados domésticos tomaram frente dos negócios das famílias e foram contratadas externamente para suprir a falta de homens no mercado de trabalho. A partir desse importante acontecimento iniciou-se a luta das mulheres pela permanência no mercado de trabalho e por igualdade de gênero.

O empreendedorismo feminino busca lugar no mercado, como forma de independência das mulheres e manutenção do sustento de famílias, e também como forma de ter espaço num mercado competitivo através do uso da criatividade e da descoberta de nichos que carecem de serviços ou de profissionais com algum diferencial.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 foi responsável por assegurar a equidade entre homens e mulheres (Art. 5º) e potencializar o crescimento de empresas femininas desde então.

Dados mais recentes sobre empreendedorismo do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) do ano de 2016, divulgados pelo SEBRAE, mostram que as mulheres são responsáveis por 33,9% de todos os empreendimentos criados no Brasil.

O número de empreendedores por oportunidade traz mulheres com 52%, enquanto o empreendedorismo por necessidade teve 48%. Comparando com a parcela masculina as mulheres ainda empreendem mais por necessidade do que os homens (37%), o que também valida dados do censo demográfico (IBGE, 2018), em que mulheres são responsáveis por 40% dos lares brasileiros, onde o empreendedorismo funciona como forma de complemento de renda familiar, servindo, portanto como forma de suprir necessidades familiares.

O perfil traçado pelo GEM (2016) ainda destaca que as empreendedoras são mais jovens (mais de 40% têm até 34 anos); são mais escolarizadas (33,6% dos homens têm no máximo o primeiro grau incompleto, 22,5% no grupo das mulheres); ganham menos (73,4% contra 59,3% nos homens ganham até 3 salários mínimos); apresentam menor proporção de pessoas casadas (37% contra 49% nos homens).

Este estudo trata de uma Monografia sobre o Empreendedorismo Feminino e visa analisar a participação das mulheres no ramo do empreendedorismo na cidade de Luz – MG no ano de 2019.

Desta forma, a base teórico-metodológica utilizada neste trabalho compreende uma pesquisa qualitativa e quantitativa; uma pesquisa exploratória e descritiva e pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

A base teórica conceitual foi constituída por estudos de Dornelas (2018) sobre empreendedorismo, Dandolini (2018) com o assunto empreendedorismo feminino e Bomfim (2018) referente ao desenvolvimento do empreendedorismo feminino.

## **1.1 Justificativa**

Com as diversas mudanças nos cenários político, econômico e social no Brasil, muitas discussões são levantadas sobre o papel da mulher na sociedade. A busca das mulheres por reconhecimento além da vida doméstica, independência de seus cônjuges e responsáveis. Com isso surgem indagações de como as mulheres brasileiras, que representam metade da população do país, por diversos momentos são tidas como minoria social.

O tema empreendedorismo feminino se une pertinentemente ao cenário brasileiro, onde a mulher, mesmo com a garantia de seus direitos como cidadã, como o direito a voto, a equidade de direitos e deveres dispostos e garantidos no artigo 5º da Constituição Federal de 1988, ainda luta com a falta de oportunidade e menor participação no mercado que os homens (GEM, 2016).

Tudo isso se torna um empecilho para a mulher atuar profissionalmente. Portanto o

empreendedorismo feminino se mostra fundamental por ser uma ferramenta de inserção das mulheres no mercado de forma atuante e que contribua para sua independência financeira e com a economia do país.

É neste cenário de mudanças e lutas estão as mulheres chefes de família, as mulheres que tem dupla jornada, conciliando trabalho formal e trabalho doméstico, e que por estas razões encontram dificuldades para conseguir um emprego que lhes garanta renda fixa e profissionalização para atuar no mercado.

Tal abordagem se justifica pelo fato de o empreendedorismo feminino estar em crescimento no país desde os anos 2000, tendo se intensificado nos últimos anos, como divulgado por instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), *Global Entrepreneurship Development Institute* (GEDI) e pelo Governo Federal. Também se justifica, devido ao fato de a mulher continuar buscando abranger todas as esferas sociais de forma igualitária, que garanta seus direitos, autonomia, independência e liberdade.

É válido ressaltar também a importância de abordar este assunto para a comunidade acadêmica, como forma de incentivar mais produções sobre o tema.

É relevante também para a sociedade, como forma de mostrar as mudanças sociais profundas que vêm ocorrendo no país, como a luta das mulheres por espaço, independência e igualdade de gênero.

Posteriormente, podendo tornar-se um material de auxílio para estudos sobre as mudanças que ocorrerem a partir deste, e também para formandos que desejarem desenvolver pesquisas, tendo este trabalho como referência.

Este estudo é também justificado pelo crescente interesse pelo assunto de equidade de gêneros e conseqüentemente por empreendimentos femininos, que mostrem o avanço para a prática de direitos iguais.

A pesquisa bibliométrica foi feita através da busca pela expressão “Empreendedorismo Feminino” em 5 universidades, através da plataforma de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) que engloba informações de universidades e instituições de ensino superior, sobre teses de Mestrado e Doutorado do período de 2017 a 2019.

**Tabela 1:** Pesquisa bibliométrica acerca da palavra-chave “Empreendedorismo Feminino” do período de 2017 a 2019.

INSTITUIÇÃO	2017		2018		2019		TOTAL		TOTAL GERAL
	M	D	M	D	M	D	M/D		
<b>USP</b>	4	2	7	2	6	-	17	4	<b>21</b>
<b>UFMG</b>	1	-	1	1	3	-	5	1	<b>6</b>
<b>UFSC</b>	1	2	1	1	3	1	5	4	<b>9</b>
<b>FGV</b>	1	1	5	1	4	1	10	3	<b>13</b>
<b>UFRGS</b>	1	1	1	1	3	1	5	3	<b>8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>3</b>	<b>42</b>	<b>15</b>	<b>57</b>

**Fonte:** Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD, 2019)

Legendas: (M) Mestrado;

(D) Doutorado.

Na **Tabela 1** entre os anos de 2017 a 2019 quando pesquisada a palavra-chave “Empreendedorismo Feminino” na plataforma BDTD, obteve-se os dados das instituições: Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), obtendo-se um total de 57 produções acadêmicas, tanto em Mestrado quanto em Doutorado.

Quando pesquisado separadamente por dissertações de Mestrado, o total de produções é de 42 nos três anos pesquisados, enquanto em Doutorado nos três anos pesquisados houve um total de 15 produções.

Portanto, ao analisar os resultados da pesquisa bibliométrica, é possível identificar um número considerável de produções com o tema “Empreendedorismo Feminino”, o que comprova a relevância do tema na área acadêmica.

Para a autora, o tema é relevante para identificar as mudanças que ocorrem no papel da mulher, e sua participação no mercado de trabalho em relação a outros períodos no Brasil, e dentro do município a ser analisado.

## 1.2 Problema e hipótese

Discussões a respeito do lugar que a mulher ocupa na sociedade, estudos e pesquisas foram desenvolvidas com a intenção de esclarecer as mudanças sociais, políticas e econômicas por trás da busca das mulheres por colocações no mercado profissional.

Através de pesquisas do GEM (2016) em relação ao empreendedorismo, identificou-se que a mulher brasileira a partir dos anos 2000 começava a migrar do meio doméstico para o mercado de trabalho, antes de tudo para sobrevivência e sustento de sua família.

Posteriormente, tornou-se uma busca pela autoafirmação de suas capacidades, profissionalização e por identificarem nichos de mercado oportunidades de investir profissionalmente, tendo como forte opção o empreendedorismo, por permitir autonomia e horários flexíveis.

A pesquisadora cita que o interesse por analisar o tema na cidade de Luz – MG<sup>1</sup> partiu de leitura de pesquisas divulgadas pelo Sebrae sobre o empreendedorismo feminino como forma de independência da mulher e em como elas eram responsáveis por chefiar cerca de 40% dos lares brasileiros em 2018.

A pesquisadora interessou-se em verificar se o crescimento do empreendedorismo feminino se aplicava também em uma realidade de cidade do interior, com número reduzido de empreendimentos<sup>2</sup> e segmentos.

Diante desses estudos, esta Monografia tem a intenção de responder à questão de investigação: como se caracteriza a participação da mulher empreendedora na cidade de Luz – MG?

A hipótese levantada pela pesquisadora e que responde a questão é a de que no nível municipal há participação feminina, quando relacionada a participação dos homens, como no quadro nacional, com as mulheres tendo papel expressivo na criação de empreendimentos, e que isso se deve, como apresentado por Dandolini (2018) a diversos fatores, como a busca da independência financeira e de capacitação, onde o setor empreendedor se mostra um atrativo pela quantidade de nichos para serem trabalhados, pela autonomia de não ter que responder a um superior e também por tornar a jornada de trabalho mais flexível.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo geral**

Analisar o desenvolvimento do empreendedorismo feminino de empreendedoras da cidade de Luz-MG, considerando suas histórias de vida, características empreendedoras e

---

<sup>1</sup> População no último censo (2010): 17.486 pessoas (IBGE, 2019)

<sup>2</sup> Número de empresas atuantes - ano base 2017: 545 unidades (IBGE, 2019)

fatores determinantes, pesquisando no ano de 2019.

### 1.3.2 Objetivos específicos

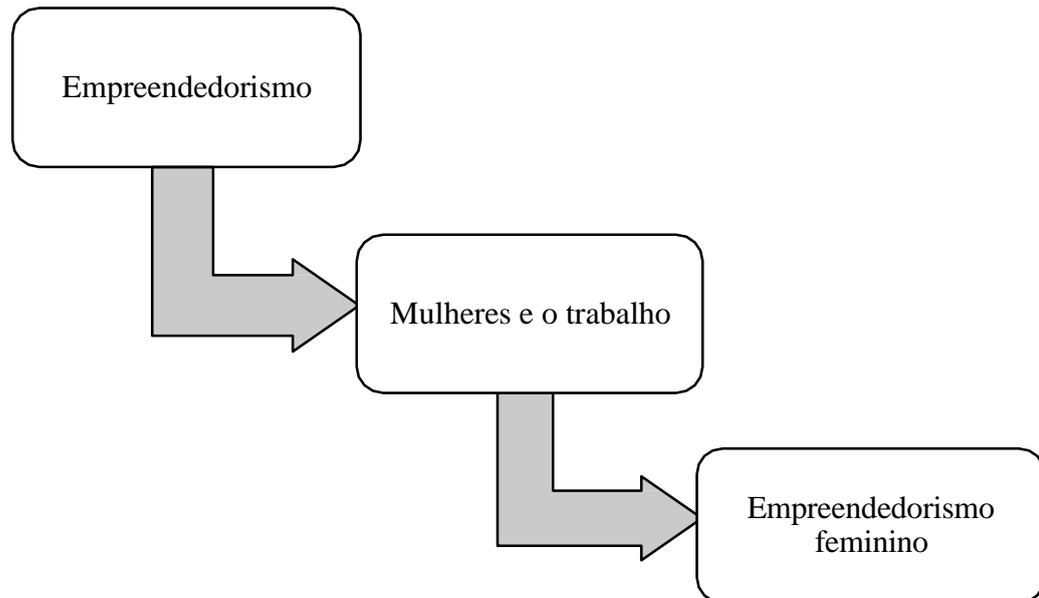
- Verificar, a partir do cadastro de empresas da Associação Comercial e Industrial de Luz (ACIL) de Luz-MG, quantas empresas são resultado de empreendimento feminino;
- Identificar, com base nos estudos de Dornelas (2015), Chiavenato (2012) as características empreendedoras presentes nas mulheres empreendedoras de Luz – MG; e
- Analisar o que motivou as mulheres a se tornarem empreendedoras, para determinar se começaram seu empreendimento por alguma necessidade ou por verem oportunidade no mercado.

Este estudo está estruturado em cinco partes, que são: a parte 1 que trata da Introdução, constituída por Justificativa, Problema e Hipótese, Objetivos, Objetivo geral e Objetivos específicos; a parte 2 que corresponde ao Referencial Teórico, composto pelas seções Empreendedorismo, Mulheres e o trabalho e Empreendedorismo feminino; a parte 3 trata da Metodologia, que são os instrumentos e forma pela qual a pesquisa é desenvolvida; a parte 4 que trata dos Resultados e Discussão onde foram apresentados os resultados da pesquisa e as considerações referentes a eles e a parte 5 que trata da Conclusão, onde as conclusões obtidas são apresentadas, a questão de investigação é respondida e onde é confirmada a hipótese. Na sequência estão as Referências que foram utilizadas neste trabalho e Apêndices, sendo que o **APÊNDICE A** corresponde ao questionário utilizado e o **APÊNDICE B** que corresponde a entrevista estruturada aplicada as empreendedoras e o **ANEXO A** que compreende ao Certificado de Consentimento assinado pelas empreendedoras para utilização dos dados obtidos nos questionários e entrevistas.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico que será desenvolvido neste trabalho é resumido na **Figura 1**, na qual são apresentados os principais temas que embasam a pesquisa.

**Figura 1:** Resumo do referencial teórico.



**Fonte:** Autoria própria (2019).

Através da **Figura 1** é possível visualizar como será desenvolvido o referencial, iniciando como o tema empreendedorismo, em seguida abordando as relações que envolvem a mulher e o trabalho, e finalmente contextualizando o empreendedorismo feminino, formando assim a base teórica do trabalho.

### 2.1 Empreendedorismo

Para um melhor entendimento do tema “Empreendedorismo” serão abordados nesta seção os seguintes itens: Conceito histórico, Perfil do empreendedor, Empreendedorismo no Brasil, Empreendedorismo de oportunidade e de necessidade, Mulheres e o trabalho e Empreendedorismo feminino.

#### 2.1.1 Conceito histórico

O termo empreendedorismo é abordado em todo mundo e proposto em universidades e

escolas como matéria de estudo e seu desenvolvimento é apoiado por vários governos. Contudo, o mesmo já é observado há muitos séculos na história da humanidade. Neste tópico serão abordadas as definições históricas do termo e sua importância (MENDES, 2017).

Não há um consenso sobre como surgiu o conceito de empreendedorismo por parte dos diversos autores que discorrem sobre o tema.

Sabe-se que o primeiro a identificar o termo na literatura econômica e associá-lo aos negócios, na terceira década de 1700, foi Richard Cantillon, que diferenciou “o empreendedor – aquele que assumia riscos –, do capitalista – aquele que fornecia o capital”. (DORNELAS, 2018 p. 20).

O economista Joseph Schumpeter (1883-1950), definiu o termo empreendedorismo como a “habilidade de um executivo de grande criatividade, capaz de alcançar resultados através da inovação” (MENDES, 2017 p. 3).

Segundo Oliveira (2014, p. 6), “Jean-Baptiste Say consolidou o termo empreendedor para designar a pessoa que tem a capacidade de transferir recursos de um negócio com baixa produtividade e rentabilidade, para outro negócio bem mais interessante quanto aos resultados proporcionados”.

No **Quadro 1** a seguir são apresentadas as definições do termo empreendedorismo com base em época/atividade/pessoas:

**Quadro 1:** Relação do Empreendedorismo com base em época/atividade/pessoas. (continua)

<b>RELAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO COM BASE EM ÉPOCA/ATIVIDADE/PESSOAS</b>	
<b>PERÍODO</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
Idade Média	O termo era utilizado para o indivíduo que assumia grandes projetos de produção, mas que não assumia riscos.
Século XVII	Os primeiros indícios da relação entre assumir riscos e empreendedorismo. Diferenciação do empreendedor – aquele que assume os riscos, do capitalista – aquele que fornecia o capital.
Século XVIII	O capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo.

**Fonte:** Adaptado de Dornelas (2018 p. 20-21).

**Quadro 1:** Relação do Empreendedorismo com base em época/atividade/pessoas. (continuação)

<b>RELAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO COM BASE EM ÉPOCA/ATIVIDADE/PESSOAS</b>	
<b>PERÍODO</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
Século XIX e XX	Empreendedores confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados de um ponto de vista econômico, controlam as ações dentro da empresa, mas sempre a serviço do capitalista.

**Fonte:** Adaptado de Dornelas (2018 p. 20-21).

Como pode ser visto na fala de Dornelas (2018) e Mendes (2017), algo que se repete nos conceitos de empreendedor é o fato deste ser alguém disposto a correr riscos, a criar algo inovador ou recuperar algo que não alcançou sucesso, insistindo em sua intuição e ideias. Tudo isso dentro de um perfil com características que tornem sua investida possível, que serão abordadas no tópico a seguir.

Para melhor compreender o conceito do empreendedorismo e sua aplicação, segue-se abordagem do perfil do empreendedor.

### **2.1.2 Características do perfil do empreendedor**

O empreendedor, assim como em diversas outras profissões pode ser apresentado através de um perfil que compreende atitudes e características marcantes de sua personalidade e que funcionam como meio de identificar possíveis facilidades e habilidades intrínsecas a eles.

Autores lançam mão de características, ou da criação de perfis que possam definir determinado profissional.

No caso do empreendedor e do administrador essas características por vezes se confundem, mas há características específicas que diferenciam as duas profissões (DORNELAS, 2015).

Dornelas (2015, cap. 2) cita “o empreendedor do negócio próprio é o tipo mais comum e, por isso, durante muitos anos, rotulou-se designar o empresário, dono de uma empresa, como sinônimo de empreendedor e vice-versa”.

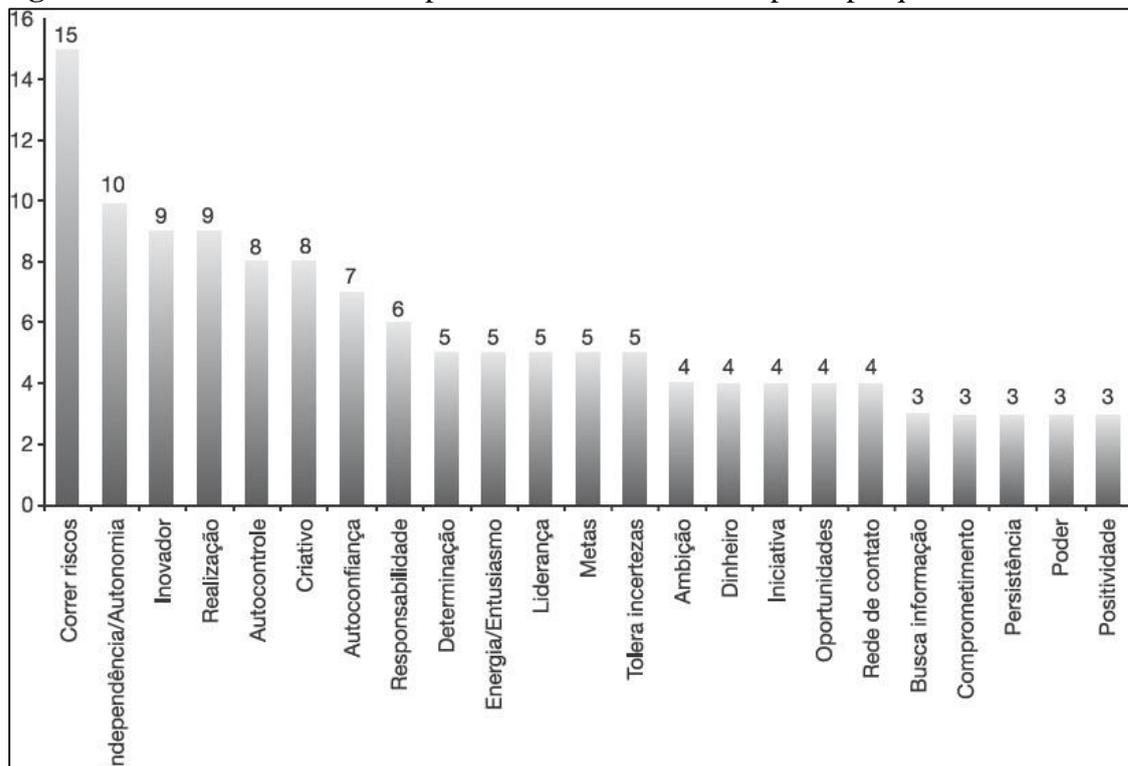
Por esta razão há ainda confusão sobre qual é a diferença entre o administrador e o empreendedor.

Patrício e Candido (2016 p. 15) definem que “empreendedor é toda pessoa com uma postura proativa, com visão inovadora do mercado e que propõe soluções criativas ao mundo produtivo em que está inserido”.

Dornelas (2018 p. 21) diz que a “abordagem clássica ou processual, com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia, propõe que o trabalho do administrador ou a arte de administrar concentre-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar”.

Dornelas (2015) cita ainda que diversos autores buscaram definir o que seriam as características marcantes de um empreendedor. Como forma de demonstrar isso, o autor fez um estudo onde aponta as referências em 25 artigos publicados e livros relacionados ao assunto dos anos de 1972 a 2005.

**Figura 2:** Características dos empreendedores mais citadas pelos pesquisadores.



Fonte: Dornelas (2015).

Como pode ser observado na **Figura 2**, há várias características citadas nestes artigos, dentre as quais se destacam como características principais: correr riscos, ter independência/autonomia e ser inovador.

Portanto, é possível determinar que com base nos autores as características demonstram a personalidade empreendedora de uma pessoa. Ainda que sejam habilidades que possam ser aprendidas, definir certas características auxilia a criação de um perfil profissional

inicial (MENDES, 2017).

Dornelas (2018) faz uso de outras características para definir o empreendedor, que serão apresentadas a seguir:

**Quadro 2:** Características dos empreendedores de sucesso.

<b>CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES DE SUCESSO</b>	
<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
Visionários	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e a habilidade de implementar seus sonhos.
Determinados e dinâmicos	Implementam suas ações com total comprometimento. Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam certo inconformismo diante da rotina.
Dedicados	São trabalhadores exemplares e encontram energia para continuar, mesmo em situações adversas. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
Líderes	São bem relacionados (networking)
Organizados	Planejam, planejam, planejam.
Possuem conhecimento	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois entendem que, quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior será a chance de êxito.
Assumem riscos calculados	O empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso.

**Fonte:** Adaptado de Dornelas (2018 p. 24-25).

Chiavenato (2012, p. 8) diz que “o empreendedorismo força a destruição criativa nos mercados e indústrias, criando, simultaneamente, novos produtos e modelos de negócios”.

No entanto, como cita o próprio Chiavenato (2012), apesar dessa destruição criativa ser responsável pelo avanço dos negócios e crescimento econômico a longo prazo, a mesma não é fácil de ser mantida, visto que grande parte dos novos negócios não prosperam, o que torna o empreendedorismo diferente dependendo do ramo e tipo de atividade pretendida e também do empreendedor que executa a ideia.

O empreendedor é alguém que consegue pôr em prática suas ideias, - ainda que a princípio estas não sejam bem definidas, por ter uma sensibilidade maior para identificar

oportunidades de negócios e por ser dotado de criatividade e energia para concretizar ideias, seja para seu benefício ou para o da comunidade (CHIAVENATO, 2012).

Na literatura relacionada ao empreendedorismo, são destacados certos traços comumente associados ao perfil do empreendedor.

No **Quadro 3** são apresentadas definições de características do empreendedor de acordo com alguns autores citados por Chiavenato (2012).

**Quadro 3:** Características do empreendedor.

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR	
AUTOR/ANO	DEFINIÇÃO
David McClelland (1961)	Descreve a personalidade do empreendedor como motivada pela necessidade de realização e forte impulso para construir.
Bird (1992)	Têm o empreendedor como um ser dotado de <i>insights</i> , <i>brainstorms</i> , decepções, engenhosidade e desenvoltura. Pessoas espertas, oportunistas, criativas e pouco sentimentais.
Collins e Moore (1970)	Dizem que empreendedores são pessoas firmes, pragmáticas e impulsionadas por necessidades de independência e realização.
Cooper, Woo e Dunkelberg (1988)	Segundo eles os empreendedores mostram extremo otimismo em seus processos de tomada de decisão.
Busenitz e Barney (1997)	Consideram que os empreendedores são dotados de superconfiança e facilidade para generalizar conceitos.
Cole (1959)	Encontrou quatro tipos de empreendedor: o inovador, o inventor calculista, o promotor superotimista e o organizador construtor de negócios.

Fonte: Adaptado de Chiavenato (2012, p. 9).

Outras características que podem ser relacionadas ao empreendedor são: visão e ideias próprias sobre seus negócios; visão clara do que se pretende alcançar; são apaixonados entusiasmados; são persistentes; são determinados; assumem a responsabilidade inicial por empreender sobre uma ideia; são otimistas; têm visão de sucesso; são pessoas cheias de inspiração e de grande sensibilidade.

Chiavenato (2012) cita que há três características primordiais para o empreendedor. São elas: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança.

**Figura 3:** Características básicas do empreendedor.



**Fonte:** Adaptado de Chiavenato (2012, p. 14)

- Necessidade de realização: “os empreendedores apresentam elevada necessidade de realização em relação à população geral. [...] O impulso para a realização reflete-se nas pessoas ambiciosas que iniciam novas empresas e lideram o seu crescimento” (CHIAVENATO, 2012, p. 12);
- Disposição para assumir riscos: o empreendedor assume diversos tipos de riscos para começar um novo empreendimento. Dentre eles, Chiavenato (2012, p. 13) destaca os seguintes: “[...] riscos financeiros, decorrentes do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e de carreiras definidas; riscos familiares, ao envolver os entes próximos no negócio; riscos psicológicos, pela possibilidade de fracassar em negócios arriscados”; e
- Autoconfiança: “quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar galhardamente os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta” (CHIAVENATO, 2012, p. 13).

O que é destacado por Chiavenato (2012) e também por autores citados em sua pesquisa são características básicas comuns que podem ser encontradas em empreendedores, dentre as quais se pode destacar: a capacidade de correr riscos, inovação, criatividade e sensibilidade para os negócios.

Stadler; Arantes; Halicki (2014, p. 18) afirmam que “um empreendedor normalmente se torna um administrador; já o administrador nem sempre é ou foi um empreendedor”.

Isso significa que nem sempre um empreendedor será capaz de gerir o seu empreendimento, devido à dificuldade de ter rotinas calculadas e pouca habilidade com termos técnicos que há no dia a dia de toda organização, mas poderá eventualmente aprender a fazê-lo. Já o administrador não precisa ter sido ou almejar ser um empreendedor no futuro, pois seus conhecimentos sobre a organização já o fazem um profissional completo em sua área de atuação.

Portanto, o que difere o administrador do empreendedor é a questão criativa que há no empreendedor e a dificuldade que ele poderá encontrar em questões processuais da organização.

Após a abordagem do perfil e as características do empreendedor, o tópico a seguir irá abordar aspectos do empreendedorismo no Brasil.

### **2.1.3 Empreendedorismo no Brasil**

Dornelas (2018) diz que o empreendedorismo é uma área de interesse que vem crescendo no Brasil desde a década de 1990, após a criação do Sebrae e da Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX).

O Sebrae foi uma das instituições pioneiras para auxiliar os que queriam iniciar na atividade empreendedora. Antes de sua criação e com um cenário político e econômico ruins para investimentos quase não se falava em empreendedorismo ou em abertura de novas empresas (DORNELAS, 2018).

Oliveira (2014, p. 7) afirma que “No Brasil, o empreendedorismo não se desenvolveu na velocidade adequada, principalmente pelo forte protecionismo e, também, pelo longo período de fechamento de mercado”.

Após sua criação, o Sebrae se tornou uma entidade muito conhecida do pequeno empresário brasileiro. Através dela, o empreendedor encontra o suporte necessário para tirar dúvidas sobre a abertura de empresa, auxílio na elaboração do plano de negócios e consultorias para a nova empresa (DORNELAS, 2018).

Segundo Dornelas (2018) a Softex foi criada com o intuito de levar ao exterior os *softwares* desenvolvidos por empresas brasileiras. Ela disponibilizava ao empreendedor do setor de tecnologia todo suporte e capacitação na área de gestão e informática necessários para o desenvolvimento de seus produtos.

A Softex ajudou a colocar o Brasil, que até então se mantinha econômico e politicamente fechado, no mapa dos países desenvolvedores de novas tecnologias.

Antes da criação da Softex e do SEBRAE, a atividade empreendedora no Brasil era quase inexistente, devido à falta de conhecimento e apoio aos que desejavam empreender.

Desde os anos 2000, a partir das ferramentas de pesquisa utilizadas pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), é observado um aumento no número de novas empresas de diversos setores do mercado. Isso se deve a busca de novas formas de empreender, de novos nichos de mercado que careçam de atividades, ou de novas demandas que surgem para antigos mercados (DORNELAS, 2018).

O relatório GEM de 2016, que mede a atividade empreendedora no Brasil, demonstra que a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) foi de 17,9 %. A taxa total de empreendedores em 2016 foi de 38%, que significa que em torno de 51,9 milhões de brasileiros estiveram ligados a atividades empreendedoras neste ano. Com relação a abordagem do estudo feito, GEM (2016, p. 7) cita:

[...] o GEM utiliza um conceito amplo de empreendedorismo que visa captar os diferentes tipos de empreendedores (formais ou informais), sejam os empreendedores da base da pirâmide, envolvidos com empreendimentos muito simples ou aqueles envolvidos em empreendimentos mais sofisticados e de mais alto valor agregado.

Stadler; Arantes; Halicki (2014) salientam que o Brasil é um país que apresenta bons números de empreendedores iniciais quando comparado a outros países.

Portanto, conclui-se que apesar do Brasil ter iniciado o empreendedorismo mais tarde, o país apresenta bons resultados nas pesquisas GEM, o que confirma o fato do país ter ambiente que favorece o desenvolvimento do setor.

Na próxima seção, serão abordados mais especificamente os dois aspectos do empreendedorismo: necessidade e oportunidade, o que são, e como eles influenciam o estudo do empreendedorismo e os índices de desenvolvimento do país.

#### **2.1.4 Empreendedorismo de oportunidade e de necessidade**

Muito embora a criação de uma empresa seja algo importante, o fato único de sua criação não proporciona crescimento econômico, a menos que esteja alinhada as necessidades do mercado. Dornelas, (2018, p. 18) cita os dois tipos de empreendedorismo, que ganharam destaque após a divulgação dos resultados do GEM:

O empreendedorismo de oportunidade, em que o empreendedor visionário sabe

aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que deseja buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, com forte correlação entre os dois fatores.

No relatório de 2016 do GEM, é possível ver uma mudança na forma de empreender, com o empreendedorismo de oportunidade alcançando números maiores, com taxa de 11,2% de empreendedores (que compreende a 15.022.742 empreendedores) contra 8,3% do empreendedorismo de necessidade (11.113.080 empreendedores).

No empreendedorismo por necessidade, como é definido, estão os empreendimentos que são abertos sem planejamento anterior, com muita informalidade e pouca qualificação, que não auxiliam no desenvolvimento econômico do país e que geralmente fecham as portas rapidamente por razão de não haver uma estrutura prévia que auxilie a execução de projeto (DORNELAS, 2018).

Cavalcanti; Farah; Marcondes (2017, p. 20) faz uma observação sobre os empreendimentos de necessidade “costumam ser abertas por indivíduos sem qualificações técnicas para o negócio e descapitalizados, que, em muitos casos, fazem no com a indenização decorrente do desligamento do trabalho formal que exerciam.”

Dornelas (2018) observa que por anos no Brasil o maior número de empreendedorismo existente era por necessidade, pois muito do que envolve a história do país também envolve a informalidade no trabalho.

Por meio das informações sobre como o empreendedorismo de oportunidade têm crescido em relação ao de necessidade e quais ainda são as discrepâncias a serem corrigidas, o aumento no número de empreendedores de oportunidade pode indicar uma melhora futura no estilo de vida do brasileiro nos aspectos sociais e econômicos (DORNELAS, 2018).

Na seção seguinte será abordada a relação entre as mulheres e o trabalho, seguindo assim a ênfase da pesquisa: empreendedorismo feminino.

## **2.2 Mulheres e o trabalho**

O trabalho, ou ocupação de um indivíduo na sociedade é um dos eixos que criam e distinguem uns dos outros, através do trabalho é possível identificar o nível social, financeiro e político ao qual pertence um indivíduo.

Sobre a importância do trabalho, Andrade (2018, p. 25) afirma que “O trabalho é um eixo fundamental da vida de uma pessoa adulta, com profundas significações identitárias,

econômicas e sociais”.

Portanto, o trabalho constitui a forma como o indivíduo é visto na sociedade, pois é através dele que se atribuem status e importância social (ANDRADE, 2018).

Mesmo não havendo documentação histórica que baste para corroborar a divisão do trabalho para as mulheres, é apontado que na idade média já existiam as divisões do trabalho baseadas na idade e na posição social ocupada por elas (NASCIMENTO, 2015).

Mulheres solteiras deveriam lavar e trabalhar em tecelagens, mães eram responsáveis por cuidar dos filhos e mulheres de meia idade deveriam cozinhar, reproduzir e cuidar dos adolescentes, enquanto as camponesas eram responsáveis pelas atividades de agricultura e de tarefas domésticas (NASCIMENTO, 2015).

Andrade (2018, p. 15) afirma que “A tradicional cultura sexista e as estruturas patriarcais da sociedade são fatores que ajudam a explicar essas disparidades, pois assentam as bases da chamada divisão sexual do trabalho, que divide e hierarquiza os tipos de trabalhos entre homens e mulheres”.

A condição das mulheres mudou ao longo do tempo. Após a Primeira Revolução Industrial (1760-1860) ocorrida inicialmente na Inglaterra, com a mecanização das funções nas fábricas, surgiu a urgência por nova mão de obra. Com isso, as mulheres puderam almejar a possibilidade de sair da rotina doméstica. As famílias que viviam de atividades rurais começam a migrar para as cidades, onde surgiram os grandes aglomerados urbanos e os bairros industriais (ANDRADE, 2018).

Nascimento (2015) aponta que em meados do século XVIII, a classe burguesa começou a se mostrar insatisfeita com a movimentação feminina, por busca de emprego nas atividades que não fossem as comuns para elas na época.

As mulheres tinham vontade de trabalhar em minas, e para a classe burguesa mulheres trabalhando em troca de remuneração ia contra o que acreditavam ser ou não atividades ou trabalhos femininos, além do fato de que mulheres como mão de obra a ser explorada trazia a crença de que os empregos dos homens estariam sendo ameaçados por elas.

A primeira greve organizada por mulheres ocorreu em 8 de março de 1857, com reivindicações sobre a exaustiva jornada de trabalho. No ano de 1903 foi criado o *Women's Trade Union League* (Liga de Sindicatos da Mulher), o primeiro sindicato das mulheres, que tinha como objetivo organizar as mulheres assalariadas (NASCIMENTO, 2015).

Nesta época passou-se a caracterizar também a dupla jornada das mulheres, que além dos trabalhos industriais também continuavam a exercer as tarefas domésticas, o que permanece, ainda nos dias atuais, mesmo que em menor escala como sendo uma função da

mulher (NASCIMENTO, 2015).

Com relação ao fato de as mulheres exercerem tanto o trabalho doméstico quanto o industrial, chamado de produtivo, Andrade (2018, p. 16) faz a seguinte observação:

O acesso mais equitativo das mulheres ao mundo do trabalho remunerado – trabalho produtivo- deve ser acompanhado de uma redistribuição das tarefas no âmbito do trabalho não remunerado doméstico e de cuidados - ou trabalho reprodutivo - caso contrário não representará aumento no bem-estar das famílias, apenas uma ampliação da carga, já muito pesada, de trabalho das mulheres.

Nascimento (2015, p. 25) observa que no século XX, as mulheres começaram a ter maior participação no mercado de trabalho, em consequência da Revolução Russa (1917), cujo objetivo era a igualdade para o trabalho e seguridade legal do pagamento igual de salários para quem exercesse as mesmas funções.

Mudanças significantes no modo de vida da mulher também podem ser vistas a partir dos acontecimentos da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e da Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

Nascimento (2015) diz que pelo fato dos homens terem sido chamados para atuar nos campos de batalha durante a guerra, muitas indústrias estavam funcionando com pouca mão de obra, e por razão de precisarem se manter funcionando, muitas delas abriram vagas para mulheres e crianças, como forma de suprir a falta de mão de obra masculina.

Segundo Nascimento (2015), as mulheres passaram também a exercer outras funções junto ao exército, como funções administrativas, logísticas e de serviços médicos, além da atuação na aviação Russa.

Com o término da Segunda Guerra, o esperado era que as mulheres voltassem ao ambiente doméstico, mas, como consequência das batalhas muitos homens morreram ou voltaram para seus países mutilados e incapacitados para o trabalho nas indústrias, com isso as mulheres continuaram na indústria e mantiveram a dupla jornada (NASCIMENTO, 2015).

A desigualdade sempre esteve presente na sociedade, levando alguns grupos a terem vantagem sobre os demais, seja financeiramente, intelectualmente ou nas relações de poder. Neste sentido, as mulheres eram tidas como inferiores aos homens, tendo que ficar exclusivamente voltadas ao trabalho doméstico e cuidado dos filhos, atividades essas que não tinham valor algum no passado (NASCIMENTO, 2015).

Xavier e Xavier (2010) *apud* Nascimento (2015, p. 22) afirmam que:

[...] Enquanto coube ao homem a tarefa de conquistar o mundo do trabalho da

guerra, do poder e do conhecimento, à mulher restou-lhe cuidar da casa, dos afazeres domésticos e dos filhos, ou seja, o domínio público foi atribuído ao homem e à mulher sobrou-lhe o do privado. Decorrente dessa situação é que surgiu, ao longo do tempo, o jargão machista de que “lugar de mulher é na cozinha”.

A estrutura familiar era formada e gerida pelo homem, enquanto que a mulher cabia as tarefas consideradas pouco relevantes, como o cuidado da casa, do esposo e dos filhos. Conforme Andrade (2018, p. 23):

Homens e mulheres não trabalham da mesma forma, não se dedicam às mesmas coisas e não recebem recompensas iguais. Muito além das diferenças individuais, das condições socioeconômicas de cada um, da idade e de outras variáveis, há uma condição estruturante da desigualdade entre homens e mulheres no mundo do trabalho: a divisão sexual do trabalho.

Nascimento (2015) diz que a divisão sexual do trabalho está ligada aos papéis sociais do homem e da mulher. Enquanto o homem tinha papel de produzir economicamente, à mulher foi reservado o papel de reprodutora biológica.

Andrade (2018) observa que um dos motivos do início do movimento feminista foi o entendimento que mulheres eram oprimidas, cuidando de atividades sem valor para a sociedade, que eram invisibilizadas em funções que nem eram reconhecidas como trabalho. De acordo com Gama (2014) *apud* Andrade (2018, p. 24):

Diversos estudos começaram a ser produzidos sobre essa questão e o grande salto teórico veio quando se passou a considerar todas essas atividades como “trabalho”, o trabalho reprodutivo. Tal mudança permitiu que se pensasse nesse trabalho simultaneamente ao trabalho “profissional”, ou produtivo, o que deu origem à noção de divisão sexual do trabalho.

O reconhecimento do trabalho reprodutivo, muito mais do que dar um nome as atividades domésticas e de cuidados que eram tidas como obrigação intrínseca da mulher, foi responsável por introduzir as mulheres no cotidiano de uma sociedade que poderia então reconhecer este trabalho como importante forma de cooperar para a continuidade do trabalho produtivo.

Reconhecer o trabalho reprodutivo atribuiu valor ao que antes era invisível (ANDRADE, 2018).

Neste sentido, a atividade empreendedora para as mulheres se torna desafiadora, pois como observa Dandolini (2018), apesar de hoje trabalharem em diversos segmentos, as mulheres ainda enfrentam dificuldades em assumir o protagonismo nas relações de trabalho.

Nascimento (2015) também coloca como ainda é desigual a divisão do trabalho

doméstico, que culturalmente não foi ensinado aos homens, e que por esta razão as mulheres ainda tem dificuldade de estar no mercado plenamente, pois ou não conseguem conciliar suas tarefas, ou acumulam múltiplas tarefas, com o trabalho reprodutivo (doméstico) e o produtivo (formal), o que apenas faz com que seja evidenciada a disparidade entre gêneros.

Andrade (2018) comenta que o empreendedorismo por si só não sana as barreiras enfrentadas pelas mulheres, mas que unindo-o a políticas públicas que deem suporte as mulheres, é possível que elas de fato consigam desenvolver-se de forma a estar no mercado tal qual estão os homens.

Com as informações e ideias apresentadas por toda esta seção, pode ser concluído que o trabalho para a mulher nem sempre teve o caráter de ser uma atividade de livre escolha, ou igualitário em relação aos homens (ANDRADE, 2018).

O trabalho formal, como conhecido hoje, só passou a ser permitido para as mulheres quando houve falta da mão de obra masculina, e posteriormente só foi garantido a continuidade das mulheres em seus empregos com o surgimento dos sindicatos, greves, e com o avanço dos movimentos feministas que asseguraram a obtenção dos direitos das mulheres (ANDRADE, 2018).

Na seção seguinte, será tratado o empreendedorismo feminino e suas especificidades.

### **2.3 Empreendedorismo feminino**

Na linha do tempo dos estudos do tema empreendedorismo, o empreendedorismo feminino apresenta uma defasagem de cerca de cinquenta anos em seus estudos.

Bomfim (2018) aponta que essa diferença provavelmente se deve ao fato de que os primeiros autores tratavam empreendedores homens e mulheres como um único grupo, e sendo assim, tudo que aplicavam aos homens, conseqüentemente era também aplicado às mulheres.

No entanto, como já foi tratado na seção anterior, para as mulheres, o trabalho que lhes cabia era o doméstico, sendo relegado a elas apenas a tarefa de cuidar do lar, esposo e filhos (NASCIMENTO, 2015).

As transformações que ocorreram partir da segunda guerra e do surgimento dos movimentos feministas levaram as mulheres a ocuparem de forma definitiva o mercado de trabalho (DANDOLINI, 2018).

Entretanto, esse processo de ruptura aconteceu de forma distinta em cada país. No Brasil, o processo se deu com a ruptura do sistema patriarcal, quando as mulheres passaram a

contribuir com a composição da renda familiar (BOMFIM, 2018).

Bomfim (2018, p. 41) descreve a forma em que se deu o avanço da entrada das mulheres no mercado de trabalho “foi intenso nas décadas de 1960 e 1970, também foi marcado pela segregação ocupacional e criação de estereótipos com evidências de desigualdades”, o que demonstra que a entrada e permanência das mulheres no mercado de trabalho foi um processo desafiador, de quebra de estruturas sociais e do pensamento patriarcal dominante.

As necessidades familiares passaram a ser um fator que levava as mulheres a buscar uma colocação no mercado profissional, mas havia também uma relação com o fato de mais mulheres buscarem de alguma forma a independência financeira em relação a seus cônjuges ou responsáveis (DANDOLINI, 2018).

Bomfim (2018) diz que certamente existem outros meios de verificar a participação das mulheres no empreendedorismo, mas que na literatura já é reconhecido que o empreendedorismo tem distinções quando se trata de gênero.

Dandolini (2018 p. 59) cita “o aumento progressivo de mulheres empreendedoras nos últimos anos pode ser vinculado ao período atual em que surge o ‘novo feminismo’ e o novo modo de ‘ser mulher’ na atualidade, onde a mulher prima pela sua independência e liberdade”.

**Quadro 4:** Taxas de empreendedores por estágio e gênero no Brasil

<b>ESTÁGIO</b>	<b>MACULINO</b>	<b>FEMININO</b>	<b>BRASIL</b>
Empreendedores iniciais	19,9	20,7	20,3
Nascentes	4,9	4,0	4,4
Novos	15,7	16,9	16,3
Empreendedores estabelecidos	18,6	14,4	16,5
Total de empreendedores na população adulta	37,9	35,0	36,4

**Fonte:** Adaptado de GEM Análise por gênero, 2018 - Referente a pesquisa GEM 2017.

Quando analisados os dados do GEM (2017) para empreendimentos iniciais e estabelecidos, com base no gênero, é visto também um aparelhamento dos empreendimentos masculinos e femininos, com empreendimentos novos e nascentes tendo praticamente mesma porcentagem, e diferença de apenas 4,2% nos empreendimentos estabelecidos e de 2,9% nos totais de empreendedores.

Segundo Brasil (2015) mostram que o empreendedorismo feminino teve um crescimento de 34% em 14 anos. Isso se deve ao fato de que muitas mulheres iniciaram no setor como forma de complementar a renda familiar ou fazer da atividade sua fonte de renda principal.

No ano de 2014 o país contava com 7,9 milhões de empreendedoras e segundo SEBRAE (2018), o aumento no número de empreendedoras está diretamente ligado ao aumento no número de lares chefiados por mulheres.

Brasil (2015) afirma que “em 2000, as mulheres chefiavam 24,9% dos 44,8 milhões de domicílios particulares. Em 2010, 38,7% dos 57,3 milhões de domicílios registrados já eram comandados por mulheres”.

De acordo com o relatório de políticas sociais divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) em 2015 a elevação da taxa de participação no mercado de trabalho de mulheres deveria ser um indicativo para uma agenda pública que contemplasse também esse crescimento, como o próprio IPEA (2015, p. 345) aponta:

São vários os fatores que podem explicar a crescente participação das mulheres no mercado de trabalho. A redução de obstáculos de natureza não econômica, como a queda da taxa de fecundidade, o aumento da escolaridade feminina, a necessidade de complementação de renda no domicílio, além de mudanças culturais e nas relações de gênero [...].

Existem dificuldades para o ingresso da mulher no mercado de trabalho, como questões envolvendo mulheres que tem filhos ou idosos sobre seus cuidados, estado civil e cumprimento de dupla jornada (trabalho doméstico e trabalho formal) (DANDOLINI, 2018).

Quando o emprego com horários fixos esbarra nessas dificuldades surge o empreendedorismo como opção por ter horários flexíveis, mas, como divulgado no relatório do IPEA (2015, p. 345), o Brasil carece de uma agenda que trate com importância devida à permanência da mulher no mercado de trabalho:

Entender os determinantes é um tema central para a agenda pública, em especial para as políticas direcionadas à educação e à legislação previdenciária, no sentido de postergar a saída das mulheres no mercado de trabalho. Além disso, sugere-se a análise criteriosa para a criação ou ampliação de arranjos formais e informais de cuidado das crianças e idosos, bem como de recursos e serviços coletivos que auxiliem as mulheres na dupla jornada de trabalho.

Outro fator que é limitante à atividade da mulher empreendedora no Brasil é o baixo investimento neste tipo de empresa (administrada por mulheres) e dificuldade enfrentada por mulheres com tomada de crédito (SEBRAE, 2018).

É possível através dos dados apresentados, relacionar o aumento do empreendedorismo feminino ao fato das mulheres se tornarem chefes de família, visto que a responsabilidade de gerar renda cabe a elas.

Há também a desigualdade nas oportunidades de emprego, com a mulher ainda sendo responsável por todo o cuidado com a casa e com filhos ou idosos sob sua tutela, enfrentando uma dupla jornada (SEBRAE, 2018).

O fato do avanço do empreendedorismo feminino é um indicador da busca da mulher por sua independência, apesar das situações desfavoráveis. Contudo, através dos dados acima citados, é possível observar que há uma necessidade de políticas que ajudem a mulher a se manter no mercado de trabalho, seja como assalariada ou empreendedora, o que mostra ainda uma disparidade em relação ao homem empreendedor (IPEA, 2015).

No tópico de estudo a seguir serão informadas características das empreendedoras do estado de Minas Gerais, com dados levantados por pesquisa do Sebrae (2017) a fim de gerar um perfil básico das mulheres e de seus estilos de gestão.

### **2.3.1 Perfil da mulher empreendedora mineira**

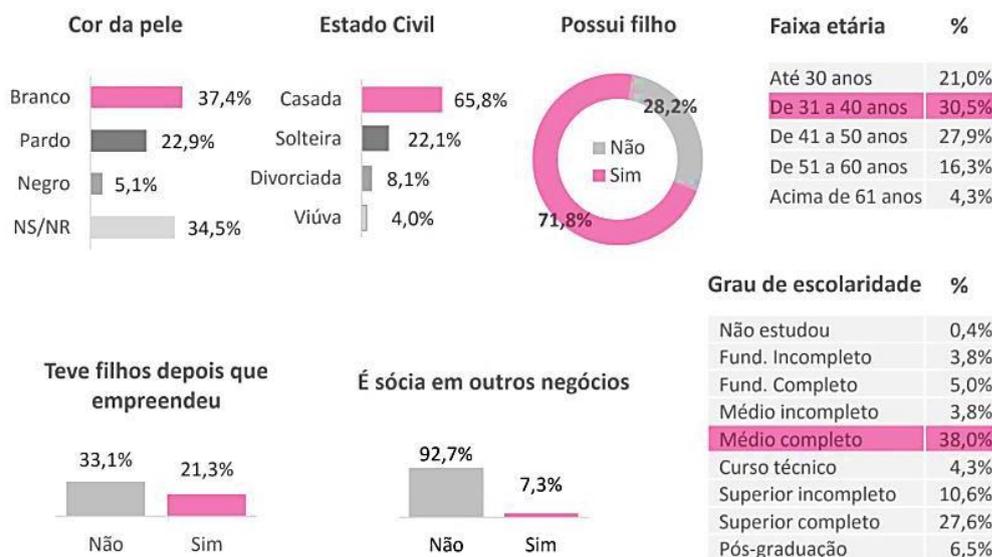
Assim como é traçado um perfil global do empreendedor por autores como Dornelas (2018) e Chiavenato (2012) e pelas pesquisas GEM e SEBRAE, é possível através dos dados disponibilizados pelos relatórios GEM dos anos de 2016 e 2017, traçar um perfil da mulher empreendedora no Brasil.

Neste sentido o SEBRAE disponibilizou através de sua Unidade de Inteligência Empresarial, dados específicos sobre a empreendedora mineira através do relatório Perfil Mulher Empreendedora SEBRAE (2017).

O campo da pesquisa ocorreu de 17 de novembro à 29 de dezembro de 2016, com 1814 empresários de MPE mineiras. A margem de erro foi de 2,3 pontos percentuais para o Estado, com nível de confiança de 95%. O recorde para o Perfil Mulher Empreendedoras contou com 768 empresárias e a margem de erro da pesquisa foi de 3,6 pontos percentuais (95% de confiança).

A maioria dos negócios que as mulheres empreendem em Minas Gerais são do setor de comércio ou micro e pequenas empresas.

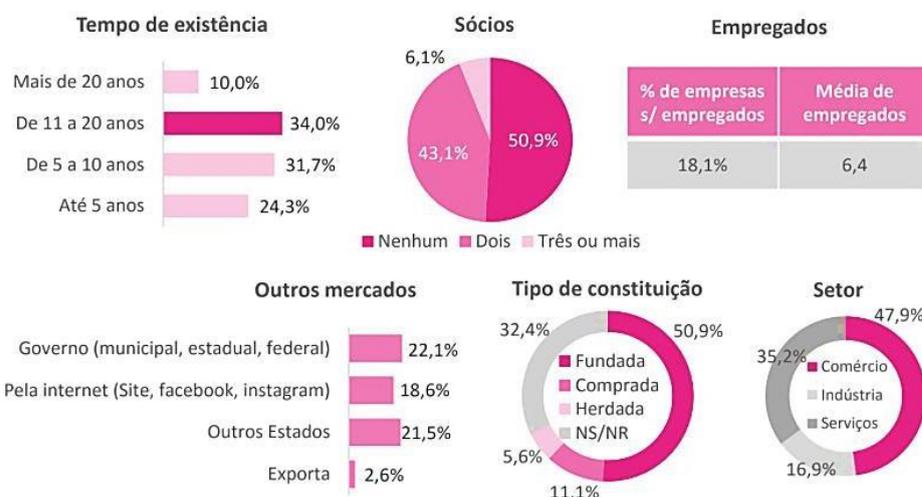
A seguir, os gráficos com as informações completas disponíveis no relatório do SEBRAE (2017).

**Figura 4:** Perfil da empreendedora mineira

**Fonte:** Perfil Mulher Empreendedora SEBRAE (2017 – não paginado)

Nos dados do relatório, o perfil da empreendedora mineira é majoritariamente: mulher branca (37,4%), com faixa etária entre 31 e 40 anos (30,5%), que possui ensino médio completo (38%), casada (65,8%) e possui filho (os) (72,8%). Que tem ensino superior incompleto, completo ou possuem pós-graduação a média é 44,8%. Do total pesquisado, 7,3% delas são sócias em outros negócios.

A maioria dos negócios que as mulheres empreendem será analisada na figura a seguir, e são do setor de comércio, micro ou pequenas empresas (47,9%), seguido pelo setor de serviços que tem 35,2% das empresas mineiras gerido por mulheres.

**Figura 5:** Perfil da empresa.

**Fonte:** Perfil Mulher Empreendedora SEBRAE (2017 – não paginado)

Quanto à permanência no mercado, 34,0% das empresas tem de 11 a 20 anos de existência, sendo que 50,9% foram fundadas pelas próprias empreendedoras. 22,1% das empresas têm negócios com instituições do Governo (municipal, estadual ou federal).

Das empresas pesquisadas, 18,6% delas fazem vendas através da internet e 21,5% conseguem atender também outros estados.

**Figura 6:** Tipo de Gestão



**Fonte:** Perfil Mulher Empreendedora SEBRAE (2017 – não paginado).

Nos dados sobre a forma de gestão, são colocados dados das empresas geridas por homens e mulheres.

O que a pesquisa aponta é que não há grandes diferenças entre o estilo de gestão analisando gênero, entretanto, pode ser destacado que há uma preocupação igual ou maior com relação a controles financeiros, tomada de crédito e uso de operadoras de máquinas de cartões (SEBRAE, 2017).

Sobre a atuação das mulheres nos negócios, o Sebrae (2017) destaca que “a porcentagem de mulheres à frente de negócios não só aquece a economia como também é um importante instrumento de transformação social”.

Portanto, no cenário mineiro, os dados do Sebrae mostram que os empreendimentos das mulheres estão em consonância com o que ocorre no país, com empreendimentos apresentando taxas significantes, duradouros e com gestão adequada.

Na seção seguinte será feita a síntese do referencial teórico utilizado e os principais

assuntos abordados no corpo deste trabalho.

## **2.4 Síntese do referencial teórico**

Neste estudo foram abordados assuntos relacionados aos temas da pesquisa, tendo como base os estudos dos autores Mendes (2017), Dornelas (2018) e Oliveira (2014), que tratavam do tema empreendedorismo, sua definição e seu conceito histórico.

Dornelas (2015), Patricio e Candido (2016) e Chiavenato (2012) serviram de base teórica para conceituar e aprofundar a literatura da pesquisa referente ao perfil do empreendedor, sendo que este pode ser caracterizado como alguém visionário, que se dispõe a correr riscos calculados nos empreendimentos e que é dotado de criatividade.

Sobre o empreendedorismo no Brasil, foram base para a pesquisa Dornelas (2018), Oliveira (2014), bem como os dados do relatório executivo GEM (2016) e de Stadler; Arantes; Halicki (2014).

Para abordar as dinâmicas envolvendo a mulher e o trabalho, foram usados como fonte de revisão de literatura, os estudos de Andrade (2018) e Nascimento (2015), que abordaram as mudanças no modo de vida das mulheres desde quando eram vistas apenas como esposas e responsáveis pelo lar, até o momento em que ocorrem as revoluções industriais e as mulheres encontram brechas no modelo social patriarcal para reivindicar direito ao trabalho e independência.

As relações e especificidades que distinguem o empreendedorismo feminino foram estudadas principalmente através de Dandolini (2018) e de Bomfim (2018), além dos relatórios executivos GEM, dos anos de 2016 e 2017. As necessidades familiares passaram a ser um fator que levava as mulheres a buscar uma colocação no mercado profissional, além do fato de mais mulheres buscarem a independência financeira em relação a seus cônjuges e também profissionalização.

Por fim, para a abordagem do perfil da mulher empreendedora foram utilizados dados e literatura disponibilizados pelo Sebrae (2017).

Na seção seguinte, será abordada a metodologia usada para este estudo.

### **3 METODOLOGIA**

Esta seção tem por objetivo apresentar os procedimentos metodológicos utilizados para delinear a pesquisa que será feita com empreendedoras em um município do Estado de Minas Gerais, no ano de 2019.

Para balizar a metodologia, a mesma será classificada de acordo com a proposta de Silva e Menezes (2005), em que são descritos os métodos e instrumentos utilizados para o levantamento dos dados a serem utilizados na pesquisa.

#### **3.1 Sob o ponto de vista da abordagem do problema**

Este estudo, sob o ponto de vista da abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa quantitativa e qualitativa.

Sobre a pesquisa quantitativa, de acordo com Mascarenhas (2012, p. 45) “é fundamental usar técnicas estatísticas, como porcentagens, médias e desvio padrão, tudo isso para tornar o estudo mais imparcial, evitando assim influência do pesquisador sobre os resultados”.

Segundo Silva e Menezes (2005, p. 20) “A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas”.

Quanto à análise qualitativa aplicada nesta pesquisa para análise de conteúdo das entrevistas, Mascarenhas (2012, p. 46) diz que tal abordagem, deve ser utilizada “quando queremos nosso objeto de estudo com mais profundidade”.

Neste tipo de pesquisa o pesquisador pode ter maior liberdade para preparar o estudo da forma que julgar ser a mais apropriada.

A pesquisa qualitativa neste estudo, diz respeito ao tratamento e análise de dados das entrevistas aplicadas às empreendedoras, quanto a pesquisa quantitativa, esta será utilizada no tratamento dos dados dos questionários, onde foi feito análise estatística dos mesmos.

#### **3.2 Sob o ponto de vista dos objetivos**

A abordagem do estudo sob o ponto de vista dos objetos foi uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo.

De acordo com Selltiz *et al* (1967, p. 63) *apud* Gil (2002, p. 41), o objetivo da

pesquisa exploratória é “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”.

Gil (2002, p. 42) diz que a pesquisa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Ainda sobre a característica de uma pesquisa descritiva, Gil (2002) diz que ela tem por objetivo analisar características de um grupo, tais como: idade, sexo, escolaridade, questões de saúde, entre outras.

Bertucci (2011) diz que pesquisas descritivas não constituem tipos menores de pesquisa, pois não só relatam ou descrevem situações, mas têm como principal finalidade estabelecer relações entre as variáveis analisadas e criar hipóteses para explicar estas relações.

A pesquisa visa conhecer as empreendedoras da cidade de Luz- MG e através da pesquisa e exploração do conteúdo obtido, descrever o perfil e características das mesmas.

### 3.3 Sob o ponto de vista dos procedimentos técnicos

Quanto aos procedimentos técnicos adotados nesta pesquisa, foram a Pesquisa Bibliográfica e o Estudo de Caso.

Gil (2002, p. 44) destaca que a “pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Bertucci (2011, p. 57) diz que a pesquisa bibliográfica “consiste na realização do trabalho monográfico tendo como referência a leitura, a análise e a interpretação de documentos existentes acerca de um determinado fenômeno”.

Gil (2002) ainda diz que uma das vantagens da pesquisa bibliográfica está na possibilidade de cobrir uma quantidade maior de assuntos ou fenômenos, do que os que seriam cobertos através da pesquisa direta.

Neste estudo foram utilizados livros físicos e virtuais, teses, dissertações e materiais da Internet, como por exemplo: a dissertação “**A construção de estratégias de crescimento por empreendedoras**: estudo de casos múltiplos em empresas de alto crescimento, de Bonfim (2018); o livro **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor, de Chiavenato (2012); o relatório **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo, de GEM (2016), plataforma BDTD para elaboração de bibliometria e livros virtuais da biblioteca FASF para elaboração de referencial teórico.

Quanto ao estudo de caso, Gil (2002, p. 54) diz que o estudo de caso pode ser

caracterizado “pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos”.

Bertucci (2011) cita que estudos de caso tem natureza principalmente qualitativa e se valem de dados coletados pelo pesquisador através de consulta a fontes primárias e secundárias, entrevistas ou apenas a observação do fenômeno.

Nesta pesquisa, o estudo de caso foi realizado com empreendedoras da cidade de Luz/MG, no ano de 2019, como será descrito a seguir.

### **3.4 Unidade de análise**

As unidades de análise foram empresárias da cidade de Luz, sendo essas principalmente ligadas à área do comércio.

Bertucci (2011, p. 59) afirma que a unidade de análise é responsável por definir de “onde e em que nível o trabalho será realizado. Contempla, geralmente, apenas uma das três possibilidades seguintes: o nível macro, o nível da organização (ou de uma de suas unidades) ou o nível do indivíduo”.

Gil (2002) salienta que em um estudo é preciso determinar com precisão qual será a população estudada, e deve se levar em consideração as características que importam para defini-la.

Nesta pesquisa, foram objeto de estudo um grupo de empreendedoras de micro e pequenas empresas do município de Luz-MG, definido com base no cadastro de associados da Associação Comercial e Industrial de Luz (ACIL), sendo que do total de 108 empresas cadastradas, 40 são empreendimentos femininos.

Com relação ao número de mulheres que foram entrevistadas e responderam aos questionários, houveram impedimentos ao estudo das 40 mulheres pretendidas, estes impedimentos foram por razão de não encontrar as empreendedoras devido a viagens ou de não estarem nas empresas, e também porque houve recusa de algumas em responder ao questionário e a entrevista.

Como haviam prazos estabelecidos para finalizar a etapa de coleta dos dados e entrevistas, não havia a possibilidade de retornar muitas vezes para buscar as empreendedoras e tentar levantar mais dados. Sendo assim, o número final foi de 13 entrevistas e 15 questionários aplicados, sendo que 2 empreendedoras não responderam as entrevistas, apenas aos questionários.

Portanto as análises não poderão ser consideradas para representar as respostas do todo, irá ater-se e representar apenas as opiniões e visões do número real de mulheres alcançadas.

### **3.5 Instrumentos de coleta de dados**

Neste estudo, os instrumentos usados para coleta dos dados foram a entrevista estruturada e a aplicação de questionário fechado.

Bertucci (2011 p. 63) afirma que “A entrevista consiste em uma indagação direta, realizada no mínimo entre duas pessoas, com o objetivo de conhecer a perspectiva do entrevistado sobre um ou diversos assuntos”.

Gil (2002) afirma que entrevista pode ser entendida como uma técnica, duas pessoas “cara a cara”, em que uma delas faz os questionamentos e a outra responde.

Neste estudo foram aplicadas entrevistas durante os meses de Outubro e Novembro de 2019 para as empreendedoras, afim de obter as respostas de acordo com o que foi proposto nos objetivos desta pesquisa.

Com relação ao questionário, Bertucci (2011) afirma que o processo de elaboração de um questionário exige análise e preparos criteriosos. O questionário foi utilizado como meio de elaborar um breve perfil das empreendedoras pesquisadas, com o intuito de atender aos objetivos propostos neste trabalho.

Bertucci (2011) ainda afirma que na elaboração do questionário é preciso utilizar linguagem acessível e clara, ter cuidado para não induzir respostas, assegurar o anonimato dos respondentes e informar de forma clara o objetivo da pesquisa.

Gil (2002, p. 114) diz que, com relação ao questionário, este pode ser definido como “um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado”.

O questionário também foi aplicado para todas as empreendedoras entrevistadas nos meses de Outubro e Novembro de 2019, sendo que previamente foram aplicados 3 questionários de pré-teste nos dias 23/09/19 e 24/10/2019.

### **3.6 Tratamento de dados**

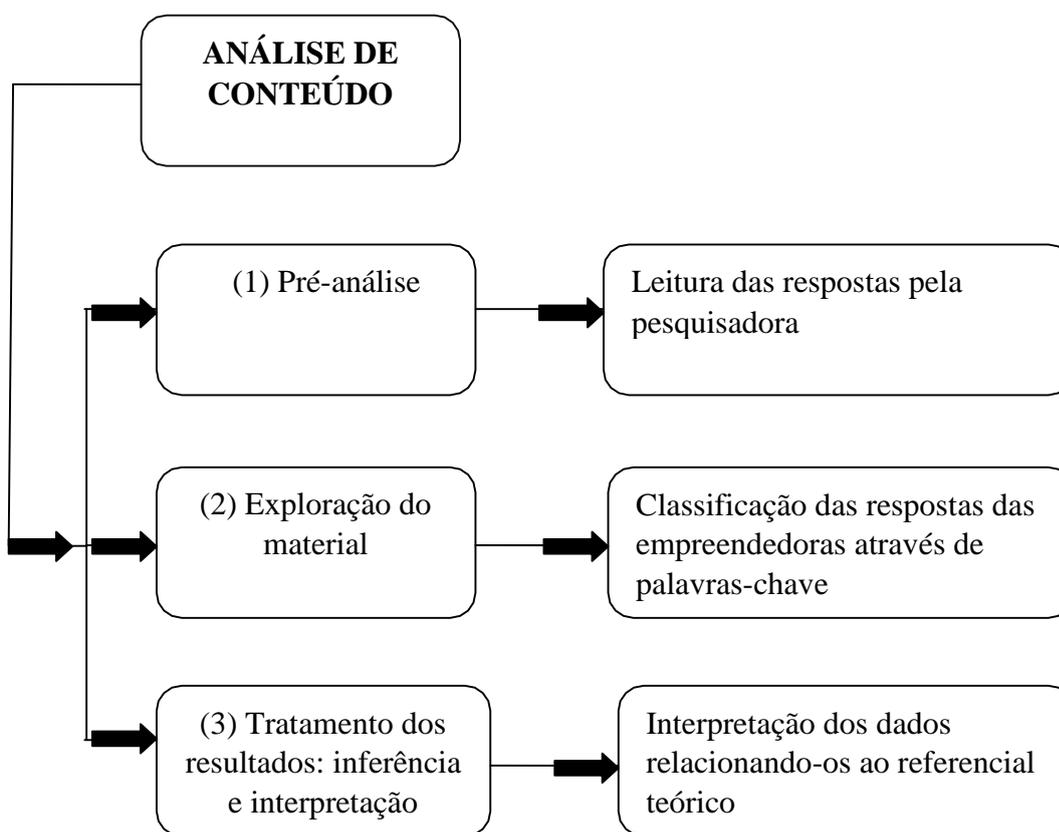
Gil (2002) comenta que o processo de análise de dados envolve procedimentos como a codificação das respostas, tabulação dos dados e cálculos estatísticos. O autor ainda afirma que o tratamento de dados é a parte central de todo o trabalho, sendo, geralmente, a mais

extensa, podendo ou não ser dividida em vários capítulos, conforme quantidade e nível de complexidade dos dados.

Marconi e Lakatos (2009, p.117), citam que a análise de conteúdo “é uma técnica que visa aos produtos da ação humana, estando voltada para o estudo de ideias e não das palavras em si”. Por esta razão, a análise de conteúdo será utilizada para o tratamento dos dados da entrevista.

No que se refere à análise dos dados do questionário, foi utilizada a análise estatística através da ferramenta Excel, com uso de cálculos de frequência e porcentagem, sendo que os resultados foram apresentados por meio de gráficos de barra, coluna e tabela.

**Figura 7:** Análise de conteúdo da entrevista.



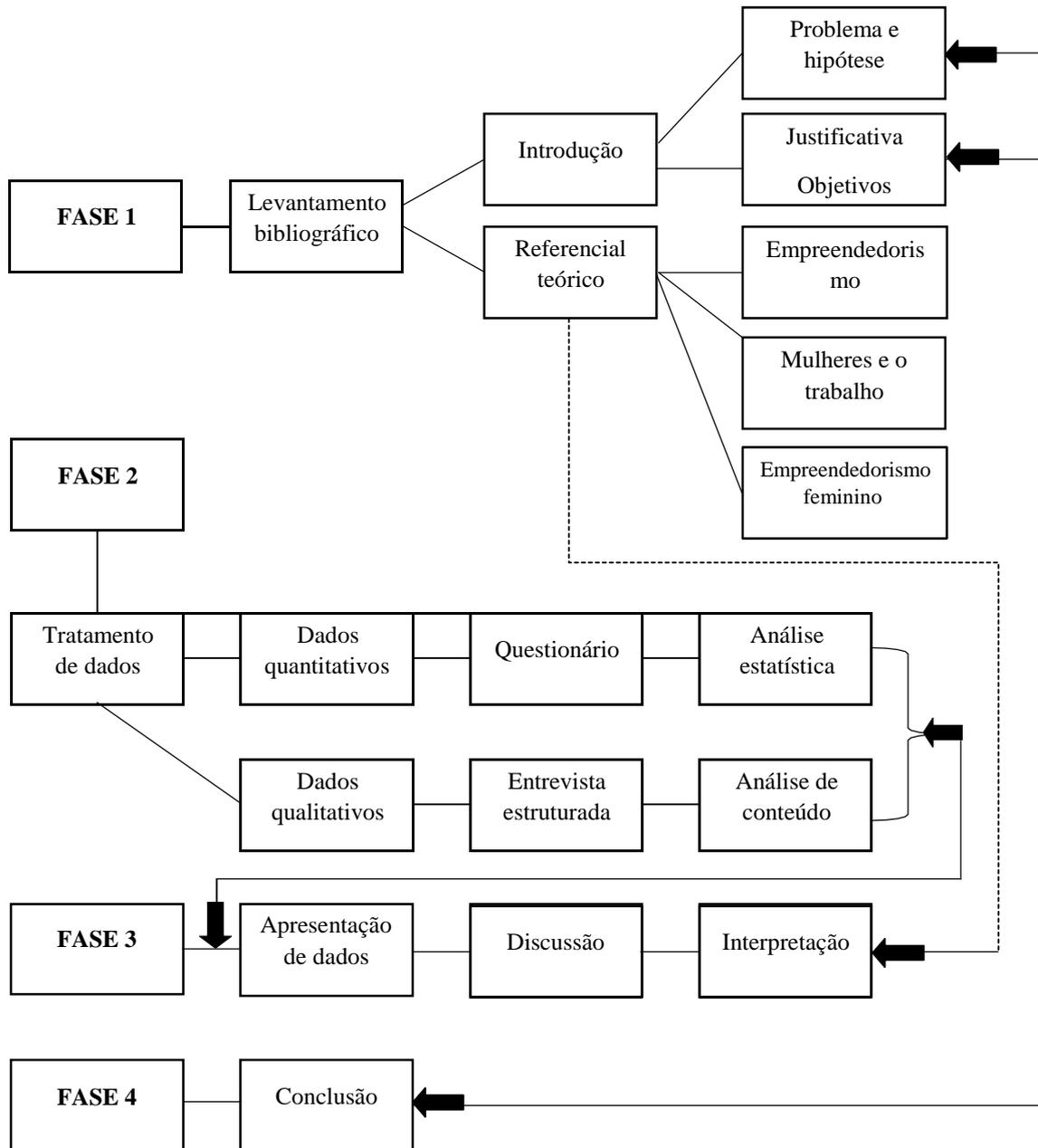
**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Conforme a **Figura 7** a análise de conteúdo foi dividida em 3 partes; (1) Pré análise, que é a leitura das respostas; (2) a exploração do material, classificando-o de acordo com as palavras –chave estabelecidas; (3) Tratamento dos resultados através da interpretação das respostas das empreendedoras, relacionando com o que foi obtido no referencial teórico.

Os dados coletados através do questionário passaram por análise estatística, sendo

usadas tabelas de frequência e tendo o auxílio do programa Excel 2013. Os dados serão demonstrados através de tabelas e quadros.

**Figura 8:** Esquema da Pesquisa



**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Fase 1** da pesquisa foi feito o levantamento de toda literatura que seria utilizada durante a pesquisa, definindo o tema do trabalho, os tópicos a serem abordados e os autores que seriam usados para a base teórica de cada um deles. Nesta fase também foram elaborados a Introdução, Justificativa e Objetivos da pesquisa, além da escrita do Referencial teórico,

com o auxílio da bibliografia levantada.

A **Fase 2** da pesquisa compreende o tratamento dos dados obtidos através dos resultados dos questionários e entrevistas aplicadas. Os questionários tiveram tratamento com base na análise estatística, enquanto as entrevistas foram tratadas com base na análise de conteúdo.

A **Fase 2** está diretamente ligada à Fase 1, pois a metodologia e a captação dos dados de questionário e entrevistas tem por finalidade atender aos objetivos da pesquisa.

A **Fase 3** diz respeito à apresentação e discussão dos resultados obtidos na **Fase 2**, onde são discutidos os resultados obtidos. Esta fase está relacionada tanto à fase 2 onde se pretende atender aos objetivos, quanto à fase 1 em que há a hipótese a ser confirmada.

A **Fase 4** finalmente, trata das conclusões do pesquisador com o auxílio a literatura apresentada e principalmente após as análises e discussões sobre os dados das entrevistas e questionários, é nessa fase que será ou não provada a hipótese levantada na Introdução do trabalho para a questão problema e demonstrado o alcance dos objetivos propostos na Introdução deste estudo.

Na próxima seção, serão abordados os resultados e discussão deste trabalho.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Esta seção tem por objetivo apresentar os resultados e as discussões referentes aos dados levantados em campo, onde foi aplicado um questionário a 15 empreendedoras e realizada uma entrevista com 13 delas.

Para esse propósito, dividiu-se a seção em três grupos, que foram:

- (1) Perfil das empreendedoras;
- (2) Análise do conteúdo das entrevistas;
- (3) Síntese dos resultados e discussão.

A apresentação dos resultados e as discussões pertinentes segue a seguinte ordem:

- I. Apresentação da pergunta, de acordo com a ordem que consta no instrumento utilizado;
- II. Indicação do objetivo da pergunta;
- III. Apresentação das análises dos resultados da pergunta através de figuras, tabelas e “fala dos entrevistados”;
- IV. Descrição dos resultados constantes nas figuras e/ou tabelas apresentadas;
- V. Discussão dos resultados descritos;
- VI. Interpretação dos resultados.

Na próxima seção serão apresentados os resultados e realizadas as discussões referentes à análise dos dados das empreendedoras.

### **4.1 Perfil das empreendedoras**

Nessa seção são apresentados os resultados levantados mediante a aplicação de questionário a 15 empreendedoras, com o intuito de caracterizar o perfil das respondentes.

O questionário é composto por 08 questões, conforme a ordem das perguntas contidas no questionário (**APÊNDICE A**).

#### **A) Idade**

O indicador tem por objetivo identificar a faixa etária das empreendedoras.

Os resultados são apresentados na **Tabela 2**:

**Tabela 2:** Idade

CLASSES	IDADE	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
1	Até 24 anos	0	0,00
2	De 25 a 30 anos	2	13,33
3	De 31 a 40 anos	2	13,33
4	De 41 a 50 anos	7	46,67
5	De 51 a 60 anos	4	26,67
6	Acima de 61 anos	0	0,00
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

De acordo com os dados da **Tabela 2**, entre as 15 empreendedoras, (13,33%) têm idade entre 25 a 30 anos; (13,33%) entre 31 a 40 anos; (46,67%) entre de 41 a 50 anos e (26,67%) entre 51 a 60 anos.

É possível observar que entre as pesquisadas, 7 empreendedoras estão na faixa etária de 41 até 50 anos (46,67%).

Estes dados diferem do que é apresentado pelo Sebrae (2017) sobre o perfil da empreendedora mineira, onde a faixa etária de maior expressão entre as empreendedoras é de 31 a 40 anos (30,5%), esta mudança no perfil, identificada no município pode estar associada ao fato da mulher estar entrando no mercado após o cumprimento de suas funções reprodutivas, como posto por Andrade (2018), que seria o de cuidar dos afazeres domésticos, mas principalmente cuidar dos filhos.

No próximo tópico, serão apresentadas informações sobre estado civil das empreendedoras.

## **B) Estado civil**

O indicador tem por objetivo identificar o estado civil das mulheres pesquisadas.

Os resultados são apresentados na **Tabela 3**.

**Tabela 3:** Estado civil

CLASSES	ESTADO CIVIL	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
1	Solteira	5	33,33
2	Casada	8	53,33
3	Separada/Divorciada	1	6,67
4	Viúva	1	6,67
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

De acordo com os dados da **Tabela 3**, do total de 15 empreendedoras, (33,33%) declararam o estado civil de solteira; (53,33%) são casadas; (6,67%) separadas/divorciadas e (6,67%) são viúvas.

Através dos dados é possível identificar que entre as empreendedoras, o maior percentual é o que compreende as mulheres casadas (53,33) o que corrobora os dados do Sebrae (2017) onde as empreendedoras são também em sua maioria (65,8%) casadas, o que poderia indicar também uma tendência a ocupação dessas mulheres serem fonte de renda extra para a manutenção de seus lares e sustento familiar.

No próximo tópico será abordado o indicador quantidade de filhos.

### C) Quantidade de filhos

Este indicador tem como objetivo verificar a quantidade de filhos entre as empreendedoras entrevistadas.

Os resultados são apresentados na **Tabela 4**.

Tabela 4: Quantidade de filhos		(continua)	
CLASSES	QUANTIDADE DE FILHOS	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
1	Nenhum	6	40,00
2	Um	2	13,33
3	Dois	4	26,67
4	Três	3	20,00

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

**Tabela 4:** Quantidade de filhos (continuação)

CLASSES	QUANTIDADE DE FILHOS	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
5	Quatro	0	0,00
6	Mais de quatro	0	0,00
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Tabela 4**, identificou-se que entre as 15 empreendedoras, (40%) não tem nenhum filho; (13,33%), tem um filho; (26,67%), tem dois filhos; (20%) possuem três filhos e o indicador de quatro ou mais de quatro filhos teve (0,00%). Os resultados mostram que entre as empreendedoras, (40%) não tem filhos.

Os resultados obtidos reforçam a mudança de perfil das mulheres na sociedade, como destacado por IPEA (2015), que aponta a queda da taxa de fecundidade e mudanças culturais como fatores que explicam a participação das mulheres no mercado de trabalho.

Já com relação a empreendedora mineira, pesquisado pelo Sebrae (2017), há informação das mulheres mães como maioria (71,8%) no empreendedorismo no estado. No próximo indicador será abordada a questão de grau de escolaridade.

#### D) Escolaridade

Este indicador visa analisar qual o grau de escolaridade das empreendedoras na pesquisa. Os resultados são apresentados na **Tabela 5**.

**Tabela 5:** Escolaridade (continua)

CLASSES	ESCOLARIDADE	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
1	Não estudou	0	0,00
2	Ensino Fundamental Completo	0	0,00
3	Ensino Fundamental Incompleto	1	6,67
4	Ensino Médio Completo	7	46,66
5	Ensino Médio Incompleto	0	0,00
6	Ensino Superior completo	4	26,67

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

**Tabela 5:** Escolaridade (continuação)

CLASSES	ESCOLARIDADE	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
7	Ensino superior incompleto	2	13,33
8	Pós-graduação	1	6,67
	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100,00</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Nos dados da **Tabela 5**, observa-se que entre as 15 empreendedoras (6,67%) possui o Ensino Fundamental Incompleto; (46,66%), Ensino Médio Completo; (26,67%), Ensino Superior Completo; (13,33%), Ensino Superior Incompleto; (6,67%) possuem Pós-graduação, nos índices Não estudou; ensino fundamental completo e ensino médio incompleto (0,00%).

Neste indicador, o maior percentual é de mulheres que têm o ensino médio completo (46,66%), mas há principalmente uma boa representação no que se refere ao ensino superior completo (26,67%) e incompleto (13,33%) e inclusive Pós-graduação (6,67%).

Estes índices acompanham o que é apresentado pelo Sebrae (2017), quando abordado o estado de Minas Gerais em que (38,0%) tem ensino médio completo; (27,6%) ensino superior completo; (10,6%) ensino superior incompleto e (6,5%) pós-graduação.

Este aumento no nível de escolaridade é também citado por IPEA (2015) como potencializador da participação feminina no mercado, e indica também as mudanças culturais na sociedade e no mercado de trabalho.

No próximo indicador será abordado o setor em que se localiza a empresa das empreendedoras desta pesquisa.

### **E) Setor da empresa**

Este indicador tem por finalidade conhecer o setor do mercado ao qual pertencem os empreendimentos das empreendedoras.

Os resultados são apresentados na **Tabela 6**.

**Tabela 6:** Setor em que a empresa está inserida

CLASSES	SETOR EM QUE A EMPRESA ESTÁ INSERIDA	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
1	Indústria	0	0,00
2	Comércio	15	100,00
3	Serviços	0	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nos dados apresentados na **Tabela 6**, do total de 15 empreendedoras, (100%) possuem seus empreendimentos ligados a atividades no setor de comércio.

O resultado obtido é coerente aos dados de Sebrae (2017), onde também o setor de comércio no estado predomina entre as escolhas das empreendedoras.

No indicador seguinte serão tratados os tipos de atividades desenvolvidas pelas empreendedoras pesquisadas.

#### F) Tipo de atividade da empresa

O objetivo deste indicador é definir em qual tipo de atividade se enquadram as empresas das empreendedoras.

Os resultados são apresentados na **Tabela 7**.

**Tabela 7:** Tipo de atividade da empresa

CLASSES	TIPO DE ATIVIDADE DA EMPRESA	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
1	Comércio varejista	13	86,66
2	Construção	0	0,00
3	Industrial	0	0,00
4	Alimentação	1	6,67
5	Outros	1	6,67
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se ao analisar a **Tabela 7**, que do total de 15 empreendedoras pesquisadas,

(86,66%) estão em atividade no comércio varejista; (6,67%) exercem atividades ligadas a alimentação, e (6,67%) outros; nos setores de Construção e Industrial o resultado foi (0,00%).

No próximo indicador, será abordado o tempo de existência das empresas no mercado.

### G) Tempo de existência da empresa

Este indicador tem por objetivo apresentar o tempo de existência e permanência das empresas no mercado, afim de definir se são empresas iniciais ou já estabelecidas.

Os resultados são apresentados na **Tabela 8**.

**Tabela 8:** Tempo de existência da empresa

CLASSES	TEMPO DE EXISTÊNCIA DA EMPRESA	FREQUÊNCIA	
		(N)	(%)
1	Menos de um ano	0	0,00
2	De 1 a 3 anos	1	6,67
3	De 4 a 6 anos	1	6,67
4	De 7 a 10 anos	4	26,66
5	Acima de 10 anos	9	60,00
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Conforme os dados da **Tabela 8**, do total de 15 empreendedoras, (6,67%) disseram ter de 1 a 3 anos de existência da empresa; (6,67%), têm de 4 a 6 anos; (26,66%), têm de 7 a 10 anos de existência e (60%) têm há mais de 10 anos em funcionamento.

Através das informações é possível constatar que a maioria dos empreendimentos já estão estabelecidos no mercado, tendo acima 10 anos, o que corrobora os dados de Sebrae (2017) sobre o perfil das empresas femininas no estado, em que a maioria (34,0%) das empresas têm entre 11 e 20 anos de existência.

No próximo e último indicador do questionário, foram abordadas características do (a) empreendedor (a), presentes nas mulheres pesquisadas.

### H) Características do empreendedor (a)

Este indicador tem por objetivo, através das respostas dadas pelas mulheres

pesquisadas, elaborar um perfil de características empreendedoras. Ficou livre a escolha para as empreendedoras sobre a quantidade de respostas que poderiam assinalar.

Os resultados são apresentados na **Tabela 9**.

**Tabela 9:** Características do empreendedor (a)

<b>CLASSES</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR (A)</b>	<b>FREQUÊNCIA (N)</b>
1	Visionária	6
2	Capacidade de correr riscos no negócio	9
3	Inovadora	9
4	Tem autocontrole	11
5	Criativa	10
6	Autoconfiante	9
7	Responsável	14
8	Determinada	12
9	Entusiasmada	9
10	Espírito de liderança	7
11	Ambiciosa	5
12	Tem iniciativa	7
13	Sabe detectar boas oportunidades de negócios	9
14	Persistente	13
15	Organizada	8
16	Possui conhecimento sobre o seu negócio	12
	<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Nos dados da **Tabela 9**, estão dispostas 16 características que podem ser encontradas em empreendedores (as). Entre as 15 empreendedoras as características mais expressivas foram: responsável (14); persistente (13); possui conhecimento do negócio (12); determinada (12).

As características citadas e os resultados obtidos demonstram que através delas pode-se construir e delimitar ou demonstrar as possibilidades de perfis de empreendedores.

## 4.2 Dados das entrevistas

Nesta seção são apresentados os resultados relacionados à entrevista estruturada, direcionada as empreendedoras, conforme modelo constante no **APÊNDICE B**.

Para preservar a identidade das respondentes, estas foram denominadas com a abreviação **E** para Empreendedora e numeradas de **1** a **13**.

### **PERGUNTA 01: Para você o que significa empreendedorismo?**

Esta pergunta teve como propósito analisar o conhecimento das empreendedoras sobre o assunto Empreendedorismo.

Diante do questionamento apresentado as empreendedoras deram as seguintes respostas (**QUADRO 5**):

**Quadro 5:** Respostas Pergunta 01.

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“Empreendedorismo para mim é criar, fazer mudanças”.
E2	“Empreendedorismo é uma filosofia, posicionamento de identificar e aproveitar oportunidade no mercado de atuação para atender desejos e necessidade dos consumidores”.
E3	“Capacidade de realizar serviços e negócios”.
E4	“Mudança ou realização do negócio empreendido”.
E5	“Ter iniciativa, não ter medo e investir em criar um negócio”.
E6	“Lutar para se atualizar ao mercado, vencer barreiras e quebrar paradigmas para seguir em frente”.
E7	“Capacidade de idealizar e realizar projetos, serviços etc”.
E8	“Coragem, investimento, inovação, criatividade etc...”.
E9	“Buscar inovar e criar coisas novas no negócio”.
E10	“Querer o melhor para o negócio, sempre criando novidades”.
E11	“Ser bem sucedido em tudo que faz, ter uma empresa referência”.
E12	“Ousar sempre, levar novidades para os clientes”.
E13	“Ser criativa, ter iniciativa e criar coisas novas”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Tabela 10** constam os dados referentes a análise de conteúdo das respostas das empreendedoras na Pergunta 01.

**Tabela 10:** Análise de conteúdo - Pergunta 01

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 01</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	<b>FUNDAMENTO TEÓRICO</b>
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Criar	6	Dornelas (2015); Chiavenato (2012)
<b>2</b>	Fazer Mudanças	2	Dornelas (2018)
<b>3</b>	Oportunidade	1	Chiavenato (2012)
<b>4</b>	Realizar	3	Dornelas (2015); Chiavenato (2012)
<b>5</b>	Iniciativa	2	Dornelas (2015)
<b>6</b>	Investir	2	Dornelas (2015)
<b>7</b>	Inovação	2	Dornelas (2015); Dornelas (2018)
<b>8</b>	Bem sucedido	1	Dornelas (2018)
	<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Observa-se que na análise de conteúdo da **Tabela 10**, com relação a Pergunta 1, as respostas foram: Criar, Fazer Mudanças, Oportunidade, Realizar, Iniciativa, Investir, Inovação e Bem sucedido.

Com base na literatura de Dornelas (2018) entende-se o termo empreendedorismo ganha novos significados com base em sua época, e com base na atividade exercida pelas pessoas. Portanto este conceito foi sendo alterado no decorrer dos anos, até chegará figura do administrador, que ainda é confundida com a do empreendedor, até o conceito mais recente que define o empreendedor como alguém inovador, capaz de correr riscos calculados em seus empreendimentos.

Conforme Chiavenato (2012) o empreendedor tem como motivação a necessidade de se realizar e construir, há também em sua personalidade forte criatividade, inovação e otimismo para conseguir seus objetivos e metas.

Quanto as respostas das empreendedoras, nota-se que para elas o empreendedorismo se sustenta na criatividade, na inovação e na capacidade de identificar e aproveitar as oportunidades de mercado, criar e ser bem-sucedido profissionalmente, características essas que podem ser usadas para definir também a figura do empreendedor de acordo com os autores Chiavenato (2012); Dornelas (2015) e Dornelas (2018).

Conforme Chiavenato (2012) o empreendedor é dotado de grande necessidade de realização, como citado pelas empreendedoras, também é um valor atribuído ao empreendedorismo.

Com relação a esta pergunta, observa-se que as empreendedoras entendem de forma clara o que é empreendedorismo, seus conceitos e também em como se aplica esse termo em seu cotidiano.

Na próxima questão será abordado os fatores que influenciaram as mulheres a empreender.

### **PERGUNTA 02: Quais fatores a influenciaram a se tornar empreendedora? Por quê?**

Esta pergunta tem por objetivo analisar as causas da entrada dessas empreendedoras em seus empreendimentos e se entraram por meio de oportunidades ou por necessidades.

Com relação a este questionamento, têm-se as seguintes respostas (**QUADRO 6**):

**Quadro 6:** Respostas Pergunta 02

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“A oportunidade de trabalhar para mim mesma”.
E2	“Gostar ou ter prazer de comunicação”.
E3	“Trabalho no comércio desde os 10 anos. Experiência no ramo. Ensino da família no ramo comercial”.
E4	“Trabalhar por conta própria, tendo maior rendimento mensal”.
E5	“Conhecimento anterior na área, por causa do meu antigo emprego”.
E6	“Já era um empreendimento familiar”.
E7	“Já trabalhei na área e quis abrir meu próprio negócio e expor minhas próprias ideias”.
E8	“Possibilidade de melhorias, realizações”.
E9	“Gostar da área do meu negócio e querer proporcionar para a cidade um lugar novo”.
E10	“Gostar de mexer com pessoa e gostar de moda e vestuário”.
E11	“Gosto por moda e facilidade com o público e buscar independência”.
E12	“Quer ser dona do meu próprio negócio e ter independência”.
E13	“Quer meu próprio negócio”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Tabela 11**, são apresentadas as análises de conteúdo referentes as respostas da Pergunta 02.

**Tabela 11:** Análise de conteúdo - Pergunta 02

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 02</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Próprio negócio	3	GEM (2016)
<b>2</b>	Familiar	2	Sebrae (2017)
<b>3</b>	Independência	2	Dandolini (2018)
<b>4</b>	Oportunidade	2	Sebrae (2017)
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Os resultados expressos na **Tabela 11** para responder à questão sobre o que influenciou as entrevistadas a se tornarem empreendedoras são os seguintes: Próprio negócio; Familiar; Independência e Oportunidade.

Conforme expresso no GEM (2016) e também abordado por Dornelas (2018) há no país uma tendência à inversão nas taxas de empreendedorismo por necessidade ou oportunidade, sendo que este último passou a representar a maior parte dos empreendimentos iniciados no país.

Esta mudança pode significar que há algum planejamento anterior a criação e, portanto, que os empreendedores estão escolhendo suas áreas de atuação e não apenas iniciando empreendimentos informalmente, como era culturalmente realizado no Brasil.

Essa mudança no modo de empreender, pode indicar uma melhoria futura nos padrões de vida dos brasileiros tanto em aspectos sociais como econômicos.

Outro ponto destacado por Dandolini (2018) é o fato das mulheres irem em direção ao empreendedorismo como forma de complemento de renda familiar, ou seja, para suprir as necessidades, mas também buscarem como forma de conseguir independência financeira e autonomia de seus cônjuges ou responsáveis, ou seja, o empreendedorismo foi visto como meio de realização profissional e pessoal pelas mulheres.

Nas respostas das empreendedoras observa-se a função do empreendedorismo como mecanismo de realização profissional, pessoal e de meio para ter independência, fica evidente, o que comprova o que é dito por Dandolini (2018).

Nas respostas das empreendedoras E3 “Trabalho no comércio desde os 10 anos.

Experiência no ramo. Ensino da família no ramo comercial” e E6 “Já era um empreendimento familiar”; é visto uma característica que Sebrae (2017) apresenta, que são os empreendimentos herdados, que vieram de outras gerações familiares, e que com isso criam uma necessidade de sucessão, que foi aceito por essas empreendedoras.

Nota-se através das respostas das empreendedoras uma motivação de independência e autonomia, que foi o fator do desejo por possuírem o próprio negócio.

Na próxima questão será abordado a decisão pelo ramo de atuação.

### **PERGUNTA 03: Como decidiu qual o ramo iria empreender? Por quê?**

Esta pergunta tem como objetivo analisar quais fatores influenciaram a escolha do setor que pretenderam empreender.

Para este questionamento obteve-se as respostas a seguir. (**QUADRO 7**):

**Quadro 7:** Respostas Pergunta 03

(continua)

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“O gosto pela moda e de trabalhar com o público”.
E2	“Porque é um ramo variado”.
E3	“Adoro variedades, opções para todos os públicos, criatividade e inovações”.
E4	“Por ser uma loja de roupas, todos tem disposição de ir”
E5	“Pelo fato de ter saído de um emprego como funcionária e ter conhecimento no segmento de vestuário e moda”.
E6	“Era um empreendimento familiar, dei continuidade no negócio”.
E7	“Já trabalhei neste ramo e gosto do que faço, por isso resolvi abrir meu próprio negócio”.
E8	“De costureira me tornei uma empresária, tenho minha loja de variedades roupas, calçados, utilidades, perfumaria, brinquedos. No início costurava roupas infantis e vendia, foi crescendo a clientela até que resolvi comprar as roupas já prontas e vender. Deu certo e assim faço a 30 anos”.
E9	“Por ter conhecimento do ramo e gostar de lidar com o público”.
E10	“Por ser um ramo grande e ter variedade”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

**Quadro 8:** Respostas Pergunta 03

(continuação)

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E11	“Por ser muito procurado eu quis abrir a loja para fazer alguma coisa com diferença das outras lojas”.
E12	“Decidi pela loja de roupas e acessórios por ser um bom ramo, com clientes e por ter facilidade de lidar com o público”.
E13	“Por ter conhecimento sobre o que eu trabalho e gostar do que faço, seria o mais fácil de empreender”.

Na **Tabela 12**, estão os dados referentes a análise de conteúdo das respostas da Pergunta 03, estes dados foram colhidos após busca por palavras chave.

**Tabela 12:** Análise de conteúdo - Pergunta 03

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 03</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Variedade	6	Sebrae (2017)
<b>2</b>	Familiar	1	Sebrae (2017)
	<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Nos dados obtidos na **Tabela 12**, as respostas são: Variedade (6) e Familiar (1).

Conforme Sebrae (2017), em que são apresentados dados sobre os empreendimentos femininos em Minas Gerais, observa-se que o maior número de empresas está no setor de comércio, seguido pelo setor de serviços e indústria.

As entrevistadas citam a variedade e a grande procura como motivo para terem escolhido empreender em suas empresas que como já visto, se localizam (100%) no setor de serviços.

Algumas empreendedoras (E5; E7; E8) citam experiências anteriores como ter trabalhado em empresas parecidas ou ainda ter iniciado com serviço informal que evoluiu para a criação posterior do empreendimento.

Portanto, um fator importante que reflete o significado do empreendedorismo é a possibilidade de criar, mesmo a partir de segmentos já existentes, modificando ou melhorando negócios e nichos já existentes.

Na questão seguinte será respondido sobre o planejamento para abertura dos negócios.

**PERGUNTA 04: Você teve algum planejamento para a abertura da empresa? Por quê?**

O objetivo desta pergunta é verificar qual o planejamento para abertura da empresa, o que pode identificar abertura do novo empreendimento por oportunidade ou necessidade.

Diante desta questão surgiram as seguintes respostas (**QUADRO 8**):

**Quadro 9:** Respostas Pergunta 04

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“Não, começou vendendo roupas como sacoleira”.
E2	“Sim! Foi feito vários planejamentos e cursos para aprender tudo do comércio de vestuário”.
E3	“Sim. Porque sem planejar são riscos”.
E4	“Sim, para abrir minha loja, tive que organizar as finanças”.
E5	“Não houve. A empresa foi aberta com as economias guardadas e acertos meu e do meu esposo”.
E6	“Não houve. O empreendimento foi adquirido para sanar a necessidade de renda familiar, sendo que antes era uma empresa que tinha decretado falência”.
E7	“Sim. Porque tudo que faço primeiramente faço um planejamento”.
E8	“Não. Tudo foi acontecendo dentro das minhas possibilidades. Poderia crescer mais, talvez com a ajuda de outras pessoas. Mas sempre quis trabalhar com meu próprio dinheiro sem ajuda de bancos. Nunca tive coragem de ir ao banco para pegar empréstimo”.
E9	“Sim. Para saber se seria bom investir o negócio na cidade”.
E10	“Não, comecei com poucas peças, até conseguir abrir e aumentar a loja”.
E11	“Sim, a parte financeira e escolher o ponto que iria ser a loja”.
E12	“Sim, fiz planejamento financeiro para não ter um baque muito grande de dinheiro ao abrir”.
E13	“Sim. Porque sem a noção do que seria, estaria correndo muitos riscos”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Tabela 13**, estão os dados obtidos através da análise de conteúdo da Pergunta 04.

**Tabela 13:** Análise de conteúdo - Pergunta 04

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 04</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Não	5	GEM (2016); Dornelas (2018)
<b>2</b>	Sim	8	GEM (2016); Dornelas (2018)
	<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Conforme apresentado na **Tabela 13**, oito de treze empreendedoras criaram seus empreendimentos após algum planejamento.

No empreendedorismo de oportunidade, conforme descrito por GEM (2016) os indivíduos agem através de suas visões aguçadas com relação ao mercado, elaboram planejamento para abertura da empresa, para verificar a viabilidade do novo negócio.

Os empreendedores por oportunidade têm ambição de crescimento e junto a esse crescimento estão associados ao crescimento econômico.

Este tipo de abordagem é o oposto do que trata o autor Dornelas (2018) que cita o no empreendedorismo por necessidade os empreendimentos são abertos sem planejamento anterior, pouca qualificação e nascem da informalidade, pois não leva em conta as necessidades do mercado, o que faz com que esses empreendimentos possam fechar as portas mais rapidamente.

Ao analisar as respostas das entrevistadas observa-se que o modo de ação vai de encontro com as ideias abordadas por GEM (2016) e demonstra que há preocupação e precaução por parte das empreendedoras sobre a viabilidade do negócio, no caso das entrevistadas essa viabilidade é analisada principalmente no lado financeiro.

No entanto buscar apenas viabilidade financeira não configura como algo pensado totalmente através da visão de oportunidades, visto que, não houveram outros estudos, envolvendo análises de mercado mais complexas, como viabilidade do negócio e análise do público alvo, porém indicam busca informações sobre os impactos financeiros na abertura das empresas, viabilidade ou não do negócio.

A próxima questão visa buscar respostas das empreendedoras sobre as dificuldades encontradas para abrir suas empresas.

**PERGUNTA 05: Quais as dificuldades que você encontrou ao abrir a empresa?**

Esta pergunta teve por objetivo obter esclarecimento sobre as dificuldades praticas encontradas pelas empreendedoras para abertura de suas empresas.

Com relação a esta questão, obteve-se as seguintes respostas (**QUADRO 9**):

**Quadro 10:** Respostas Pergunta 05

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“Papelada”.
E2	“Não tive nenhuma dificuldade. Porque planejei tudo a longo prazo”.
E3	“Cidade que não favorece empregos, que se torna difícil o giro financeiro. Inadimplência”.
E4	“Local e compras iniciais para gerar estoque”.
E5	“Concorrência forte e as vezes desleal. Medo de falhar. Investimento grande necessário”.
E6	“Inadimplência e mudanças governamentais”.
E7	“Capital de giro era pequeno”.
E8	“Nunca vi dificuldades, sempre tive pulso forte. Se algo estivesse dando errado, nunca persistia no erro, logo achava outros caminhos para crescer”.
E9	“Por ser diferente dos outros lugares que já existiam, a dificuldade de apresentar para os clientes a novidade”.
E10	“Não acho que eu tenha tido dificuldades”
E11	“Ter o dinheiro de manter as mercadorias sempre com novidades. Burocracia. Inadimplência”.
E12	“Burocracia com os papéis de abertura”.
E13	“O processo de abertura é muito demorado, os papéis. Formal clientela também não é fácil”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Tabela 14** são apresentados os dados da análise de conteúdo da Pergunta 05.

**Tabela 14:** Análise de conteúdo - Pergunta 05

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 05</b>			
Nº	PALAVRA-CHAVE	RESPOSTAS	
		(N)	AUTOR
1	Burocracia	3	Stadler; Arantes; Halicki (2014)
2	Financeiro (capital de giro)	4	Sebrae (2018)
	<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019)

Os resultados da análise de conteúdo que constam na **Tabela 14** indicam que para as empreendedoras, os fatores que dificultam a abertura das empresas envolvem a burocracia e questões financeiras, ligadas ao baixo capital de giro, ou a necessidade de altos investimentos iniciais.

Conforme Stadler; Arantes; Halicki (2014), estes citam que o empreendedor pode se tornar um administrador, mas que possivelmente este enfrentará dificuldades, como a rotina empresarial, burocracias, termos técnicos e gestão de seu negócio.

Informações de Sebrae (2018) apontam também que um fator limitante ao empreendedorismo feminino gira em torno dos baixos investimentos nesses negócios e dificuldade de tomada de crédito encontradas pelas mulheres.

De acordo com as respostas das empreendedoras pode se destacar que houveram dificuldades relacionadas com as questões burocráticas referentes a abertura dos negócios e também com a captação de recursos que manteriam o funcionamento adequado das empresas, conforme citado por Stadler; Arantes; Halicki (2014) e Sebrae (2018) e como salientam as empreendedoras E11 “Ter o dinheiro de manter as mercadorias sempre com novidades. Burocracia. Inadimplência “e E13 “Burocracia com os papéis de abertura” as dificuldades de se abrir um negócio são relacionadas a obtenção dos papéis, por ser um processo demorado, além das limitações de capital.

Com relação a resposta das empreendedoras, vê-se a dificuldade com os processos pré-operacionais das empresas envolvendo documentações e formação de estoque, além da manutenção do capital de giro para manter as operações saudáveis.

Na próxima questão o que foi questionado sobre como os desafios foram superados.

#### **PERGUNTA 06: Como superou os desafios?**

Esta pergunta teve por finalidade analisar o que motivou as empreendedoras a se manterem decididas quanto a continuidade de seus empreendimentos e como superaram os desafios que surgiram. Com relação a esta pergunta, a pesquisadora obteve as seguintes respostas (**QUADRO 10**):

**Quadro 11:** Respostas Pergunta 06

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“Com ajuda de um bom contador”.
E2	“Não encontrei nenhum por que, sou muito decidida”.
E3	“Força de Deus!”.
E4	“Com muito estudo financeiro e sem desanimo”.
E5	“Diferencial no atendimento, experiência que é adquirida e manter dinheiro em caixa uso o valor do que é vendido para fazer nova compra”
E6	“Lutando com o que é posto, driblando as mudanças e persistindo em manter o negócio”
E7	“Com muito trabalho e dedicação”.
E8	“Eu acredito em DEUS e em mim mesma. Ser uma pessoa carismática, feliz, popular me fez superar, ser uma vencedora”.
E9	“Através do bom atendimento e qualidade do que vendo”.
E10	“Com perseverança, sem desistir nunca”.
E11	“Fui crescendo aos poucos, sem fazer grandes dividas e aprendi a administrar para quem eu vendia a prazo”.
E12	“Indo com calma nas decisões, com muito planejamento para tudo que era feito”.
E13	“Com muita força, coragem e persistência, sempre oferecendo o melhor ao nosso cliente”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Tabela 15** a seguir, são apresentados os dados sobre a análise das respostas dadas pelas empreendedoras na Pergunta 06.

**Tabela 15:** Análise de conteúdo - Pergunta 06.

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 06</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Planejamento	2	Chiavenato (2012)
<b>2</b>	Persistência	2	Dornelas (2015)
<b>3</b>	Dedicação	1	Dornelas (2015)
<b>4</b>	Autoconfiança	1	Chiavenato (2012)
	<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Como características marcantes de um empreendedor, Dornelas (2015) discorre sobre elas, como: persistência, entusiasmo, autoconfiança, determinação, autocontrole, ambição e correr riscos calculados.

O Chiavenato (2012) também coloca que uma característica determinante é a autoconfiança, pois esta permite ao empreendedor enfrentar desafios que surgem no decorrer do processo.

Através das entrevistas nota-se que as empreendedoras apresentam em suas respostas características empreendedoras (Planejamento; Persistência; Dedicação e Autoconfiança) que as ajudaram a superar os desafios dos negócios. Como apontam Dornelas (2015) e Chiavenato (2012) isso tudo decorre da necessidade de realização elevada, do propósito de crescimento e enfrentamento de dificuldades e riscos.

A superação dos desafios é parte importante que compõe o perfil empreendedor, portanto, as respostas obtidas reafirmam as características marcantes (Planejamento; Persistência; Dedicação e Autoconfiança), citadas pelos autores Dornelas (2015) e Chiavenato, (2012) e que são essenciais aos empreendedores na obtenção do sucesso empresarial.

Os empreendedores têm em sua personalidade a necessidade de realização elevada, ambicionam e lideram seus processos de crescimento, assumindo riscos, sejam eles financeiros, familiares ou psicológicos, decorrentes da busca por melhorias e da possibilidade de insucesso que pode ocorrer.

Através das respostas das empreendedoras, vê-se que elas reconhecem com facilidade essas características e apontam que foram elas que auxiliaram a vencer os desafios de

empreender.

A questão a seguir trata dos possíveis preconceitos que as empreendedoras podem ou ter sofrido e visa entender se há entre elas a percepção de algum preconceito de gênero.

**PERGUNTA 07: Você já sofreu ou sofre com algum tipo de preconceito por ser mulher e dona do próprio negócio? Se sim, cite-o. Se não, já teve conhecimento e/ou presenciou? O que fez?**

O objetivo da pergunta é verificar se na realidade das mulheres são reproduzidos as dificuldades e preconceitos relacionados a gênero.

Para este questionamento foram obtidas as seguintes respostas (**QUADRO 11**):

**Quadro 12:** Respostas Pergunta 07

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“Não”.
E2	“Não”.
E3	“Nunca!”.
E4	“Não”.
E5	“Não”.
E6	“No início do empreendimento havia descredito. Hoje aprendi a me impor e ter voz ativa”.
E7	“Não”.
E8	“Nunca sofri preconceitos, pelo contrário recebo muitos elogios. As vezes ouço algumas piadinhas, mas ignoro”.
E9	“Não”.
E10	“Não”.
E11	“Sim. No início muitos duvidaram que eu daria certo, diziam que não ia pra frente a loja”.
E12	“Não”.
E13	“Nunca sofri preconceito”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Os dados referentes à análise de conteúdo das respostas da Pergunta 07, são apresentados a seguir, na **Tabela 16**.

**Tabela 16:** Análise de conteúdo - Pergunta 07

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 07</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Não	11	IPEA (2015); Bomfim (2018)
<b>2</b>	Sim	2	IPEA (2015); Bomfim (2018)
	<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Quando indagado as empreendedoras se haviam sofrido ou presenciado atitudes ou situações de preconceito, a maioria (11) disseram nunca ter passado ou presenciado situação semelhante. Apenas duas respostas foram afirmativas para a questão.

Conforme estudos de Bomfim (2018) a entrada das mulheres no mercado de trabalho se deu através de mudanças significativas e desafiadoras, com a quebra de paradigmas, reconhecimento da mulher no mercado formal de trabalho e mudanças nos estereótipos estabelecidos pela sociedade sobre os papéis da mulher.

Dados disponibilizados pelo relatório Ipea (2015) informam que o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho se deve em parte a redução dos obstáculos não econômicos, como as mudanças culturais e nas relações de gênero.

Com base nas respostas das empreendedoras, pode se destacar que a maioria (11), informou não terem passado por episódios preconceituosos, o que de acordo com Bomfim (2018) e Ipea (2015) está relacionado com as transformações sociais envolvendo a visão sobre o papel da mulher, tanto na sociedade geral quanto no meio empresarial, onde há a busca por equidade nas relações e diminuição dos preconceitos e impedimentos.

Estes dados indicam que há um aspecto de igualdade e respeito nas relações empresariais e comerciais vividas pelas empreendedoras entrevistadas.

A seguir, a questão levantada aborda se há impacto nas relações familiares em decorrência da administração dos empreendimentos.

#### **PERGUNTA 08: Como ser empreendedora afetou ou afeta sua vida familiar?**

O objetivo desta questão é verificar se o fato de as mulheres saírem de seu meio doméstico para empreender produzia algum impacto no âmbito familiar. Com relação a esta pergunta, as empreendedoras deram as seguintes respostas (**QUADRO 12**):

**Quadro 13:** Respostas Pergunta 08

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“As vezes ficamos sem tempo para familiares”.
E2	“O meu trabalho nunca prejudicou a minha família, porque tenho muita facilidade na administração de tudo”.
E3	“Admiração por todos, porque entendem a necessidade do trabalho e o que é preciso abrir mão para conseguir”.
E4	“As vezes a falta de tempo prejudica”.
E5	“Falta tempo, aumentou o estresse e as vezes leva problemas da loja para a casa”.
E6	“Não afetou”.
E7	“Nunca me afetou, administro minha profissão e minha família, juntamente com a ajuda do meu esposo”.
E8	“Não tive tempo para meus filhos, quando vi já estavam todos crescidos”.
E10	“Não afetou em nada”.
E11	“Não afeta”.
E12	“É difícil conciliar o tempo e as vezes o dia fica bastante corrido para família e loja”.
E13	“Afetou por causa da falta de tempo que as vezes acontece”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Os dados das análises de conteúdo referentes a Pergunta 08 estão apresentados na **Tabela 17**.

**Tabela 17:** Análise de conteúdo - Pergunta 08

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 08</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Tempo	6	Nascimento (2015); Andrade (2018)
<b>2</b>	Estresse	1	Nascimento (2015); Andrade (2018)
	<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Conforme apresentado na **Tabela 17**, empreender, segundo as empreendedoras, afetou

de forma mais expressiva o tempo (a falta dele) e também gerando estresse.

Segundo Nascimento (2015) na em 1903 após a criação do primeiro sindicato de mulheres, começou-se a perceber que além dos trabalhos remunerados a mulher permanecia como responsável para exercer as tarefas domésticas.

Neste sentido Nascimento (2015) também coloca que a divisão do trabalho doméstico não foi algo que foi ensinado para os homens e que por esta razão as mulheres não conseguem exercer plenamente suas atividades no mercado, pois acabam acumulando duas funções, trabalho produtivo e reprodutivo ou doméstico.

Sobre o acesso equitativo das mulheres ao mercado, sabe-se, que este deve estar associado a uma redistribuição do trabalho doméstico como já pontuado por Andrade (2018), pois caso não haja essa redistribuição não terá aumento do bem-estar das famílias envolvidas, haverá apenas o acúmulo de tarefas e a sobrecarga de trabalho das mulheres.

Conforme já citado por Nascimento (2015) e Andrade (2018), a jornada da mulher no ambiente do trabalho remunerado e do não remunerado, doméstico, pode criar o acúmulo de tarefas, não restando tempo para as famílias.

Destaca-se que as respostas das empreendedoras confirmam as falas dos autores, pois o problema que afeta o seu ambiente familiar é a falta de tempo para a família, tendo que conciliar a dupla jornada do trabalho no mercado empresarial e o doméstico, sendo que isso produz sobrecarga estresse, como também pontua a empreendedora E5.

A próxima questão visa obter respostas das empreendedoras sobre possíveis problemas que podem dificultar o empreendedorismo feminino.

#### **PERGUNTA 09: Em sua opinião quais os problemas dificultam o setor do empreendedorismo feminino?**

O objetivo da pergunta foi saber, na opinião das entrevistadas quais os problemas dificultam o exercício do empreendedorismo feminino.

Diante desta pergunta, obteve-se as seguintes respostas (**QUADRO 13**):

**Quadro 14:** Respostas Pergunta 09

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“Acho que os problemas é ter uma busca constante por inovação”.
E2	“Não acho que exista dificuldades”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

**Quadro 13:** Respostas Pergunta 09

(continuação)

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E3	“Acredito que nos tempos de hoje nada!”.
E4	“Os machistas”.
E5	“Grande concorrência na área de venda de roupas”.
E6	“Desde que haja seriedade na luta, não há dificuldades”.
E7	“Muitas mulheres tem um pouco de medo, mais eu acho que a cada dia no Brasil cresce mais o empreendedorismo feminino”.
E8	“Eu não vejo dificuldades nenhuma, como eu já disse, acredito em DEUS e na minha capacidade. Eu acredito nas mulheres”.
E9	“Medo e dificuldade de começar o negócio sozinha”.
E10	“Inexperiência e dificuldades financeiras”.
E11	“Como eu disse, é preciso muito dinheiro no começo e muita gente tenta diminuir o que a gente conquista”.
E12	“Burocracia”.
E13	“Difícil a burocracia dos papéis de abertura e a falta de apoio e conhecimento”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

A **Tabela 18**, descreve a análise do conteúdo referente a pergunta nove, e é apresentado a seguir.

**Tabela 18:** Análise de conteúdo - Pergunta 09**ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 09**

<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Burocracia	2	Cavalcanti; Farah; Marcondes (2017)
<b>2</b>	Dinheiro	2	Cavalcanti; Farah; Marcondes (2017)
<b>3</b>	Inexperiência	2	Cavalcanti; Farah; Marcondes (2017)
<b>4</b>	Medo	2	Nascimento (2015)
<b>5</b>	Machismo	1	Nascimento (2015)
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019)

Com relação as respostas das empreendedoras sobre quais os problemas dificultam o empreendedorismo feminino, e de acordo com o que é apresentado na **Tabela 18**, as principais menções foram: Burocracia; Dinheiro; Inexperiência, Medo e Machismo.

Empreendimentos por necessidade, conforme Cavalcanti; Farah; Marcondes (2017) são abertos por pessoas que não possuem qualificações ou conhecimentos para o negócio e que em muitos casos não possuem os recursos financeiros demandados para prosseguir com sucesso no negócio.

Como já discutido por Dornelas (2018) esse tipo de empreendimento por anos representou o maior número de empresas abertas devido ao fato de que muito do aspecto informal do trabalho está ligado a própria história do país, que tinha políticas protecionistas e fechamento de mercado.

Com relação ao que aborda Nascimento (2015) sobre o fato de que o homem desempenhava funções que geravam reconhecimento à mulher restou as funções de casa e cuidado, que não tinham valor na sociedade surgiram os estereótipos e o jargão machista “lugar de mulher é na cozinha”.

A partir das respostas das empreendedoras observa-se que as elas confirmam as colocações dos autores, quando relacionado às relações machistas envolvendo trabalho.

Sobre os problemas apontados pelas entrevistadas, ressalta-se o medo, inexperiência burocracia e questões financeiras é possível relacioná-los as falas de Dornelas (2018) e Cavalcanti; Farah; Marcondes (2017) sobre o protecionismo e informalidade do trabalho, fato que dificulta a vidas das empreendedoras na gestão de seus negócios, pois estas não dispõe de todas as ferramentas de gestão disponíveis e que poderiam fornecer base para a criação e manutenção das empresas.

Na questão a seguir o que é abordado é a percepção das entrevistadas em relação ao empreendedorismo feminino no Brasil.

**PERGUNTA 10: Qual a sua visão a respeito da participação da mulher como empreendedora no Brasil?**

Esta pergunta teve como objetivo na pesquisa verificar qual a visão das empreendedoras sobre a participação das mulheres no mercado empreendedor no país.

Para esta questão, houveram as seguintes respostas (**QUADRO 14**):

**Quadro 15:** Respostas Pergunta 10

Entrevistadas	Respostas
E1	“Acho que não tem diferença na burocracia, mas existe uma visão diferente para mulher dona de loja de roupa ‘parece ser o certo’”.
E2	“A mulher está sempre surpreendendo. Está sempre vencendo barreiras e mostrando que são inteligentes esforçadas etc...”.
E3	“Mulheres que tem responsabilidade, sabedoria e autoconfiança”.
E4	“Acredito que as mulheres ainda estão lutando pelo seu lugar, mas creio que vamos conseguir”.
E5	“Aumento da participação, principalmente devido as necessidades familiares”.
E6	“Tem espaço para trabalhar e tirando casos isolados ela consegue progredir bem”.
E7	“Eu acho que cada dia cresce mais, a mulher já tem um espaço, e cada dia vamos nos superar ainda mais”.
E8	“Nós mulheres somos fortes, capaz de mudar o mundo com nossa sabedoria, com nossa facilidade em ver prosperidade. Nós mulheres já nascemos para sermos empreendedoras”.
E9	“Forte, tem muita participação mesmo com as dificuldades que aparecem”.
E11	“No Brasil tem muitas empreendedoras, acredito que as mulheres estão conseguindo mais espaço”.
E12	“São importantes em muitas áreas no Brasil e sempre contribuem com melhorias”.
E13	“Vem crescendo muito”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Os dados referentes a análise das respostas das empreendedoras para a Pergunta 10, são apresentados na **Tabela 19**.

**Tabela 19:** Análise de conteúdo - Pergunta 10

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 10</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Importante	1	GEM (2017)
<b>2</b>	Crescimento	2	Dornelas (2018)
<b>3</b>	Boa participação	4	GEM (2017)
	<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

De acordo com as respostas e a partir da análise apresentada na **Tabela 19**, as empreendedoras caracterizam o a participação feminina no empreendedorismo no Brasil como sendo Importante; tendo Crescimento e com Boa participação.

Dandolini (2018) destaca que as necessidades familiares levaram as mulheres a buscar meios de obter renda extra no mercado e que essa necessidade estava também ligada à sua vontade de conquistar sua independência financeira e em relação a seus cônjuges ou responsáveis.

Dornelas (2018) compartilha desta visão quando aponta que entre os motivos do crescimento do empreendedorismo no país a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a busca por novas formas de empreender, busca de novos nichos e por atender novas demandas.

Como visto em dados do GEM (2017) a taxa de empreendedoras entre a população adulta foi de 35%, sendo apenas 2,9% menor que em relação aos homens, o que demonstra uma equiparação em relação ao gênero e indica que mais mulheres estão acessando este setor como forma de inclusão no mercado de trabalho.

Segundo apresentado por Dandolini (2018), esta cita que as necessidades familiares levaram as mulheres a buscar meios de obter renda extra no mercado e que essa necessidade estava também ligada à sua vontade de conquistar sua independência financeira e em relação a seus cônjuges ou responsáveis.

Com base nas respostas das entrevistadas é possível observar que busca das mulheres por atingir a independência financeira vem crescendo muito no Brasil, elas visam abrir um novo negócio empreendedor que possam as ajudar na composição de sua renda e também a conseguir este objetivo de serem independentes, tendo em vista que as mulheres estão cada

vez mais em busca da sua autonomia e liberdade.

Na questão seguinte o que é abordado é a percepção das entrevistadas em relação ao empreendedorismo feminino no estado de Minas Gerais.

**PERGUNTA 11: Qual a sua visão a respeito da participação da mulher como empreendedora em Minas Gerais?**

Esta pergunta teve como objetivo analisar qual a visão das entrevistadas sobre a participação das mulheres como empreendedoras no estado de Minas Gerais.

Para esta questão, houveram as seguintes respostas (**QUADRO 15**):

**Quadro 16:** Respostas Pergunta 11

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“A mesma resposta da questão anterior”.
E2	“Item Nº 10”.
E3	“Crescendo cada dia mais”.
E4	“Boa, mas precisa melhorar”.
E5	“Tem muita participação, é forte, e vejo nas minhas viagens que são mulheres as responsáveis dos negócios”.
E6	“Maior participação e igualdade”.
E7	“Em Minas Gerais em geral, no meu ponto de vista também cresce a cada dia”.
E8	“Nós mulheres direto ou indiretamente ajudamos nossos maridos, nossos irmãos, amigos. Estamos sempre em ação, a maioria das mulheres mineiras tem uma grande participação no mundo dos negócios”.
E9	“É uma boa participação, as mulheres estão sempre buscando seu lugar”.
E10	“Muito boa, muita participação”.
E11	“Também com muita participação e espaço”.
E12	“Boa participação. É muito grande no setor de moda, vestuário, calçados etc”.
E13	“Muito boa e muito expressiva”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Na **Tabela 20** a seguir, está análise referente a Pergunta 11 feita as empreendedoras, e os resultados obtidos.

**Tabela 20:** Análise de conteúdo - Pergunta 11

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 11</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Crescendo	2	Sebrae (2017)
<b>2</b>	Boa	1	Sebrae (2017)
<b>3</b>	Muita participação	8	Sebrae (2017)
<b>4</b>	Igualdade	1	Sebrae (2017)
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

Através da análise apresentada na **Tabela 20**, nota-se que as empreendedoras caracterizam a participação das empreendedoras em Minas Gerais como: Crescendo; Boa; Muita participação e Igualdade, referindo-se a igualdade entre homens e mulheres no empreendedorismo no estado.

Com relação ao estilo de gestão das empresas e tendo como base a pesquisa de Sebrae (2017) observa-se que não existem muitas diferenças entre os estilos de gestão quando analisado por gênero, entretanto é apontado uma maior ou igual preocupação com relação a controles financeiros e tomada de crédito.

Conforme a mesma pesquisa de Sebrae (2017) nota-se que a porcentagem de mulheres donas de negócios não só movimenta a economia como também é importante agente de transformações sociais.

Ao analisar as respostas das empreendedoras o que se destaca é que elas notam a participação significativa no âmbito estadual, como aponta a fala da empreendedora E8 “Nós mulheres direto ou indiretamente ajudamos nossos maridos, nossos irmãos, amigos. Estamos sempre em ação, a maioria das mulheres mineiras tem uma grande participação no mundo dos negócios”.

Nota-se que na visão da mesma, as mulheres empreendedoras mineiras estão sempre ajudando no meio familiar e profissional e através de suas ações atuam de forma expressiva no mundo de negócios, evidenciando assim as informações de Sebrae (2017) com relação a participação e gestão de negócios feitos pelas mulheres.

Na questão a seguir é abordado a percepção das entrevistadas com relação ao empreendedorismo feminino em Luz/MG.

**PERGUNTA 12: Qual a sua visão a respeito da participação da mulher como empreendedora em Luz?**

Esta pergunta teve como objetivo verificar na visão das empreendedoras entrevistadas como é a participação das mulheres empreendedoras no mercado local.

Diante dessa questão obtiveram-se as seguintes respostas (**QUADRO 16**):

**Quadro 17:** Respostas Pergunta 12

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E1	“Em Luz para mulheres é bem fácil empreender”
E2	“Grandes mulheres em personalidades e com grande esforço”.
E3	“Excelente! Cada dia mais aumentando”.
E4	“Em Luz as mulheres já conseguiram se destacar”.
E5	“As mulheres estão empreendendo mais”.
E6	“Um grande avanço”.
E7	“Aqui em Luz eu acho que a mulher tem um grande espaço, somos muitas mulheres que tem seu próprio negócio”.
E8	“Se prestarem atenção, irão ver várias mulheres aqui em Luz, que já são realizadas no mundo dos negócios. As que estão começando também não desistem, enfrentam e superam. As mulheres luzenses e em geral são fortes, vitoriosas”.
E9	“Em Luz tem muitas mulheres participando em todas as áreas de comércio”
E10	“Tem na cidade muitas mulheres donas dos seus negócios e muito profissionais”
E11	“Aqui tem muitas empreendedoras grandes e pequenas e todas muito boas e com sua diferença e capacidade”.
E12	“São importantes para a movimentação do dinheiro no município através de suas empresas”.
E13	“Muitas mulheres hoje em Luz têm seus negócios e prosperam. São capazes e obstinadas”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019)

Com relação a Pergunta 12, os dados das análises das respostas das empreendedoras são apresentados na **Tabela 21**, a seguir.

**Tabela 21:** Análise de conteúdo - Pergunta 12

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO - PERGUNTA 12</b>			
<b>Nº</b>	<b>PALAVRA-CHAVE</b>	<b>RESPOSTAS</b>	
		<b>(N)</b>	<b>AUTOR</b>
<b>1</b>	Bom espaço	5	Sebrae (2017)
<b>2</b>	Excelente	1	Sebrae (2017)
<b>3</b>	Destaque	2	Sebrae (2017)
<b>4</b>	Avanço	1	Sebrae (2017)
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019)

Quando perguntado as empreendedoras sobre o empreendedorismo no município, observa-se que há um entendimento geral de que na cidade de Luz – MG o mercado abriga de forma satisfatória os empreendimentos femininos, conforme destaca o resultado da **Tabela 21**.

É possível relacionar as respostas às ideias de Sebrae (2017), quando este aborda o empreendedorismo em Minas Gerais.

Desta forma, entende-se que enquanto município, Luz apresenta a mesma configuração do estado, tendo sido o mercado luzense reconhecido pelas empreendedoras entrevistadas como um ambiente bom para empreender, e onde as mulheres podem conseguir destaque em seus ramos de empreendimento, representando, na visão das entrevistadas um avanço para as empreendedoras locais.

### **Espaço para outras considerações**

**Quadro 18:** Respostas Outras considerações

<b>Entrevistadas</b>	<b>Respostas</b>
E7	“Que nós mulheres a cada dia crescemos mais profissionalmente, em praticamente todas as áreas”.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019).

**Quadro 17:** Respostas Outras considerações (continuação)

Entrevistadas	Respostas
E8	“Comecei no comercio com 15 anos, hoje com 55 anos, tenho 40 anos de empreendedora, sou feliz, gosto do que faço. Estou sempre aprendendo, buscando melhorias. Para assim atender melhor minha clientela”.

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

As análises de conteúdo das considerações feitas pelas empreendedoras está apresentado na **Tabela 22**.

**Tabela 22:** Análise de conteúdo - Outras considerações

ANÁLISE DE CONTEÚDO - OUTRAS CONSIDERAÇÕES			
Nº	PALAVRA-CHAVE	RESPOSTAS	
		(N)	AUTOR
1	Profissional	1	Chiavenato (2012)
2	Melhorias	1	Chiavenato (2012)
	<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Através das considerações das empreendedoras E7 e E8, observa-se que há o desejo de crescimento profissional, realização e reconhecimento, como aponta a análise de conteúdo da **Tabela 22**.

Esta postura de busca por crescimento e melhoria como empreendedoras, reforça o que já foi dito por Chiavenato (2012) sobre a personalidade do empreendedor, de ser um idealizador e realizador de suas ambições e também do que abordou Dornelas (2018) sobre empreendedores serem visionários, dedicados, determinados e dinâmicos.

No tópico seguinte será abordada a síntese dos resultados e discussão desta pesquisa, referente aos questionários aplicados e as entrevistas.

#### 4.1 Síntese dos resultados e discussão

Esta seção compreende a síntese dos resultados e discussão dos questionários e entrevistas aplicadas as empreendedoras.

#### 4.2.1 Síntese das respostas dos questionários

A seguir, no **Quadro 18** estão dispostas as informações referentes aos questionários e que formam o perfil das empreendedoras que participaram da pesquisa.

**Quadro 19:** Síntese das respostas dos questionários

INDICADOR	RESPOSTAS
Idade	41 a 50 anos (46,67%)
Estado civil	Casada (53,33%)
Quantidade de filhos	Nenhum (40,00%)
Escolaridade	Ensino médio completo (46,66%)
Setor em que a empresa está inserida	Comércio (100,00%)
Tipo de atividade da empresa	Comércio varejista (86,66%)
Tempo de existência da empresa	Acima de 10 anos (60,00%)

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019)

Portanto, conclui-se que o perfil das empreendedoras pesquisadas compreende a idade de 41 a 50 anos, casadas, sem filhos, que possuem ensino médio completo. Suas empresas estão localizadas no setor de comércio, principalmente o comércio varejista, sendo que a maior parte das empresas estão estabelecidas no mercado, tendo mais de 10 anos de existência.

Com relação às características que as empreendedoras identificaram em suas personalidades as respostas mais relevantes são das seguintes: Responsável; Persistente; Possui conhecimento do negócio; Determinada; Tem autocontrole e é Criativa.

A seguir, será apresentada a síntese das entrevistas.

#### 4.2.2 Síntese das respostas das entrevistas

Neste tópico serão abordadas, com base nas análises de conteúdo que foram feitas no tratamento das entrevistas, através das palavras chaves das entrevistas, quais delas tiveram maior expressão.

**Quadro 20:** Síntese das respostas das entrevistas.

<b>Nº</b>	<b>PERGUNTAS</b>	<b>RESPOSTA</b>
<b>01</b>	O que significa empreendedorismo	Criar (6) ; Realizar (3)
<b>02</b>	Fatores que influenciaram a empreender	Ter o próprio negócio (3)
<b>03</b>	Como decidiu qual ramo empreender	Variedade (6)
<b>04</b>	Houve planejamento para abertura da empresa	Sim (8)
<b>05</b>	Dificuldades encontradas para abertura	Financeiro (4)
<b>06</b>	Como superou os desafios	Planejamento (2); Persistência (2)
<b>07</b>	Sofreu ou presenciou algum tipo de preconceito	Não (11)
<b>08</b>	Como empreender afetou a vida familiar	Tempo (6)
<b>09</b>	Problemas que dificultam o empreendedorismo feminino	Burocracia (2); dinheiro (2); inexperience (2); medo (2)
<b>10</b>	Visão sobre o empreendedorismo no Brasil	Boa participação (4)
<b>11</b>	Visão sobre o empreendedorismo em Minas Gerais	Muita participação (8)
<b>12</b>	Visão sobre o empreendedorismo em Luz- MG	Bom espaço (5)

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019)

No quadro acima (**QUADRO 20**) estão demonstradas as respostas das empreendedoras com relação as perguntas feitas neste estudo.

Na seção a seguir será apresentada a conclusão desta pesquisa.

## 5 CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi analisar o desenvolvimento de empreendedorismo feminino através de empreendedoras da cidade de Luz – MG, no ano de 2019 considerando suas histórias de vida, características empreendedoras e fatores determinantes.

Através deste objetivo, buscava-se responder a seguinte questão problema: como se caracteriza a participação da mulher empreendedora na cidade de Luz – MG?

Conclui-se que, com base nas informações utilizadas do banco de dados da ACIL do total de 108 empresas listadas, 40 são empreendidas por mulheres, sendo elas responsáveis por (37,04%) das empresas associadas, estas informações respondem ao primeiro objetivo deste trabalho.

Com relação ao questionário aplicado, é possível definir que o perfil das empreendedoras é: idade de 41 a 50 anos (46,67%); casadas (53,33%); sem filhos (40,00%); ensino médio completo (46,66%). Seus empreendimentos estão localizados no setor de comércio (100,00%), sendo que a maioria tem atividades no ramo de comércio varejista (86,66%), e as empresas estão estabelecidas no mercado a mais de 10 anos (60,00%).

Sobre as características empreendedoras abordadas por Dornelas (2015) e Chiavenato (2012), destacam-se no perfil das empreendedoras as seguintes: ser responsável; persistente; possuir conhecimento do seu negócio e ser determinada. Estas respostas obtidas atendem ao segundo objetivo deste TCC.

Os motivos que levaram as mulheres a empreender foram a busca por independência, por ter um negócio próprio, sendo que estas optaram pelo ramo de comércio por ser um mercado vasto, que proporciona a elas trabalhar com públicos e possibilidades diversas. Através desse resultado, responde-se ao terceiro objetivo desta pesquisa.

As empreendedoras citam dificuldades de abertura devido aos tramites burocráticos e também a necessidade de investimento, principalmente devido ao pouco capital disponível que representa um impedimento ao empreendedorismo feminino, como já citado por Sebrae (2018).

Conclui-se portanto, que a hipótese levantada no início deste TCC é confirmada, visto que a participação feminina nos empreendimentos listados na ACIL compreende mais de um terço do total, sendo afirmado pelas empreendedoras que Luz – MG representa um bom mercado para mulheres empreenderem, com boa participação e possibilidade de destaque.

Salienta-se que, como já informado na seção Metodologia, houveram limitações ao estudo, portanto todas as análises e respostas aqui apresentadas não podem ser consideradas

para determinar o perfil e as histórias do total de empreendedoras que constam no cadastro da ACIL, haja vista que das 40 empreendedoras pretendidas para a pesquisa, concluiu-se este estudo com 13 entrevistadas e 15 questionários aplicados.

Sugere-se como forma de melhoria e complemento deste trabalho, que futuramente sejam feitas pesquisas que consigam abranger todas as empreendedoras, para que assim, seja possível chegar à análises mais completas sobre o empreendedorismo feminino no município de Luz – MG.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Luiza Lobato. **Gênero, trabalho e bem-estar social na América Latina: um estudo das políticas de licenças maternidade, paternidade e parentais no Brasil, Chile e Uruguai**. 2018. 127 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Estudos Latino-americanos, Universidade Federal de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/32322>>. Acesso em: 20 mar. 2019.
- BERTUCCI, J. L. O. **Metodologia Básica para Elaboração de Trabalhos de Conclusão de Cursos**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2011.
- BOMFIM, Lea Cristina Silva. **A construção de estratégias de crescimento por empreendedoras: estudo de casos múltiplos em empresas de alto crescimento**. 2018. 205 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/8670>>. Acesso em: 26 mar. 2019.
- BDTD: **Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia**. Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. Disponível em: <<http://bdtb.ibict.br/vufind/>>. Acesso em: 20 mar. 2019.
- BRASIL, Governo do. **Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos**. 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>>. Acesso em: 18 set. 2018.
- BRASIL, Governo do. **Mulheres comandam 40% dos lares brasileiros**. 2015. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2015/05/mulheres-comandam-40-dos-lares-brasileiros>>. Acesso em: 18 set. 2018.
- BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 18 set. 2018.
- CAVALCANTI, Marly; FARAH, Osvaldo Elias; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Cengage Learning, 2017. 308 p. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126972>>. Acesso em: 22 set. 2018.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4ª edição. Barueri, SP: Manole, 2012. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520438299/cfi/5!/4/2@100:0.00>. Acesso em: 27 mar. 2019.

DANDOLINI, Adriana de Oliveira Vasconcellos. **Empreendedorismo feminino, gênero e liberdade**: histórias de mulheres empreendedoras na cidade de Foz do Iguaçu/PR. 2018. 124 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociedade, Cultura e Fronteiras, Centro de Educação Letras e Saúde, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, 2018. Disponível em: <<http://tede.unioeste.br/handle/tede/3711>>. Acesso em: 13 set. 2018.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática**: Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro. 2015. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2866-8/>>. – (não paginado). Acesso em: 05 out. 2018.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 7. ed. Rio de Janeiro: Minha Biblioteca, 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788566103076/>>. Acesso em: 20 fev. 2019.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório executivo. 2016. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/b4607994f241c36ef87a76f233fda2cf/\\$File/7578.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b4607994f241c36ef87a76f233fda2cf/$File/7578.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2019.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório executivo. 2017. Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf). Acesso em: 20 mar. 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/> Acesso em: 18 set. 2018.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/luz/panorama>. Acesso em: 02 dez. 2019.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Indicadores de chefia de família 1995 a 2015**. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores\\_chefia\\_familia.html](http://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_chefia_familia.html)>. Acesso em: 18 set. 2018.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Políticas sociais: acompanhamento e análise**. 2015. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/politicas\\_sociais/bps\\_23\\_14072015.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/politicas_sociais/bps_23_14072015.pdf)>. Acesso em: 20 set. 2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnica de Pesquisa**; 6ª Ed. 3ª Reimpressão. São Paulo, Editora Atlas, 2009.

MASCARENHAS, Sidnei A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360°**: A prática na prática. 3. Ed. Atlas, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012422/>>. Acesso em: 05 out. 2018.

NASCIMENTO, Cleonice Nazaré do. **A mulher no mercado de trabalho e na liderança das organizações**: Uma análise bibliométrica no campo da Administração. 2015. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/1146>>. Acesso em: 24 mar. 2018.

OLIVEIRA, Aparecida de Fátima. **O Processo de desenvolvimento do empreendedorismo feminino em um Grupo de Empresárias da cidade de Belo Horizonte**: história de vida, desafios, características e fatores determinantes. 2014. 131 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Fundação Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, 2014. Disponível em: <[http://www.fpl.edu.br/2018/media/pdfs/mestrado/dissertacoes\\_2014/dissertacao\\_aparecida\\_de\\_fatima\\_oliveira\\_2014.pdf](http://www.fpl.edu.br/2018/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2014/dissertacao_aparecida_de_fatima_oliveira_2014.pdf)>. Acesso em: 20 set. 2018.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. Atlas, 2014. 376 p. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486748/>>. Acesso em: 20 set. 2018.

PATRÍCIO, Patrícia Sales; CANDIDO, Claudio Roberto. **Empreendedorismo**: Uma Perspectiva Multidisciplinar. LTC, 2016. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521630852/>>. Acesso em: 18 out. 2018.

REZENDE, Douglas Messias Lamounier Camargos, OLIVEIRA, Eliezer Carneiro de, ELIAS, Ivan de Oliveira. Normas para redação de trabalhos científicos. 2. ed. Luz/MG: FASF, 2017.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Os desafios da mulher empreendedora**. 2018. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreeendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso: 20 mar.2019.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Análise GEM por gênero**. 2017. Disponível em:<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/08/GEM-An%C3%A1lise-por-genero-2017.pdf> – (não paginado). Acesso em: 20 mar. 2019.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Perfil mulher empreendedora**. 2017 Disponível em:

<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Diagnostico/Perfil-Mulher-Empreendedora-2017>. Acesso em: 20 mar. 2019.

SILVA, Edna Lúcia da, MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

STADLER, Adriano (org.); ARANTES, Elaine Cristina; HALICKI, Zélia. **Empreendedorismo e responsabilidade social**. 2. Ed. InterSaberes, 2014. 172 p. Disponível em:

<<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=empreendedorismo&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=4&ion=0#/legacy/6096>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

## APÊNDICE

### APÊNDICE A – Questionário para pesquisa de Empreendedorismo Feminino.

Prezada empreendedora,

Este questionário é referente a uma pesquisa acadêmica para conclusão do curso de Administração, que tem como tema o Empreendedorismo Feminino. Sua participação é muito importante para o êxito da mesma. Os dados disponibilizados neste questionário terão seu sigilo plenamente preservados. Desde já agradeço pela participação.

Ana Carolina Moura Ferreira  
annacarol.moura97@gmail.com

#### Questão 01: Faixa etária

- A) Até 24 anos
- B) De 25 a 30 anos
- C) De 31 a 40 anos
- D) De 41 a 50 anos
- E) De 51 a 60 anos
- F) Acima de 61 anos

#### Questão 02: Estado civil

- A) Solteira
- B) Casada
- C) Separada/divorciada
- D) Viúva

#### Questão 03: Quantidade de filhos

- A) Nenhum
- B) Um
- C) Dois
- D) Três
- E) Quatro
- F) Mais de quatro

#### Questão 04: Escolaridade

- A) Não estudou
- B) Ensino fundamental completo
- C) Ensino fundamental incompleto
- D) Ensino médio completo
- E) Ensino médio incompleto
- F) Ensino superior completo
- G) Ensino superior incompleto
- H) Pós-graduação

#### Questão 05: Setor em que a empresa está inserida

- A) Indústria
- B) Comércio
- C) Serviços

#### Questão 06: Qual o tipo de atividade da sua empresa

- A) Comércio varejista
- B) Construção
- C) Industrial
- D) Alimentação
- E) Outros

**Questão 07: Tempo de existência da empresa**

- A) Menos de um ano
- B) De 1 a 3 anos
- C) De 4 a 6 anos
- D) De 7 a 10 anos
- E) Acima de 10 anos

**Questão 08: Com relação as características do empreendedor (a), assinale com um “X”, quais das características você considera ter:**

- A) Visionária
- B) Capacidade de correr riscos no negócio
- C) Inovadora
- D) Tem autocontrole
- E) Criativa
- F) Autoconfiante
- G) Responsável
- H) Determinada
- I) Entusiasmada
- J) Espírito de liderança
- K) Ambiciosa
- L) Tem iniciativa
- M) Sabe detectar boas oportunidades de negócios
- N) Persistente
- O) Organizada
- P) Possui conhecimento sobre o seu negócio

**APÊNDICE B** – Entrevista para pesquisa de Empreendedorismo Feminino.

Prezada empreendedora,

Esta entrevista é referente a uma pesquisa acadêmica para conclusão do curso de Administração, que tem como tema o Empreendedorismo Feminino. Sua participação é muito importante para o êxito da mesma. Os dados disponibilizados nesta entrevista terão seu sigilo plenamente preservados. Desde já agradeço pela participação.

Ana Carolina Moura Ferreira  
annacarol.moura97@gmail.com

**Pergunta 01:** Para você o que significa empreendedorismo?

**Pergunta 02:** Quais fatores a influenciaram a se tornar empreendedora? Por quê?

**Pergunta 03:** Como decidiu qual o ramo iria empreender? Por quê?

**Pergunta 04:** Você teve algum planejamento para a abertura da empresa? Por quê?

**Pergunta 05:** Quais as dificuldades que você encontrou ao abrir a empresa?

**Pergunta 06:** Como superou os desafios?

**Pergunta 07:** Você já sofreu ou sofre com algum tipo de preconceito por ser mulher e dona do próprio negócio? Se sim, cite-o. Se não, já teve conhecimento e/ou presenciou? O que fez?

**Pergunta 08:** Como ser empreendedora afetou ou afeta sua vida familiar?

**Pergunta 09:** Em sua opinião quais os problemas dificultam o setor do empreendedorismo feminino?

**Pergunta 10:** Qual a sua visão a respeito da participação da mulher como empreendedora no Brasil?

**Pergunta 11:** Qual a sua visão a respeito da participação da mulher como empreendedora em Minas Gerais?

**Pergunta 12:** Qual a sua visão a respeito da participação da mulher como empreendedora em Luz?

Espaço para outras considerações.

## ANEXOS

### ANEXO A – Certificado de Consentimento

#### Certificado de Consentimento

Eu, \_\_\_\_\_, RG n° \_\_\_\_\_, morador(a) na \_\_\_\_\_, n° \_\_\_\_\_, bairro \_\_\_\_\_, cidade de Luz – Minas Gerais, telefone \_\_\_\_\_, abaixo assinado, DECLARO que os objetivos e detalhes deste estudo foram explicados a mim. **Eu entendo que não sou obrigado (a) a participar do estudo** e que posso desistir de continuar nele a qualquer momento, sem que isso me cause prejuízos. Meu nome não será utilizado nos documentos deste estudo e a confidencialidade dos meus registros será garantida.

Tendo recebido as informações acima, CONCORDO em participar do estudo e estou ciente da liberdade de me expressar durante o mesmo, favorável ou contrariamente aos procedimentos e de desistir do estudo em qualquer fase do mesmo.

Luz-MG, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2019.

<b>Nome Participante:</b>	_____
<b>Assinatura</b>	_____
<b>Data:</b>	____/____/2019
<b>Nome Pesquisador(a)</b>	_____
<b>Assinatura</b>	_____
<b>Data:</b>	____/____/2019
<b>Nome Prof. Orientador(a)</b>	Eliezer Carneiro de Oliveira
<b>Assinatura</b>	_____
	____/____/2019

#### CONTATOS

**Pesquisador(a):** Ana Carolina Moura Ferreira **CPF n°:** 135.599.386-51  
**Instituição:** Faculdade Filosofia, Ciências e Letras do Alto São Francisco (FASF)  
**Local:** Curso de Administração  
**Endereço:** Rua Nossa Senhora de Fátima, 307 – Bairro: Centro, Luz – MG CEP: 35595-000  
**Telefones:** (37) 3421-9006  
**E-mail pesquisador(a):** annacarol.moura97@gmail.com **Tel.:** (37) 9 9973-1782  
**E-mail prof.(a) orientador(a):** ecdoliveira@fasf.edu.br **Tel.:** (37) 9 9977-4230

#### COMISSÃO DE PESQUISA

**Endereço:** Rua Nossa Senhora de Fátima, 307 – Bairro: Centro, Luz – MG CEP: 35595-000  
**Telefones:** (37) 3421-9006  
**E-mail:** posgraduacao@fasf.edu.br

