



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



O empreendedorismo feminino em negócios não convencionais

Ivan Lima Bandeira¹, Laécio Francisco de Sousa²

Picos, 2019

¹ *Professor, especialista, orientador;*

² *Graduando pela UFPI.*

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Campus Senador Helvidio Nunes de Barros
Biblioteca Setorial José Albano de Macêdo
Serviço de Processamento Técnico

S725e Sousa, Laécio Francisco de
O empreendedorismo feminino em negócios não convencionais /
Laécio Francisco de Sousa – 2021.

Texto digitado
Indexado no catálogo *online* da biblioteca José Albano de Macêdo -
CSHNB
Aberto a pesquisadores, com as restrições da biblioteca

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal
do Piauí, Bacharelado em Administração, Picos-PI, 2021.

“ Orientador: Prof. Ivan Lima Bandeira”

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres empreendedoras. 3. Negócios
não convencionais. 4. Sucesso empresarial. I. Bandeira, Ivan Lima. II.
Titulo.

CDD 658.022



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cicero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

LAÉCIO FRANCISCO DE SOUSA

O Empreendedorismo Feminino em Negócios Não Convencionais

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

Aprovado(a)

Aprovado(a) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 13 de julho de 2020.

Ivan Lima Bandeira

(Orientador – Ivan Lima Bandeira, Especialista.)

Carolina Maria Furtado Matos

(Membro 1 – Carolina Maria Furtado Matos, Mestre)

Luzia Rodrigues de Macedo

(Membro 2 – Luzia Rodrigues de Macedo, Especialista)



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
 () Dissertação
 () Monografia
 Artigo

Eu, Laísia Francisca De Sousa,
 autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de
 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,
 gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação
O Empreendedorismo Feminino em Negócios Não Comerciais
 de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título
 de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 24 de março de 2021.

Laísia Francisca De Sousa
 Assinatura

Ilvan Lima Bandeira
 Assinatura

RESUMO

O estudo do empreendedorismo no universo feminino é fonte de diversos estudos, englobando, sobretudo, as principais características e motivações para sua ocorrência. Paralelo a isso, houve um crescimento no número de novos negócios iniciados por elas, não somente, em setores tradicionais como também em novos ramos de mercado. Tendo em vista essas noções, o objetivo principal desse artigo foi analisar as principais motivações que conduziram mulheres a empreenderem em negócios não convencionais na cidade de Picos. A pesquisa é de natureza aplicada, usando uma abordagem quantitativa, com objetivos descritivos e procedimentos documentais e de campo. Os resultados da pesquisa demonstraram que as empreendedoras escolheram o ramo de atuação por oportunidade de mercado, assumindo total responsabilidade sobre a tomada de decisões. E estão satisfeitas com sua empresa e possui perspectivas de crescimento no futuro. Fato que demonstra que as Empreendedoras Picoense estão conquistando o sucesso por intermédio da inovação, independentemente do ramo do negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Mulheres empreendedoras; Negócios não convencionais; Sucesso empresarial.

ABSTRACT

The study of entrepreneurship in the female universe is the source of several studies, encompassing, above all, the main characteristics and motivations for its occurrence. Parallel to this, there was an increase in the number of new businesses started by them, not only in traditional sectors but also in new market sectors. In view of these notions, the main objective of this article was to analyze the main motivations that led women to undertake non-conventional businesses in the city of Picos. The research is of an applied nature, using a quantitative approach, with descriptive objectives and documentary and field procedures. The results of the research showed that the entrepreneurs chose the industry for market opportunity, assuming full responsibility for decision-making. And they are satisfied with their company and have growth prospects in the future. A fact that demonstrates that Picoense Entrepreneurs are achieving success through innovation, regardless of the business sector.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial women; Unconventional business; Business success.

1. INTRODUÇÃO

As primeiras definições de empreendedorismo contemplavam quase que exclusivo o público masculino. As mulheres eram colocadas no mundo doméstico, visto como único e verdadeiro trabalho feminino. Esse rompimento ocorreu de forma gradativa, primeiramente, com elas tornando-se camponesas e operarias de fabricas (LOURO, 2013). O desenvolvimento de negócios por conta própria ocorreu, principalmente, em setores familiares. Com um domínio da mulher em setores como as de produtos alimentícios, cosméticos, vestimentas, entre outras.

Todavia, esse é um fato que tem mudado nos últimos anos. O número de empresas com segmentos tradicionalmente comandados pelo sexo masculino, que agora possui uma mulher no comando, tem crescido vertiginosamente, como observado por LONGENECKER (2007 p.13). A afirmação colabora com a presença de mulheres no mundo do trabalho, inclusive a frente de empresas, independente do ramo de negócio. De fato, elas estão se sobressaindo as barreiras e dificuldade impostas, e por intermédio da inovação e da criatividade, obtendo sucesso com seus empreendimentos e reconhecimento social pelo seu sucesso.

Nesse estudo, realizado na cidade de Picos-PI será analisado o perfil das empreendedoras que atuam em ramos menos convencionais, onde buscou-se analisar os principais aspectos das suas atividades, e de que maneira estão conquistando espaços, outrora, dominado pelos homens. A questão central dessa pesquisa consiste em: quais os principais aspectos na atuação das mulheres empreendedoras em negócios não convencionais na cidade de Picos-PI.

Para guiar tal questionamento, definiu-se como **objetivo principal** analisar as principais motivações que conduziram mulheres a empreenderem em negócios não convencionais na cidade de Picos. Já os **objetivos específicos** foram: descrever as características das mulheres empreendedoras; definir os ramos não convencionais para o empreendedorismo feminino; averiguar as razões que levam as mulheres a empreenderem nesses tipos de negócios e, por fim, identificar as principais dificuldades enfrentadas por elas no gerenciamento do negócio.

Um fato que justifica a escolha das mulheres como sujeito de pesquisa, consiste na sua ascensão e protagonismo no mundo dos negócios. Ao desenvolver suas competências empresariais elas expandem sua visão além dos ramos corriqueiros e passam a explorar uma

diversidade de negócios. E criam um sentimento de vitória tanto pelo seu reconhecimento pessoal quanto pelo sucesso alcançado no desempenho de seus papéis.

A estrutura desse trabalho foi dividida da seguinte forma: após a introdução, é apresentada a revisão literária dividida em três sub tópicos: as características empreendedoras das mulheres, o empreendimento feminino em negócios não convencionais e dificuldades enfrentadas na abertura e na continuidade do negócio; Em seguida é detalhado os procedimentos metodológicos; explicada a análise de dados e as considerações finais.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 As características empreendedoras das mulheres.

Os primeiros conceitos de empreendedorismo tiveram embasamento nas teorias do desenvolvimento econômico, que o definiam como decorrente de mudanças promovidas de forma ativa por agentes que participavam da estrutura. Dessa forma, podia-se entender que aqueles indivíduos que utilizavam os recursos disponíveis de maneira diferenciada eram os agentes de transformação que rompiam com a estabilidade existente e obrigavam os demais agentes a se reorganizarem e adaptarem-se às mudanças. Esse agente transformador, que promovia inovações, era chamado por Schumpeter (1934) de empreendedor.

Os conceitos de empreendedorismo apresentam características simultâneas a homens e mulheres, embora suas primeiras definições contemplassem quase que exclusivo o público masculino. Mas é inegável, nos dias atuais, o peso do público feminino na população economicamente ativa e na atividade econômica, não só no Brasil, mas em diversos países do mundo. De acordo com as estatísticas, 24 milhões de mulheres possui um negócio (formal ou informal) ou realizaram alguma atividade empreendedora, colocando o Brasil em 7º na proporção de mulheres entre os Empreendedores Iniciais dos 49 países que participaram do Global Entrepreneurship Monitor - GEM 2018.

A escolha pelo empreendedorismo vem de uma busca proativa de independência e autorrealização, mas também pela busca de significativas mudanças pessoais e profissionais (JONATHAN, 2011). Já em relação aos aspectos positivos, a maior satisfação das empreendedoras se deve ao ambiente do negócio próprio, que lhes proporciona reconhecimento social por tomar decisões importantes relacionadas aos negócios (KORN;

FERRY, 2002), algo que lhes possibilita criar e afirmar seus próprios valores (BARBOSA et al, 2011).

Estudos têm demonstrado que as mulheres abrem empresas por diferentes motivos: desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional em outras empresas, necessidade de sobrevivência e como maneira de conciliar trabalho e família (MACHADO et al., 2003, p.4), além do fato de muitas empreendedoras pertencerem a famílias de empreendedores (BUTTNER; MOORE, 1997), o que as direciona automaticamente ao empreendedorismo como se fosse uma predisposição genética.

Jonathan (2005) afirma que nos últimos anos as mulheres têm buscado no empreendedorismo a alternativa para desempenhar suas competências exercendo cargos de liderança ou criando e conduzindo seus próprios negócios, incluindo-as de forma permanente no mercado de trabalho. Há, nas mulheres empreendedoras, um sentimento de orgulho e de vitória tanto pelo seu reconhecimento pessoal quanto pelo sucesso alcançado no desempenho de seus papéis. A alegria vem ao conquistar tanto a satisfação dos clientes quanto o reconhecimento do mercado de trabalho (JONATHAN, 2005).

O reconhecimento enquanto implicação da carreira empreendedora para a mulher vai ao encontro do estudo de Betiol e Tonelli (1991). Apesar do estudo ter ocorrido com mulheres executivas, os autores observam que, ao longo da carreira, além do sofrimento, houve também sentimentos como felicidade, orgulho, realização, reconhecimento, desafio e aprendizado.

Lindo et al. (2007) relata que as mulheres empreendedoras demonstram grande persistência e força de vontade para se manterem a frente de seus próprios negócios. Criam estratégias que determinam um equilíbrio no que diz respeito a continuar exercendo suas funções domésticas e o cuidado de seu empreendimento.

Machado (2006; 2009), afirma que emocionalmente as mulheres tendem a ter comportamentos que asseguram o sucesso, com objetivos claros. Para essa autora, formalidade tem um grau baixo, além de procurarem descentralizar as atividades. Essas mulheres não só buscam suas satisfações como também a satisfação daqueles que estão em seu redor. Exercem o poder compartilhado e possuem grande motivação, assim como motiva outras pessoas valorizando seus trabalhos, respeitando as diferenças individuais.

Questões relativas ao equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal das empreendedoras brasileiras foi a motivação de pesquisa de Quental e Wetzel em 2002. As autoras justificaram a importância do estudo no aumento de formação de novos negócios por mulheres a uma taxa duas vezes maior do que a dos homens na última década. Ter seu próprio negócio foi percebido pelas mulheres como uma opção de carreira que conduzia a um maior equilíbrio entre os papéis do trabalho e da família; o empreendedorismo poderia oferecer certas características de trabalho, como a autonomia e horário flexível que, na percepção feminina, deveriam conduzir a esse equilíbrio (QUENTAL; WETZEL, 2002).

2.2 Empreendimento feminino em negócios não convencionais.

O empreendedorismo feminino está cada vez mais ganhando destaque, possuindo um leque de autores que realizam estudos sobre os mais notórios aspectos desse fenômeno. Segundo Machado (2009), os estudos sobre mulheres micro e pequenas empresárias ganharam ênfase a partir da década de 80, quando um número considerável de mulheres já havia iniciado algum negócio e muitas delas já haviam obtido sucesso. Fato que a própria atitude empreendedora é taxada como algo masculinizado, todavia, é cada vez mais comum mulheres terem sucesso empresarial, não apenas, em ramos predominantemente femininos, como também em ramos masculinizados.

Pesquisas do Conselho Empresarial da Mulher (WEC), nos Estados Unidos em 2010, demonstram que está crescendo a participação feminina em negócios ligados tradicionalmente ao gênero masculino, como, por exemplo, varejo, indústria, construção civil e agronegócio (DICKSON, 2010).

Esse fato está relacionado à crescente capacitação das mulheres nessas profissões, em razão do rendimento que esses negócios apresentam. Uma publicação do Sebrae (2011) também mostra crescimento da participação empreendedora feminina em diversas áreas, inclusive na de transporte coletivo. Observa-se que a diversidade da atuação da mulher no mercado de trabalho e a sua competência para gerir empresas o têm proporcionado a oportunidade de aventurar-se no mundo dos negócios.

Sob o aspecto histórico, uma das observações relativas à condição empreendedora atual também tem sua origem na observação de mudanças já perceptíveis há muitas décadas,

sendo que foi principalmente no setor de serviços, conforme destaca Besse (1999), que tais mudanças ocorreram de forma mais significativa no padrão de emprego feminino.

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina. (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

As mulheres empreendedoras têm de lidar com vários mitos associados ao fato de serem mulheres. Um deles é a crença de que as mulheres apenas criam empresas em áreas que lhes parecem familiares, como as de produtos alimentícios, cosméticos, vestimentas, entre outras. Porém esse é um fator que tem mudado nos últimos anos, o número de empresas com segmentos tradicionalmente comandados pelo sexo masculino, que agora possui uma mulher no comando, tem crescido vertiginosamente, como observado por LONGENECKER (2007 p.13).

Machado et al (2013) aborda as dificuldades e razões na abertura de empresas por mulheres. Munhoz (2000) aborda o perfil gerencial das mulheres empreendedoras fazendo uma breve comparação com a gestão masculina, apontando os pontos positivos de uma gestão diferenciada, mais próxima e acessível, tornando o ambiente organizacional mais harmônico em sua maioria.

O fato é que as mulheres estão marcando sua presença no mundo do trabalho, inclusive do trabalho por conta própria, apesar das dificuldades e barreiras impostas. No entanto, independente da natureza do empreendimento, o que se observa é que as mulheres estão à frente dos homens na abertura de empresas, principalmente em um setor que vem atraindo o crescimento da economia como a prestação de serviços, sobressaindo-se de forma inovadora, (Hisrich & Peters, 2004).

Segundo Osório, (2011) na realidade atual a mulher vem se destacando em vários setores da economia, tanto em comércios, indústrias, serviços terceirizados e estão mostrando o talento em empreendedorismo que não é exclusividade masculina. Devido à situação econômica do país, muitos pais de família perderam seus empregos ou não estão satisfeitos com o salário que recebem, por questão de necessidade são obrigados a realizar trabalhos informais. Por questões de melhorias tanto mulheres quanto homens decidem serem donos do

próprio negócio, com intuito de melhoria, muitas vezes sem orientação, e sem pesquisar se há viabilidade.

A invisibilidade produzida a partir de discursos que a colocavam no mundo doméstico, mundo este visto como único e verdadeiro para a mulher, passa a ser rompido não apenas por algumas mulheres estudiosas, mas também por mulheres de classes trabalhadoras e camponesas que há muito já exerciam tarefas fora do lar (LOURO, 2013).

2.3 Dificuldades enfrentadas na abertura e na continuidade do negócio.

A atividade empreendedora ainda é vista como tipicamente masculina (MACHADO, 2012), evidência que comprova como o contexto sociocultural pode exercer uma força impeditiva para as mulheres no que se refere ao crescimento ou manutenção do empreendimento (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

A sociedade vê com bons olhos pessoas que empreendem, mas por outro lado ainda considera esta uma atividade tipicamente masculina, principalmente se o ramo escolhido não estiver associado àquelas profissões consideradas ‘adequadas para mulheres’ (Machado, 2012).

Durante o período colonial, marcado fortemente pelo patriarcalismo, era destinado às mulheres apenas o espaço da casa. A elas cabia o cuidado com os filhos, com a família e com a manutenção da ordem do lar. Apenas no final do século XIX ocorre o surgimento de escolas de magistério, com a proposta de formar mulheres para serem professoras, pois esta era a única profissão aceitável para mulheres de classe média (ROCHA-COUTINHO, 1994).

Porto (2002) verificou resistência e discriminação em alguns setores profissionais, como medicina, farmácia e advocacia. Como resultado dessa atitude, muitas mulheres acabam por tentar imitar os homens na forma de se vestir ou agir. As empreendedoras estudadas por Porto (2002) também sofreram o peso da reação dos maridos e homens próximos, pelo ciúme, inveja e rivalidade.

É possível elencar as dificuldades listadas na literatura brasileira e estrangeira acerca do empreendedorismo feminino. Sem considerar a ordem de importância dessas dificuldades, a primeira delas relaciona-se à inserção da mulher em alguns setores de atuação tidos como carreiras masculinas. Um exemplo disso é o setor de tecnologia da informação composto por

maioria de homens, prevalecendo uma baixa representatividade de empresas constituídas por mulheres nas incubadoras tecnológicas (BOTELHO et al., 2008).

Dentre as dificuldades impostas às empreendedoras, cabe citar: a falta de suporte por parte dos familiares, a falta de credibilidade dos bancos para financiamentos, atitudes negativas de amigos, clientes e pessoas que estão envolvidas no trabalho da empreendedora (MACHADO, 2009). Esses fatores são algumas das paredes que as mulheres têm que quebrar a partir do momento em que decidem empreender e buscar reconhecimento pessoal e profissional, bem como independência financeira. Entretanto, outros estudos (BONFIM; TEIXEIRA, 2015) colocam a família não como um fator dificultador, mas, ao contrário, a família é vista como um apoio para superar as dificuldades.

Assim, tradicionalmente, as mulheres têm se dedicado às atividades no espaço privado e seu ingresso no mercado de trabalho não implicou na supressão destas atividades. Um forte envolvimento em atividades produtivas fora do lar, bem como a dedicação e a participação ativa na administração da casa e nos cuidados com a família, faz parte da vida das mulheres contemporâneas. A chamada “dupla jornada”, que remete ao acúmulo de tarefas – públicas e privadas –, constitui a origem de conflitos, problemas e desgastes (Jablonski, 1996; Rocha-Coutinho, 2003).

Diversos obstáculos ao empreendedorismo no Brasil são, reiteradamente, mencionados: Os altos custos e a burocracia para regulamentar e formalizar um empreendimento; as dificuldades para acessar créditos e serviços financeiros; os altos impostos. Para além destes obstáculos, enfatizo duas questões apontadas como dificuldades enfrentadas pelas mulheres: as barreiras impostas pela discriminação e os empecilhos associados a dupla / tripla jornada. (SCHLEMM, 2007)

Uma enfatiza a diferença comportamental entre mulheres e homens e a outra a discriminação (COELHO, 2006). Em relação a presença do teto de vidro nas organizações americanas, Brown (2010) sugere dois valores chamados de internos e externos que podem contribuir para aumentar a barreira que evita o crescimento das mulheres. Os internos estão relacionados às opiniões que as mulheres têm de si mesmas e são os dominantes; e os externos são as opiniões que os homens têm das características das mulheres. Os homens, por exemplo, ainda acreditam que o comprometimento maior da mulher deve ser com a família (DAVIESNETZLEY, 1998).

Fica claro que as mulheres conseguem empreender no Brasil. No entanto, segundo a GEM 2016, elas enfrentam mais dificuldades para fazer seus negócios conseguirem sucesso;

sendo estas decorrentes das seguintes circunstâncias: “preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento” (IBQP, 2017, p. 36).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa, teve como objetivo principal, analisar as principais motivações que conduziram mulheres a empreenderem em negócios não convencionais na cidade de Picos. Ao partir do pressuposto de que existe diversos ramos de negócios, com tradição de abertura, preponderantemente masculina. Evidentemente, essa conjuntura está sendo modificada, conferindo um aumento substancial de negócios em vários setores da economia, inclusive em esferas masculinizadas.

De fato, as mulheres estão marcando presença no contexto do trabalho, tornando-se cada vez mais atuantes no mundo dos negócios. É crescente, mulheres por conta própria, abrirem negócios e sobressair as dificuldades e barreiras impostas, inclusive em empresas com segmentos tradicionalmente comandados pelo sexo masculino, agora possui uma mulher no comando (LONGENECKER 2007 p.13). Tendo em vista, a importância do desenvolvimento da atividade empresarial feminina, o objeto de estudo consistiu em analisar as empreendedoras Picoenses, todos os aspectos relacionados a sua atuação e de que maneira estão conquistando espaços, outrora, dominado pelos homens.

A pesquisa, sob o ponto de vista da sua natureza é aplicada, pois busca-se gerar conhecimento para solucionar um problema no contexto social-econômico estudado. Está empenhada na elaboração de diagnósticos, identificação de problemas e busca de soluções que respondem a uma demanda formulada por “clientes, atores sociais ou instituições” (Thiollent, 2009, p.36).

A fim de alcançar os objetivos propostos, optou-se pela pesquisa descritiva, porque visa descrever a história e a atualidade, comparando-se sobre a evolução da mulher no mercado de trabalho e o que a conduziu ao empreendedorismo em negócios não-convencionais. Um estudo de natureza descritiva propõe-se a descobrir características de um fenômeno, abordando de forma ampla, aspectos relacionados a uma situação específica, a um grupo ou indivíduo (Richardson, 2007).

Nesse estudo foi adotado o método de pesquisa quantitativa. As pesquisas quantitativas procuram seguir com rigor um plano previamente estabelecido, baseado em variáveis que são objetos de definição operacional. Geralmente, utilizam instrumentos estatísticos para analisar os dados obtidos (GODOY, 1995; NEVES, 1996).

A primeira fase da pesquisa consistiu num mapeamento dos estabelecimentos comerciais da cidade registrados como MEI (micro empreendedor individual) junto ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, nos anos 2017, 2018 e 2019. A etapa seguinte foi separar os dados por gênero e após uma filtragem, foram eliminadas as mulheres que não possuíam contato ativo ou que deram baixa no CNPJ da empresa. Em seguida, foi selecionado uma amostra das empreendedoras em conformidade com a revisão literária e com os dados GEM (2018) e da PNADC (2018), determinando assim, os ramos de negócios não-convencionais o que resultou em grupo de 18 empresas selecionadas e comandadas por mulheres.

Para realizar da coleta de dados foi elaborado um questionário com 15 perguntas objetivas, e utilizando o Google Docs, enviado o link para as empreendedoras entre os meses de maio e junho de 2020. As perguntas estavam divididas em questões socioeconômicas da empresária, características do negócio, dificuldades e perspectivas para o futuro.

Após a coleta, os dados foram tratados no programa Excel 2016, alocados em planilhas, que resultaram em gráficos com os devidos percentuais. A análise dos resultados teve como base os conceitos e padrões definidos nas pesquisas da GEM (2018) e da PNADC (2018), além dos autores que realizaram pesquisas relacionadas ao empreendedorismo feminino e seus aspectos. Com base nas respostas, pode se extrair tendências, aspectos e dificuldades impostas as Donas de Negócio.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

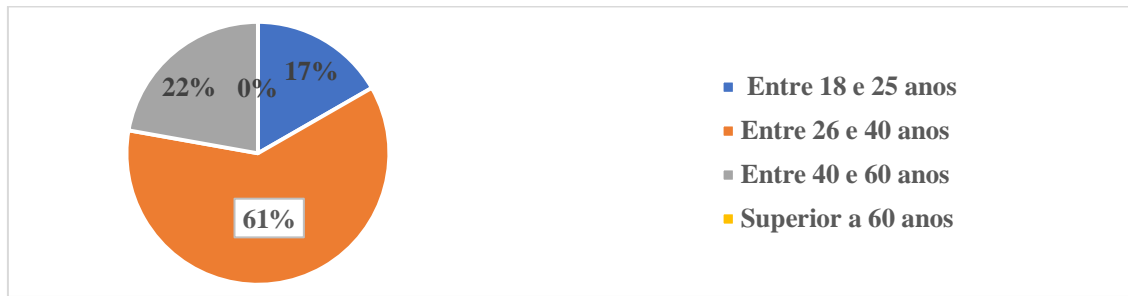
Esse trabalho tem como objetivo principal analisar os principais aspectos a serem considerados na atuação das mulheres empreendedoras em negócios não convencionais na cidade de Picos/PI. Essa pesquisa obteve o alcance de dezoito entrevistadas, possuindo negócios em quatorze atividades diferentes, conforme a tabela 1.

ATIVIDADE PRINCIPAL	%	ATIVIDADE PRINCIPAL	%
Comerciante de peças e acessórios novos para motocicletas e motonetas independente	17%	Serviço de organização de feiras, congressos, exposição e festas	6%
Comerciante independente de equipamentos de telefonia e comunicação	11%	Serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos automotores	6%
Edição de jornais diários	6%	Comércio varejista de livros	6%
Edição de jornais não diários	6%	Comércio varejista de bebidas	6%
Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo	6%	Fabricação de produtos de pastas celulósicas, papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado não especificados anteriormente	6%
Impressão de material para outros usos	6%	Recuperação de materiais plásticos	6%
Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial	6%	Serviços de pintura de edifícios em geral	6%
TOTAL:	100%		

Tabela 1, elaboração própria.

No Brasil, a edição de 2018 do GEM, mostra que o País detém a 7^o maior proporção de mulheres entre as empreendedoras iniciais. São 24 milhões de Empreendedoras que tem um negócio (formal ou informal) ou realizaram alguma ação, nos últimos 12 meses, visando ter o próprio negócio. Todavia, a convenção de Empreendedoras em Donas de Negócio é 40% mais baixa. Há uma desistência maior no caso das mulheres. Nesse estudo, encontrou-se os seguintes resultados:

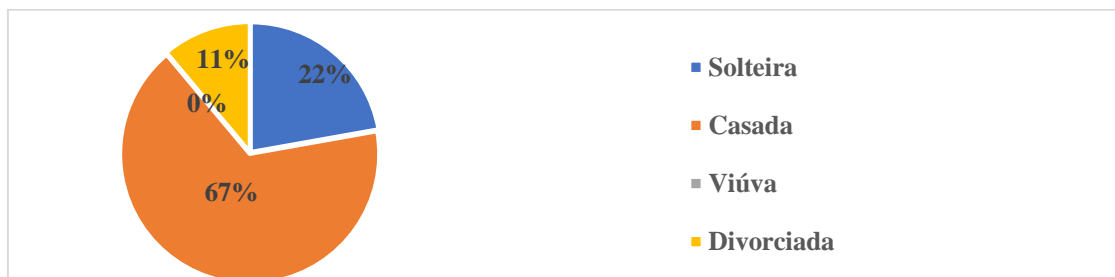
Gráfico 1 – Faixa etária da empreendedora



Fonte: Elaboração própria, 2020

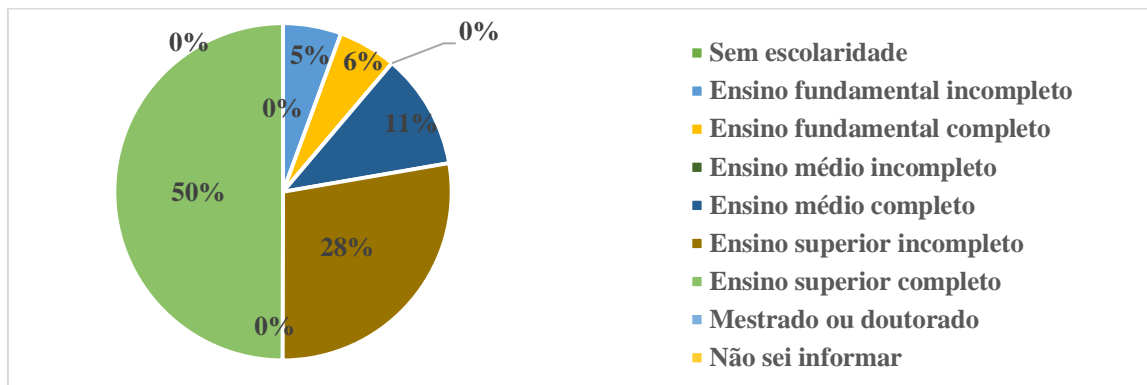
Os elementos apresentados demonstram que as empreendedoras Picoense que aventuram-se em negócios masculinizados, não são muito jovens nem tão experientes e estão inseridas na faixa etária mais ativa economicamente. Os dados da tabela 1, corrobora com os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNADC (2018), mostrando que 51% das Empreendedoras estão na faixa entre 35 e 55 anos. A idade média (em anos) das Donas de Negócio no 2º trimestre de 2018 é 43,8 anos.

Gráfico 2 – Estado civil das empreendedoras



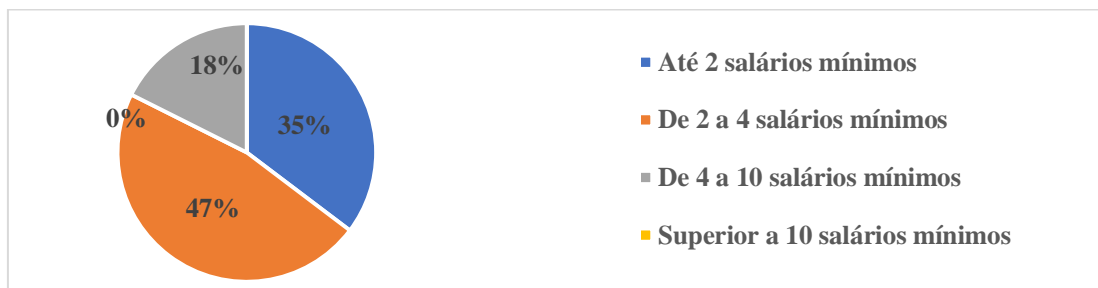
Fonte: Elaboração própria, 2020

O estado civil das empreendedoras é hegemonicamente composto por mulheres casadas. Em conformidade com o GEM (2018), a taxa de empreendedorismo total (TTE) dentre as mulheres é de predomínio das casadas 45%. A pesquisa realizada com as empreendedoras Picoense está condizente com os dados do GEM, porém possuindo dados ainda mais acentuados das casadas em relação a outro estado civil. O que demonstra, que mesmo em ramos de negócio com pouca ou nenhuma tradição feminina, as mulheres que empreendem são em sua maioria casadas.

Gráfico 3 – Escolaridade das empreendedoras

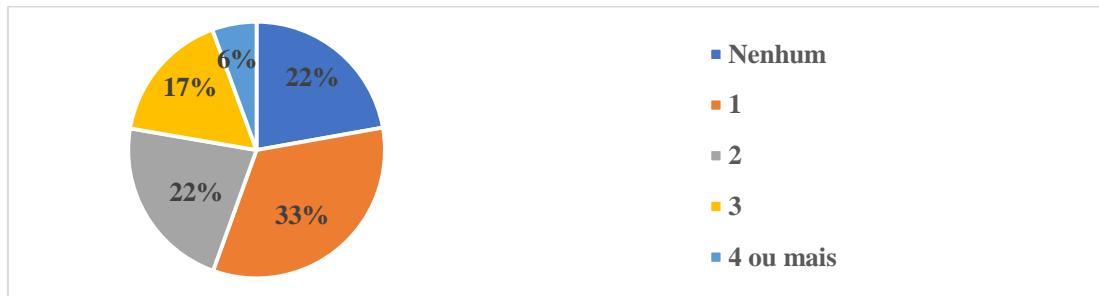
Fonte: Elaboração própria, 2020

A pesquisa elaborada com as Donas de Negócio Picoense apresenta um alto grau de escolarização, demonstrando um preparo intelectual para enfrentar as dificuldades na atuação em ramos de mercado não-convencionais a elas. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNADC (2018), as mulheres donas de negócios tem em média 16% maior escolaridade que os homens donos de negócios.

Gráfico 4 – Rendimento familiar mensal

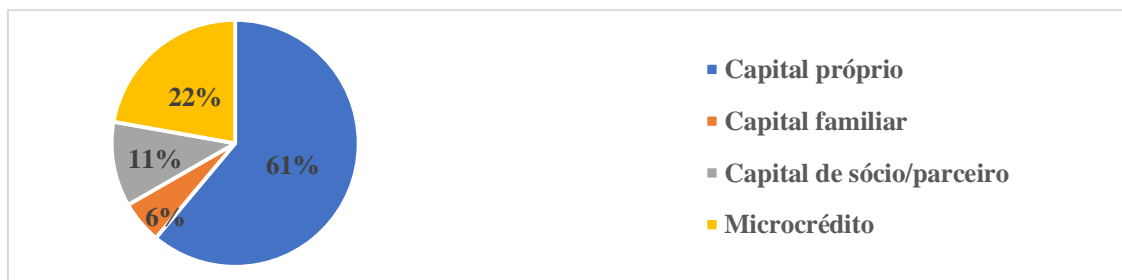
Fonte: Elaboração própria, 2020

Notar-se que nos critérios de renda familiar as empreendedoras Picoense integram as classes C, D, E (IBGE, 2018). Fato que corrobora com a forte recensão econômica dos últimos anos e a fraca recuperação do emprego. O que poderia evidenciar o empreendedorismo por necessidade. Embora o gráfico 13, sobre as motivações para empreender, apenas 1/3 declararão empreender por necessidade. O caso é que 76% das mulheres que iniciam um negócio têm renda de até 3 salários mínimos (GEM Brasil 2018).

Gráfico 5 – Quantidade de filhos

Fonte: Elaboração própria, 2020

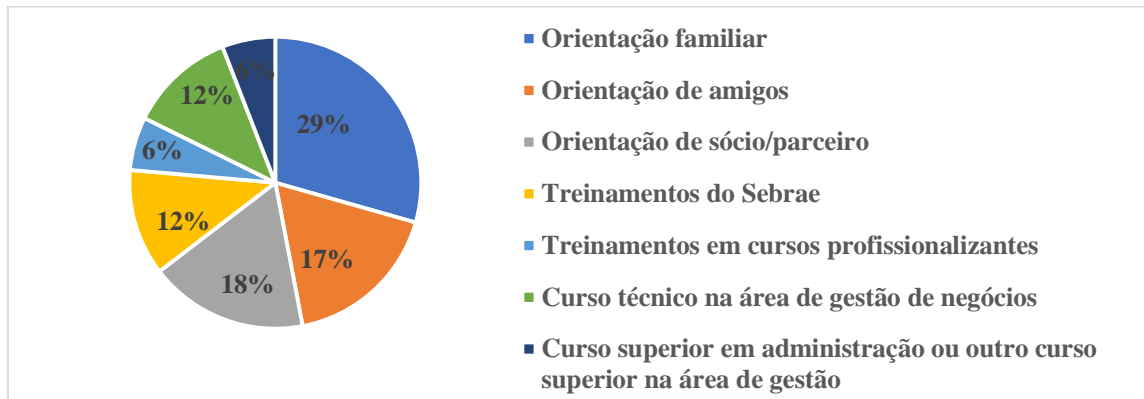
Pesquisas relacionadas a mulheres empreendedoras demonstram que, em sua maioria, elas possuem filhos. Inclusive, aquelas que aventuram-se em ramos não convencionais, estão enquadradas nesse aspecto. Ao relacionar os dados do gráfico 5 com o gráfico 2, é notório ressaltar que as Donas de negócio possui família constituída, fato esse que pode ocasionar em conflitos trabalho-família (Tonelli & Fleury, 2011). Um forte envolvimento em atividades produtivas fora do lar, bem como a dedicação e a participação ativa na administração da casa e nos cuidados com a família, faz parte da vida das mulheres contemporâneas (Jablonski, 1996; Rocha-Coutinho, 2003).

Gráfico 6 – Origem do capital de abertura do negócio

Fonte: Elaboração própria, 2020

Os dados apresentados no gráfico acima, demonstra que as Empreendedoras Picoense privilegiam o uso de recursos próprios como capital inicial. Uma característica notável em muitas Donas de Negócios que optam pelo uso de recursos provenientes de economias pessoais, assim como empréstimo de familiares e amigos (Machado et al. 2003). Diante da falta de credibilidade dos bancos para financiamento (MACHADO, 2009), o Microcrédito foi a 2º modalidade mais escolhida pois possui mais facilidades em ser adquirido, além de juros mais baixos que os empréstimos convencionais.

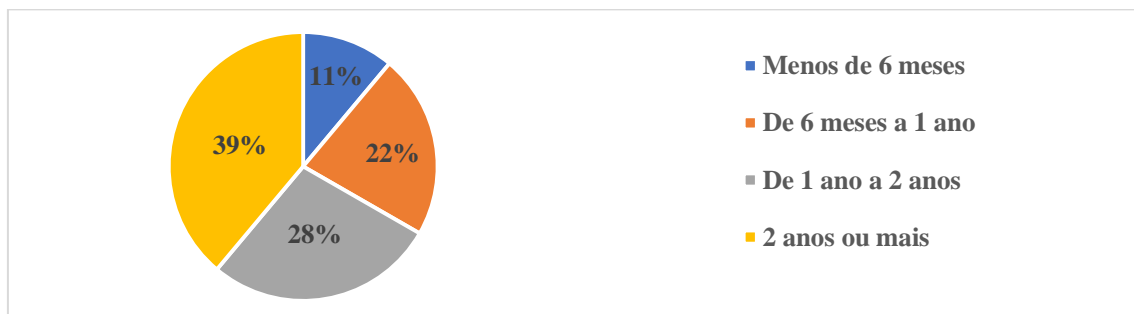
Gráfico 7 – Orientação pessoal e profissional para abertura do negócio



Fonte: Elaboração própria, 2020

A abertura e o gerenciamento de um novo negócio exigem um conjunto de habilidades e conhecimentos. Principalmente, relacionado ao ramo de mercado que o negócio vai integrar. A pesquisa demonstra que, a orientação para abrir um negócio nasce de pessoas próximas a empreendedora. A influência da família na decisão de empreender é um dos fatores mais citados (Buttner & Moore, 1997), com algumas buscando um maior aprofundamento teórico em cursos de diversos níveis profissionalizantes.

Gráfico 8 – Tempo de negócio

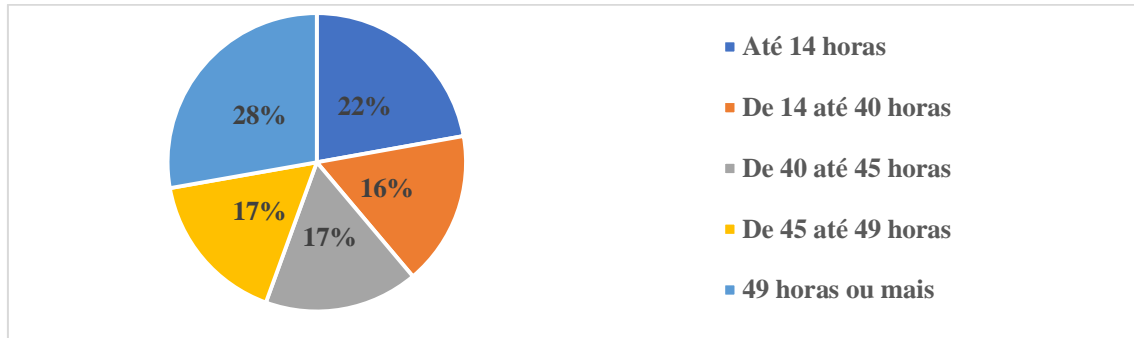


Fonte: Elaboração própria, 2020

Muitas pequenas empresas são abertas anualmente. No entanto, grande parte não sobrevive aos dois primeiros anos de vida, isto é, possuem uma alta taxa de mortalidade (SOUSA, PEREIRA, 2009). Ao realizar a pergunta sobre a duração do negócio atual, buscou-se um confronto entre a resposta obtida com as datas de formalização junto ao Sebrae. Com isso, pode se concluir, que alguns participantes possui o negócio a mais tempo que a formalização. Fato que colabora com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – PNADC (2018), que demonstra mais de 2/3 trabalha sem CNPJ. O que levanta a

hipótese da existência de muitas empreendedoras informais, atuando em muitas atividades econômicas e sem os respaldos garantidos pela lei.

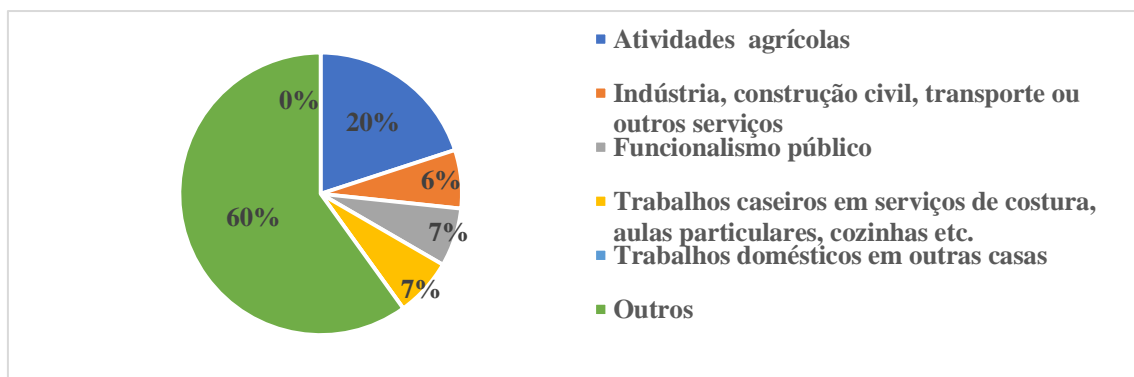
Gráfico 9 – Horas dedicadas ao negócio por semana



Fonte: Elaboração própria, 2020

Com relação ao número de horas semanais dedicadas ao negócio, as Empreendedoras Picoense demonstraram um nível de comprometimento alto, com média de 39,4 horas trabalhadas por semana. Cifra superior a PNADC (2018), que registrou 30,8 horas na média nacional no 2º trimestre de 2018. O dado apresentado chama atenção ao ser comparado com os gráficos 2 e 5, por demonstrar um forte empenho com o negócio mesmo entre as casadas e com filhos.

Gráfico 10 – Outra atividade profissional além do negócio atual

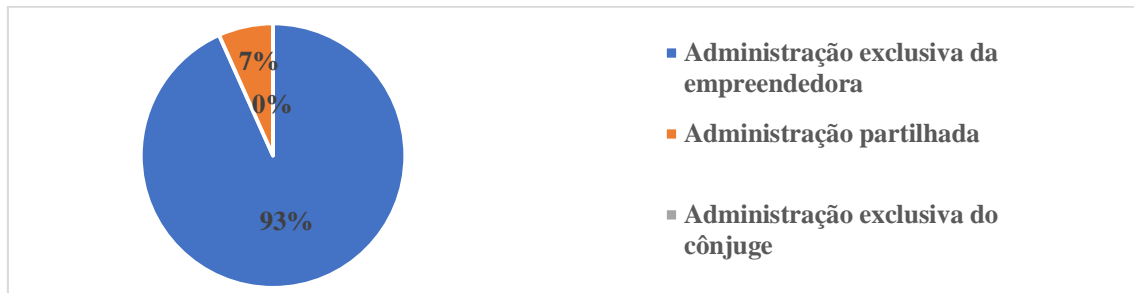


Fonte: Elaboração própria, 2020

Foi questionado se as Donas de Negócios possuíam uma 2ª ocupação profissional, a maioria respondeu sim. Fica evidente o percentual elevado para “outras” atividades. Uma explicação possível foi confrontar os elementos do gráfico acima com o gráfico 12, levantado a possibilidade de associação, por parte das empreendedoras, dos afazeres domésticos como

também atividades do seu plano laboral, pois a maioria demonstrou possuir uma jornada dupla casa/trabalho (Strobino & Teixeira, 2014).

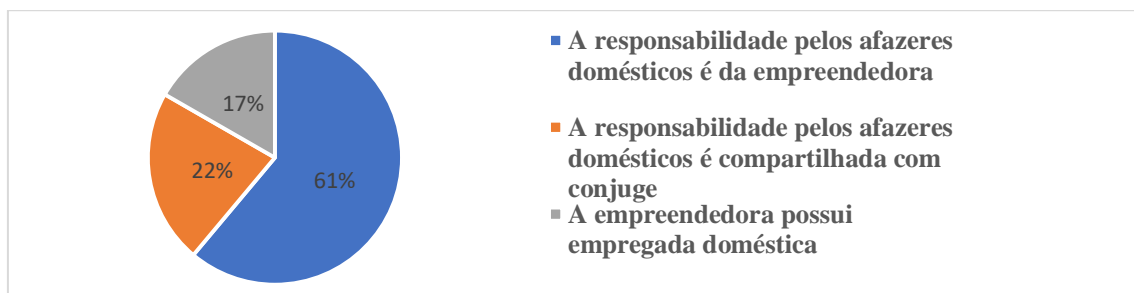
Gráfico 11 – Administração do negócio com cônjuge



Fonte: Elaboração própria, 2020

Ao questionar sobre a participação do companheiro no negócio, as Empreendedoras foram objetivas em suas respostas, deixando claro que a administração é de exclusividade delas. Fato que demonstra que mesmo atuando em setores e ramos não convencionais, as Donas de Negócio têm o total controle sobre a empresa (Hisrich & Peters, 2004).

Gráfico 12 – Responsabilidade dos afazeres domésticos



Fonte: Elaboração própria, 2020

As Empreendedoras Picoense relataram, em sua maioria, que são responsáveis pelos trabalhos domésticos. Fato, que sugere um acúmulo de tarefas, caracterizando uma jornada dupla casa/trabalho (Strobino & Teixeira, 2014). Ao comparar os dados do gráfico acima com o gráfico 9, observa-se a influência do trabalho doméstico no número de horas dedicadas ao negócio. Todavia, a necessidade de conjugar seus diversos papéis somada a dificuldade de ascensão na carreira vem motivando o desenvolvimento efetivo do empreendedorismo (Gomes, 2011).

Gráfico 13 – Fator motivacional para empreender

Elaboração própria, 2020

O fator motivacional é um aspecto importante para entender as razões que conduziram mulheres a negócios em áreas ou setores pouco comuns a elas. O gráfico acima, mostra a oportunidade de mercado como principal fator motivacional para abrirem seus negócios. A procura por conhecimento, experiências, inovações e habilidades, instigam a empreendedora a buscar e compreender o mercado. Essa visão sobre negócios gera novas oportunidades para empreender (Carland & Boulton, 1984). A necessidade foi o 2º fator mais motivacional para as Empreendedoras Picoense, tendo em vista, o desemprego, as dificuldades em sobreviver, além da falta de ascensão profissional em outras empresas (MACHADO et al., 2003, p.4)

Gráfico 14 – Níveis de satisfação com o negócio

Fonte: Elaboração própria, 2020

Uma das variantes mais importantes para saber se o negócio vai bem ou não é o nível de satisfação. E as Empreendedoras Picoense demonstraram um bom nível de satisfação com seus negócios. Há, nas mulheres empreendedoras, um sentimento de orgulho e de vitória tanto pelo seu reconhecimento pessoal quanto pelo sucesso alcançado no desempenho de seus papéis. A alegria vem ao conquistar tanto a satisfação dos clientes quanto o reconhecimento do mercado de trabalho (JONATHAN, 2005).

Gráfico 15 – Perspectivas para o futuro



Fonte: Elaboração própria, 2020

A perspectivas para o futuro é algo a ser observado nas Donas de Negócios. Principalmente, no que tange, as ambições empresariais pretendidas. A pesquisa demonstrou que as Empreendedoras Picoenses têm a ambição de desenvolver seus negócios, evoluindo para Micro Empresas e Empresas de Pequeno Porte. Além do desejo de expansão na internet. Todavia, quase 1/3 desejam manter seus negócios no parâmetro atual, baseando-se nas dificuldades e nas suscetíveis crises econômicas. A melhor forma de competir é dominar oportunidades e ter uma visão voltada para o futuro, baseando, principalmente, na inovação e no pioneirismo (Hamel & Prahalad, 1995).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, buscou averiguar as razões que conduziram mulheres a se tornarem Donas do próprio negócio, analisando sua atuação em ramos de negócio menos convencionais. A amostra estudada demonstrou que, mesmo diante do preconceito de gênero e das várias barreiras impostas, elas estão se sobressaindo e alcançando o sucesso com suas empresas.

Ao tratar-se do fenômeno do empreendedorismo, as mulheres ainda são associadas a coadjuvantes, mesmo possuindo um número de empreendimentos equivalentes aos homens. Os dados MEIs da região de Picos dos últimos três anos, por exemplo, demonstra que elas são responsáveis por 45% do total de novos empreendimentos, atuando em mais de 100 ramos diferentes. O que destaca uma diversificação de mercado e uma intensa participação na gestão de novos negócios.

Ao examinar os aspectos das empreendedoras e o seu interesse por negócios em setores com estereótipo masculino, foi possível traçar um perfil geral contendo as principais características das participantes. Entre as particularidades destaca-se: são mulheres no auge da

idade economicamente ativa, possuindo família, com alta escolaridade e integradas nas classes média e média baixa. O recurso para abrir o negócio é próprio e a orientação para a abertura partiu de pessoas próximas e de alguns treinamentos profissional. As responsabilidades por gerir o negócio são de exclusividade delas e a maioria planejam expandir suas atividades, ampliando sua participação no mercado.

A principal dificuldade dessa pesquisa foi em relação a coleta de dados. Devido ao Decreto Legislativo nº 6 de 20/03/2020 que reconheceu o estado de Calamidade Pública ocasionado pela Pandemia de Covid-19, os dados precisaram serem coletados a distância, por meio de ligações telefônica e links do questionário enviados via e-mail ou WhatsApp. Mesmo assim, não houve prejuízos quanto a obtenção das informações e demais etapas do estudo. A pesquisa alcançou com êxito seus objetivos.

Por fim, novas pesquisas poderão sugerir outros estudos acerca do protagonismo da mulher na concepção e gestão de negócios. Temas sobre liderança feminino, gestão de conflitos, quebra de paradigmas em relação a cargos de gestão ou novas profissões relacionadas ao marketing digital apresentarão uma nova abordagem sobre o empreendedorismo feminino.

REFERÊNCIAS:

BEDÊ, Marco Aurélio; LAGO, Costa Kennyston. **Empreendedorismo feminino no Brasil**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf>. Acesso em: 20 de setembro de 2019.

GIMENEZ, Fernando Antônio Prado. **Empreendedorismo: bibliografia de artigos publicados em periódicos brasileiros**. Curitiba: Ed. Do autor, 2017. 317 p.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTOS, Carolina Maria Mota; NETO, Antônio Carvalho; CAEIRO, Mariana; VERSIANI, Fernanda; MARTINS, Mariana Geisel. **As mulheres estão quebrando as três paredes de vidro? Um estudo com empreendedoras mineiras**. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/P.1984-6606.2016v16n45p126>>. Acesso em 25 de setembro de 2019.

BULGACOV, Yara Lucia Mazziotti; CAMARGO, Denise; CUNHA, Sieglind Kind; MEZA, Maria Lucia; SOUZA, Regina Márcia Brolesi; TOLFO, Suzana da Rosa. **Atividade empreendedora da mulher brasileira: Trabalho precário ou trabalho decente**. Disponível

em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/psicologiaargumento/article/view/20309/19583>>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

GOMES, Vanessa Silva. **Empreendedorismo feminino: uma revisão sistemática da literatura**. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/12181>>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

GIMENEZ, Fernando Antônio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. **Empreendedorismo feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa**. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/download/pdf>>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

SOUSA, Antônia Márcia Rodrigues; LIMA, Alexandre Oliveira; BARROS, Cristiane Sabóia; BEZERRA, Elaine Pontes. **Empreendedorismo feminino: análise dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios**. Disponível em: <<https://www.egepe.org.br/2016/artigos-egepe/429.pdf>>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

MARTINS, Cibele Barsalini; CRNKOVIC, Luciana Helena; PIZZINATTO, Nadia Kassouf; MACCARI, Emerson Antônio. **Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas**. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/9ba5/2b1fdf8af9418e5b243805009227a8a5b15e.pdf>>. Acesso em: 25 de setembro de 2019.

NADAL, Juliana Moletta; MELLO, Jeane Ribeiro. **Mulheres empreendedoras em redes, o caso da câmara da mulher empreendedora e gestora de negócios de ponta grossa**. Disponível em: <https://uniseal.edu.br/wp-content/uploads/2019/05/administra%20a7%20a3o_2.pdf>. Acesso em: 26 de setembro de 2019.

GOMES, Almira Ferraz. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista – BA**. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/23784/o-perfil-empreendedor-de-mulheres-que-conduzem--->>. Acesso em: 27 de setembro de 2019.

MACHADO, Hilka Vier; ST-CYR, Louise; MIONE, Anne; ALVES, Marcia Cristina Moita. **O processo de criação de empresas por mulheres**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1676-56482003000200007&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 27 de setembro de 2019.

STROBINO, Marcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor da construção civil da cidade de Curitiba**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-21072014000100006&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 20 de dezembro de 2019.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. **Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbtur/v10n1/1982-6125-rbtur-10-1-44.pdf>>. Acesso em: 22 de dezembro de 2019.

GEBRAN, Mauro Elias; NASSIF, Vânia Maria Jorge. **Empreendedorismo Feminino: Em Um Mundo Masculinizado, Como as Mulheres Conquistam seu Espaço**. Disponível em:

<<http://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhosPDF/75.pdf>>. Acesso em: 22 de dezembro de 2019.

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. **Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida.** Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/2735/273532832015.pdf>>. Acesso em: 3 de janeiro de 2020.

CARREIRA, Suely da Silva; FRANZONI, Ana Benciveni; ESPER, Aulina Judith Folle; PACHECO, Daniela Chagas; GRAMKOW, Fabiana Bohm; CARREIRA, Manoel Francisco. **Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico.** Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/3504/350450617002.pdf>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2020.

GIMENES, Antônia Maria; SILVA, Jaqueline de Brito; SOUZA, Emily Cardozo; NUNES, Leticia Cristina. **Mulheres empreendedoras: conquistando espaço no setor empreendedor.** Disponível em: <https://www.inesul.edu.br/revista/arquivos/arq-idvol_52_1512679450.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2020.

WERLANG, Nathalia Berger; KORBES, Ana Claudia; TONIAL, Graciele; CASSOL, Alessandra. **Competências empreendedoras: investigação e mapeamento do perfil feminino.** Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/326999164_COMPETENCIAS_EMPREENDEDORAS_INVESTIGACAO_E_MAPEAMENTO_DO_PERFIL_FEMININO/link/5bb288d345851574f7f42b8c/download>. Acesso em: 12 de maio de 2020.

SALOMÃO, Cíntia Simone. **Mulheres empreendedoras em pequenas empresas: análise dos estilos de aprendizagem e dos estilos de liderança.** Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18157/tde-08022012-110840/publico/CintiaSimoneSalomao.pdf>>. Acesso em: 30 de junho de 2020.

FERREIRA, Cibelle Soares Saraiva. **Empreendedorismo feminino: um estudo sobre o crescimento e os modelos de gestão em negócios liderados por mulheres.** Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/1434?locale=pt_BR>. Acesso em: 2 de julho de 2020.

SANTOS, Lauriene Teixeira; CAMPOS, Patrícia Carvalho; DORNELAS, Myriam Angélica. **Empreendedorismo feminino: perfil e caracterização dos empreendimentos.** Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/regis/article/view/21169>>. Acesso em: 10 de junho de 2020.

VIEIRA, Francisca Inalina Pedroza; OLIVEIRA, Mayara Muniz; SOUSA, Francisca Rozângela Lopes. **Empreendedorismo feminino no ramo de estética: um estudo realizado na cidade de Nazarezinho-PB.** Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/empreendedorismo_feminino_no_ramo_de_estetica_um_estudo_realizado_na_cidade_de_nazarezinho_pb.pdf>. Acesso em: 24 de junho.

APÊNDICE – Questionário aplicado na coleta de dados junto às empreendedoras

1. Faixa etária:
 - entre 18 e 25 anos
 - entre 26 e 40 anos
 - entre 40 e 60 anos
 - superior a 60 anos

2. Estado civil?
 - Solteira
 - Casada
 - Viúva
 - Separação legal (judicial ou divórcio)
 - Outro

3. Escolaridade:
 - Sem Escolaridade
 - Ensino Fundamental Incompleto
 - Ensino Fundamental Completo
 - Ensino Médio Incompleto
 - Ensino Médio Completo
 - Ensino Superior Incompleto
 - Ensino Superior Completo
 - Mestrado ou Doutorado
 - Não Sei Informar

4. Rendimento familiar mensal?
 - Até 2 Salários Mínimos
 - De 2 a 4 Salários Mínimos
 - De 4 a 10 Salários Mínimos
 - De 10 a 20 Salários Mínimos
 - Acima de 20 Salários Mínimos

5. Caso possua filhos, quanto são?
 - Não possuo filhos
 - Um
 - Dois
 - Três
 - Quatro

6. Tempo no negócio atual
 - Menos de 6 meses
 - De 6 meses a 1 ano
 - De 1 ano a 2 anos
 - 2 anos ou mais

7. Possuí sócios?
- Nenhum
 - Um sócio
 - Dois sócios
 - Três ou mais sócios
8. Horas dedicadas ao negócio na semana?
- Até 14 horas
 - De 14 até 40 horas
 - De 40 até 45 horas
 - De 45 até 49 horas
 - De 49 horas ou mais
9. Qual a origem do capital para a abertura do negócio?
- Capital próprio
 - Capital familiar
 - Capital de sócio/parceria
 - Microcrédito
 - Capital de terceiros (Bancos, entre outros)
10. Qual a orientação profissional obteve para abertura do negócio?
- Orientação familiar
 - Orientação de amigos e pessoas próximas
 - Orientação de sócio parceiro
 - Treinamentos dos Sebrae
 - Treinamentos de cursos profissionalizantes
 - Curso técnico na área de gestão de negócios
 - Curso superior em administração ou outro curso superior relacionado a área
11. Além do seu negócio, tem outras atividades profissionais que exerce (marque mais de uma opção).
- Na agricultura, no campo, na fazenda ou na pesca.
 - Na indústria, construção civil, comércio, banco, transporte ou outros serviços.
 - Como funcionária do governo federal, estadual ou municipal.
 - Trabalha em sua casa em serviços (costura, aulas particulares, cozinha, artesanato etc).
 - Como trabalhadora doméstica em casa de outras pessoas (cozinheira, arrumadeira, governanta, babá, lavadeira, faxineira, acompanhante de idosos/as etc.).
 - Outros
12. Se assinalou casada, de que forma funciona a administração do negócio com o conjugue?
- A administração do negócio é de exclusividade minha.
 - A administração do negócio é dividida entre eu e meu esposo.
 - A administração do negócio é exclusiva do meu esposo.

13. Como funciona a jornada de trabalho com os afazeres domésticos de casa?
- Sou responsável pelos afazeres domésticos
 - Divido as responsabilidades dos afazeres domésticos com o conjugue
 - As responsabilidades dos afazeres domésticos delego aos meus filhos(as)
 - Possuo empregada domesticas que realiza os afazeres domésticos
14. Principal motivação para abertura do negócio
- Necessidade
 - Oportunidade de mercado
 - Reconhecimento profissional
 - Reconhecimento pessoal
 - Liberdade financeira
15. De forma geral, quão satisfeito está com o seu negócio atual?
- Extremamente satisfeito
 - Moderadamente satisfeito
 - Pouco satisfeito
 - Nem satisfeito, nem insatisfeito
 - Pouco insatisfeito
 - Moderadamente insatisfeito
 - Extremamente insatisfeito
16. Quais são suas perspectivas para o futuro do negócio?
- Sair da categoria microempreendedor para empresa de pequeno porte e evoluir gradativamente
 - Manter o negócio nos parâmetros atuais
 - Abrir filiais em outras cidades
 - Expandir meu negócio na internet

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Campus Senador Helvídio Nunes de Barros
Biblioteca Setorial José Albano de Macêdo
Serviço de Processamento Técnico

S725e Sousa, Laécio Francisco de
O empreendedorismo feminino em negócios não convencionais /
Laécio Francisco de Sousa – 2021.

Texto digitado
Indexado no catálogo *online* da biblioteca José Albano de Macêdo -
CSHNB
Aberto a pesquisadores, com as restrições da biblioteca

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal
do Piauí, Bacharelado em Administração, Picos-PI, 2021.

“ Orientador: Prof. Ivan Lima Bandeira”

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres empreendedoras. 3. Negócios
não convencionais. 4. Sucesso empresarial. I. Bandeira, Ivan Lima. II.
Título.

CDD 658.022