

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO –
UEMASUL
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS TECNOLÓGICAS E LETRAS -
CCTHLS
CAMPUS AÇAILÂNDIA
CURSO BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO

ISLENE CONCEIÇÃO DA SILVA

**PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO SETOR DE COMÉRCIO E
SERVIÇO NO MUNICÍPIO DE AÇAILÂNDIA-MA**

Açailândia
2023

ISLENE CONCEIÇÃO DA SILVA

**PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO SETOR DE COMÉRCIO E
SERVIÇO NO MUNICÍPIO DE AÇAILÂNDIA-MA**

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, como pré-requisito para a obtenção do grau de bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof. Esp. Mara Kelcilene Sousa Marani

Açailândia
2023

S586p

Silva, Islene Conceição da

Perfil das mulheres empreendedoras no setor de comércio e serviço no município de Açailândia-MA / Islene Conceição da Silva. – Açailândia: UEMASUL, 2023.
69 f. : il.

Monografia (Curso de Bacharel em Administração) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Açailândia, MA, 2023.

Orientadora: Profa. Esp. Mara Kelcilene Sousa Marani

1. Empreendedorismo feminino. 2. Mercado de trabalho. 3. Mulheres. 4. Açailândia. 5. Perfil. I. Título.

CDU 658:005.342-055.2(812.1)

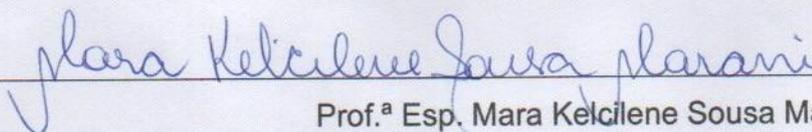
ISLENE CONCEIÇÃO DA SILVA

**PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO SETOR DE COMÉRCIO E
SERVIÇO NO MUNICÍPIO DE AÇAILÂNDIA-MA**

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão - UEMASUL, como pré-requisito para a obtenção do grau de bacharel em Administração.

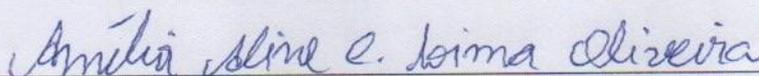
Aprovada em 26 / 06 / 23

BANCA EXAMINADORA



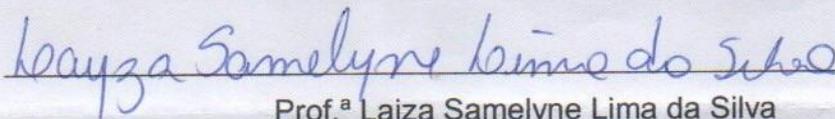
Prof.^a Esp. Mara Kelcilene Sousa Marani

Especialista em Didática de Ensino Superior/ Processo Civil Aplicado
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão - UEMASUL



Prof.^a Amélia Aline C. Lima Oliveira
Especialista em Gestão.Pública

Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL



Prof.^a Laiza Samelyne Lima da Silva

Especialista em Planejamento Empresarial e Finanças
Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão - UEMASUL

Dedico esse trabalho à minha família que iluminaram o caminho da minha vida, sempre ao meu lado sonhando comigo todos os meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida e por ter me proporcionado atingir mais esta etapa em minha vida.

Aos meus colegas de turma por todas as alegrias compartilhadas ao longo dessa jornada, aos meus pais e esposo por estarem sempre ao meu lado mesmo nas dificuldades da jornada acadêmica.

Agradeço aos professores e funcionários da UEMASUL, que participaram direta ou indiretamente deste trabalho, externados especialmente à minha orientadora Prof.^a Mara Kelcilene Sousa Marani, por sua paciência, por seu carinho, atenção e delicadeza, dedicados a mim e aos meus colegas durante todo o curso.

“Talvez não tenhamos conseguido fazer o melhor, mas lutamos para que o melhor fosse feito. Não somos o que deveríamos ser. Não somos o que iremos ser. Mas, graças a Deus, Não somos o que éramos”.

Martin Luther King

RESUMO

O atual trabalho teve como objetivo geral identificar o perfil das mulheres empreendedoras no setor de comércio e serviço no município de Açailândia-MA, e como objetivos específicos: definir o perfil social e profissional das mulheres empreendedoras de Açailândia, a fim de tornar mais claro o reconhecimento de tais público-alvo; identificar as características que possuem para desenvolver suas habilidades criativas com maior eficiência; definir as maiores dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras no mercado de trabalho; entender os motivos específicos que as levaram à dedicação ao setor empreendedor e desenvolver um plano de ação com ênfase na desenvoltura da mulher como empreendedora. Para tal, foram realizadas pesquisas de campo no setor de comércio e serviço, onde foi possível perceber quais práticas são desenvolvidas pelas mulheres empreendedoras pesquisadas para promover uma compreensão ampla da sua participação no mercado de trabalho. Através de embasamento teórico de diversos especialistas no assunto, foram destacados os principais pontos teóricos acerca da evolução e importância do empreendedorismo feminino, não somente neste município, mas também a realidade do país como um todo. Foi feito um breve relato de como está a situação atual do mercado de trabalho, como também, a forma como os órgãos responsáveis estão empenhados em melhorar a realidade das mulheres no Brasil. Através da leitura, levantamento de dados sobre o tema, questionários semiestruturados e tabulação dos dados foi possível fazer um dimensionamento geral acerca da temática. O método de pesquisa exploratório descritiva com aplicação de questionário foi fundamental para melhor ilustrar a realidade e opiniões dos maiores interessados no assunto, quais sejam, as mulheres. Como base referencial, a pesquisa sondou a opinião de 20 mulheres empreendedoras no município, seu papel social e familiar também é destacado, o principal desafio encontrado foram os estímulos para modificação de ideologias sociais ultrapassadas, através da reeducação e conscientização para as mulheres serem empreendedoras, além de salientar que nem o elo familiar no início não incentivava e também ressaltando que nem todas as mulheres entrevistadas tem nível de educação profissional de empreender, poucas tinham formação acadêmica.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho. Mulheres. Açailândia. Perfil.

ABSTRACT

The current work had as its general objective to identify the profile of women entrepreneurs in the trade and service sector in the municipality of Açailândia-MA, and as specific objectives: to define the social and professional profile of women entrepreneurs in Açailândia, in order to make clearer the recognition of such target audience; identify the characteristics they have to develop their creative skills more efficiently; define the greatest difficulties faced by women entrepreneurs in the labor market; understand the specific reasons that led them to dedicate themselves to the entrepreneurial sector and develop an action plan with an emphasis on the resourcefulness of women as entrepreneurs. To this end, field research was carried out in the commerce and service sector, where it was possible to perceive which practices are developed by the women entrepreneurs surveyed to promote a broad understanding of their participation in the labor market. Through the theoretical basis of several specialists in the subject, the main theoretical points about the evolution and importance of female entrepreneurship were highlighted, not only in this municipality, but also the reality of the country as a whole. A brief report was made on how the current situation of the labor market is, as well as the way in which the responsible bodies are committed to improving the reality of women in Brazil. Through reading, data collection on the subject, semi-structured questionnaires and data tabulation, it was possible to make a general dimensioning about the theme. The descriptive exploratory research method with the application of a questionnaire was essential to better illustrate the reality and opinions of those most interested in the subject, namely, women. As a reference base, the research probed the opinion of 20 women entrepreneurs in the municipality, their social and family role is also highlighted, the main challenge encountered was the stimuli for modifying outdated social ideologies, through re-education and awareness for women to be entrepreneurs, in addition to emphasizing that even the family bond at the beginning did not encourage and also emphasizing that not all women interviewed have a professional education level to undertake, few had academic training.

Keywords: Female entrepreneurship. Job market. Women. Açailândia. Profile.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Elementos que nortearam a mulher no Mercado de Trabalho	26
Quadro 2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) – Brasil e regiões – 2013	30

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Você faz parte de qual faixa etária abaixo?	40
Gráfico 2 - Qual seu estado civil?.....	41
Gráfico 3 - Qual seu nível de escolaridade?.....	42
Gráfico 4 - Você tem filhos?	43
Gráfico 5 - Há quanto tempo você abriu sua empresa?	44
Gráfico 6 - Quantos funcionários você tem na empresa?	45
Gráfico 7 - Qual ramo de atividade do seu negócio?	46
Gráfico 8 - Qual foi o principal motivo para se abrir o próprio negócio?	47
Gráfico 9 - O seu negócio é formalizado?	48
Gráfico 10 - Quantas horas por dia, em média, você trabalha?	49
Gráfico 11 - Quantos dias de férias tira por ano?	50
Gráfico 12 - Quem é o principal responsável pelo pagamento das contas da casa?	51
Gráfico 13 - Quem é o principal responsável pelas tarefas domésticas?	52
Gráfico 14 - Qual a sua satisfação com o trabalho atual?	53
Gráfico 15 - Você considera uma profissão de sucesso?	54
Gráfico 16 - A que atribui suas conquistas profissionais?	55
Gráfico 17 - Se tivesse a oportunidade de ter um emprego fixo, com carteira assinada, trabalhando 8 horas por dia e ganhando o mesmo tanto que você ganha hoje com seu negócio, você:	56
Gráfico 18 - Como você organiza seu tempo considerando tarefas familiares e profissionais	57
Gráfico 19 - Seu companheiro (a) apoia sua atividade profissional?	58

LISTA DE SIGLAS

ICMS - Imposto Sobre Circulação De Mercadorias E Serviços

PIB - Produto Interno Bruto

BR - Brasil

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

ACIA - Associação Comercial e Industrial de Açailândia

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CF- Constituição Federal

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 EMPREENDEDORISMO.....	16
2.1 Conceitos e visão histórica do empreendedorismo	18
2.2 O empreendedorismo no Brasil.....	20
2.3 Perfil e características do empreendedor	22
3 INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO	25
3.1 Análise histórica do trabalho feminino.....	25
3.2 Participação da Mulher no mercado de trabalho	26
3.3 Mercado contemporâneo e o papel da mulher	27
3.4 Gestão feminina nas empresas.....	28
4 EMPREENDEDORISMO FEMININO	30
4.1 Características das mulheres empreendedoras.....	32
4.2 Empreendedorismo feminino: Oportunidade x Necessidade.....	33
5 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS.....	36
5.1 Tipo de pesquisa.....	36
5.2 Características de Açailândia-MA	37
6 ANÁLISES DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES	40
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
REFERÊNCIAS.....	62
APÊNDICES	66
APÊNDICE I: Questionário aplicado às mulheres empreendedoras no comércio ativo da cidade de Açailândia-ma.	67

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, o empreendedorismo feminino é visto como um fator de mudança cultural e comportamental, onde as mulheres estão cada vez mais conquistando cargos de liderança no mercado. Tanta determinação, dedicação, energia e proatividades das mulheres se devem a séculos de batalhas, de lutas em busca de espaço, respeito e dignidade, vencendo a discriminação e realizando seus sonhos.

Diante do cenário atual, apresenta-se, então, o empreendedorismo como uma atividade que vem ganhando destaque na economia brasileira e, como consequência disso, atenta-se para a importância de tê-lo como objeto de estudo.

Sendo assim o referenciado trabalho teve como tema: Análise do perfil das mulheres empreendedoras no setor de comércio e serviço no município de Açailândia-MA, com enfoque nas principais atividades desenvolvidas e atuação das mesmas. Justificado pela relevância do tema e da necessidade de aprimorar a atuação do empreendedorismo feminino na sociedade.

A problemática que dá origem a este trabalho surge do questionamento: A ausência de uma identificação e uma política ampla do papel das mulheres enquanto empreendedoras, bem como o seu perfil no setor de comércio e serviço no município de Açailândia-MA, pode ser uma negativa para o sucesso de seus negócios?

Tendo como referência algumas mulheres empreendedoras da cidade, o objetivo geral da pesquisa é identificar o perfil das mulheres empreendedoras no setor de comércio e serviço no município de Açailândia, e como objetivos específicos: definir o perfil social e profissional destas mulheres, a fim de tornar mais claro seu reconhecimento enquanto público-alvo; identificar as características que possuem para desenvolver suas habilidades criativas com maior eficiência; definir as maiores dificuldades enfrentadas por elas no mercado de trabalho; entender os motivos específicos que as levaram a empreender.

O presente trabalho foi dividido em capítulos, onde, os dois primeiros referem-se à fundamentação teórica, ressaltando o percurso histórico com base estruturante em autores conceituados ao tema, o conceito de empreendedorismo e suas características. No terceiro capítulo foi tratado sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho, bem como sua participação neste, perpassando pelo mercado contemporâneo e a gestão feminina nas empresas.

O quarto capítulo se refere ao empreendedorismo feminino e suas características, descrevendo seus dilemas diários. No quinto capítulo abordou-se sobre a metodologia utilizada na monografia, bem como a caracterização do campo de pesquisa. No sexto capítulo foram abordados os resultados e discussões da pesquisa realizada e a representação dos questionários por meio dos gráficos.

Por fim, apresentamos as considerações finais desse trabalho, que, em todas as etapas, discorreram sobre a necessidade do empreendedorismo feminino para a sociedade e seu desenvolvimento como um todo, com ênfase em suas práticas no comércio da cidade de Açailândia-MA.

2 EMPREENDEDORISMO

Atualmente, com o avanço social e tecnológico surge a necessidade de desenvolver novas formas e métodos de trabalhar em diversos setores, sejam eles públicos ou privados e saber empreender é um fator preponderante na busca pelo sucesso profissional. Ressalte-se ainda, que o termo empreender está em ascensão no mundo dos negócios, reafirmando a busca por oportunidades em ter o seu próprio método de ganhar dinheiro e satisfazer aos anseios profissionais.

Em alguns casos, a verdadeira razão de uma pessoa talvez não seja conhecida. Autores de um estudo realizado em 2013 relataram que pesquisadores identificaram 38 razões diferentes para alguém se tornar o próprio patrão. (LONGENECKER et al, 2007, p.8).

O processo de globalização tem trazido à tona o crescimento expressivo de empresas empreendedoras no Brasil e no mundo. O mercado de trabalho se expandiu muito ao longo dos últimos trinta anos, a criatividade e a busca pelo empreendedorismo tem sido pertinente para essa área. Acompanhando este crescimento, a mulher conquistou seu espaço, garantiu a possibilidade de trabalhar e competir com o homem em qualquer profissão, onde por suas características e necessidades foram conduzidas ao empreendedorismo, segundo Wilkens (1989, p. 180), afirma que “as mulheres estão deixando empregos seguros em troca dos riscos dos empreendimentos independentes cinco vezes mais do que seus parceiros do sexo masculino”. Dessa forma vale ressaltar as qualidades do empreendedorismo feminino.

De acordo com Chiavenato (2007) o empreendedor é constituído de habilidade para os negócios com características financeira e capacidade de identificar oportunidades mediante na necessidade do público alvo. Com ferramentas que modificar ideias em realidades para benefícios próprio ou comunidade, diante da criatividade do empreendedor demonstra uma ideia simples em algo estruturado e concreto com sucesso no mercado.

Antes o termo empreendedorismo era destinado especificamente à criação de novas empresas, mas com o passar dos anos esse conceito foi sendo mudado, nos tempos modernos o mesmo foi se abrangendo e se associando tanto as relações sociais e políticas do mercado quanto às mudanças de comportamentos, pessoas com

visão sistêmica das situações econômicas, ambientais e sociais passaram a ser uma definição mais eficaz.

Dolabela (1999, p. 28-29) destaca que o empreendedorismo “é um neologismo, utilizado para designar estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação”. A palavra empreendedor é de emprego amplo, utilizada para designar, principalmente, as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção e organização, dentre outras.

A liberdade para desenvolver o trabalho, horários reajustados, tampouco é muito interessante chefiar seu próprio negócio, dentre outros, são fatores que determinaram a crescente demanda de empreendedores no mercado (CHIAVENATO, 2007, p.18). Define o empreendedor “não simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento”. Percebe-se que o empreendedor pode empreender dentro de uma empresa já fixa no mercado, utilizando-se de recursos e capacidades para gerar diferenciais de mercado e utilizar seu perfil empreendedor existente ou adquirido para tornar ambientes mais favoráveis para a empresa na qual está inserido.

Segundo Longenecker, et al. (2007) afirma que o empreendedores trabalha por horas sem tem intervalos , para poder tomar decisões diante do ambiente econômicos e fatores externo e interno que poder surgir , mais sempre com visão para o cliente pois ele que o chefe e trará o feedback .

É verificado que a atitude de empreender é considerada comportamental. O mundo dos negócios está cada vez mais competitivo e o mercado sofre constantes mudanças, tanto econômicas, sociais e tecnológicas, as empresas utilizam das atitudes empreendedoras para vencer barreiras, se precavendo das circunstâncias (CHIAVENATO, 2007).

Destaca-se aqui, que, nem todo empreendedor é empresário, e nem todo empresário é empreendedor, no entanto, o ideal é ser empresário empreendedor, o que certamente facilita a sobrevivência no mundo dos negócios.

O empreendedor tem a capacidade de enxergar objetivos com clareza, traçar planos para atingi-los em prazo pré-estabelecido e ter a habilidade de encontrar respostas nos locais mais improváveis. Ele sabe montar um projeto e ainda colocá-lo

em prática, mesmo que, para isso, ele corra riscos, o que exige tolerância às frustrações e motivação diante dos desafios.

2.1 Conceitos e visão histórica do empreendedorismo

Uma definição interessante sobre empreendedor é dada por Kent (1990) que faz uma comparação de um animal com empreendedor, que um animal quando é caçado tem várias armadilhas e tipos de engenhocas para poder capturá-lo. Assim como empreendedor que todos os dias tem armadilhas no mercado para poder estar com o seu empreendimento aberto, com criatividade e ferramentas para não sejam capturando ou esquecido no ambiente empresarial e não se tornam mais um animal capturando ou uma empresa falida.

Os empreendedores são capazes de gerar mudanças, assumir riscos, criar estratégias, explorar ideias e acima de tudo, perceber e aproveitar oportunidades. São seres que instigam sua curiosidade e percepção através do aproveitamento de oportunidades, vivenciam uma forma diferente de ver o mundo, procurando sempre um método diferente de fazer algo, buscando sempre o diferencial. Longenecker (1997) define empreendedor como um homem com uma enorme necessidade de realização, uma disposição para assumir riscos moderados e uma forte autoconfiança.

Existem várias características comportamentais que estão inseridas na personalidade das pessoas, como por exemplo, a busca de oportunidades, todos de alguma forma sempre buscam oportunidades com enfoque no melhoramento da qualidade de vida, como um bom emprego, bons salários, boas condições da vida social, dentre outros. Porém o que falta é a iniciativa para tornar tais vontades em realização, buscar meios para a concretização dispondo de perseverança e autoconfiança na capacidade de atuação. Para cada ato desejado existe um ou grupos de comportamentos que devem ser implementados juntos.

É importante destacar que um empreendedor não é apenas aquele que cria novos negócios, mas também o que busca empreender de forma eficiente dentro de empresas já constituídas no mercado.

Segundo, Chiavenato (2007) dotado de recursos, o impulso de talentos e dinâmicas de ideias, sendo uma pessoa que fareja as oportunidades e impulsionar a economia com novos negócios ou filias que geram grande crescimento econômico

tendo um olhar visionário para todas as tendências que podem ser tornadas um novo empreendimento.

A capacidade que o ser humano tem de transformar algo em melhor é através dos comportamentos que ele procura desenvolver. Não é muito raro escutar sobre um novo negócio que é interessante e inovador, isso ocorre porque a pessoa detém capacidades e põe em prática seus conhecimentos, procura ou gera oportunidades, tem iniciativas, são persistentes, independentes e autoconfiantes. Os fatores externos, ambientais ou sociais, aptidões pessoais, ou seja, o meio de vivência ajuda bastante no molde para um perfil particular que possa os tornar ótimos empreendedores, fixando negócios no mercado.

Um fator importante a destacar está inserido na linha de raciocínio de Dornelas (2003), onde destaca que o empreendedor possui características extras, além dos atributos do administrador, alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. Nem todas as pessoas detêm essas características fundamentais, porém o mercado começa a impor que o empreendedor seja incentivado a romper paradigmas, pois os riscos são cada vez maiores nos negócios e eles devem estar preparados para enfrentá-los.

Nesse sentido, Dolabela (1999) descreve sobre a questão comportamental de um empreendedor, que até atualmente não tem perfil psicológico estabelecido cientificamente, sendo que com as mudanças constantes na sociedade a visão de empreendedor começou com dois anos e diferente do que começaram há vinte anos, tirando que o ambiente de trabalho influencia, nível de educação, a religião, a cultura familiar.

É inquestionável que os empreendedores são e agem de formas diferentes, cada pessoa tem uma linha psicológica comportamental, formas de pensar, agir, trabalhar e buscar. Isto significa que as empresas terão métodos e processos administrativos divergentes onde poderão ser compartilhados, havendo assim, comparações para estudos e melhoramento de processos. As experiências também são um dos fatores que mais influenciam na moldagem dos comportamentos, pois significam situações vivenciadas, conhecimentos adquiridos e ferramentas para fazer diferente.

Um empreendedor tem uma série de comportamentos que os definem. Diversos autores, como os retromencionados, não conceituam empreendedor apenas

como proprietário de empresas ou aquele que quer criar uma empresa, mas sim à vontade de fazer algo novo, inovar, melhorar processos, criar formas de fazer diferente, dentre outros, ou seja, todos eles têm definições similares e põe o empreendedor com um perfil particular.

Para Dogen (1989), empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias, característica de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de encontrar. Algumas pessoas já nascem com a personalidade comportamental que pode ser associada ao do empreendedor, precisando apenas moldá-la com o tempo ou realizar ações para desenvolver novas, este último pode ser através de cursos, palestras, seminários, ou vivenciando situações. Por exemplo, o SEBRAE, que é um serviço destinado especificamente às micros e pequenas empresas, onde tem o intuito especificamente de desenvolver o empreendedorismo através de ações destinadas a qualquer pessoa, como capacitações, projetos e orientações.

Existem características que o empreendedor precisa obter para que suas ações possam ter sucesso. Muitos comportamentos são interligados um ao outro havendo uma conexão interativa entre eles. As características segundo Dolabela (1999, p. 21), envolvendo, autoconfiança, poder de decisão, capacidade analítica, agressividade para atingir objetivos e orientação para as pessoas, são atributos que devem estar em perfeita harmonia em todos os tipos de empreendedores; caso contrário, o empreendedor não terá sucesso.

2.2 O empreendedorismo no Brasil

O Brasil é um país com grande quantidade de empreendedores de sucesso, onde se movimenta uma boa parte de sua renda. Sem a tecnologia e a inovação não haveria empreendedores, sem investimentos no capital empreendedor não haveria uma base de economia saudável. A riqueza gerada para sociedade pelos empreendimentos é imensa, o que pode ser percebido na geração de empregos ou na movimentação econômica que é gerada na região.

O conceito de empreendedorismo é muito mais amplo que a ideia de abrir um negócio, basicamente às atitudes empreendedoras estão relacionadas com o objetivo de realizar um bem a sociedade. O empreendedor gera a economia de um país de forma absolutamente crescente.

De acordo com Barros (2008) o empreendedorismo é associado como progresso econômico que visa do desenvolvimento econômico, diante disso o Schumpeter comenta que o empreendedores são inserindo no mercado de inovações que se tornam obsoletos os produtos e tecnologias .

A competitividade é um dos meios que mais levam os empreendedores a buscar inovação, procurar por diferenciais e analisar formas de lidar com as situações que as mesmas podem trazer. Segundo o Ministério da Economia (2022) o Governo Federal no Brasil lança o “Programa Crédito Brasil Empreendedor” criando mais incentivos políticos ao empreendedorismo com objetivo de equilibra a economia com as inadimplência dos empreendedores diante no período da Pandemia do Covid-19 .para melhorar a atual situação do país nesta categoria e conseqüentemente a crise na qual o país se encontra.

Proposta previstas por Lula na campanha para facilita credito aos empreendedores endividados durante o período da crise na pandemia do Covid-17 , com implementação do programa Empreende Brasil , que disponibilizar 6 milhões de créditos para micro empresas e pequenas empresas que estão inadimplentes com os principias Bancos vinculando com programa com Banco Brasil, Banco do Nordeste , Banco da Amazônia , entre outros . Diante disso a proposta tem os principais pilares que são :

1. Facilitar o acesso ao credito ;
2. Regras claras ;
3. Mudanças do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) ;
4. Corte de endividamento
5. Reserva do mercado sendo os pilares para o crescimento econômico do empreendimento.(Sebrae, 2023).

O Brasil passa por uma crise econômica que dificulta bastante a prática de empreender, abrir novos negócios e verificar oportunidades de mercado, por isso o perfil empreendedor é viável, pois vai se obter apetrechos para mudar a atual situação que o mercado está trazendo para estrutura econômica da empresa na qual está inserida. Economias mais desenvolvidas têm um número maior de empresas que abastecem o mercado de maneira satisfatória, isso faz com que aja geração de mais oportunidades de trabalho assalariado. Deste modo, é perceptível que haverá níveis

menores de empreendedorismo por necessidade, fazendo com que estes, por oportunidade, concentrem-se em setores mais inovadores.

2.3 Perfil e características do empreendedor

Segundo Hashimoto (2011) é primordial mencionar a importância de identificar o perfil do empreendedor e os motivos que direcionam às pessoas a empreender. Uma característica interessante é a insatisfação do indivíduo, considerado o “empreendedor por necessidade”, onde buscou outra alternativa para satisfazer seus anseios como profissional e melhorar seu status financeiramente.

Vale ressaltar que, este perfil de empreendedor poderá migrar para outras áreas ou setores, pois visa com maior ênfase, a questão financeira. Há o indivíduo identificado como “pós- sobrevivência”, este termo está direcionado às pessoas que não encontraram saída em seus trabalhos, iniciando como empreendedor por necessidade também, todavia perpassou pela crise e perpetuou seu projeto, conseguindo lograr bons êxitos.

Para Hashimoto (2011) o empreendedor por “oportunidade” é aquele que mesmo atuando no mercado de trabalho, bem sucedido, almejou em um dia ter seu próprio negócio, preparando-se para tal, buscando informações constantes de como investir, sem pretensão de serem grandes empresas, para não se tornarem escravos do capitalismo. Já para o empreendedor de “alto crescimento” o foco é tornar-se de grande porte, tendo como base as grandes e bem sucedidas empresas, valorizando a liberdade financeira. Segundo ainda o autor, as mulheres empreendedoras estão divididas em todos esses perfis, todavia, por diversas motivações e complexidades sociais. Na busca pela satisfação, estabilidade financeira e ascensão profissional, as mulheres tornam-se empreendedoras (HASHIMOTO, 2011).

O que ficou evidenciado é que existem diversos tipos de empreendedores, aqueles que resolveram empreender por necessidades, por oportunidades, para o bem da sociedade e por idealizarem um objetivo social ou educacional. Empreendedorismo é a mais dinâmica forma de melhorar algo sem precisar haver a necessidade de estragar a ordem já existente, é a maneira do ser humano de expor suas ideias, comportamentos e objetos para uma sociedade (HASHIMOTO, 2011).

Chiavenato (2007) identifica o espírito empreendedor como pessoas capazes de se comprometer em novos negócios, procurando meios de produzir riqueza, participar do crescimento econômico, abrir novos empregos e gerar valor para a sociedade. Este espírito empreendedor incentiva novos empreendimentos, impulsiona a prosperidade e aumenta as oportunidades de novos negócios e iniciativas. É verificado quão amplo as definições de empreendedorismo se tornam, porém, o interessante é que todas elas sejam levadas para um rumo específico com ideais parecidas, transformando a economia de um país através de implementos diferenciados, gerando empregos e tornando a sociedade mais propícia de se viver.

Hisrich e Peters (2004, p. 33) asseguram que “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudança na estrutura do negócio e da sociedade”.

É possível destacar que os empreendedores que apresentem estas características, possuam melhores possibilidades de apresentarem maiores sucessos em suas carreiras profissionais. Chiavenato (2007, p.18) afirma que os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento”.

Foi possível perceber que somente no ano de 2002, tornar-se um empreendedor por necessidade, sobressaiu-se em números a se tornar empreendedor por oportunidade (GEM, 2002-2014). Nos demais anos, o empreendedorismo motivado pelas oportunidades sempre se manteve acima dos números do empreendedorismo por necessidade. Estes dados mostram que o mercado brasileiro, está mais apto a implementação de novos empreendimentos, onde os próprios brasileiros estão percebendo mais oportunidades no mercado, o que, conseqüentemente, gera mais investimentos nestas áreas.

Dogen (1989, p. 28) afirma que “[...] São raros os hobbies que não representam oportunidades. É sem dúvida, a forma mais agradável de desenvolver um negócio próprio”, pois assim pode saciar um prazer que pessoas tem em trabalhar na área que gostam do empreendedorismo, e ainda ganhar dinheiro com isso.

Segundo Kaufmann, 2002 Apud Lages (2008) Conforme foi observado nos últimos tempos, houveram grandes mudanças nas áreas de negócios e estas, podem ser percebidas através das novas formas de organização das empresas, que

influenciam bastante no crescimento do mercado internacional como um todo. Para que aconteçam de maneira satisfatória, é necessário adequar-se a elas. Uma das maiores mudanças sentidas neste cenário, foi o aumento da quantidade de mulheres nestas empresas.

3 INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

3.1 Análise histórica do trabalho feminino

Segundo o autor Dias (1985) afirma que as mulheres passa por evolução históricas que represento uma transformação na classe feminina na vigente , com isso podemos imaginar antigamente no séculos passando as mulheres enfrentaram bastante desafios para se inserir-se no mercado de trabalho . Segundo o autor reafirmar com o fim da escravidão as mulheres começaram obter um lugar no mercado de trabalho mais com funções limitadas, informalidade e seus direitos violados e os trabalhos que arranjavam para sobreviverem era diversos como domésticos e prostituição. A educação e para poucos, para as mulheres que tinha privilégios de estudar tinha que se mudar para outros países .

Somente em 1879 foi concedido por Dom Pedro II, então Imperador do Brasil o direito das mulheres frequentarem o acesso ao curso superior no Brasil com algumas restrições, onde as mulheres não tinham admissão à cursos na área da medicina ou jurídica. Muitos anos depois, em 1930 surgem os direitos relacionados ao trabalho, com base num estudo elaborado pelo Ministro em exercício na época Lindolfo Collor, originando o decreto nº 24.417-A de 17 de maio de 1932, tratando-se mais precisamente da lei que embasava a situação da mulher no mercado de trabalho, da sua proteção trabalhista/social. Atualmente a Lei em vigor nesse sentido é a Lei de nº 9.799, de 1999 (DIAS, 1985).

Estes são alguns direitos, hoje deferidos, que as mulheres da época não tinham acesso, a elas era negado o direito de votar, de ter vida social, econômica, de ter ou mencionar opiniões, rodeadas pelo domínio masculino extremamente machista.

De acordo com Ramos (2006) as mulheres era baseando na dominação – exploração , a mulher era sujeitas as condições desfavorável para trabalho , ainda vista na sociedade com o inferior ou submissão , com o passar dos anos históricos a reivindicatória da mulher contra a opressão Feminina foi ganhando espaço e conquistas em relações de trabalho e assumir posições estratégicas que poderiam melhorar sua posição de artimanha no mercado com um pequeno lugar no meio empresarial .

Antigamente as mulheres não tinha direitos de voto , mais na década de 30 , em 1932 as mulher obterem grandes conquistam contra a sociedade com o direito ao voto , em consequentemente anos depois em 1948 uma vitória de garante a

licença maternidade , diante dessas duas conquistas importantíssimas para classe feminina marcaram a história da mulher na sociedade .

3.2 Participação da Mulher no mercado de trabalho

Segundo HIRATA(2002) o perfil feminino era relacionando com serviços domésticos e estritamente a cuidar do lar e dos membros da sua família , com a evolução dos anos atuais as mulheres começaram ascensão e espaços nas atividades econômicas , com esse processo a mulher obteve a introdução no mercado de trabalho .

Com as duas principais guerras que ocorreram no mundo, aonde os maridos eram obrigados a defenderem suas pátrias , deixando sua família e suas origens e alguns nem voltavam da guerras e outros vinham com algum membros mutilados ou psicológicos abalando por causa das guerra não conseguiram volta ao mercado de trabalho . Com isso as suas mulheres eram obrigadas a arrumar um serviço para manterem a família e renda dentro da casa buscando trabalho foram.

De acordo KON (2005) com a crise e queda do salario real , surgiu oportunidade de vagas de empregos com habilidades específicas para perfil feminino com isso as mulheres ingressavam no mercado de trabalho para auxiliar ou complementa na renda familiar.

Segundo GALEAZZI (2001) com desenvolvimento do mundo e crescimento econômico , agregou a desenvolver novas carreiras e anseios de consumo com novos produtos e alterando o perfil da mulheres que eram vistas com domésticas ou dona de lar que cuidavam dos membros familiares . Impulsionando as mulheres trabalharem fora de casa para aumentar a receita da família. E esse marco foi subsequente a II guerra , a carregar uma expansão do emprego assalariado e regulamentado para novos contingentes de trabalhadores e perfil feminino .

Portanto na década de 60 essa inserção da mulher no mercado de trabalho tornou-se mais intensiva, embasada por alguns elementos que foram decisórios segundo o teórico Castells (1999, p. 172).

Quadro 1 - Elementos que nortearam a mulher no Mercado de Trabalho

Elemento 1: primeiro, a transformação da economia e do mercado de trabalho associada à abertura de oportunidade para as mulheres no campo da educação;

Elemento 2: Em segundo lugar, vêm as transformações tecnológicas ocorridas na biologia, farmacologia e medicina, proporcionando controle cada vez maior sobre a gravidez e a reprodução humanas;

Elemento 3: Terceiro, tendo como pano de fundo a transformação econômica e tecnológica, o patriarcalismo foi atingido pelo desenvolvimento do movimento feminista, consequência dos movimentos sociais da década de 60;

Elemento 4: O quarto elemento a induzir o desafio ao patriarcalismo é a rápida difusão de ideias em uma cultura globalizada, em um mundo interligado por onde pessoas e experiências passam e se misturam, tecendo rapidamente uma imensa colcha de retalhos formada por vozes femininas, estendendo-se sobre quase todo o planeta.

Fonte: (CASTELLS, 1999, p. 172).

Diante da Visão de Probst (2013) . Com os avanços biológicos e tecnológicos com medicações e alternativa para as mulheres não engravidar, com isso adiavam a maternidade assim conseguiram o enriquecimento no mercado de trabalho com as taxas menos de fecundidade e aumento de grau de instrução e focando-se nos estudos. Ao passar das décadas com planejamento a maternidade e reduzindo a quantidade de filhos, começaram a conciliar melhor o tempo para se adaptar a várias funções no mercado de trabalho e crescimento profissional .

GALEAZZI (2001) , afirmam nas últimas décadas do século XX as taxas de participação das mulheres se expandem-se num processo contínuo mesmo enfeltrando alguns obstáculos e romper fronteiras e conquistando novos espaços das mulheres no mercado de trabalho .

3.3 Mercado contemporâneo e o papel da mulher

É considerando presente e explícita o crescimento da mulher na sociedade em geral , a evolução representa no mercado de trabalho na atualidade , mesmo tendo várias obstáculos que persistem em dificultar a vida da mulher na sociedade , diante do expansão geográfica do mundo expandiu o crescimento de trabalho formal e

informal , porém ainda existem grande desigualdade de sexos nas funções das empresarial das organizações.

Segundo Lopes (2012) na segunda metade do século XVII , depois da Revolução Industrial que consumiu por uma grande mão-de-obra feminina pelas industrias com proposito de baratear os salários , inserção da mulher na produção no desenvolvimento da indústria têxtil , mesmo com as mulher garantindo uma posição na sociedade mesmo ainda sofrendo com desprezo da inclusão da mulher na classe trabalho até atualmente .

Para Gomes (2005) no Brasil, elas representam em média 40% da camada ativa econômica do país, embasada pela presença positiva da mulher no mercado de trabalho. O autor afirmam que as mulheres estão ganhando sua posição no meio empresarial , com funções importantes dentro da organização como os cargos de lideranças e gerenciamento , mesmo a porcentagens de sexo masculino e ainda possuem maior ocupações nas organizações com cargos importantes.

De acordo com Texeira (2005) , reafirmam que o crescimento econômicos e cultura da sociedade alavancaram para os perfil feminino no mercado . Com as porcentagens de fecundidade em declino, as mulheres garantirão os diversos setores empregatícios, visando no aumento da economia e direcionamento da produtividade industrial.

Segundo Probst (2013), as mulheres estão em cargos altos nas organizações e alavancando a igualdade profissional na sociedade . Mesmo a relação atual sendo mudanda para tem igualdade em ambos sexos para todos os direitos , ainda no processo de desigualdade de sexos opostos em trabalhadores então sendo estabelecida no inicio novo séculos. De acordo com estatísticas há mais mulheres do que homens no Brasil , por isso há mias empregos para elas pois desenvolvem com mais eficácias as suas funções e atividade de cargos estão para todas as faixas etárias .

3.4 Gestão feminina nas empresas

Para os autores Oiveira ;Perez e Silva (2002) o termo gestão , origina-se do latim “gestione” que significa gerir , gerência , administração .Gerir e conduzir a organização para alcança os objetivos ou metas da organização . Então gestão ação que conduzir para obtenção dos resultados desejados juntamente alinhada com a

administração que tem os quatro pilares que é planejar , organizar , dirigir e controlar recursos para obtenção dos resultados .

Gestão e ação de conduzir uma organização , com metas , planejamentos , controla com isso podem aparecer alguns riscos calculando , Nesse processo a empresa organiza meios para encontrar o resultado e satisfação que não tragam prejuízos para a empresa . Gerir uma organização e sabem lidar com os processos e pessoas para todos alcançarem de maneira mais correta e corrente possível os objetivos da organização, dentro dos padrões humanos e organizacionais .

Segundo Robbins (2000) as mulheres estimulam a participação , e compartilhar informações entre elas para tentarem aumentar o orgulho pela classe feminina e trazer outras mulheres para seguir no crescimento das mulheres em todos os cenários da sociedade. As mulheres diferem dos homens em como lidam melhor com pessoas com carisma, contatos e habilidade interpessoais para influenciar os outros, já os homens tendem ao comportamento mais formal e autoridade de cargo para influenciar as pessoas.

De acordo com Robbins(2000) , a globalização e tendências mudando , os líderes do sexo feminino , quando ocupam cargos de líderes mudam o seu perfil, e anulam as preferências pessoais se tornando modo mais autocrático e abandonando os seus estilos femininos para ter respeito dentro do meio empresarial seguindo um perfil mais de autoridade e personalidade fria .

Diante no ambiente empresarial a competitividade e contraste , ainda mais que as mulheres são qualificadas melhor do que o sexo oposto nos estudos e resultados mais eficazes do que os seus colegas .Com isso os números de sexo feminino tendo posição de cargos de “líder empresarial “ e maior do que nos séculos passando no momento atual que impressiona o mundo .Mais diante do crescimento contínuo das mulheres para buscarem as suas posições no meio empresarial , ainda representam grandes obstáculos que o perfil feminino deve sempre começar em funções inferiores diante das habilidades profissionais que possuem até chegar ao status de “Gestora empresarial”

4 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Atualmente existem vários aspectos que influenciam na problematização em abrirem novos negócios , os empreendedores no Brasil diante eles são a recessão , a altas inflação , taxas de juros , infraestrutura dos locais que alguns lojas e localizada , instabilidade econômica e alta probabilidade de fechamento do empreendimento .

Nos dias atuais ~soa muitos difíceis empreendedores querem enfrentam os desafios para tem os seu próprio empreendimento , diante dos caminho para fica aberta no mercado e com clientes sempre investindo em marketings para atrair clientes , isso mostra que as classe feminina se mostram mais corajosas nesta disputa de mercado empresarial.

Ao longo dos séculos a mulher continua expandindo o seu lugar no mercado de trabalho, ao amostrar seu potencial empreendedora ao longo dos anos o grande diferencial as atividade de administrar e investir .Segundo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) revelam que 52% dos novos empreendimentos e liderados pelas mulheres essa pesquisa foi elaborada em 2013, com o levantamento da pesquisa podemos perceber que as mulheres estão quase no mesmo escalar entre os homens e mulheres no ramo de empreender .

Quadro 2 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) – Brasil e regiões – 2013

Características sociodemográficas	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
% da população da mesma classe						
Gênero						
Masculino	17,2	15,1	15,9	14,9	20,5	12,0
Feminino	17,4	19,4	13,9	18,1	19,9	15,0

Fonte: Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2013.

Com base em Greco (apud IBQP, 2009), “ser empreendedor por oportunidade, em geral é caracterizado pela elaboração de empresas de maior complexidade organizacional, maior nível de tecnologia e maior conhecimento de mercado por parte do empreendedor”.

Existem muitos cargos com habilidades específicas dentro de uma empresa que as mulheres desempenham com maior facilidade, isso se deve ao fato de que elas possuem uma melhor habilidade criativa e desenvolvem maiores características empreendedoras para inovar e contribuir para seu trabalho com mais perfeição elaborando assim, melhores condições de sua inclusão, e conseqüentemente, sua permanência no mercado de trabalho.

Em pleno século XXI, ainda se vê um preconceito em relação à presença feminina no mercado de trabalho, não apenas no Brasil em outros países continentais asiáticos, ainda não visam a mulheres em áreas de negócios que para alguns países cargos de importância e para o sexo masculino.

Segundo Raposo e Astoni (2007) em meados dos anos 40, os setores primário da economia que focavam em mão-de-obra feminina na área agricultura em 1940. Anos depois em 1990 a população feminina ativa na economia e direcionada a setor de serviços, áreas voltadas a educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. E hoje atualmente as mulheres estão em várias áreas não apenas em atividades voltadas como dona de casa ou trabalho agrícola em áreas rurais mais em áreas de conhecimentos como professoras, medicina e advocacia entre outros. Porém, elas mostraram que podem sim, exercer os dois papéis com bastante sucesso.

Baseado em Villas Boas (2010) afirma que o perfil feminino e masculino é diferente em persuasão aos clientes e fornecedores que as mulheres tem habilidade que conversam com carisma e que conquistam o freguês e colaboradores, o que contribui bastante para o progresso da empresa acarretando o sucesso da organização.

Diante disso o perfil feminino tem mais vantagens entre os homens em induzir os colaboradores a participarem ou comprarem algum produto no estabelecimento e mediante algum desafio elas resolvem com rapidez sem causar riscos para a organização.

Esta habilidade fornece à mulher uma vantagem por sobre os homens, e firma seu provável sucesso na área do empreendimento. Atualmente, elas vêm adquirindo muitas das características que antes só eram vistas nos homens, características essas que os tornaram detentores “supremos” no mercado de trabalho.

Dentre esses atributos podem ser destacados: competir por objetivos, capacidade de liderar outras pessoas, ter ambição, assumir riscos, pensamento analítico e objetivo, ser capaz de trabalhar sozinho e ao mesmo tempo com autoconfiança.

Demonstrando respeito para com seus companheiros de trabalho, respeitando os valores humanos e mostrando igualdade (mesmo sendo líder da área) são habilidades que as mulheres apresentam que tornam o ambiente de trabalho mais acolhedor e conseqüentemente, refletindo nos resultados expostos na empresa a satisfação de seus clientes.

4.1 Características das mulheres empreendedoras

Para elas, as funções de empreendedoras podem se tornar mais naturais, pois é uma tarefa da qual estão mais acostumadas a realizar no dia a dia, mesmo antes de se profissionalizar, satisfazendo necessidades emocionais, proporcionando um meio harmonioso e equilibrado de alcançar seu próprio crescimento. Esta relação se torna mais eficiente e reflete nos serviços prestados por elas

Segundo Hisrich e Peters (2004) comentam que o aumento número de mulheres trabalhando fora de suas residências. As mulheres diferem dos seus colegas de sexo masculino nas áreas administrativas e empreendedoras mesmo tendo as mesmas funções a motivação das mulheres para ser reconhecida e histórico de evolução do sexo feminino para ter uma posição no meio empresarial diante desses aspectos as habilidades de negócios das mulheres e profissionais dos que os homens e mais levadas para o empreendimento.

Entre as diversas características, pode-se destacar como a maior delas a intensidade com que as mulheres se dedicam aos seus serviços. Essa dedicação integral resulta em uma consumação mais eficiente das funções por elas realizadas. A área de visão que as mulheres demonstram por mais abrangente que possa parecer, também pode se mostrar, na maioria das vezes, mais restritas. Isto mostra que elas podem ser mais diretas e objetivas quando querem chegar a um determinado caminho. Essa intensidade com que elas atuam, passa para seus receptores e clientes uma maior segurança. Isso acontece porque as mulheres conseguem passar para eles uma maior emoção e preocupação com os assuntos que estão sendo tratados, não sendo tratadas apenas como um robô realizando seus serviços.

A afetividade é outra capacidade que é vista principalmente nas mulheres. Pois em seu ambiente de trabalho, ao interagir com seus companheiros, elas conseguem passar para eles um sentimento de maior afetuosidade, gentileza e ao mesmo tempo uma sutil exigência que faz com que os trabalhos realizados em conjunto sejam mais satisfatórios para toda a empresa. A aptidão para negociação é uma habilidade que também é vista como consequência da afetividade, pois ao interagir com seus clientes, a mulher consegue passar uma segurança que provoca um maior sucesso nos negócios.

Responsabilidade também é característica geralmente vista nas mulheres, pois estas se mostram bastante preocupadas com cumprimento de prazos, garantindo o que seus serviços pedem, sempre trabalhando dentro de seu orçamento. Sempre trabalhando com alto astral, sua comunicação para com outras pessoas na maioria das vezes rende risadas ao longo da conversa, bem como boas histórias, comentários que tornam o diálogo mais agradável e leve. Antes de falar com grande facilidade, as mulheres também sabem ouvir comentários e opiniões de seus parceiros e até mesmo clientes, podendo se adaptar em situações que inicialmente não estavam de acordo com o que realmente pedia.

4.2 Empreendedorismo feminino: Oportunidade x Necessidade

Como já foi citado neste trabalho monográfico o trabalho por empreendedorismo pode ser aderido por duas maneiras diferentes: por oportunidade ou por necessidade. Greco (apud IBQP, 2009) afirma que “o empreendedorismo por oportunidade, em geral é caracterizado pela criação de empresas de maior complexidade organizacional, maior nível de tecnologia e maior conhecimento de mercado por parte do empreendedor”.

O empreendedorismo, por necessidade, muitas vezes apresenta profissionais insatisfeitos e que, podem não ser muito eficazes em seus trabalhos, influenciando no sucesso das negociações das empresas. Já o empreendedor por oportunidade ele planeja e calcula riscos tem visão de novas oportunidades em ramos que ainda não foi explorando ou aperfeiçoam algo que já existem se torna o empreendedor de sucesso.

De acordo com a Pesquisa GEM (2007), o empreendedorismo por necessidade é geralmente formado por profissionais e indivíduos que se sentem

excluídos do mercado de trabalho, normalmente desempregados ou no caso, das mulheres, donas de casa.

A globalização e competitividade do mercado são gradativas, pessoas estão mais interessadas em abrir negócios ou fixar os já existentes no mercado, com isso é possível analisar a necessidade de buscar mudanças que possam afeta-los positivamente, mas para que isso ocorra deverá haver maior exploração das oportunidades surgidas do ambiente interno e externo para haver maior facilidade na determinação de estratégias

De acordo com Schumpeter (1952) O empreendedor tem como característica comportamental a busca de oportunidades e explorando uma invenção e modificar um produtos já existente que se tornam novo ao olharem dos novos clientes e começa uma nova comercialização e organizando um novo setor . Ele está sempre atento a novidades do mercado, necessidades não atendidas, problemáticas pessoais e sociais. Em uma fila de banco, um restaurante, nas suas atividades cotidianas, no jornal, internet, tv; à todo momento o empreendedor tem um comportamento de atenção, buscando encontrar oportunidades de expansão de negócios ou criação de novos. Quando encontra, toma iniciativa para colocar em prática sua ideia.

De acordo com Dornelas (2005, p. 28) existem dois tipos de empreendimentos: os empreendedor por oportunidade aonde e visionário já tem tudo planejando para alcançar o seus objetivos com o controle de quantos ira lucra , gerar empregos e riquezas e o tempo de retorno do seu capital . O empreendedor por necessidade o perfil que ingressa no meio empresarial por falta de opção e no momento que aparecer algo melhor poder mudar de opção ser um empregando , na maiorias das vezes esses empresários são por estarem desempregado e não ter alternativas de trabalho.

O empreendedor deve ser ágil, saber identificar as oportunidades antes do outro, identificar onde poderá inserir e como a transformará em uma ferramenta viável para tomada de decisões, assim como a um potencial empreendedor a identificar nichos de mercados para a criação de uma nova empresa.

Dornelas (2005) acredita que os empreendedores possuem visão do futuro tanto no âmbito pessoal quanto profissional e possuem também a habilidade de implementar seus sonhos.

Para BONO (1989), antes de chegar a existir, todo negócio é uma oportunidade que alguém percebeu, ou seja, buscar oportunidades é ser proativo, agir antes do solicitado ou forçado pelas circunstâncias, é a forma diferenciada de visualizar o improvável. O empreendedor que detém desse comportamento deve estar atento a tudo que ocorre ao seu redor, em principal fora do ambiente profissional, deve estar antenado as situações de mercado e em principal fora do âmbito profissional.

5 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

5.1 Tipo de pesquisa

Com a transformação que a sociedade atual vem sofrendo em variados âmbitos e a crescente busca pelo conhecimento surge a necessidade de encontrar informações mediante a comprovação científica e por conseqüente procura bases sólidas para subsidiar este conhecimento principalmente o conhecimento científico.

Segundo Demo (1995) o método de investigação científica incide na procura de comprovação dos fatos que vise solucionar os problemas investigados e com isso torna-se possível comprovar cientificamente e estatisticamente as hipóteses levantadas e fazer uma comparação com a realidade.

A execução deste trabalho é uma aspiração que pretende contribuir junto aos participantes e demais membros da sociedade, que nos incentivam e motivam para uma melhoria contínua, pois juntos todos crescem, evoluindo sempre.

Elegeu-se como base norteadora para a pesquisa os lavamentos elaborados por diversos autores conceituados no tema, para ilustrar o presente trabalho. Todavia, a pesquisa foi composta em etapas, onde no primeiro momento elaborou-se o projeto que deu origem a este trabalho monográfico e posterior a isto, ocorreu a pesquisa de campo, subdividida em observação, escuta sensível, interação, elaboração/aplicação de questionários.

Neste trabalho utiliza-se a pesquisa exploratória onde a mesma é um instrumento riquíssimo pra obter informações. É um método exploratório que possibilita conhecer a realidade do que se busca em que será realizado o trabalho de pesquisa e como esclarece Gil (1999) a pesquisa exploratória é desenvolvida com finalidade de proporcionar visão geral, a cerca do determinado fato , tem como principal finalidade desenvolver , esclarecer e modificar conceitos e ideias, visado na formulação de problemas , esse modo de pesquisa realizando com temas que não foram explorado e difícil compressão sobre assunto diante disso e realizando formulário de hipótese para resolver o tema.

A escolha desta forma de pesquisa é devida o fato que a mesma objetiva a familiaridade com o tema ainda pouco explorado. E o método quantitativo visa possibilitar a formulação de dados adquiridos mediante as entrevistas e aplicação de questionários, segundo Godoy (1995, p. 58):

A pesquisa quantitativa parte de questões ou focos de interesses amplos que vão se definindo à medida que o estudo se desenvolver. Geralmente implica a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos mediante o contato direto do pesquisador com a situação estudada.

Isso acontece, pois o método quantitativo tem o objetivo de mensurar e construir hipóteses e os resultados são mais concretos e menos passível a erros de interpretação.

5.2 Características de Açailândia-MA

Em 2022 comemora-se 64 anos da criação/construção da Rodovia Belém/ Brasília, primeiro passo histórico para o início da cidade de Açailândia-MA, cidade que originou-se inesperadamente com o propósito inicial de se construir uma importante Rodovia intitulada de Belém/ Brasília, que traria um grande progresso ao país, um projeto ousado que integraria o norte às demais regiões do Brasil, idealizada pelo então presidente da época, Juscelino Kubitschek, com a ideologia de que a mesma viabilizaria a economia nacional e melhora o desenvolvimento da região norte (PORTAL ORM, 2015).

Dada sua importância, a “Caravana da Integração”, partiu em 1960 já da cidade de Belém para a tão esperada inauguração da Rodovia, com diversos homens, máquinas, caminhões, engenheiros, políticos, etc., passeando pela estrada nova, desbravando, contudo, novas terras, originando diversas cidades no percurso da mesma. Açailândia foi colonizada desta forma, terra fértil, riachos límpidos, uma mata virgem, extensa e diversificada. Logo essas características alastraram-se pelo Brasil, e diversas pessoas migraram para a região, com o intuito de fazerem desta terra, uma esperança de prosperidade. Homens e mulheres de diversos Estados, culturas e profissões, desbravaram suas terras, que recebeu o nome de Açailândia, pela quantidade ampla de Açaizais.

Todo o progresso de emancipação trouxe aspectos econômicos que transformaram a cidade num potente polo industrial/ comercial do Estado do Maranhão. Os dados mais recentes confirmam a tendência de crescimento registrada desde 2001. Açailândia saiu da classificação número 564^a entre 5.560 municípios, em 2001, e subiu para a 226^a posição em 2008 – ou seja: em sete anos, saltou 338 lugares. Portanto, o município, economicamente, está entre os 330 maiores do Brasil

e consolidou-se com uma das mais importantes economias do Estado. Em valores, o PIB de Açailândia em 2011 é de R\$ 1.664.720.000,00 tornando Açailândia como o 3º Maior PIB do Estado Maranhão (IBGE, 2015).

A principal fonte de economia do município é a exportação de ferro gusa gerada por cinco indústrias siderúrgicas instaladas no distrito industrial do Piquiá, Uma Aciaria em funcionamento, que se constituiu no maior polo guzeiro do Norte e Nordeste do País. Ainda dispõe de um comércio diversificado e consolidado, com sindicatos voltados, uma associação comercial (ACIA), com sede própria, com a participação das principais lojas e departamentos comerciais da cidade. Possui ainda uma distribuidora da BR Petrobras e o 2º Maior entreposto da Vale no Maranhão. Por este motivo, o município tornou-se o terceiro maior arrecadador de ICMS entre os 217 municípios maranhenses.

O município tem cerca de 750 estabelecimentos comerciais em todos os níveis, o comércio, indústria, agricultura e pecuária, também se destacam na economia, tanto que o município possui um dos maiores rebanhos bovinos do estado do Maranhão. Tais características motivam o comércio, e as pessoas estão sempre em busca de novos negócios. Onde o número de mulheres empreendedores é uma crescente (PORTAL ORM, 2015).

5.3 Universo e amostra

A presente pesquisa é resultado de entrevista, que ocorreu durante o mês de outubro a novembro de 2022, na cidade de Açailândia- MA. Com o intuito de identificar o perfil da mulher empreendedora, suas particularidades, quais seus anseios, dificuldades, bem como os benefícios de ter o próprio negócio. Todavia participaram da pesquisa 20 mulheres com idades distintas, de diversas classes econômicas, atuantes em vários setores do comércio desta cidade. Onde dedicam uma grande parte do seu tempo aos negócios. Vale ressaltar que o perfil da mulher empreendedora do município de Açailândia-MA, é bem definido e autêntico, gostam do que fazem, se identificam com o negócio que desenvolvem, são mulheres de níveis educacionais elevados, algumas com graduação e pós graduação. A grande parte delas estão a mais de 03 anos no mercado, sendo as responsáveis pelo custeio da família. Afirmam que o sucesso está em ousar, traçar estratégias planejadas.

5.4 Coleta de dados

5.4.1 Tratamento dos dados coletados

O resultado da pesquisa de campo é demonstrado através de gráficos comparativos, onde analisaremos o cenário empreendedor feminino, bem como sua participação ativa ou ausência desta, nas principais atividades oferecidas pelo mercado de trabalho referenciado no decorrer da construção deste trabalho monográfico, gerados a partir de observação/questionário fechado, com perguntas pertinentes ao tema, aplicadas a diversas mulheres empreendedoras deste município.

Após a aplicação dos questionários os mesmos foram analisados para tabulação gráfica, durante os questionamentos as participantes não precisaram identificar-se no momento de responder aos questionários, garantindo a preservação de suas identidades.

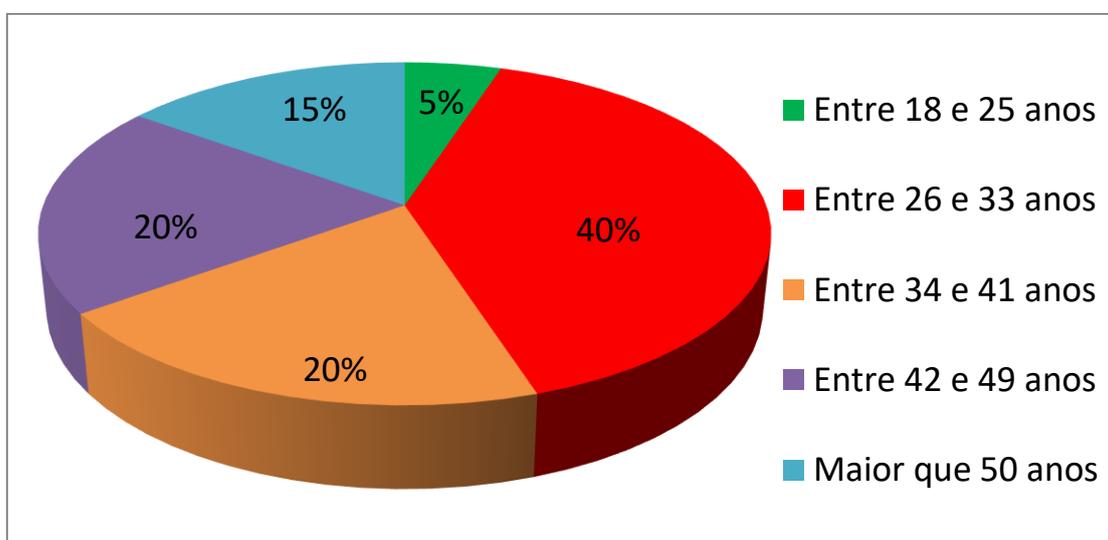
6 ANÁLISES DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

A base dos gráficos foi referenciada na pesquisa de campo e na aplicação dos questionários durante o mês de outubro e novembro de 2022. Onde mulheres empreendedoras contribuíram com a pesquisa, evidenciando-se que as questionadas têm idades distintas, com o perfil entre 24 e 60 anos. Sendo em grande parte casadas, formações distintas, participantes ativas da economia da cidade de Açailândia-MA, com base na análise de 20 mulheres empreendedoras, buscando compreender a sua interação no ambiente, através de estudos realizados pelos teóricos sobre o tema. O princípio base foi o empreendedorismo feminino. Já que a entrevista é um instrumento flexível existente que possibilita a obtenção de dados para em seguida quantificá-los, Vasconcellos destaca que a entrevista:

É essencialmente adequada para obter informações sobre o que as pessoas e grupos sabem, acreditam, esperam, sentem e desejam fazer, fazem ou fizeram, bem como suas justificativas ou representações a respeito desses temas (VASCONCELLOS, 2002, p. 220).

É importante destacar que tais questionamentos e suas respostas, dão um suporte sólido a este trabalho, tornando, contudo, mais relevante o empreendedorismo feminino. Vejamos as tabulações abaixo:

Gráfico 1 - Você faz parte de qual faixa etária abaixo?



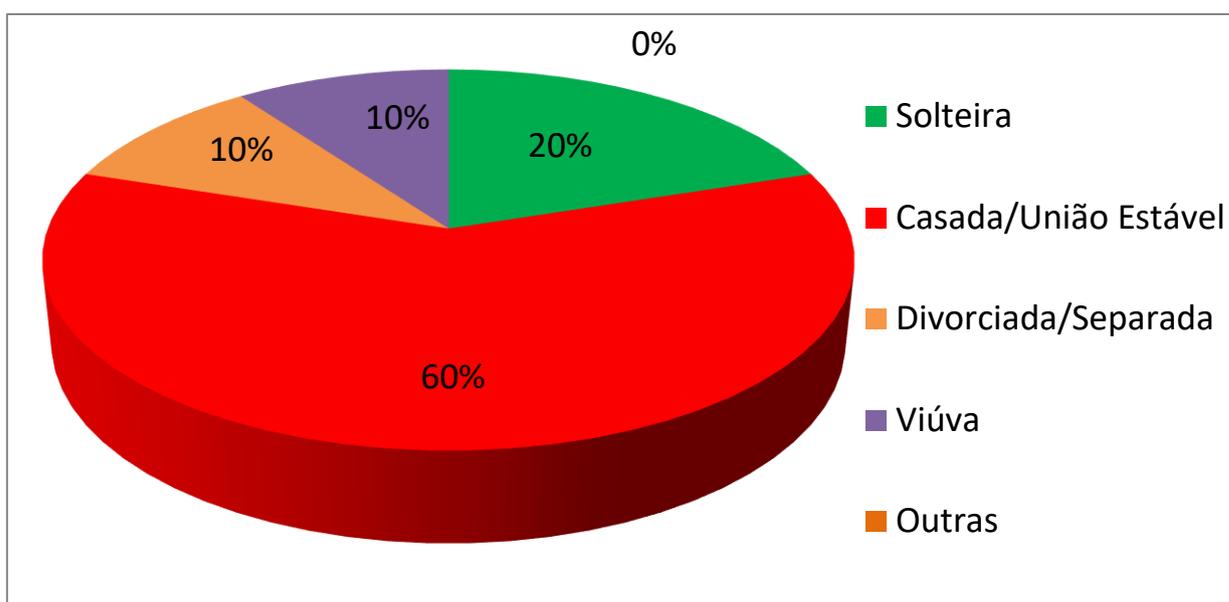
Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

A faixa etária das mulheres que trabalham na área de empreendedorismo se mostrou bastante variada, sendo que a maioria está entre 26 e 33 anos, em segundo estão empatadas as mulheres de 34-41 e 42-49 anos, em terceiro estão as mulheres com mais de 50 anos e a minoria estão entre 18 e 25 anos.

Filion (1999) afirma que as características empreendedoras são determinadas na prática, elas podem ser diferenciadas em cada ramo de negócios e áreas de atuação, autor reafirma mesmo não tendo relato científico sobre as características do perfil psicológico empreendedora

Isto é um reflexo de que não importa o porte físico ou experiência exigida por determinada empresa, qualquer mulher de qualquer idade que se mostre disposta e comprometida a dar o melhor de si e fornecer meios de fazer a organização a que esteja ligada crescer, está possibilitada de fazer parte dos negócios.

Gráfico 2 - Qual seu estado civil?



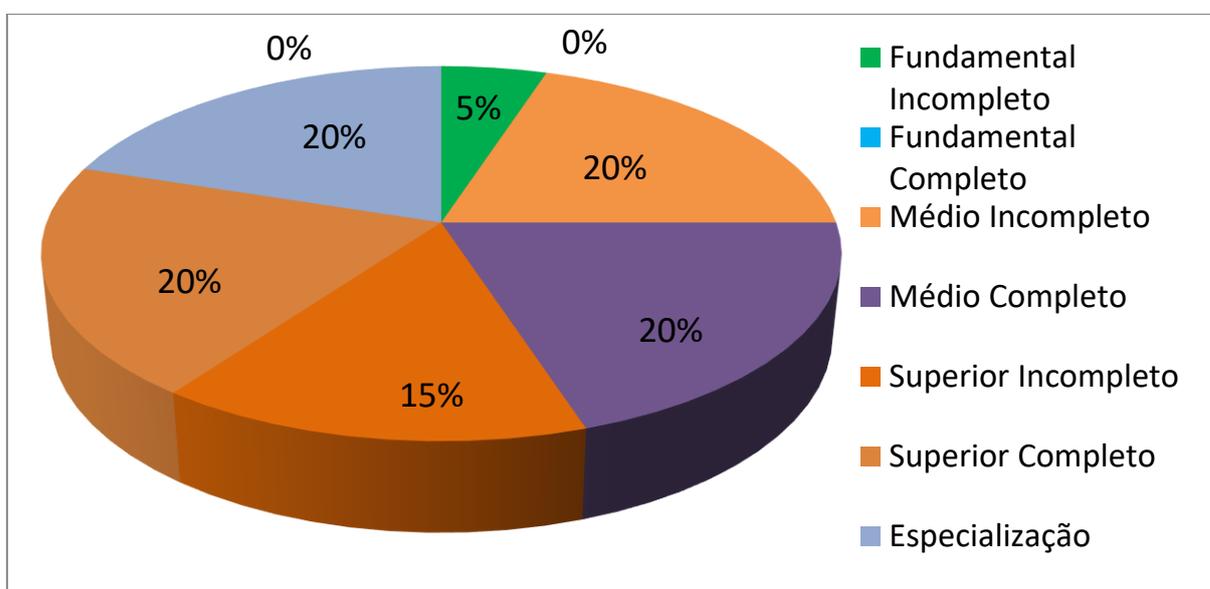
Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

A grande maioria das mulheres aqui se mostra como casadas ou participantes de união estável, em seguida estão as solteiras que representam 20% do todo, e por último estão as viúvas e divorciadas/separadas com 10% cada. Nenhuma delas se encaixou na faixa "Outras", que resultou em 0%.

Jonathan (2005) ainda ressalta que “as mulheres empreendedoras se caracterizam por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos”.

Ser participante de um relacionamento não se mostrou um grande desafio, ou considerado como um tipo de impedimento para as mulheres empreendedoras. As casadas e solteiras representaram a grande maioria dentre as pesquisadas, e isso reflete na perspectiva de que se houver um real interesse das mesmas de estar trabalhando naquilo que realmente gosta, não há outros indivíduos que as possam atrapalhar.

Gráfico 3 - Qual seu nível de escolaridade?



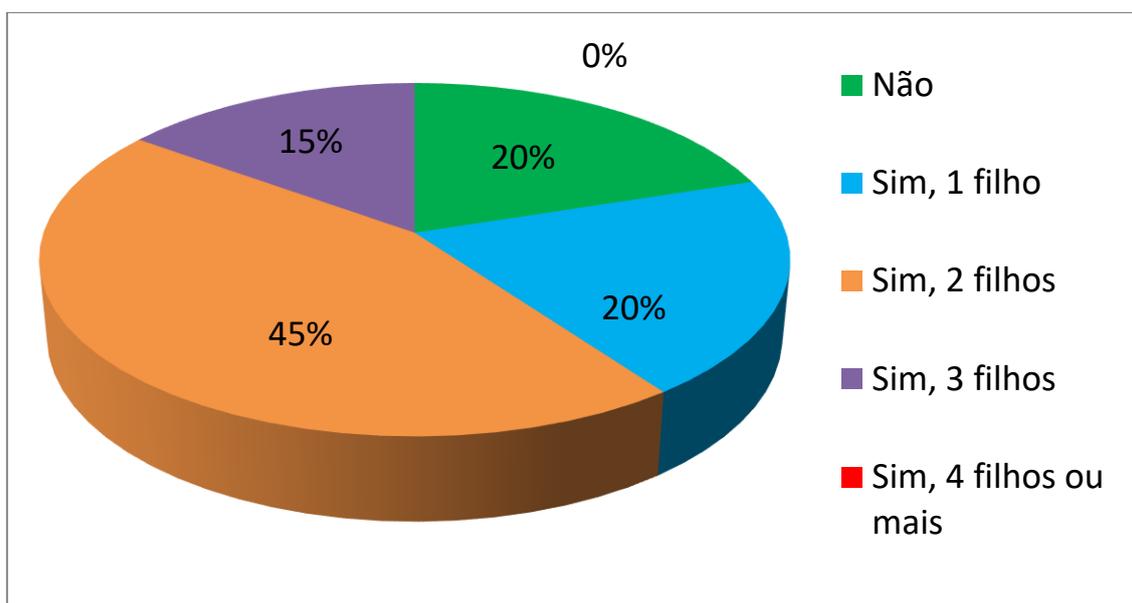
Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Aqui tivemos uma classificação bastante variada. As mulheres que fizeram “Ensino Superior Completo”, “Médio Completo”, “Médio Incompleto” e “Fundamental Completo” representaram 20% do total entrevistadas. Já as de “Superior Completo” formou 15% delas, e finalmente as de “Fundamental Incompleto” sendo a minoria com “Fundamental Incompleto”.

Schumpeter (1942) afirma que trabalhar no empreendedorismo “[...] sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações”.

O nível de mulheres empreendedoras em geral, dentro das entrevistadas, terminou ao menos o ensino médio, e isso reflete que o interesse destas já veio desde tempos escolares, e a busca por conhecimento e participar de meios educacionais e aprender a ser cidadã ativa já veio de muito tempo. Este interesse resulta na formação e profissionalização delas de maneira mais eficaz e satisfatória para o mercado de trabalho.

Gráfico 4 - Você tem filhos?

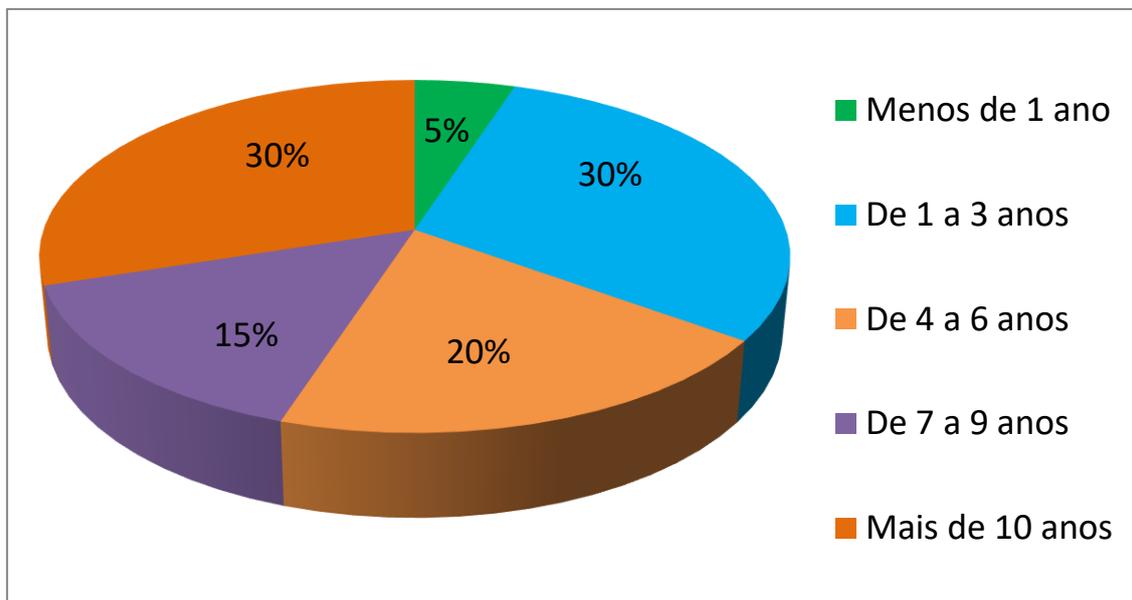


Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

A grande maioria das mulheres entrevistadas afirmam já terem filhos. 45% delas afirmam já terem 2 filhos, 20% têm somente 1, e também 20% delas não possuem nenhum.

Segundo Drucker (1987) considera que “na visão dos economistas modernos, todo empreendedor é importante para a economia e provoca impacto, a partir do momento em que a influência e molda profundamente”.

Aqui está outro fator que poderia se mostrar um impedimento na carreira profissional, mas com base na pesquisa, fica claro que ainda não é suficiente para atrapalhar na realização dos trabalhos e execução de suas funções dentro do ambiente em que trabalham.

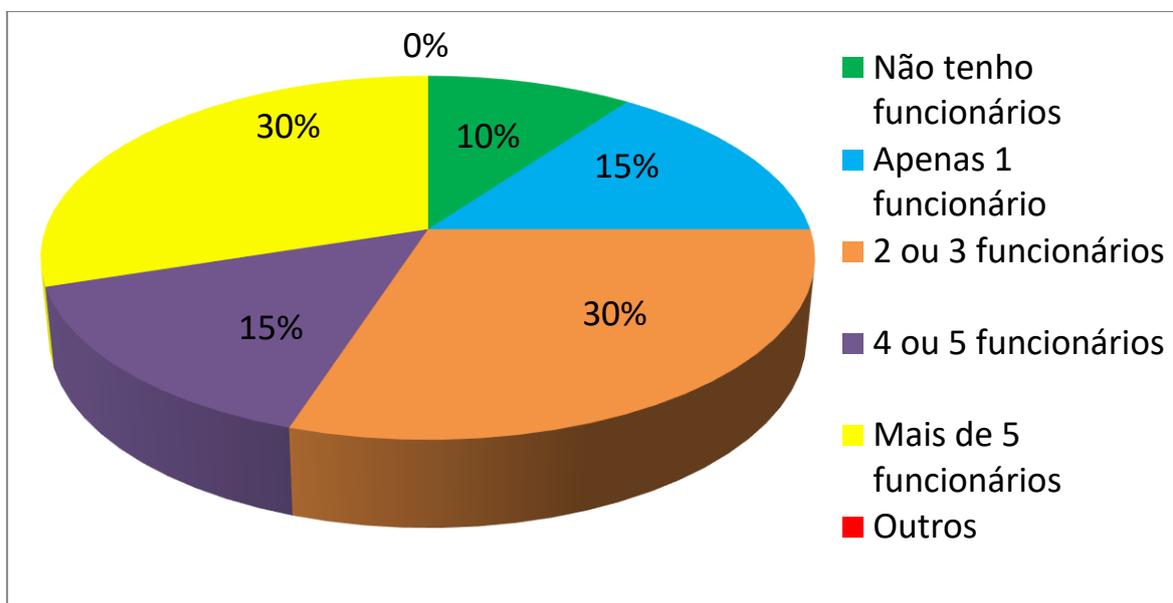
Gráfico 5 - Há quanto tempo você abriu sua empresa?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

O tempo de abertura das empresas, inicialmente femininas, também se mostrou bastante diversificado. Com 30% das entrevistadas, se mostraram empatadas as que abriram de 1 a 3 anos, e as com mais de 10 anos. Em segundo lugar estão as que abriram de 4 a 6 anos. Terceiro vêm as de 7 a 9 anos. E por último estão as que formaram a menos de 1 ano.

Maximiano (2004) afirma sobre o mercado de trabalho no século XXI e o desemprego sendo uma tendencia no momento diante das crise econômicas . Diante desse relato as pessoas que não tem emprego ou meio de sustenta, e começa a tem perspectivas de abrir o seu próprio negocio e se tornam os seus próprios patrões, e autor mencionar que as organizações estimularem os empreendedores interno e descobrindo pessoas capazes de ser empreendedoras, com dicas e ideias que melhores mais na organização ou seus produtos.

Este período em que foi aberta a empresa também é um reflexo de que não é recente a presença feminina trabalhando nesta área, ainda mais que uma das maiorias dela afirmaram que já formaram suas próprias empresas a mais de 30 anos, realidade essa que mostra que não é de hoje que a mulher desenvolveu a perseverança de abrir seu próprio negócio. Embora seja pequeno os números, as mulheres entrevistadas mais recentemente também mostraram que estão dispostas a expandir seus negócios.

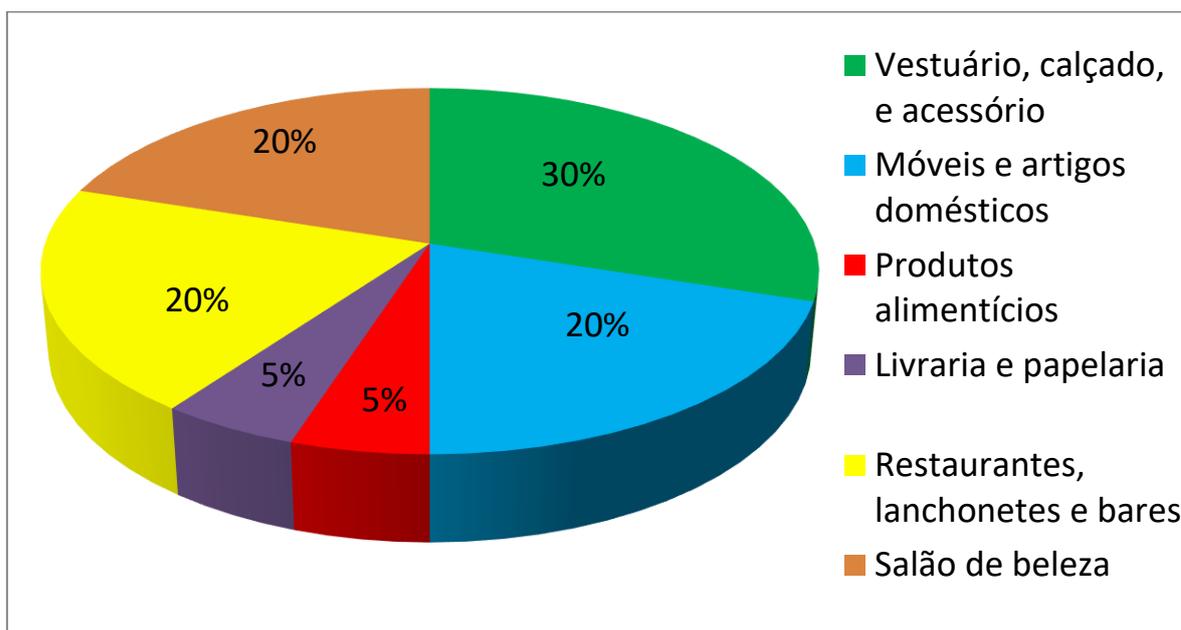
Gráfico 6 - Quantos funcionários você tem na empresa?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

A maioria ficou dividida em 30%, sendo que estas possuem de 2 a 3 e também mais de 5 funcionários. Logo em seguida, também empatadas com 15%, estão as que possuem de 4 a 5 ou apenas 1 funcionário. Por último estão as mulheres que dirigem sua empresa sozinha, isto é, sem nenhum funcionário para auxiliá-las.

Dolabela (1991) confirma que a pessoa com condições favorável para empreender saberá o que necessário para criar e realizar para se tornam um empreendimento de sucesso .

Embora seja pequeno, o número de mulheres que se garantem e preferem trabalhar sozinhas ainda é bastante perceptível. Em geral, de acordo com a entrevista realizada com elas, as mulheres colocam sua empresa para funcionar com apoio de outros indivíduos, mesmo que poucos, para que garantam melhores resultados no final de cada processo.

Gráfico 7 - Qual ramo de atividade do seu negócio?

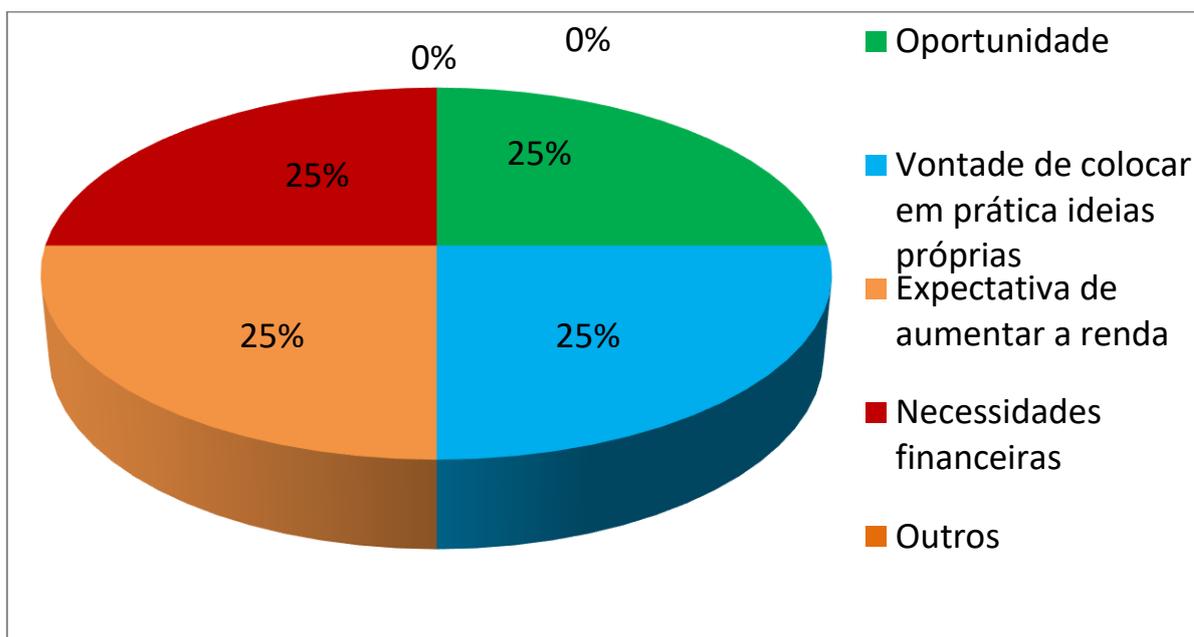
Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

A maioria das mulheres pesquisadas afirmou que preferem trabalhar na área de “Vestuário, calçado e acessórios”, em segundo lugar ficaram empatadas três categorias diferentes: “Móveis e artigos domésticos”, “Restaurantes, lanchonetes e bares” e “Salão de beleza”. Por último, e também empatadas com 5% cada, estão as que investem no ramo de “Produtos alimentícios” e “Livraria e papelaria”.

Filion (1991) afirma acerca das áreas de trabalho que influenciar o indivíduo a tem uma visão central sobre o seu ramo que escolham para empreender são as rede de contatos e fatores de evolução do mundo e tendencias são fundamentais para uma visão central e fortalecimento do empreendedor .

Como já era esperado e previsível de se apontar, a maioria das mulheres preferem investir nas áreas que atualmente mais oferecem dinheiro, além de que continuam em constante crescimento. Trabalhar em setores que fornecem meios de “embelezar” e até satisfazer a própria classe feminina é o que mais rende a empreendedoras que pretendem expandir seu negócio. Logo que como são mulheres, elas mesmas já sabem o que suas clientes esperam encontrar, pois têm os mesmos conceitos do que estas desejam.

Gráfico 8 - Qual foi o principal motivo para se abrir o próprio negócio?

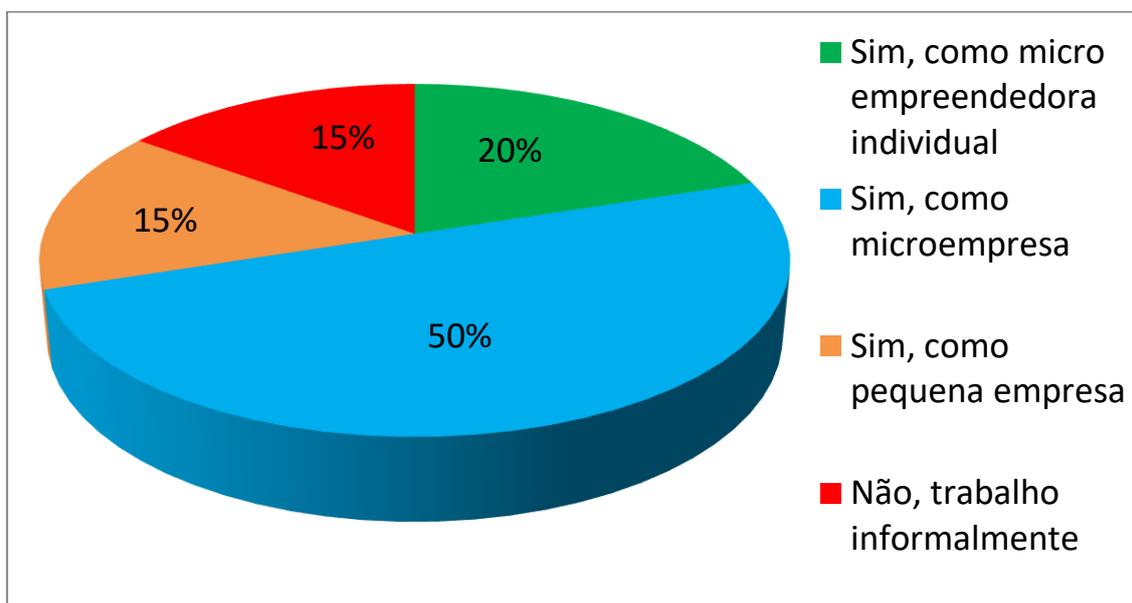


Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022

Está foi a pergunta que talvez mais diversificou e igualou as respostas das entrevistadas. Das 20 mulheres que participaram $\frac{1}{4}$ delas escolherem 4 alternativas diferentes, representando 25% do todo cada uma. Dentre as respostas estão: “Oportunidade”, “Vontade de colocar em prática ideias”, “Expectativa de aumentar a renda” e finalmente “Necessidades Financeiras”.

Segundo dados do SEBRAE (2011), entidade brasileira privada descrever os principais razões que levaram abrir um negócio por contra própria, sendo identificação de uma oportunidade de negócio, experiências anterior adquirida no antigos serviços, estar desempregada ou tem sido demitida entre outros.

As justificativas de se entrar no ramo de empreendedorismo se mostrou as mais variáveis possíveis. Isto é um reflexo de que não há apenas uma única forma de apontar esta possível entrada, seja ela por obrigação, ou mesmo por sentir vontade de estar participando daquele meio.

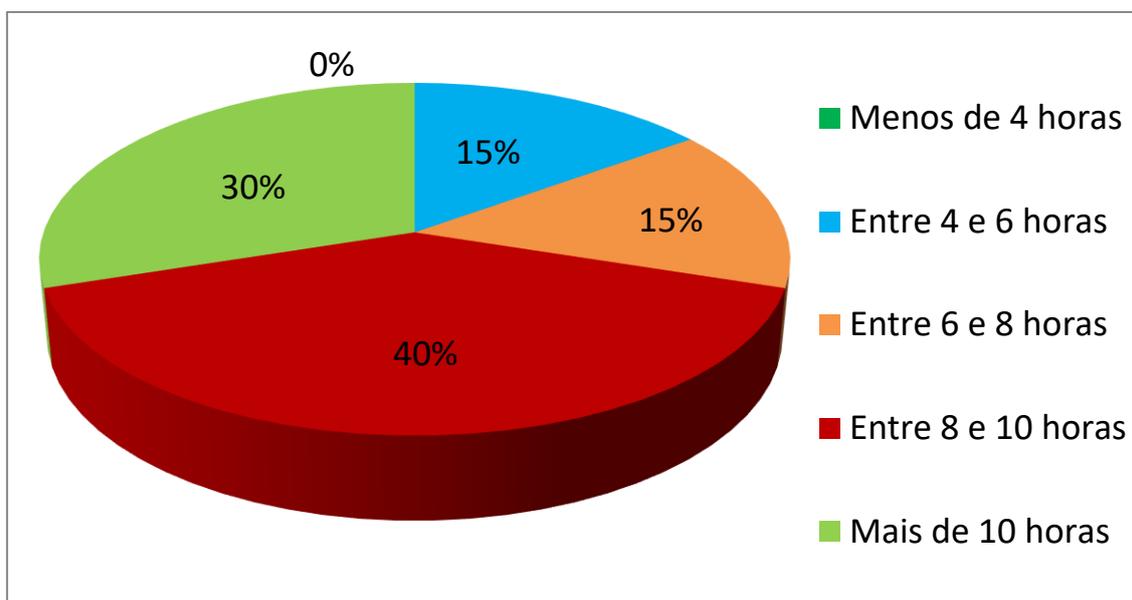
Gráfico 9 - O seu negócio é formalizado?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Metade das mulheres que fizeram parte da entrevista mostrou que ao abrir seu próprio negócio, preferiram seguir a forma legal de empreendimento. 50% delas abriu a organização como “microempresa”. Em segundo lugar, com 20%, preferiu estabelecer-se como “empreendedora individual”, podendo assim trabalhar sozinha e seguindo seus próprios conceitos. Um último lugar, empatado com 15% cada, estão as que abriram “pequena empresa” e as que “trabalham informalmente”.

Para Greco *apud* IBQP (2009) afirma que o empreendedor por necessidade não podem saltar de dia para outro para o empreendedor por oportunidade mais gerativamente com prazo, capacitação gerencial, inovação tecnológica, econômica e meios criativos, com isso ele tem a estrutura de empreendedor que visou uma oportunidade.

O relevante desta pesquisa é que mostrou que as mulheres realmente tiveram interesse em legalizar seus negócios e trabalhar seguindo as regras e normas técnicas que regem o ramo do empreendedorismo. Uma outra parte delas [entrevistadas] preferiram trabalhar informalmente ou como empreendedora individual, para que assim possam ter total controle do que está trabalhando e assim, ao longo dos processos de trabalho, poderem atender as necessidades dos clientes de acordo com seus próprios preceitos.

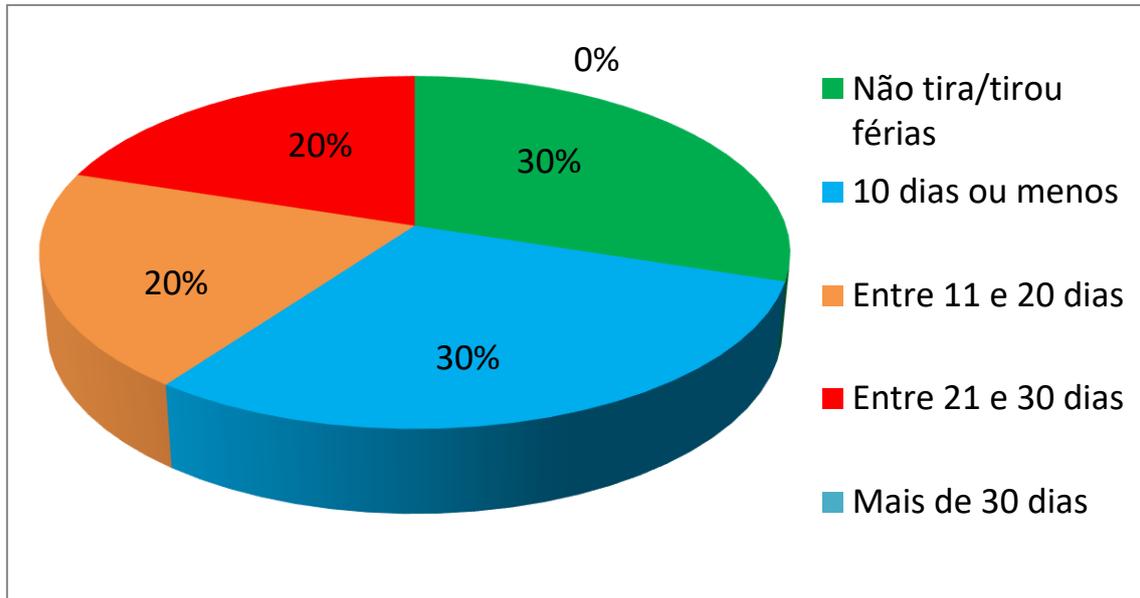
Gráfico 10 - Quantas horas por dia, em média, você trabalha?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

A maioria das mulheres entrevistadas, representando 40%, afirmaram trabalhar em média entre 8 e 10 horas por dia. Em seguida, com 30%, afirmaram permanecer no ambiente de trabalho por mais de 10 horas; e por último, empatadas com 15% cada, as que trabalham ao todo entre 4 e 8 horas por dia.

Dornelas (2008) descreve que os jovens empreendedores quando estão apaixonados pelo os seus empreendimentos não utilizam razão, tendo o pensamento que suas ideias são únicas não existem concorrentes, .

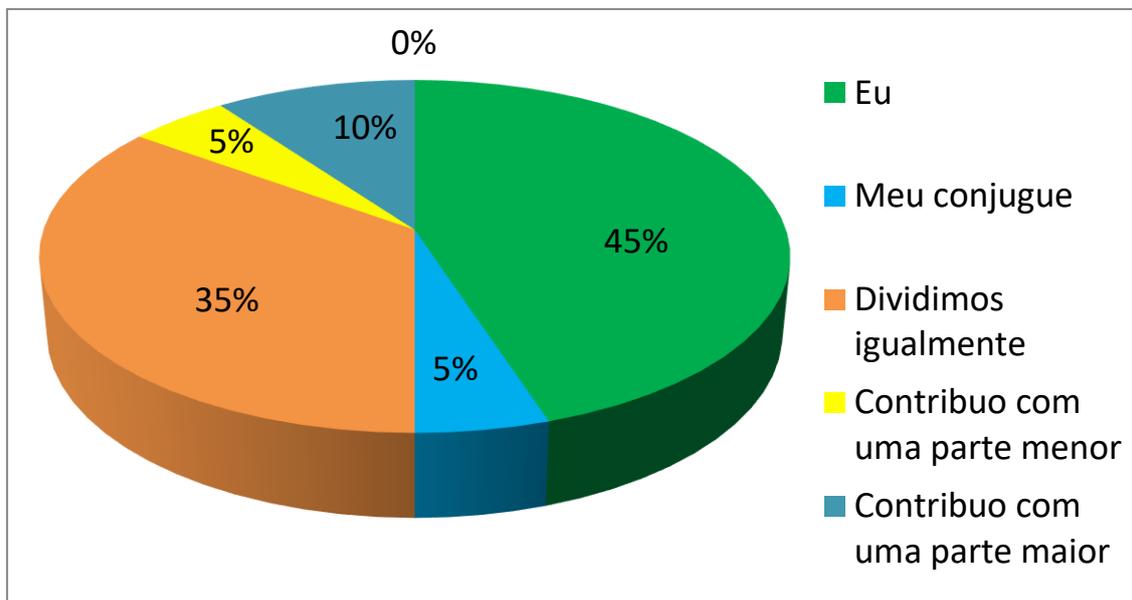
O tempo de duração das cargas horárias de mostraram bastante variados, bem como proporcional ao período com o qual cada uma delas quer trabalhar, já que várias delas trabalham em negócios informais, ou trabalham sozinhas. Em comparação aos homens, é possível afirmar que elas trabalham até menos que eles, que estão sujeitos às regras apresentadas pelas empresas que trabalham, ou também por “suportar” uma maior quantidade de trabalho e pressão por parte das funções que desenvolvem.

Gráfico 11 - Quantos dias de férias tira por ano?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Com base em Drucker (1987), “na visão dos economistas modernos, todo empreendedor é importante para a economia e provoca impacto, a partir do momento em que a influência e molda profundamente” (DRUCKER, 1987, p. 56). A presença de cada profissional se mostra de grande importância para o desenvolvimento do empreendedorismo como um todo. A perseverança e investimento nestas funções dependem da vontade de cada empreendedor. Como muitas das mulheres entrevistadas trabalham bastante, parte delas (30%) afirmou que tiram mais de 30 dias de férias para recuperar as forças e repensar as melhores formas de se trabalhar na área em que tanto gostam.

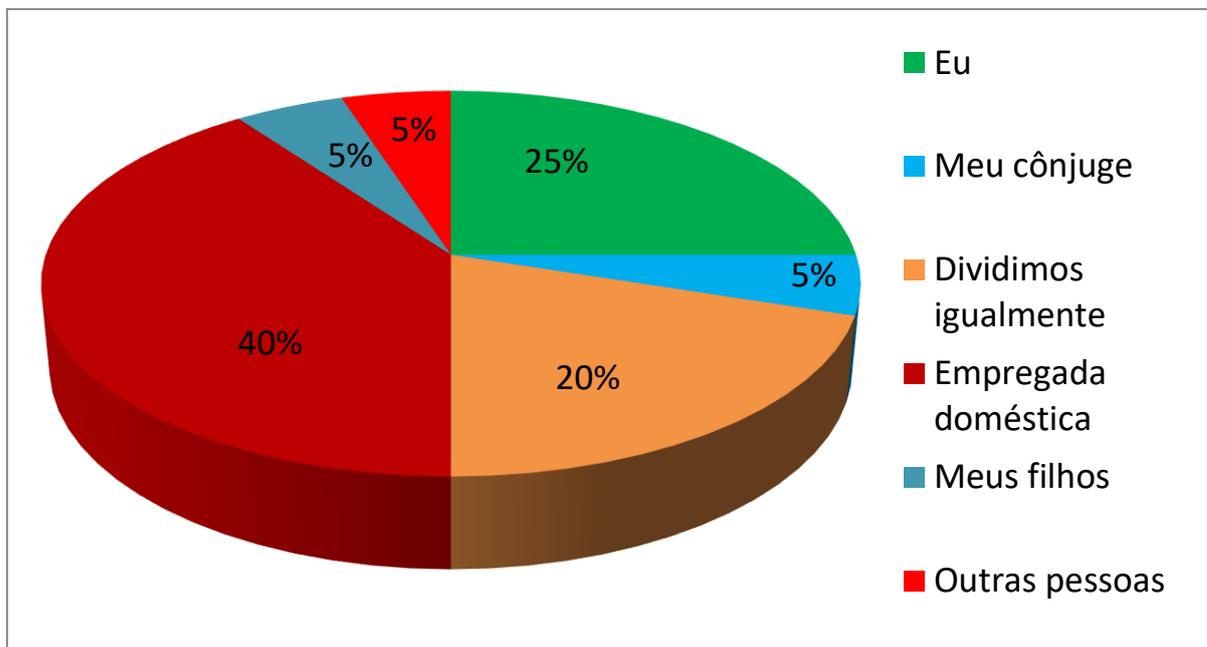
Porém outra parte (30% delas) afirma que não tiram férias, demonstrando maior interesse em estar presente em todos os processos presentes em seu ambiente de trabalho. As demais afirmaram que tiram entre 11-20 dias e outras preferem de 21-31 dias, representando 20% cada uma delas.

Gráfico 12 - Quem é o principal responsável pelo pagamento das contas da casa?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

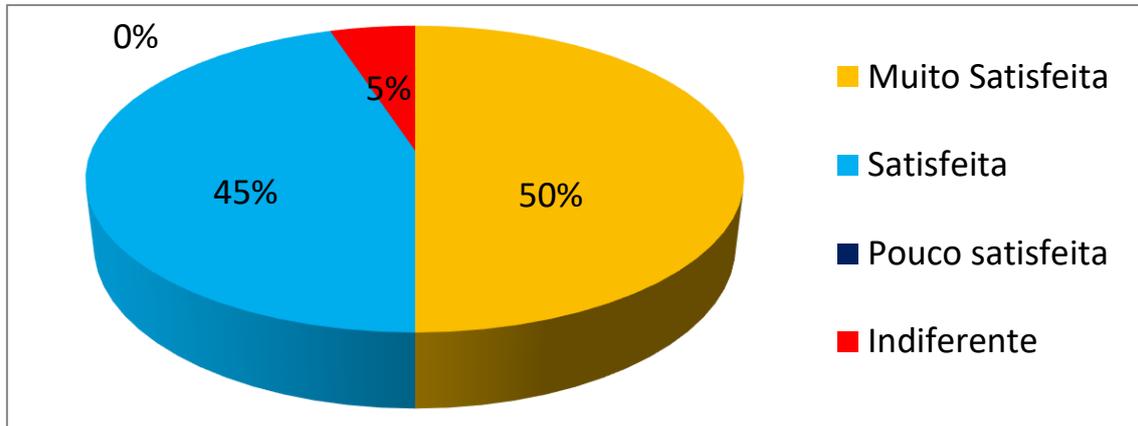
Raposo e Astoni (2007) afirmam sobre a atual atuação das mulheres na renda familiar, que está crescente na economia empurra a mulher a auxiliar na questões financeiras da família, tornando-se muitas vezes a representante da casa com renda principal.

Nesse sentido, 5% afirma contribuir em parte menor, outros 5% afirmam deixar a cargo do cônjuge, 45% considera que contribui com uma maior parte, 10% Hoje em dia não existe mais aquela história de que é dever apenas do homem cuidar das despesas de casa. As mulheres também estão tomando para si os deveres de sustentar não somente os filhos e tarefas domésticas, mas também ajudar seu cônjuge nas dificuldades financeiras.

Gráfico 13 - Quem é o principal responsável pelas tarefas domésticas?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, maio 2022.

Com base em Mussak (2004), “a Revolução dos sexos está para a mulher hoje, assim como a Revolução Industrial se deu para os homens no século XX”. Como todas as mulheres entrevistadas se mostraram bastante comprometidas com os serviços profissionais, é logicamente possível pensar que esta não daria conta de executar as duas funções ao mesmo tempo, profissional e doméstica. Assim, a maioria delas necessita de auxílio de outros indivíduos para tomar de conta dos deveres de casa, e foi o que fizeram, contratando empregadas domésticas, dividindo os afazeres com maridos e filhos, dentre outros.

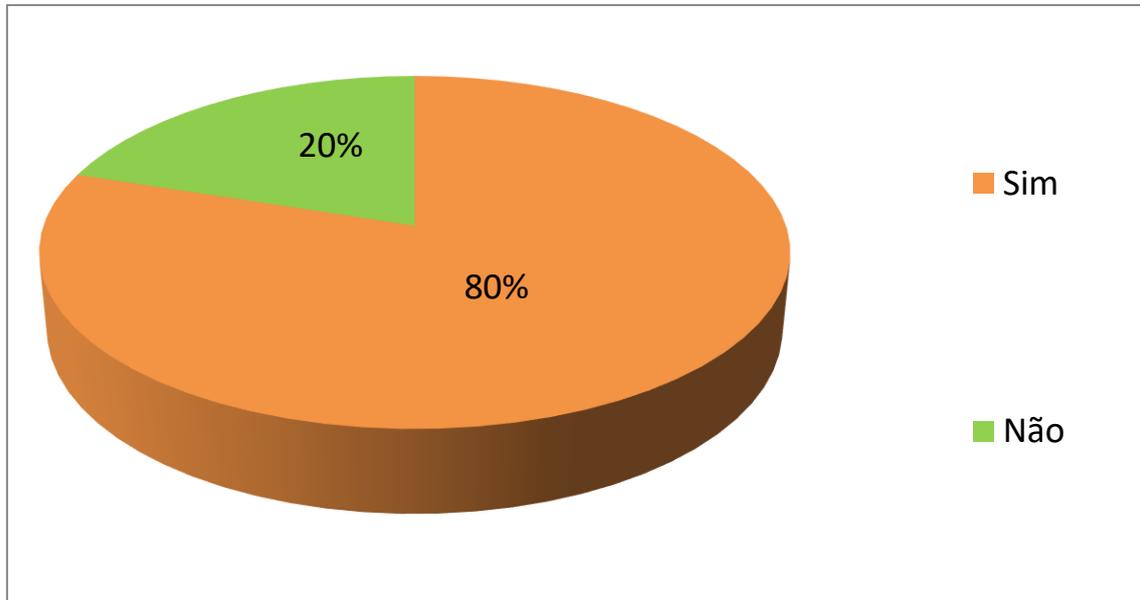
Gráfico 14 - Qual a sua satisfação com o trabalho atual?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, maio 2022

Machado (2002) descreveu sobre a presença da mulher no mercado de trabalho são por vários fatores que influenciam nesse aumento contraste que o crescimento na competição econômicas e alta taxas de desemprego que cadeado na representação feminina na no mercado de trabalho .

A grande maioria das mulheres entrevistadas se mostrou muito satisfeitas exercendo a função de empreendedoras. Muitas delas se mostraram bastante felizes em finalmente, depois de tantos esforços e lutas pelo caminho, poderem afirmar que chegaram onde quiseram chegar. Por isso é justificável a satisfação delas em responder positivamente a esta pergunta.

Gráfico 15 - Você considera uma profissão de sucesso?

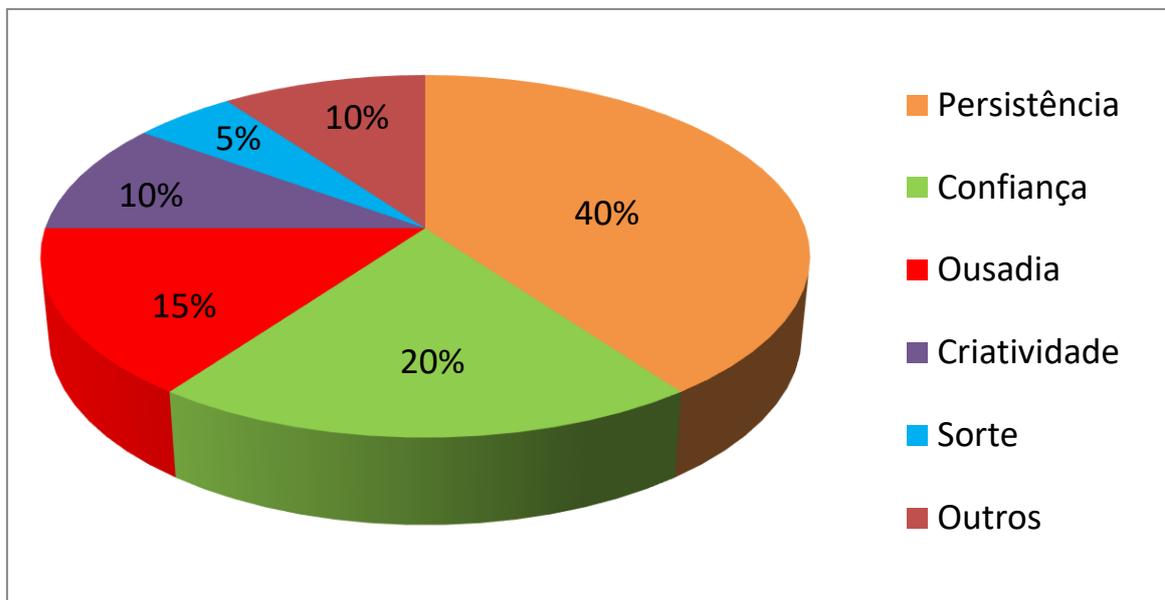


Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Ressalta Machado (2002) ainda, que:

São vários os fatores que influenciaram nesse crescimento: importante desempenho apresentado por empresas geridas por mulheres, representatividade da força de trabalho feminino, bem como a intensificação da competitividade econômica e o constante aumento na taxa de desemprego (MACHADO, 2002, p. 81).

Neste caso, a maioria das mulheres entrevistadas afirmou que acham sua profissão uma de sucesso, representando 80% delas, mostrando que estas acreditam que estão no caminho certo para o crescimento de suas carreiras profissionais e na divulgação da presença cada vez maior das mulheres trabalhando em áreas que “pertenciam” apenas a homens. 20% destas mulheres afirmam que não consideram sua profissão como de sucesso, talvez pelo ainda constante preconceito que sofrem no dia a dia de suas vidas profissionais, e ainda haver muitos clientes que preferem trabalhar apenas com os empreendedores masculinos.

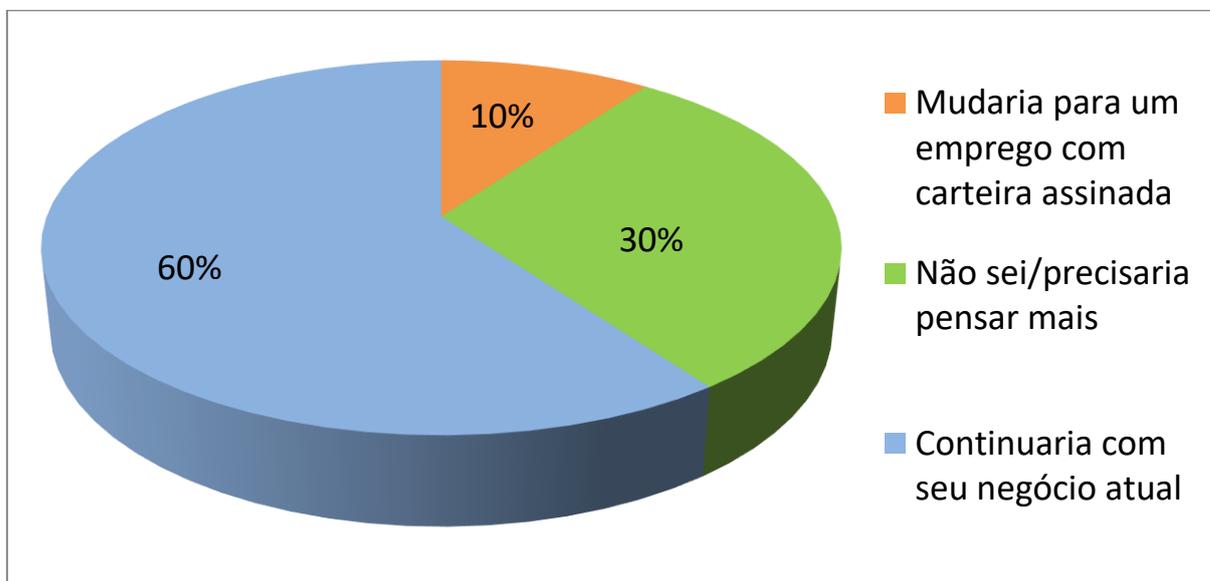
Gráfico 16 - A que atribui suas conquistas profissionais?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Filion (2015) ainda continua sobre as competências de se trabalhar no empreendedorismo que “a habilidade para desenvolver uma visão parece conferir liderança e está, para o empreendedor, parece depender do desenvolvimento da visão”.

A maioria das mulheres entrevistadas afirmou que os maiores motivos e argumento para suas conquistas profissionais são a “Persistência” (40%), “Confiância” (20%), “Ousadia” (15%), “Criatividade” (10%) e a minoria afirma que foi apenas “Sorte” (5%). Mulheres que se mostram mais perseverantes e colocam seus objetivos acima de tudo, têm maiores possibilidades de alcançar o que anseiam e desejam ter umas suas vidas profissionais como empreendedoras.

Gráfico 17 - Se tivesse a oportunidade de ter um emprego fixo, com carteira assinada, trabalhando 8 horas por dia e ganhando o mesmo tanto que você ganha hoje com seu negócio, você:

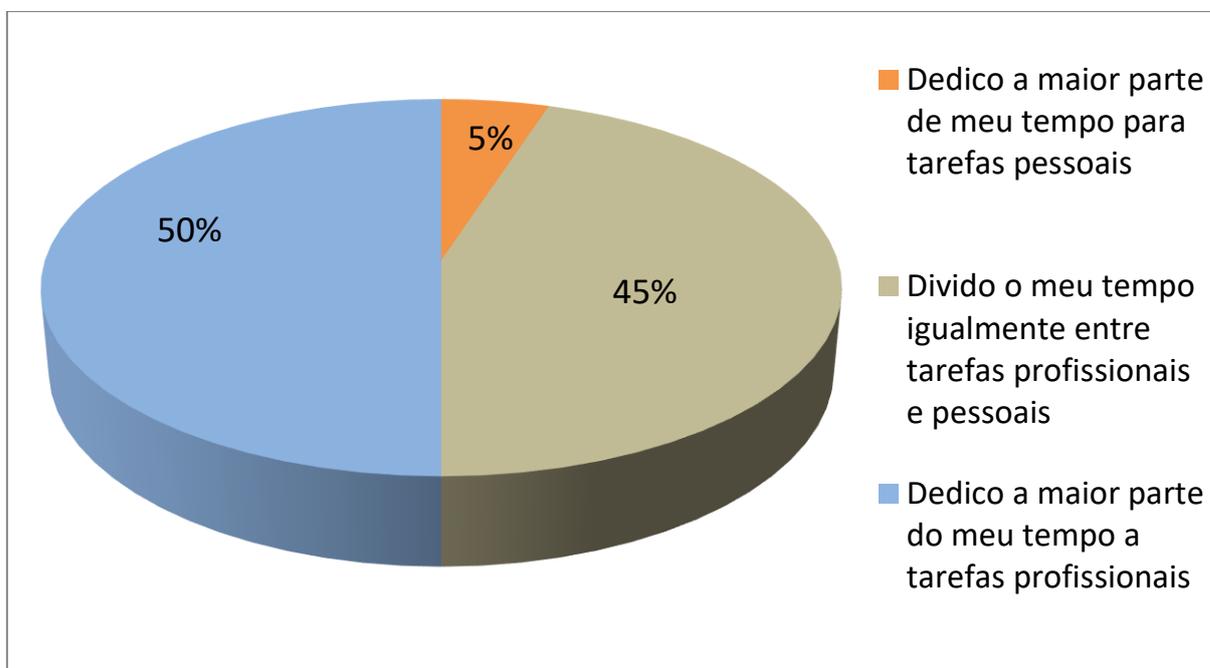


Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Sobre a presença marcante das mulheres no mercado de trabalho, a Revista Época de 2010 afirma que as mulheres tem um nível de superior completo maior do os homens em grau de escolaridade no Brasil.

Assim que as mulheres conseguem atingir a meta de se tornar algo na vida profissional que sempre desejaram, é muito difícil estas mudarem de opinião se surgirem novas oportunidades de trabalhar em outras áreas. Foi o que foi visto de acordo com as respostas das entrevistadas, em que 60% delas afirmam que “continuariam com seu negócio atual”. Algumas ainda chegam a afirmar que pensaria melhor nesta possibilidade (30%), e poucas afirmam que mudariam para outro emprego com carteira assinada (10%).

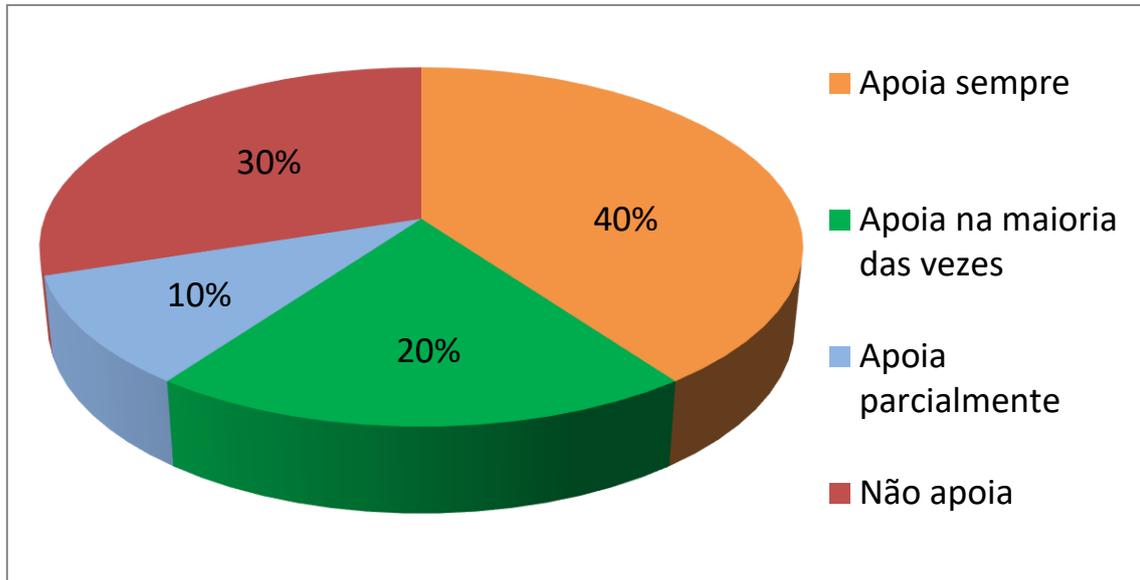
Gráfico 18 - Como você organiza seu tempo considerando tarefas familiares e profissionais



Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Sobre os impedimentos apresentados às mulheres ao ir trabalhar, Andreoli apud Machado (2002) afirma que umas das maiores dificuldades enfrentadas pelas mulheres são os laços família que são relacionando com pais, maridos e filhos. Sendo que as mulheres carregam a carga de serviços do trabalho e adicional os deveres de casa e preocupações com a família.

Metade das mulheres entrevistadas (50%), afirmaram que dedicam a maior parte de suas vidas à carreira profissional em detrimento da vida pessoal (5%). Isso mostra que as mulheres que conseguem alcançar o status de empreendedora ativa no mercado de trabalho, preferem continuar investindo nesta perspectiva e assim expandir ainda mais sua carreira e negócios. Porém, 45% dessas mulheres, quase metade, ainda afirmam que preferem dividir igualmente a atenção fornecida tanto para suas carreiras profissionais, quanto pessoais, pois já que alcançaram seu lugar no mercado de trabalho, preferem não deixar de lado o amor à sua família e manter estável o equilíbrio dentro de casa, também participando dos afazeres domésticos.

Gráfico 19 - Seu companheiro(a) apoia sua atividade profissional?

Fonte: Pesquisa de campo. Mulheres empreendedoras, Açailândia-MA, 2022.

Sobre as diferenças de trabalho entre homens e mulheres no mercado de trabalho, inclusive no empreendedorismo tem-se que Hisrich (2004) mencionar que as mulheres tem vantagens de empreendedoras femininas um melhor resultado do que os homens que os setor que mais tem crescimento são voltados para o público feminino.

Aqui se mostrou um quadro de bastante variedade de perspectivas. No que se refere a aprovação dos parceiros masculinos quanto à vida profissional de sua esposa empreendedora, a maioria apoia o investimento na carreira (40% deles), porém, muitos ainda são abertamente contra e não apoiam suas parceiras (30% deles). Isto reflete na ainda não total aceitação deles quanto a presença das mulheres no mercado de trabalho.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema Empreendedorismo Feminino surgiu a partir de um desejo, uma ânsia de demonstrar que a mulher apresenta capacidades por vezes desconhecidas no âmbito social, e que pode elevar-se e superar quaisquer expectativas propostas pela sociedade machista e preconceituosa, que rotula a mulher apenas como dona de casa e ser procriador. E como tais, me considero uma mulher capaz de superar esses limites, para demonstrar meu potencial e contribuir para o progresso das mulheres empreendedoras no município de Açailândia, quiçá do mundo.

Nos últimos anos, o trabalho da mulher fora de casa passou por enormes transformações, apresentando um crescimento considerável, pois anteriormente a maioria eram mulheres jovens, solteiras e sem filhos. Hoje, independentemente do nível social em que se encontra, é notória a presença da mulher em cargos altos ou como dona de seu próprio negócio no ambiente empresarial. A participação das mulheres nesse espaço é fruto de muitas lutas por elas enfrentadas, visto que antigamente o seu papel na sociedade era bem definido: dona de casa, responsável em cuidar única e exclusivamente de seus filhos, completamente submissa ao marido, sem o direito de expressar e realizar seus sonhos. Portanto, após este intenso período de invisibilidade do mercado de trabalho, surge um novo momento para a mulher.

É essa ascensão social, conforme apresentada em pesquisas nacionais e estrangeiras, apresenta pontos importantes em relação à mulher empreendedora. Tais avanços garantem índices que vem se elevando no decorrer dos anos, no tocante à avaliação de órgãos internacionais e mesmo dos juízos de valor quando a sociedade é consultada. De um lado, o mercado de trabalho torna-se cada vez mais exigente e requer indivíduos especializados, do outro, as mulheres mostram-se extremamente capacitadas para atuarem no mercado. De acordo com essas exigências, alimentando o mercado com profissionais eficientes em tarefas e segmentos diversos. É nesse contexto, que este estudo vem a significação.

Atualmente, a sociedade de modo geral, necessita se adequar as normas trabalhistas, tendo a mulher empreendedora como um profissional gabaritado, capaz de atuar em qualquer profissão. Esse tema deve ser amplamente discutido nacionalmente, assim as organizações devem adotar medidas visando alcançar a democracia e a participação efetiva de todos os envolvidos no mercado de trabalho.

Este trabalho monográfico teve como tema: Análise do perfil das mulheres empreendedoras no setor de comércio e serviço no município de Açailândia-MA, com enfoque nas principais atividades desenvolvidas e atuação das mesmas. Justificado pela relevância do tema e da necessidade de aprimorar a atuação do empreendedorismo feminino em sociedade.

A problemática que deu origem a este trabalho, surgiu do questionamento: A ausência de uma identificação e uma política ampla do papel das mulheres enquanto empreendedoras, bem como o seu perfil no setor de comércio e serviço no município de Açailândia-MA, pode ser uma negativa para o sucesso de seus negócios?

Teve como referências, algumas mulheres empreendedoras da cidade, com o objetivo geral da pesquisa, identificar o perfil das mulheres empreendedoras no setor de comércio e serviço no município de Açailândia e como objetivos específicos: definir o perfil social e profissional das mulheres empreendedoras de Açailândia, a fim de tornar mais claro o reconhecimento para o público-alvo; identificar quais as características que possuem para desenvolverem suas habilidades criativas com maior eficiência; definir as maiores dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras no mercado de trabalho e, entender os motivos específicos que levaram essas mulheres à dedicação ao setor empreendedor.

Em relação a problemática mencionada ficou evidenciado que é fundamental identificar o perfil dessa mulher empreendedora, traçar mecanismos voltados para o incentivo maior, bem como fazer uso efetivo de políticas públicas que garantam a igualdade trabalhista no mercado. Quanto aos objetivos, todos foram alcançados, tendo em vista o modo como se deu o trabalho, bem como sua pertinência em obter tais informações.

Vale ressaltar que algumas hipóteses foram levantadas ainda no projeto de pesquisa, tais como: O perfil das empreendedoras de Açailândia consiste em mulheres que necessitam cooperar para a renda familiar; as entrevistadas encontraram-se na faixa etária entre 40 a 50 anos e com ensino médio completo; a empreendedora tem como característica principal força e determinação em suas ações; as empreendedoras são movidas pela superação de desafios a fim de atingir sua realização pessoal e profissional. Frente aos levantamentos propostos inicialmente, comprova que todas as hipóteses se confirmaram. Ressalvo a questão da formação, que a maior parte das entrevistas, possuem uma formação mais ampla,

algumas com especialização. Fazendo das mulheres empreendedoras de Açailândia, potências comerciais, de extenso gabarito.

A gestão feminina nas empresas ou em seus próprios negócios, se mostraram como um fator de grande importância para o crescente desenvolvimento das instituições públicas ou privadas, pois apresentaram a unidade administrativa da mesma como gestora sob a instituição como um todo, com competência e muita sensibilidade, característica bem peculiar à mulher. Os variados problemas que podem ser encontrados nestas instituições podem ser resolvidos se forem tomadas atitudes eficazes, encontradas através de consenso entre os indivíduos que fazem parte da mesma. A mulher gestora aqui, se mostra como ponto central para dirigir esta reunião a fim de que seja encontrada uma solução que satisfaça a todos.

As pesquisas e questionários realizados para somar a este projeto monográfico foram de relevante importância, pois destacaram as principais vantagens, particularidades, desafios e possíveis desvantagens de ser empreendedor, todavia é fundamental uma gestão empreendedora, centrada em um único indivíduo, nesse sentido, a mulher como foco principal, bem como esta pode realizar grandes mudanças no meio econômico e social, solucionando problemas que estão além de suas responsabilidades, como a participação ativa em diversos setores e profissões, além da presença em casa, no cuidado com a família e filhos, que também faz a diferença, no que se refere a realização de várias atividades no cotidiano.

Por fim, o principal desafio encontrado foram os estímulos para modificação de ideologias sociais ultrapassadas, através da reeducação e conscientização, porém a partir disso foram observados os resultados e espera-se maiores avanços nesse sentido, com isso, concluímos que praticar o empreendedorismo feminino, é estar preparado para transformações profundas nas organizações, com gestão baseada na qualidade total, tendo como diferencial a escuta sensível para o envolvimento da equipe, uma vez que os fatores impulsionadores para o sucesso ou fracasso da ferramenta estão intimamente ligados às pessoas.

REFERÊNCIAS

ANDREOLI, T. P.; BORGES, W. A. **Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um Pequeno Negócio**. Paraná, p.1-11, 2007.

BARROS, A. L.; PEREIRA, C. M. M. A. **Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica**. **RAC, Curitiba**, v.12, n.4, p.975-993, out/dez. 2008.

BONO, E. **Oportunidades: um manual para a busca de melhores oportunidades nos negócios**. Vértice, São Paulo, 1989.

BRASIL. Ministério da Economia. **Governo lança o Programa Crédito Brasil Empreendedor**. Gov.br . Publicado 16 Abril de 2022. Disponível < <https://www.gov.br/economia/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/principais-acoes-na-area-economica/acoes-2022/governo-lanca-o-programa-credito-brasil-empreendedor>> . Acesso em: 07 de maio de 2023.

BRASIL. Ministério da Economia. **Governo lança o Programa Crédito Brasil Empreendedor**. Gov.br. Publicado 16 abril de 2022. Disponível < <https://www.gov.br/economia/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/principais-acoes-na-area-economica/acoes-2022/governo-lanca-o-programa-credito-brasil-empreendedor>> . Acesso em: 07 de Maio de 2023.

BRASIL. República federal do Brasil. **Diário da Câmara de Deputados**. 2016. Disponível em < chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD0020160609000920000.PDF>. Acesso dia 09 de Maio de 2023.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. A sociedade em rede São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

DEMO, P. **Introdução à Sociologia: Complexidade, interdisciplinaridade e desigualdade social**. São Paulo: Atlas, 1995.

DIAS, A. A. **Infância e Direito à Educação**. In: BITTAR E. C.; TOSI, G. (Orgs). **Democracia e educação em direitos humanos numa época de insegurança**. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República, 2008.

DOGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios**. São Paulo, 1999.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

DORNELAS, J. C. A **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

GALEAZZI, I. M. S. **Mulheres trabalhadoras: a chefia da família e os condicionamentos de gêneros**. *Revista Mulher e Trabalho*, Porto Alegre, p. 61-68, 2001.

GEM – **Global Entrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo no Brasil. Relatório Global, 2002 a 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, A. S. **Pesquisa qualitativa**: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, mai/jun, 1995.

GOMES, A. F.. O outro no trabalho: mulher e gestão. **Revista De Gestão USP**, São Paulo: v. 12, n. 3, p. 1-9, julho/setembro 2005.

GRECO, S. M. S. S. et al. IBQP. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba, 2009.

HASHIMOTO, M. **Lições de Empreendedorismo**. – Barueri, SP: Manole, 2011.

HIRATA, H. **Nova Divisão Sexual do Trabalho? um olhar voltado para a empresa e a sociedade**. São Paulo: Boitempo, 2002.

HISRICH, R.D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, E. G. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set/dez, 2005. Disponível em: www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf. Acesso em: 10 de maio de 2023.

KAUFMANN, L. **Passaporte para o ano 2000**. Makron Books. São Paulo, 2002.

KENT, C. A. **Entrepreneurship education at the collegiate level: a synopsis and evaluation**. In: KENT, Calvin A. (Eds.). Entrepreneurship Education – current developments, future directions. New York: Quorum Books, p. 111 – 22, 1990.
Kon, A. **Perfil dos trabalhadores por conta própria no Brasil** (Relatório de Pesquisa nº 31/2001). São Paulo, 2005.

LAGES, S. R. C. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, 2005. Disponível em: <<https://portaladm.estacio.br/media/4404/4-desafios-empreendedorismo-feminino-reflexao-dificuldades-mulheres-pobres-conducao-projetos-geradores-renda.pdf>>. Acesso em: 06 de Maio de 2023.

LONGENECKER, J. G. et al. (1997). **Administração de pequenas empresas**. São Paulo, Makron Books.

LONGENECKER, J. et al. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. Tradução de Maria Lucia G. Leite Rosa. 13. ed. São Paulo: Makron Books, 2007.

LOPES, J. D. P.; SALM, J. F. **Os estilos gerenciais e suas implicações na motivação dos funcionários: um estudo de caso**. 1999. Dissertação (Mestrado) – Centro Tecnológico- Universidade de Santa Catarina. Florianópolis, 2012.

MACHADO, H. V. et al. **Empreendedoras: estilo gerencial e desempenho das empresas**. Encontro Nacional de Pós Graduação em Administração, 27, Anais Eletrônicos. Atibaia, SP. ANPAD: São Paulo-SP, 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital** – 4 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MUSSAK, E. **Plano ou planejamento?** Disponível em: <<https://eugeniomussak.com.br/planos-ou-planejamento/>> Acesso em: 15 jan 2023.

OLIVEIRA, L. M.; PEREZ JR., José Hernandez; SILVA, C. A. S. **Controladoria estratégica**. São Paulo: Atlas, 2002.

PESQUISAS tentam mostrar como as mulheres lidam com a carreira, a família e o dinheiro. **Revista Época**, 16 de fevereiro de 2010.

PROBST, E. R. A evolução da mulher no mercado de trabalho. **Instituto Catarinense de Pós-Graduação** v.1, n.1, p.1-8, 2013.

RAMOS, S. C. **Estudos comparativos das práticas didático-pedagógicas do ensino de empreendedorismo em universidades brasileiras e norte-americanas**. Revista Alcance – Eletrônica. - UNIVALI - Vol. 13 - n.2 p. 207 - 225 - Mai/ago. 2006.

RAPOSO, K. C. de S.; ASTONI, S. A. F. **A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade**. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

ROBBINS, S. P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, p. 125-132, 1982.

SCHUMPETER, J. **Can capitalism survive**, 1952.

_____. **Capitalism, Socialism and Democracy**. New York: Harper and Brochters, 1942.

SEBRAE, **AS PROPOSTAS DO NOVO GOVERNO PARA FORTELECER AS MPES**. Site SEBRAE. Publicado dia 12 de abril de 2023. Disponível em < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/posts/as-propostas-do-novo-governo-para-fortelecer-as-mpes,ff1bbc8f99777810VgnVCM1000001b00320aRCRD> > Acesso em 10 de maio de 2023.

SEBRAE. **Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. Coleção Estudos e Pesquisas, outubro. 2011.

TEIXEIRA, L. A. et al. **A mulher e sua posição na sociedade da antiguidade aos dias atuais**. Rev. SBPH. vol.8, n.2, p.65-76, dez. 2005.

VASCONCELLOS, C. S. **Avaliação da Aprendizagem: Práticas de Mudança - por uma práxis transformadora**, 9a ed. São Paulo: Libertad, 2002.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você** – São Paulo: Ed. do autor, 2010.

WILKENS, J. **A Mulher Empreendedora: como iniciar seu próprio negócio**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

APÊNDICES

APÊNDICE I: Questionário aplicado às mulheres empreendedoras no comércio ativo da cidade de Açailândia-ma.

O(a) Sr.(a) está sendo convidado(a) a participar desta pesquisa que tem como finalidade compreender qual é o perfil empreendedor de mulheres empresárias Açailandenses, quais seus anseios, dificuldades e vantagens de atuarem no mercado de trabalho como empreendedoras.

Ao participar desta pesquisa a Sr.(a) consentirá que a pesquisadora obtenha informações através de entrevistas, fichas de informação, observações e registro de imagens e áudios, para utilizá-los exclusivamente para fins científicos e acadêmicos. O(a) Sr.(a) tem liberdade de se recusar a participar e ainda se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo.

QUESTIONÁRIO

1-Você faz parte de qual faixa etária abaixo?

- () Entre 18 e 25 anos
- () Entre 26 e 33 anos
- () Entre 34 e 41 anos
- () Entre 42 a 49 anos
- () Maior que 50 anos

2-Qual seu estado civil?

- () Solteira
- () Casada/União Estável
- () Divorciada/Separada
- () Viúva
- () Outras

3-Qual seu nível de escolaridade?

- () Fundamental Incompleto
- () Fundamental Completo
- () Médio Incompleto
- () Médio Completo
- () Superior Incompleto
- () Superior Completa
- () Especialização
- () Outros

4-Você tem filhos?

-)Não
-)Sim, 1 filho
-)Sim, 2 filhos
-)Sim, 3 filhos
-)Sim, filhos

5-Há quanto tempo você abriu sua empresa?

-)Menos de 1 ano
-)De 1 a 3 anos
-)De 4 a 6 anos
-)De 7 a 9 anos
-)Mais de 10 anos

6-Quantos funcionários você tem na empresa?

-)Não tenho funcionários
-)Apenas 1 funcionário
-)2 ou 3 funcionários
-)4 ou 5 funcionários
-)Mais de 5 funcionários
-)Outros (não precisa)

7-Qual ramo de atividade do seu negócio?

-)Vestuário, calçado, e acessório
-)Móveis e artigos domésticos
-)Produtos alimentícios
-)Livraria e papelaria
-)Restaurantes, lanchonetes e bares
-)Salão de beleza

8-Qual foi o principal motivo para se abrir o próprio negócio?

-)Oportunidade
-)Expectativa de aumentar a renda
-)Vontade de colocar em prática ideias próprias
-)Necessidades financeiras
-)Outros

9-O seu negócio é formalizado?

-)Sim, como micro empreendedora individual

- () Sim, como microempresa
- () Sim, como pequena empresa
- () Não, trabalho informalmente

10-Quantas horas por dia, em média, você trabalha?

- () Menos de 4 horas
- () Entre 4 e 6 horas
- () Entre 6 e 8 horas
- () Entre 8 e 10 horas
- () Mais de 10 horas

11-Quantos dias de férias tira por ano?

- () Não tira/tirou férias
- () 10 dias ou menos
- () Entre 11 e 20 dias
- () Entre 21 e 30 dias
- () Mais de 30 dias

12-Quem é o principal responsável pelo pagamento das contas da casa?

- () Eu
- () Meu conjugue
- () Dividimos igualmente
- () Contribuo com uma parte maior
- () Contribuo com uma parte menor

13-Quem é o principal responsável pelas tarefas domésticas?

- () Eu
- () Meu conjugue
- () Dividimos igualmente
- () Empregada doméstica
- () Meus filhos
- () Outras pessoas

14-Qual a sua satisfação com o trabalho atual?

- () Satisfeita
- () Indiferente
- () Pouco satisfeita
- () Indiferente

15-Você considera uma profissão de sucesso?

- Sim
- Não

16-A que atribui suas conquistas profissionais?

- Persistência
- Confiança
- Ousadia
- Criatividade
- Sorte
- Outros

17-Se tivesse a oportunidade de ter um emprego fixo, com carteira assinada, trabalhando 8 horas por dia e ganhando o mesmo tanto que você ganha hoje com seu negócio, você:

- Mudaria para um emprego com carteira assinada
- Não sei/precisaria pensar mais
- Continuaria com seu negócio atual

18-Como você organiza seu tempo considerando tarefas familiares e profissionais?

- Dedico a maior parte de meu tempo para tarefas pessoais
- Divido o meu tempo igualmente entre tarefas profissionais e pessoais
- Dedico a maior parte do meu tempo a tarefas profissionais

19-Seu companheiro(a) apoia sua atividade profissional?

- Apoia sempre
- Apoia na maioria das vezes
- Apoia parcialmente
- Não apoia