



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS  
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ - CAMPUS VII  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

LIDAIANY OLIVEIRA CABRAL

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: OS DESAFIOS E CONQUISTAS DAS MULHERES  
EMPREENDEDORAS DA CIDADE DE PATOS-PB**

**PATOS-PB  
2017**

LIDAIANY OLIVEIRA CABRAL

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: OS DESAFIOS E CONQUISTAS DAS  
MULHERES EMPREENDEDORAS DA CIDADE DE PATOS-PB**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à  
Universidade Estadual da Paraíba, como requisito  
parcial para a obtenção do título de Bacharel em  
Administração.

**Área de Concentração:** Empreendedorismo

**Orientador:** Prof. Francisco Kleveny Soares da  
Silva

**PATOS-PB  
2017**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

C117e Cabral, Lidaiany Oliveira  
Empreendedorismo feminino [manuscrito] : os desafios e conquistas das mulheres empreendedoras da Cidade de Patos, PB / Lidaiany Oliveira Cabral. - 2017.  
23 p. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2017.  
"Orientação: Prof. Me. Francisco Kleveny Soares da Silva, CCEA".

1. Empreendedorismo. 2. Perfil empreendedor. 3. Autonomia. I. Título.

21. ed. CDD 650.1

LIDAIANY OLIVEIRA CABRAL

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: OS DESAFIOS E CONQUISTAS DAS  
MULHERES EMPREENDEDORAS DA CIDADE DE PATOS-PB**

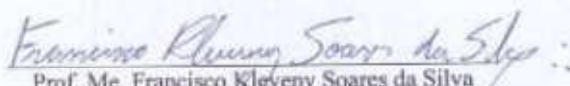
Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Área de Concentração:** Empreendedorismo

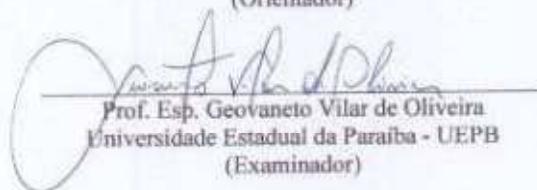
**Orientador:** Prof. Francisco Kleveny Soares da Silva

Aprovada em: 02/08/2017.

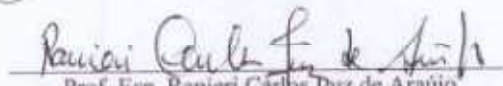
**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Me. Francisco Kleveny Soares da Silva  
Universidade Estadual da Paraíba - UEPB  
(Orientador)



Prof. Esp. Geovaneto Vilar de Oliveira  
Universidade Estadual da Paraíba - UEPB  
(Examinador)



Prof. Esp. Ranieri Carlos Duz de Araújo  
Universidade Estadual da Paraíba - UEPB  
(Examinador)

# EMPREENDEDORISMO FEMININO: OS DESAFIOS E CONQUISTAS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DA CIDADE DE PATOS-PB

Lidaiany Oliveira Cabral<sup>1</sup>

Francisco Kleveny Soares da Silva<sup>2</sup>

## RESUMO

Buscando sua autonomia e realização pessoal, as mulheres têm cada vez mais se conscientizado da sua capacidade de liderança, mostrando que estão prontas para enfrentar os desafios de administrar seu próprio negócio. Diante deste contexto o presente artigo tem com objetivo apresentar as conquistas e dificuldades das mulheres empreendedoras da cidade de Patos-PB. Ao longo do trabalho foi argumentado sobre a importância da mulher buscar seu espaço, seja como empreendedora ou buscando sua autonomia no meio social. Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e de campo onde foram coletados dados através de entrevistas e questionários aplicados, logo mais foi feita uma conversão de dados quantitativos, onde os resultados indicaram algumas dificuldades de aceitação social, no entanto, também mostrou a satisfação da realização pessoal e de empoderamento enquanto mulheres que estão à frente do seu próprio negócio.

**Palavras – Chaves: Empreendedorismo; Perfil Empreendedor; Autonomia.**

## 1. INTRODUÇÃO

Os chamados empreendedores exercem a função de atender as diversas necessidades da sociedade, acompanhando o crescimento do mercado, o empreendedor deve ter visão para ponderar os riscos e enxergar a viabilidade do seu negócio no mercado. Neste contexto o sucesso das organizações no mundo dos negócios está cada vez mais interligado ao perfil inovador dos empreendedores, mostrando o seu diferencial para o competitivo mundo dos negócios.

De acordo com HISRICH; PETERS,( 2004, p. 29). Empreendedorismo é o processo de inovar, dedicando seu tempo, esforço, assumindo os riscos necessários e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

---

\*Aluna de Graduação em Administração na Universidade Estadual da Paraíba – Campus VII – E-mail: lidaiany-ocabral@hotmail.com

As mudanças no mercado de trabalho é apenas um dos fatores que motiva homens e mulheres a investirem no seu próprio negócio, em sua grande maioria nas áreas em que mais se identificam, portanto além de sua independência profissional e financeira, o empreendedor busca também realização pessoal.

Empreender independe de sexo, classe social ou religião. Porém, é relativamente recente o papel feminino na atuação empreendedora, comparada ao sexo masculino. A entrada tardia das mulheres no mundo dos negócios e como aconteceu o processo de ingresso das mulheres no mercado de trabalho, deve-se à alguns fatos históricos, refletidos ainda hoje em nossa sociedade.

Os processos socioeconômicos e tecnológicos que se difundiram a partir dos anos 1970 afetaram radicalmente as instituições sociais, entre elas o casamento e a família. A nova divisão sexual do trabalho é redefinida, assim, a mulher passa a exercer múltiplas jornadas de trabalho, enquanto o homem passou a comparecer com mais frequência nos cuidados com a educação dos filhos e da casa. Muitas mulheres deixaram de restringir suas aspirações apenas ao casamento e aos filhos (VAISTMAN, 2001).

O empreendedorismo feminino, além de ser uma forma de mostrar equiparação e igualdade de direitos entre os sexos também é uma alternativa que as mulheres encontraram sua autonomia e independência pessoal e financeira, onde cada vez mais elas vem se destacando e mostrando a sua importância também no crescimento econômico.

Este artigo tem a finalidade de mostrar através de pesquisa empírica, quais são as principais dificuldades e conquistas das mulheres empreendedoras da cidade de Patos-PB. Na sociedade moderna têm-se percebido significativas mudanças no aumento da participação feminina no mercado de trabalho, mostrando uma tendência cada vez mais equilibrada no mundo empresarial entre homens e mulheres. Sendo assim, desenvolveu-se a seguinte problemática para a pesquisa: **Quais os principais desafios, motivações e influências são encontrados no empreendedorismo feminino na cidade de Patos-PB?** Visando evidenciar o problema proposto, tem como objetivo geral: Compreender quais são as maiores dificuldades das mulheres empreendedoras e quais os pontos que trouxeram motivação para que elas pudessem empreender, sendo os objetivos específicos:

- Analisar as principais características empreendedoras das mulheres no mercado.
- Identificar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras no mercado competitivo de Patos
- Verificar dentro do perfil das mulheres entrevistadas se houve empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade.

Esta pesquisa se justifica pela importância contribuição teórica que seu conhecimento pode oferecer para o estudo, levando em consideração que o aumento significativo no número de mulheres no mercado de trabalho criou um novo campo de pesquisa que busca conhecer as características das mulheres empreendedoras.

A pesquisa visa esclarecer quais as motivações e dificuldades encontradas para empreender, bem como os principais fatores que contribuem para o crescimento e o perfil empreendedor das mulheres de sucesso. Ao avaliar as mulheres empreendedoras da cidade de Patos-PB, o município poderá obter um autoconhecimento sobre seus resultados, podendo medir seu desempenho, conhecer os pontos que devem ser conservados e os pontos que precisam de modificações ou melhorias, podendo até elaborar políticas de apoio para novas empreendedoras.

Além de contribuir para aprendizado pessoal e acadêmico sobre um assunto de importante relevância, pois possibilitou uma pesquisa ampla sobre o tema escolhido, desvendando suas principais curiosidades que envolvem o tema empreendedorismo.

A seguir mostra-se o percurso metodológico empregado no desenvolvimento da pesquisa, bem como os resultados alcançados, conseqüentemente vem as considerações finais e referências consultadas durante o estudo.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA SOBRE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**

A história do empreendedorismo se embaraça com a história do próprio homem, pois acredita-se que a “conduta empreendedora” sempre existiu e que foi esse desempenho que impulsionou a criar, construir e evoluir. O mesmo é considerado hoje um fenômeno global, dada a sua força e crescimento, nas relações internacionais e formação profissional.

Empreendedorismo é uma tradução da palavra *entrepreneurship*, popularizada pela importação do inglês e originada da palavra francesa *entrepreneur* que, segundo Dornelas (2001), significa aquele que assume riscos e começa algo novo.

Para Barreto (1998, p. 190) “empreender é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la.

De acordo com Capella, (2016) p 587 empreender é:

Empreender não é necessariamente alguém que investe o capital inicial ou inventa um novo produto, mas sim o indivíduo que tem uma ideia. Qualquer indivíduo pode apresentar ideias engenhosas: a diferença é que, nas mãos de empreendedores, essas ideias se tornam poderosas e lucrativas.

Desta forma o empreendedor busca maneiras de transformar situações que não sejam tão atrativas para a sociedade, e as transformar em algo que venha conquistar a atenção do cliente e ative o desejo de usufruir e possuir determinado bem ou serviço oferecido, dessa forma o mesmo necessita ter uma mente aberta e uma visão multidirecional para que os grandes sucessos possam ser descobertos nas pequenas oportunidades.

A atividade empreendedora, desde a idade média, quando o empreendedorismo poderia ser abreviado necessariamente à prestação de serviços ao governo, seguindo para uma industrialização no século XVIII que indicou a necessidade de uma mudança no perfil da atividade empreendedora, passando a seguir pelas mudanças na definição de empreendedor e empreendedorismo, além de questões envolvidas à necessidade que estes empreendedores tinham de receber aquisições para realizarem seus projetos e a consequente divisão de conceitos de empreendedor e investidor de capital. (DORNELAS,2005).

Sendo assim, é importante conhecer a história do empreendedorismo como mostra o quadro a seguir:

**Quadro 1:** Contextualização Histórica das origens do empreendedorismo

Época	Entendimento	As Pessoas
Idade Média	Utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção	O indivíduo não assumia grandes riscos, apenas gerenciava projetos, utilizando recursos disponíveis geralmente provenientes o governo do país.
Século XVII	Primeiros indícios de relação de assumir riscos e empreendedorismo.  Os acordos contratuais geralmente estabeleciam preços prefixados e qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo de empreendedor	Algumas diferenciações do empreendedor- aquele que assumia riscos – do capitalista – aquele que fornecia o capital.
Século XVIII	Início da industrialização, a definição do papel dos investidores no processo de manufatura.	O capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, a pessoa que criava e conduzia empreendimentos.
Século XIX e XX	Análise sobre o ponto de vista econômico, a organização da empresa a serviço do capitalismo.	Os empreendedores são confundidos com os gerentes e administradores.

Fonte: Adaptado de Dornelas, (2001); Bom Angelo (2003)



O destaque ao empreendedorismo surge muito mais como uma consequência das alterações tecnológicas e sua agilidade, e não é apenas um modismo. O mercado competitivo também faz com que os novos empresários abracem novos conceitos.

Santos, (2011) apresentou o empreendedor, como alguém que corria riscos, através da observação dos comerciantes, fazendeiros, artesãos e outros proprietários individuais “compram a um preço certo e vendem a um preço incerto, portanto operam com risco” (HISRICH, 2004, p. 28).

Adam Smith caracterizou o “empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, um administrador que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor” (CRUZ, 2005 p 24)

Dessa forma o mesmo tem um papel importante para a economia, pois com suas ações empregos são criados e capital vem ser introduzido no mercado gerando movimentação e lucro para todos em sua volta, o empreendedorismo traz vantagens além das financeiras, pois aumenta a network da empresa trazendo possíveis parcerias para futuros investimentos e assim criando sinergia entre o empreendedor e seu público alvo.

De acordo com Dolabela (2003 p, 43), “o empreendedorismo é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, do seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”

Segundo Ângelo (2003), empreendedorismo envolve todas as fusões, atividades e ações ligadas à percepção de oportunidades de criação. Ele destaca cinco elementos fundamentais que caracteriza um empreendedor de sucesso: criatividade, força de vontade, foco na geração de valor e disposição para correr riscos.

Para Chiavenato (2007), existem três características básicas para um empreendedor. São elas: 1-Necessidade de realização: Uma necessidade pessoal, o que o diferencia dos outros. 2-Disposição para assumir riscos: Riscos financeiros e de demais ordens assumidos ao iniciar o próprio negócio. 3-Autoconfiança: Segurança ao sentir que pode enfrentar os desafios e problemas.

Com essas características alinhadas o empreendedor pode formar uma ideia e analisar o mercado do qual quer participar e assim trazer os benefícios e os desafios que vai encontrar dentro daquele mercado e assim mensurar todas as possibilidades e trazer as melhores escolhas para a eventual atividade empreendedora.

Devido à forma de colonização acontecida no Brasil, assim como a maioria das antigas colônias de monopólio, muitos autores dizem não haver uma tradição empreendedora no Brasil e que o comportamento empreendedor dos brasileiros se deu de forma delongada.

Porém Caldeira (2009) discorda desse pensamento, defendendo o papel significativo do empreendedor na sociedade colonial brasileira. Segundo o autor as relações de trocas de produtos e serviços que ocorriam no mercado interno brasileiro na época colonial miravam à acumulação de riquezas e não somente a estabilidade. Esse mercado era, na época, mais pujante que o mercado externo devido à presença do comportamento empreendedor nos brasileiros.

Conforme Dornelas (2005) o empreendedorismo, seu estudo e prática, só ganhou força no Brasil a partir da década de 1990 com a criação do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) com a finalidade de incentivar projetos de desenvolvimento do país, tendo como objetivo a difusão do empreendedorismo. Antes da criação dessas entidades quase não se encontrava informações sobre o assunto e o empreendedor não tinha nenhum tipo de ajuda ou apoio.

No Brasil, de acordo com Dolabela (1999), o primeiro curso na área do empreendedorismo surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do Professor Ronald Degen e se chamava “Novos Negócios”. Era na disciplina do Curso de Especialização em Administração para Graduados CEAG. Em 1984, o curso foi estendido para a graduação com o nome de “Criação de Novos Negócios – Formação de empreendedores”, e hoje é um caminho obrigatório para alunos da graduação.

Após toda essa evolução é importante conhecer as vantagens e desvantagens de empreendedorismo no Brasil.

A GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que reúne alguns dos melhores especialistas para explorar e compreender o empreendedorismo realizou uma pesquisa em 2003 onde citava algumas vantagens e desvantagens para o empreendedorismo no Brasil. Entre os fatores que impulsionam o empreendedorismo no Brasil de acordo com o relatório da GEM (2013), temos:

- O Brasil tem um grande mercado, com muitas carências;
- O movimento de criação de incubadoras de empresas, que ocorre desde a década de 1990;
- A redução dos empregos formais fazendo com que os brasileiros busquem outras formas de obter renda, como por exemplo, a criação de micro e pequenas empresas;

Entre os fatores que representam uma barreira ao empreendedorismo no Brasil, a GEM (2013) cita:

- Dificuldade de acesso ao capital para empreender;
- O Estado impõe altas cargas tributárias e um excesso de procedimentos burocráticos para se abrir um novo negócio;
- Não há integração entre os programas voltados ao empreendedorismo, o que dificulta o acesso à informação;
- O sistema educacional brasileiro é de baixa qualidade e não incentiva o estudo do empreendedorismo;
- A cultura brasileira é voltada para a busca do emprego formal.

É necessário conhecer as características e formas de cada mercado para assim saber atuar e buscar as melhores atividades que venham trazer maiores rentabilidades para todos os envolvidos.

Ultimamente o Brasil tornou-se um dos países mais empreendedores do mundo, aumentando a quantidade e a qualidade das empresas. Porém ainda tem que se avançar muito quando o assunto é inovação.

## 2.2 CARACTERÍSTICAS E PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para Fillion (1999), não há um perfil psicológico científico do empreendedor pré-estabelecido, no entanto, as características empreendedoras são determinadas quando se desenvolvem na prática, passando de alguma forma, a serem semelhantes e replicadas, o que implica dizer que há diferentes características para diferentes tipos de negócios e áreas de atuação, ratificando ainda a impossibilidade de se afirmar que uma pessoa será ou não bem sucedida em seu negócio apenas em virtude do seu perfil, pois nessa esfera há um conjunto de fatores bastante amplo que podem interferir diretamente nesse resultado.

Para Hisrich e Peters (2004), as principais habilidades dos empreendedores são: a) habilidades técnicas que abrangem redação, atenção, apresentações orais, organização, treinamento, trabalho em equipe e *know-how* técnico; b) habilidades administrativas de empresas que incluem as áreas envolvidas no início, o desenvolvimento e a administração de qualquer empresa; c) habilidades empreendedoras pessoais como controle interno (disciplina), capacidade de arriscar-se, espírito de inovação, persistência, liderança visionária e orientação para mudanças.

Portanto, é importante ressaltar que quem apresenta essas características destacadas têm mais chances de obter sucesso em seus negócios.

Dornelas (2008, p.17) acredita que o empreendedor possui características extras, que diferenciam o seu comportamento. Para o referido autor as seguintes características marcam o perfil de um empreendedor de sucesso.

**Quadro 2:** Perfil do Empreendedor

<b>CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR</b>		
Visionários: têm habilidade de saber como será o futuro para o negócio e para a sua própria vida.	Sabem tomar decisões: são rápidos nas tomadas de decisão e são seguros quanto a elas.	São indivíduos que fazem a diferença: são pessoas que sabem agregar valor aos serviços e produtos que se propõem a colocar no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades: eles identificam a oportunidade na hora certa, ficando sempre atentos a tudo e aproveitam as chances para adquirir conhecimento.	São determinados e dinâmicos: sabem superar os obstáculos com vontade de fazer acontecer e não gostam da rotina.	São dedicados: comprometem sua rotina e seus relacionamentos, pois dedicam-se grande parte do dia ao próprio negócio. Adoram trabalhar e amam o que fazem.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem: o otimismo faz com que eles enxerguem o sucesso e não pensem no fracasso, pois adoram o que fazem.	São independentes e constroem o próprio negócio: não querem ser empregados e querem criar algo novo, podendo assim ser mais independentes e gerar empregos.	São líderes e formadores de equipe: possuem um perfil de liderança, normalmente são adorados pelos seus colaboradores. Sabem recrutar pessoas competentes e formam um ótimo time.
São bem relacionados: sabem criar uma rede de relacionamentos para servir de ajuda no ambiente externo.	São organizados: são racionais e assim conseguem gerenciar recursos da melhor forma de organização.	Planejam, planejam, planejam.
Possuem conhecimento: entendem que o conhecimento auxilia de forma importante para o sucesso, por isso buscam maior conhecimento em tudo que fazem no dia a dia como nas antigas experiências, como em cursos e livros.	Assumem riscos calculados: essa é uma das principais características, pois eles sabem calcular o risco e fazem disso uma estimulante jornada para o sucesso.	Criam valor para a sociedade: eles utilizam seu capital intelectual para gerar valor para a sociedade, gerando empregos e sempre buscando criatividade.

Fonte: Elaboração própria, (2017).

O empreendedorismo brasileiro tem ganhado força e se ampliado em todas as áreas de possível atuação e com isso o empreendedorismo feminino vem surgindo de uma forma rápida e eficaz ganhando força no mercado.

### 2.3 EMPREENDEDORISMO: OPORTUNIDADE X NECESSIDADE

Agora que compreendemos o que é ser um empreendedor, destacaremos um pouco mais sobre aqueles que empreendem por necessidade e por oportunidade. A motivação para dar início a um negócio é um dos assuntos mais importantes em pesquisas sobre empreendedorismo porque demonstra o grau de maturidade e desenvolvimento de um país. Existem dois tipos de empreendedorismo: aquele buscado por necessidade e o motivado por oportunidade.

Os empreendedores que iniciam seu próprio negócio por necessidade são aqueles que na sua visão, não possui oportunidades de trabalho, está desempregado e parasse manter e também manter a família, se aventuram em abrir seu próprio negócio, na maioria das vezes sem nenhum planejamento. Há alguns anos atrás, mais precisamente no ano de 2002, as pesquisas feitas pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), mostravam que este tipo de empreendedor era maioria no país, que segundo a própria pesquisa, empreender por necessidade, tenderia a ser maior nos países em desenvolvimento.

Já os empreendedores por oportunidades, mesmo quando possuem outras opções de emprego, optam por iniciar um novo negócio, eles sabem onde querem chegar, fazem um planejamento prévio, tem em mente o que querem buscar para a empresa e visa á geração de lucros, empregos e riquezas, este por sua vez, se encaixa melhor em nossa visão do que é ser um empreendedor.

Para McClelland (1972), são os valores, as motivações humanas e a necessidade de auto realização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, “um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal” (McClelland, 1972, p. 110).

O emprego-padrão de hoje, com vínculo salarial, padrão e horário rígido, já é coisa do passado. As vagas de emprego nas empresas estão cada vez mais escassas, devido às crises financeiras e à crescente apropriação das vagas dos trabalhadores por máquinas ou modernos

programas de computador. Com tão poucas oportunidades, o emprego assalariado está em extinção no Brasil. É a era do emprego por conta própria (Leite, E.F. 1999).

Apesar do Brasil ser um dos países que mais empreende do mundo, no quesito inovação ainda deixa muito a desejar, o Brasil é um dos últimos do ranking dos países com empreendimentos inovadores. Os segmentos de empreendedores com potencial de inovação merecem um olhar atento para as suas potencialidades, buscando-se colocar à disposição desses empreendedores informações sobre mercado, apoiar a colaboração e as parcerias entre os produtores e dos produtores com fornecedores e clientes, incentivar as aglomerações de empresas, criar programas de melhorias de qualidade e produtividade e ampliar as possibilidades do mercado nacional e internacional por meio do estímulo a feiras, viagens internacionais e visita de técnicos especializados.

Independentemente da motivação, os países que investem na capacitação dos empreendedores – seja por necessidade ou oportunidade – contribuem na geração de organizações mais eficientes e produtivas. Mesmo os empreendedores por necessidade podem gerar bons resultados para os seus negócios e transformar seus empreendimentos em oportunidade de novos ganhos.

#### 2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO - EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Analisando a questão da independência da mulher, Raposo e Astoni (2007) ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres em reivindicar seus direitos, mas que através dessa atitude, vieram muitas responsabilidades:

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE – 2006

Ao longo da história da humanidade, o papel da mulher na sociedade foi sempre bem definido: dona de casa, responsável pelo zelo e bem-estar dos filhos e da casa, invariavelmente submissa aos pais ou ao marido, não tendo direito de expressar suas vontades ou de realizar seus sonhos. Mas a realidade hoje é outra: pode-se verificar uma mudança no comportamento das mulheres, não para se assimilarem aos homens, mas sim para competir em igualdade com os mesmos Segundo ANDREOLI, BORGES, 2007 a Revolução dos sexos

está para a mulher hoje, assim como a Revolução Industrial se deu para os homens no século XX.

De acordo com RODRIGUEZ, (2008), é cada vez maior a contribuição da mulher para o contexto socioeconômico do Brasil. As mulheres, além de estarem assumindo posições de liderança dentro das organizações, também tem importante participação no cenário do empreendedorismo brasileiro, já que a mulher brasileira é, historicamente uma das mais empreendedoras no mundo (GEM, 2009).

A participação das mulheres em posições de chefia como presidência, diretoria e gerência está aumentando, segundo estudo da Catho Online. Ao longo dos últimos 13 anos, houve uma variação positiva de 12,49% na ocupação de mulheres nos cargos de CEO: (*Chief Executive Officer*) em 2010, elas já ocupavam 21,88% destes cargos (DELLA VALLE, 2010). Esse aumento pode representar o início do firmamento das mulheres no mercado de trabalho e principalmente, o reconhecimento de suas habilidades gerenciais.

A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nas últimas décadas e dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e classes empresariais, apesar de ainda existirem desigualdades de oportunidades no mundo do trabalho, diferenciais de rendimentos entre os dois sexos, obstáculos aos planos de ascensão a cargos de chefia, etc.

Mesmo as características de empreendedores e empreendedoras sejam semelhantes, as mulheres diferem em termos de motivação, habilidades empresariais e históricos profissionais, pois as mesmas começam sempre uma atividade por causa da motivação de começar algo novo, ou que já vem de família o legado daquela atividade que vem sendo desempenhada e sempre buscam aprender e melhorar cada vez mais para oferecer um melhor serviço ou produto e trazer um resultado favorável tanto para a empreendedora quanto para o cliente final.

O processo inicial de um negócio também difere para homens e mulheres, especialmente em áreas como: sistema de apoio, fontes de recursos e problemas. Em geral, ambos possuem o mesmo interesse e experiência no seu negócio, mas os empreendedores normalmente se inserem em algo relacionado ao seu emprego anterior ou até mesmo complementam o mesmo; já as empreendedoras abandonam a antiga ocupação com alguma frustração e assim passa a ser uma busca pessoal e não apenas profissional. (HISRICH, 2004)

Segundo o Portal Brasil, (2015) com bases em dados oferecidos por entidades quais como o SEBRAE, Empreendedorismo Rosa e Rede Mulher foi publicado as seguintes informações sobre o crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil :

- 55% das donas de pequenos negócios cursou, pelo menos, o Ensino Médio até 2012. Em 2002, fatia era de 39,3%;
- Região Norte registrou expansão de 78% no número de empreendedoras entre 2002 e 2012;
- Demais regiões: Centro-Oeste (36%), Sul (21%), Nordeste (12%) e Sudeste (10%);
- Sete milhões e 350 mil é o número de empreendedoras no Brasil;
- Sete entre cada dez MEI, micro e pequena empresa, sobrevive aos primeiros dois anos de existência.

O empreendedorismo feminino cresce a cada dia e vem ganhando mais participantes com determinação e força para se estabelecer no mercado, acrescentando ainda mais na economia, pois o número que as mesmas vêm a atender é impressionante, de forma que a cada dia aumenta as possibilidades de atuação sendo assim foi desenvolvido a atual pesquisa com seus resultados.

### 3. METODOLOGIA

Esta seção objetiva expor os procedimentos metodológicos seguindo para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos. Assim, os procedimentos metodológicos aplicados neste estudo serão fundamentados da seguinte forma:

- **Caracterização da Pesquisa:** Pesquisa empírica tendo como método de procedimento, o estudo de caso;
- **Dados primários:** Pesquisa de campo através de questionário estruturado;
- **Dados secundários:** Pesquisa bibliográfica em livros da área, artigos científicos e portais da internet;
- **Método de abordagem:** Qualitativa onde apresentou-se evidências quantitativas;
- **Enfoque:** Descritivo.

Na elaboração desse artigo foi utilizada a pesquisa descritiva sendo considerada a melhor maneira de demonstrar o empreendedorismo feminino e os desafios e conquistas das mulheres empreendedoras na cidade de Patos-PB, pois a pesquisa descritiva segundo Gil,(2008) visa descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.



Para aplicação do mesmo foi utilizado um estudo de caso para que o assunto pudesse ser compreendido de forma mais simples ajudando o pesquisador a chegar a seus objetivos, o estudo de caso segundo Cervo, (2002), p.100 vem a ser “uma investigação empírica que permite o estudo de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.”

A pesquisa ainda teve um cunho qualitativo e quantitativo, pois veio de uma visão geral de seus participantes, onde a pesquisa qualitativa implica uma ênfase nas qualidades das entidades, nos processos e significados que não são examinados ou medidos experimentalmente quanto à quantidade, volume, intensidade ou frequência (DENZIN; LINCOLN, 2006). Sendo que a pesquisa quantitativa segundo Martins, 2013, A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros.

Em relação à coleta de dados esta “é a etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos” (LAKATOS, 2003, p 165). Nesse caso foi aplicado um questionário semiestruturado que de acordo com ROSA; ARNOLDI (2006) p17. “É um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante, sem a presença do pesquisador” A presente entrevista partiu da adaptação de dois modelos, sendo eles de MACHADO, (1999) e BORBA, (2006) contendo um total de onze assertivas.

Participaram da amostra um total de 20 (vinte) empreendedoras da cidade de Patos-PB, sendo aplicada entre os meses de outubro e novembro de 2016. Após a coleta de todos os dados foram analisadas as falas de cada entrevistada para assim chegar a uma opinião que venha formular a visão das mesmas.

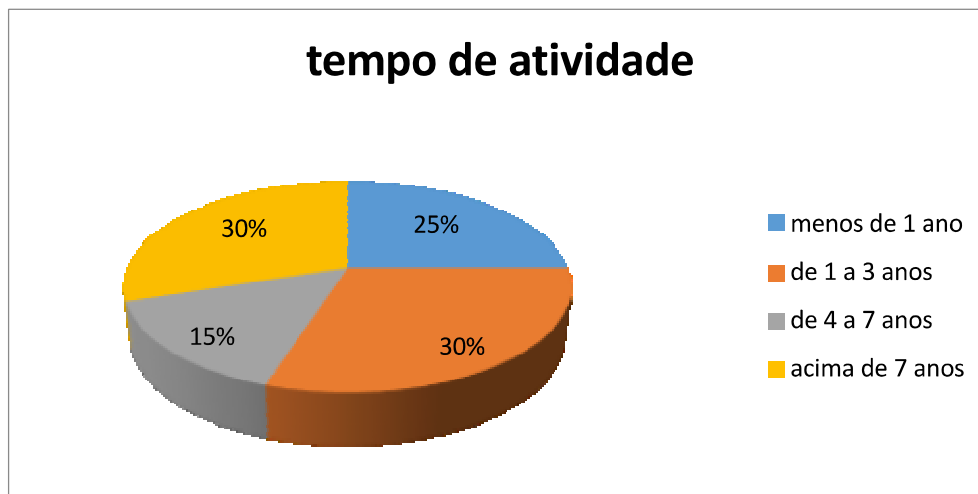
#### **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Com o objetivo de analisar o perfil das empreendedoras na cidade de Patos Paraíba, foi aplicado um questionário com um pequeno público da cidade para assim poder analisar e definir o perfil das mesmas e conhecer mais detalhadamente essa profissão que é o empreendedorismo.

Na cidade em si não existe um numero oficial de quantas empreendedoras desenvolvem essa atividade, pois muitas a exercem de forma paralela com outras atividades, tais como estudar, cuidar do lar e trabalhar para terceiros.

Sendo assim foi a primeira pergunta do questionário foi a quanto tempo elas exerciam sua atividade como empreendedora individual, cerca de 25% delas ainda são iniciantes pois estão no mercado a menos de um ano o percentual de 30% já está quase alicerçada no mercado contando com um tempo de um ano a três anos, com até sete anos apenas um pequeno numero de 15% mostraram estar atuando na atividade escolhida e 30% do público entrevistado estão desenvolvendo sua atividade com esse dado alcançado mostra que as mesmas buscam formas e maneiras para que mesmo com as dificuldades conseguem se manter na disputa da concorrência, o gráfico 1 mostra de uma forma melhor o relato do tempo exercido.

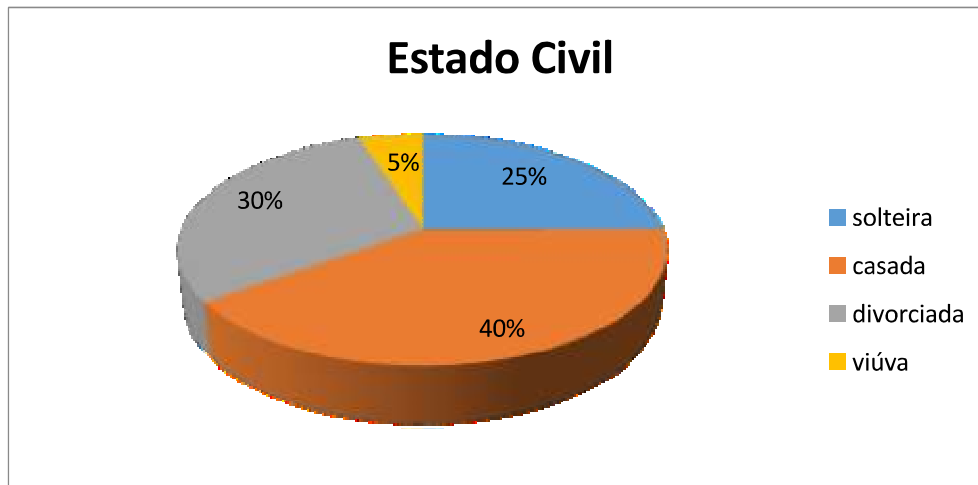
**Gráfico 1: tempo de mercado**



**Fonte: Elaboração Própria, (2017).**

Um ponto levantado foi o estado civil das entrevistadas, pois o mesmo pode ou não interferir no exercer de uma atividade, foi constatado que a grande maioria delas são casadas contando com o percentual de 40% e que 25% delas são solteiras, contando com um percentual de 30% de divorciadas mostrando que as mesmas mostraram uma independência para seguir em frente e 5% são viúvas de acordo com Alambert, (2004) a maioria das mulheres optam por começar uma atividade empreendedora após a separação, para manter a auto estima e para ajudar a seguir com o padrão de vida que levava antes da separação pois em vários casos o estilo de vida muda totalmente por parte de uma certa imprudência do parceiro. Sendo assim para melhor demonstração o gráfico 2 vai trazer as informações citadas acima.

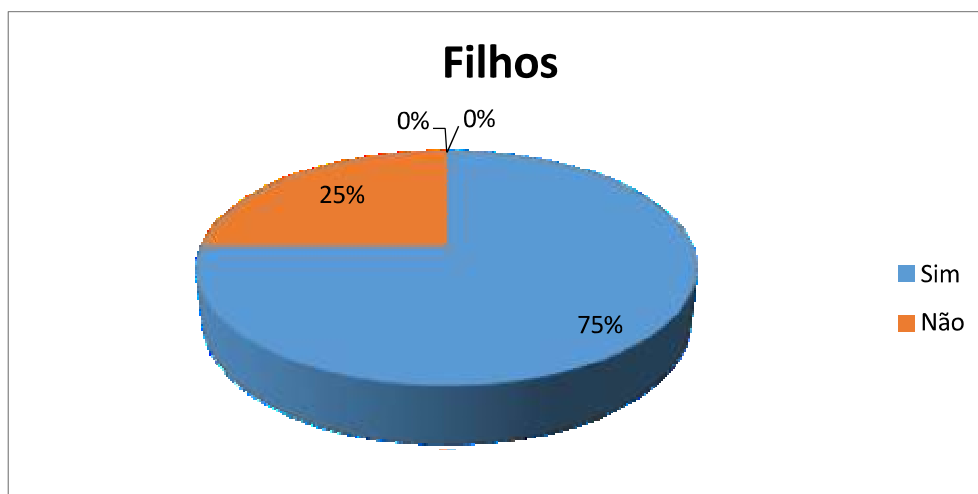
Gráfico 2: Estado Civil



Fonte: Elaboração Própria, (2017).

Continuando a pesquisa foi levantado o fator da maternidade e assim questionado quantas mulheres conciliavam os dois fatores de forma que fosse possível conciliar de forma satisfatória, sendo que 75% delas possuem a maternidade em seu currículo e 25% ainda não são possuem filhos, pois de acordo com RAPOSO, (2007) as mulheres que já tem a maternidade na sua vida, lidam com um fator a mais na sua jornada diária, pois ainda vão cuidar dos filhos e isso acumula mais um pouco de cansaço, porém a mesmo tempo revigora as forças das mesmas o gráfico 3, traz a visualização da realidade pesquisada.

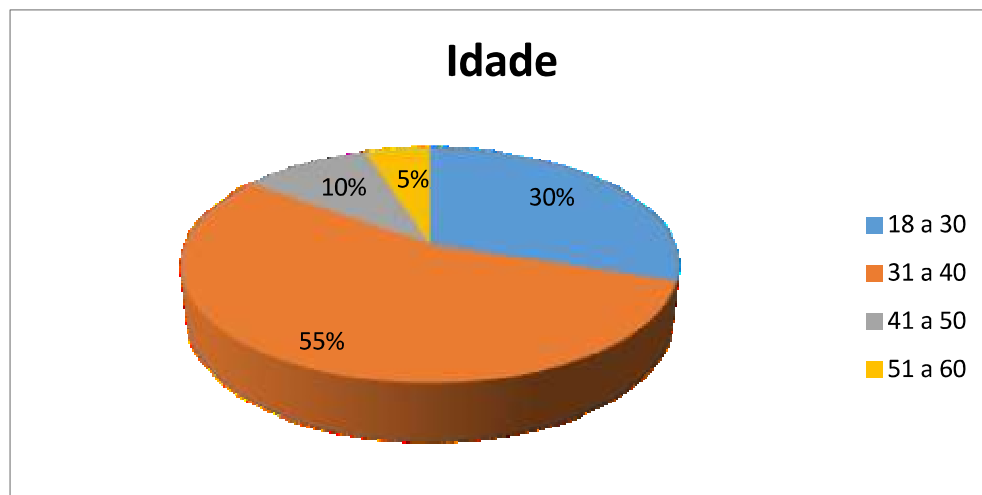
Gráfico 3: Maternidade



Fonte: Elaboração própria, (2017).

Continuando o raciocínio da pesquisa, foi levantada a questão da idade das empreendedoras, sendo possível ter uma visão geral da situação, foi constatado que a grande maioria 55% do público possui a faixa etária de 31 a 40 anos, mostrando que as mulheres acima dos trinta anos empreendem mais seguindo que 30% tem de 18 a 30 anos e 10% estão na faixa etária de 40 a 50 anos e uma pequena parcela de 5% continuam com a atividade empreendedora na terceira idade que no caso da pesquisa foi considerada entre 51 e 60 anos, para uma melhor definição do explanado foi elaborado o gráfico 4 abaixo.

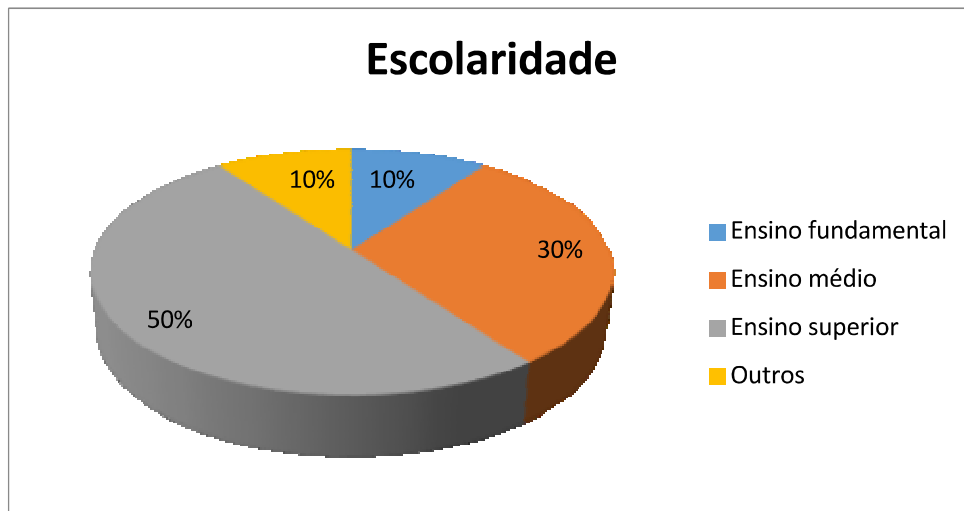
**Gráfico 4: Idade Atual**



**Fonte: Elaboração própria, (2017).**

Após questionada a idade das participantes foi levantada a questão da escolaridade, com isso foi analisado que 50% possuem ensino superior completo, tendo 30% com ensino médio e 10% com ensino fundamental e 10% com outro grau de escolaridade, foi elaborado o gráfico 5 para que assim a observação tivesse maior visibilidade e entendimento

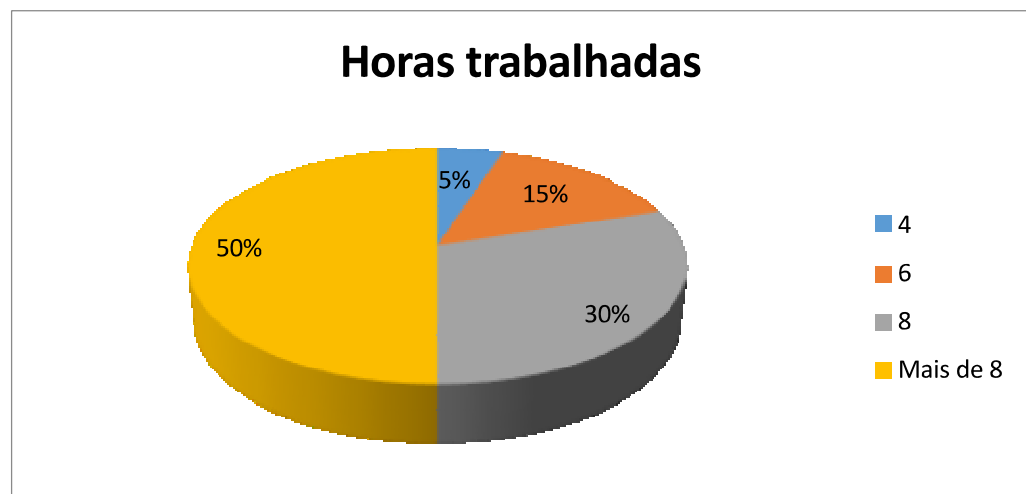
Gráfico 5: Escolaridade



Fonte: Elaboração própria, (2017).

A jornada de trabalho é algo com extrema importância dentro de uma atividade empreendedora sendo assim, quando questionado por quantas horas se estende a jornada das entrevistadas 50 % responderam que trabalham mais de oito horas por dia, 30 % até oito horas, 15% até seis horas e 5% até 4 horas por dia, com isso Venturi,(2004) vem afirmar que a jornada feminina de trabalho se torna maior pois além da sua atividade profissional a mesma vem conciliar a casa e os filhos sobrando quase nenhum tempo pra lazer pessoal sendo assim foi elaborado o gráfico 6 para melhor compreensão.

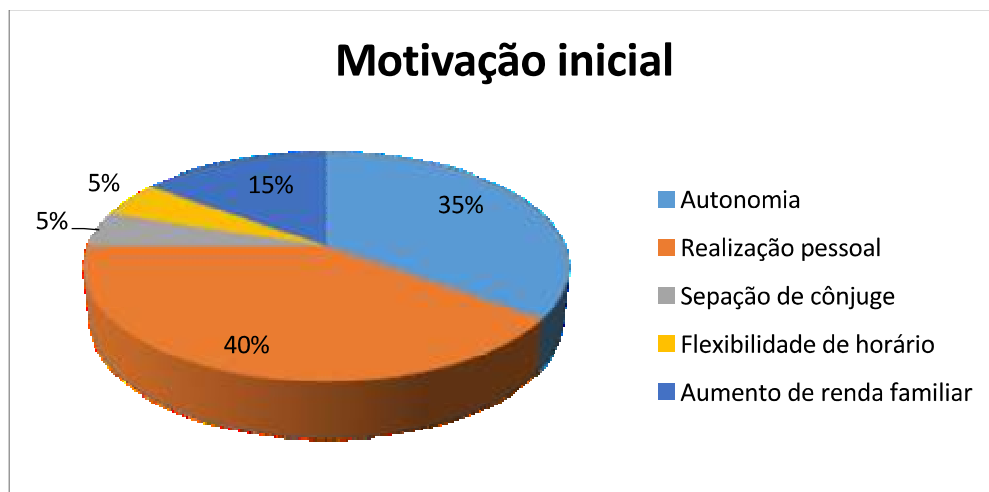
Gráfico 6: Jornada de Trabalho



Fonte: Elaboração Própria, (2017).

De acordo com DEGEN, (2009) Antes de começar um projeto empresarial o empreendedor deve fazer uma análise pessoal que lhe permita refletir sobre aquilo que o motiva, os apoios com que pode contar e a forma como antecipar ultrapassar as dificuldades que surjam. O passo seguinte consiste no início de planejamento do negócio, através da sua definição e posicionamento, significa isto, estudar o produto/serviço a oferecer, o mercado onde atuar e a tecnologia a utilizar. Sendo assim foi levantado os principais motivos para que as entrevistadas entrassem na área escolhida, sendo que a maioria com 40% responderam que começaram buscando realização pessoal, seguido de 35% que desejavam a autonomia financeira, continuando 15% das entrevistadas queriam um complemento para a renda familiar e 5% responderam que buscavam maior flexibilidade e 5% enfrentaram uma atividade por motivo de separação com seu cônjuge. O gráfico 7 mostra de forma detalhada toda a explicação.

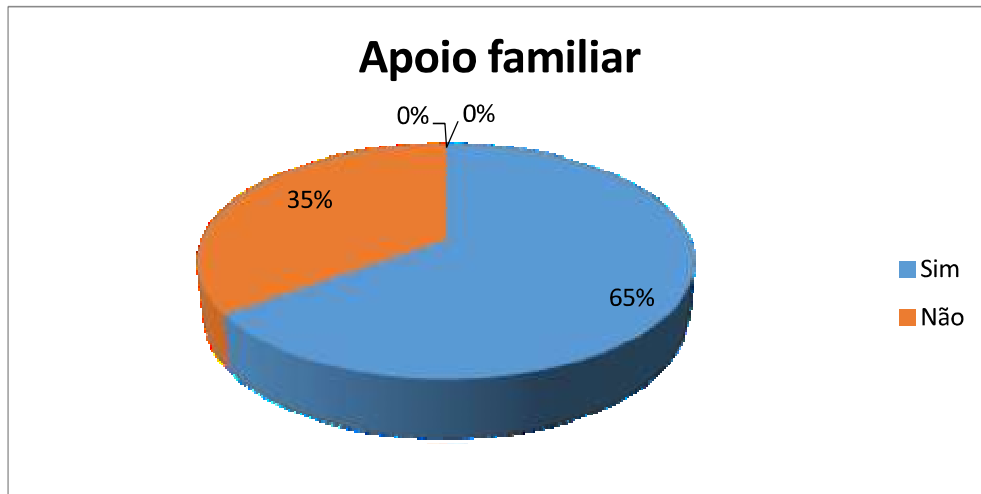
**Gráfico 7: Fator Inicial**



**Fonte: Elaboração Própria, (2017).**

O apoio familiar é algo bastante importante para todas as iniciativas pessoas e profissionais que vão ser tomadas, com isso foi perguntado se as mesmas tiveram apoio familiar, onde 65% afirmam que tiveram apoio de sua família enquanto 35% não tiveram, foi elaborado o gráfico 8.

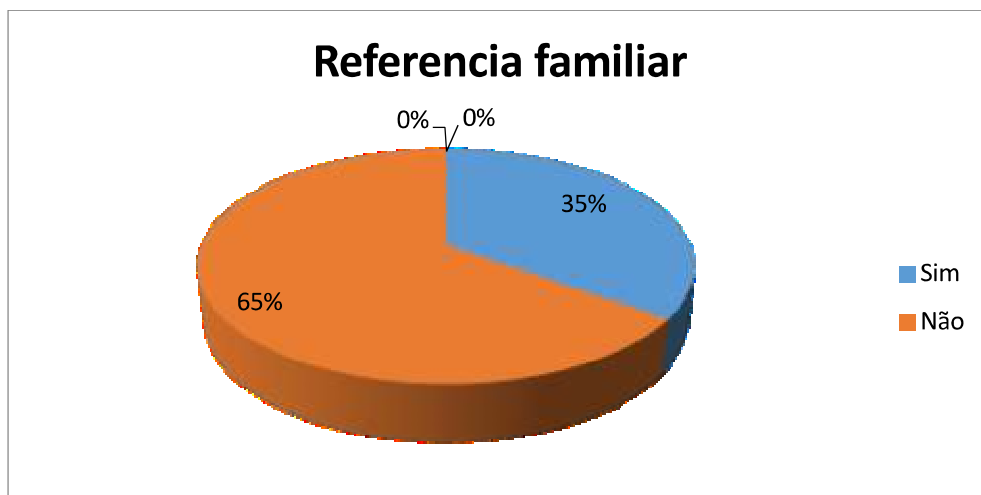
Gráfico 8: Apoio da Família



Fonte: Elaboração Própria, (2017).

Sempre os passos de alguém da família são seguidos, pois serve de exemplo tanto positivo como negativo, sendo assim foi levantado a questão se a família possui histórico de empreendedores e apenas 35% responderam que sim e continuando que 65% disseram que não conforme mostra o gráfico 9.

Gráfico 9: Referência na Família

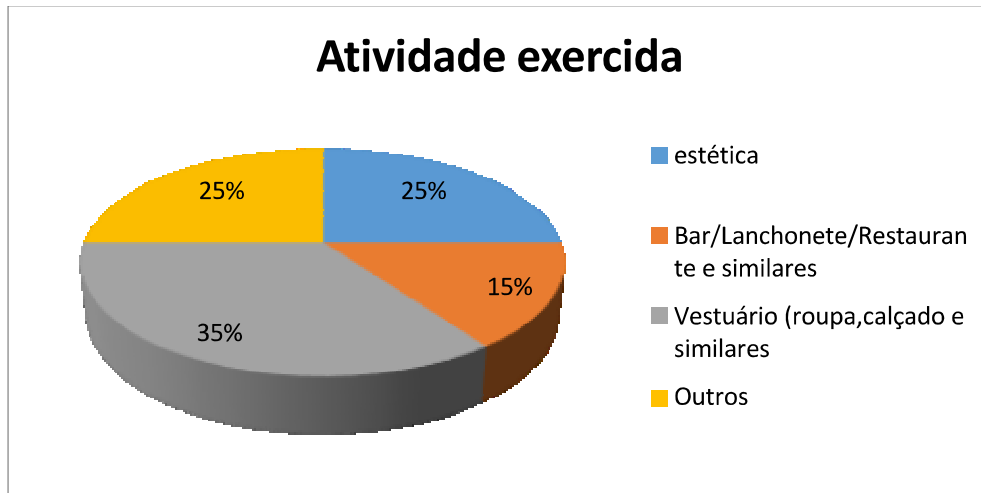


Fonte Elaboração Própria, (2017).

É necessário pesquisar e estudar o ramo no qual se quer atuar para assim poder calcular os riscos que o mercado oferece junto com seus bônus, pois de acordo com o GOMES, (2013) p.16 a pesquisa de mercado “tem a finalidade de identificar o público para quem a pesquisa deverá ser sobreposta e definir seus objetivos para constituir o que você pretende alcançar dessa forma foi apurado que 35% escolheram o ramo de vestuário, a estética ganhou 25% da preferência das entrevistadas, 15% optaram por investir no ramo

alimentício tais como lanchonete, restaurante, etc. Outros 25% afirmaram que possuem outro ramo dos acima citados, como pode ficar mais detalhado no gráfico 10.

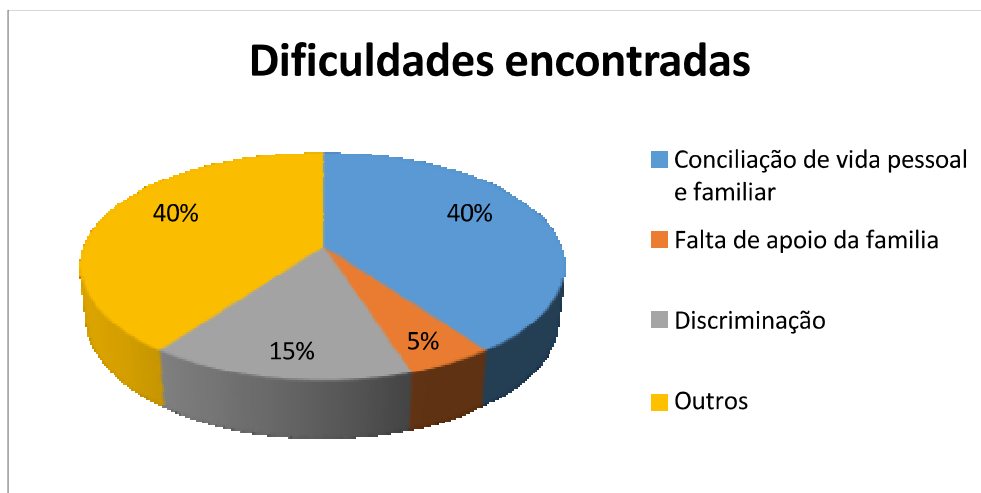
**Gráfico 10: Escolha da Área**



Fonte: Elaboração Própria, (2017).

Todo início de uma empresa vai ser difícil, pois a entrada no mercado é algo bastante complicado, pois é necessário ganhar a confiança dos clientes e outros milhares de fatores com isso foi perguntado quais as principais dificuldades que as empreendedoras entrevistadas encontraram, e com 40% uma das principais foi conciliar a vida pessoal com a familiar, sendo que 15% encontraram discriminação no exercer da atividade e 5% disseram que a maior dificuldade encontrada foi a falta de apoio da família e outros 40% disseram que foram outros as foram as maiores dificuldades encontradas, como segue o gráfico trazendo uma melhor visão.

**Gráfico 11: Principais Desafios**



Fonte: Elaboração Própria, (2017).



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como tema empreendedorismo feminino: os desafios e conquistas das mulheres empreendedoras da cidade de Patos-PB, nesse sentido buscava mostrar o perfil de um percentual das empreendedoras na cidade, buscando conhecer sua trajetória desde a ideia do empreendimento até o seu funcionamento passando por seus obstáculos e superando seus desafios,

De acordo com o referencial teórico foi visto que o empreendedorismo feminino é uma atividade que vem crescendo no Brasil de uma forma surpreendente cada vez ganhando mais espaço disputando em igualdade com empreendedores homens e abrindo novos modelos de atividades.

No referido estudo foi visto que a maioria da população entrevistada possui a faixa etária de 31 a 40 anos, casadas, com filhos e com tempo de atividade de 1 a 3 anos no mercado, com isso foi mostrado que as empreendedoras possuem certo nível de conhecimento e experiência que pode ser aplicado na atividade escolhida pelas mesmas.

Outro ponto encontrado, foi que a maioria possui ensino superior, podendo assim agir e tomar decisões com mais firmeza e segurança, pois trazem mais conhecimento teórico para formar sinergia com o empírico, e que as mesmas destinam mais de oito horas diárias na sua jornada de trabalho, pois tem como motivação para seguir toda essa a realização pessoal que é algo de suma importância e altamente motivacional.

Sendo assim é visível que as mulheres estão ganhando cada dia mais espaço em todas as esferas da sociedade, mostrando a sua força e posicionamento de uma forma avassaladora, demonstrando capacidade e coragem para atuar em áreas que antes era de maior interesse masculino.

Como foi visto que há um leque de possibilidades em relação à escolha da atividade a ser exercida, o maior ramo entre a maioria das empreendedoras é o campo da beleza, passando para a parte da estética, roupas, produtos de maquiagem e afins, pois é um mercado que sempre permanecerá em alta independente da situação econômica que o país esteja vivenciando, sendo também uma área onde uma grande parte das mulheres se identificam.

Sendo assim podemos chegar à afirmativa que o empreendedorismo por parte da população feminina, influencia a geração de emprego e renda, expandindo a economia e proporcionando a realização de um trabalho que proporcione seu crescimento pessoal, profissional e financeiro.

**ABSTRACT**

Seeking their autonomy and personal fulfillment, women have become increasingly aware of their leadership abilities, showing that they are ready to face the challenges of running their own business. In this context, this article aims to present the achievements and difficulties of women entrepreneurs in the city of Patos in the state of Paraíba. Throughout the work it was argued about the importance of women seeking their space, either as an entrepreneur or seeking their autonomy in the social environment. For this, a bibliographical and field research was carried out where data were collected through interviews and questionnaires applied to some women, and a quantitative data conversion was done, where the results indicated some difficulties of social acceptance, but also showed the Satisfaction of personal fulfillment and empowerment as women who are at the forefront of their own business.

**Key words:** Entrepreneurship; Entrepreneurial profile; Autonomy

## REFERÊNCIAS:

- ALAMBERT, Zuleika. **A mulher na história.** A mulher na história. Brasília: Fundação Astrojildo Pereira, Abaré, 2004
- ANDREOLI, Taís Pasquoto; BORGES, William Antonio. Empreendedorismo Feminino: Uma **Análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um Pequeno Negócio**, Paraná, p.1-11, 2007.
- ANGELO, E. B. **O empreendedorismo.** In: BRITTO, F; WEVER, L. Empreendedores Brasileiros, Vivendo e Aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus 2003.
- BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. **Educação Brasileira**, 1998.
- BORBA, Marcelo Leandro de. **A produção científica em empreendedorismo: uma análise do Academy of Management Meeting, 1954 – 2005.** 2006. 121 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006.
- CALDEIRA, J. **História do Brasil com Empreendedores.** 1 ed. São Paulo: Mameluco, 2009.
- CAPELLA, Ana Cláudia Niedhardt. Um estudo sobre o conceito de empreendedor de políticas públicas: Ideias, Interesses e Mudanças, **EBAPE.BR**, v. 14, Edição Especial, Rio de Janeiro, Jul. 2016
- CERVO, A. L., BERVIAN, P. A. **Metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas.** 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.
- CRUZ, Carlos Fernando. **Os Motivos Que Dificultam A Ação Empreendedora Conforme O Ciclo De Vida Das Organizações. Um Estudo De Caso: Pramp's Lanchonete.** Dissertação de Mestrado: Florianópolis, 2005.
- DEGEN, R. J. **Empreendedor.** São Paulo: Pearson. 2009
- DELLA VALLE, J.. **Mulheres ganham mais espaço na liderança.** Portal Exame, 08 mar 2010. Disponível em:< <http://portalexame.abril.com.br/carreira/noticias/mulheres-ganham-maisespaco-lideranca-543831.html>>. Acesso em: 22/Ago/2016
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens.** 2. ed. Porto Alegre: ARTMED, 2006.
- DOLABELA, Fernando - **Pedagogia Empreendedora.** São Paulo: Editora Cultura, 2003.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios.** 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v. 34, n.2, p. 05-28, abril/junho, 1999.

GEM. Empreendedorismo no Brasil - 2003: Relatório Nacional. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4E7DFF13FFE09BCE03256E540066DBEA/\\$File/NT0003C906.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/4E7DFF13FFE09BCE03256E540066DBEA/$File/NT0003C906.pdf)>. Acesso em: 20/Jul/2016

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008

GOMES, Isabela Motta **Como elaborar uma pesquisa de mercado**. /Isabela Motta Gomes; organização, Viviane Soares da Costa, Any Myuki Wakabayashi, Renata Duarte Foscarini, Adriana Athouguia Sabioni, Cláudio Afrânio Rosa. - Belo Horizonte: SEBRAE MINAS, 2013

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

JONATHAN, E.G.. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo** v.10 (3), 2005. p.373-382.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003..

LEITE, E. F. "**Formação de empreendedores e o Papel das Incubadoras**" Universidade Católica de Pernambuco- Anais do I Encontro Nacional de Empreendedorismo, Florianópolis: UFSC 1999

MACHADO, H. V. **Tendências do Comportamento gerencial da mulher empreendedora**. Anais do Enanpod 1999

McClelland, D. C. (1972). **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.

MARTINS, Ronei Ximenes. **Metodologia de pesquisa** : guia de estudos / Ronei Ximenes Martins. – Lavras : UFLA, 2013

PORTAL BRASIL. **Brasileiras apostam no empreendedorismo para vencer no mundo dos negócios**, disponível em <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2015/03/brasileiras-apostam-no-empreendedorismo-para-vencer-no-mundo-dos-negocios> acessado em 31/Ago/2016

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. 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, 2007.

RODRIGUEZ, Sofia. **Manual técnica do formando: Empreendedorismo**. Anje, 2008.

ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto; ARNOLDI, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo. **A entrevista na pesquisa qualitativa**: mecanismos para a validação dos resultados. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006

SANTOS, Ana Carolina Marion. **RESILIÊNCIA Um estudo da associação da resiliência do gestor e o sucesso do empreendimento no contexto das micro e pequenas empresas**/ Ana Carolina Marion Santos; Campo Limpo Paulista: FACCAMP, 2011

VAISTSMAN, Jeni. **Gênero, identidade, casamento e família na sociedade contemporânea**. In: MURARO, Rose Marie; PUPPIN, Andréa Brandão. Mulher, gênero e sociedade. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2001.

VENTURI, Gustavo. ; RECAMÁN, Marisol. **As Mulheres Brasileiras no Início do Século XXI**. In: A MULHER BRASILEIRA NOS ESPAÇOS PÚBLICO E PRIVADO. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

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



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS  
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ - CAMPUS VII  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

### **APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO**

#### **EMPREENDEDORISMO FEMININO: OS DESAFIOS E CONQUISTAS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DA CIDADE DE PATOS-PB**

Esta pesquisa, realizada pela aluna LIDAIANY OLIVEIRA CABRAL, sob orientação do Prof. Me. FRANCISCO KLEVENY SOARES DA SILVA se propõe a realizar uma análise dos desafios e conquistas das mulheres empreendedoras da cidade de Patos-PB. Os dados coletados serão utilizados para elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso, como exigência para obtenção de título de Bacharel em Administração pela UEPB, Campus VII, Patos-PB. Conto com a colaboração contribuição de todos.

#### **QUESTIONÁRIO:**

##### **1- Qual o tempo de atividade dos negócios?**

- ( ) Menos de 1 ano.
- ( ) De 1 a 3 anos.
- ( ) De 4 a 7 anos.
- ( ) Acima de 7 anos.

##### **2 - Qual o estado civil?**

- ( ) Solteira.
- ( ) Casada.
- ( ) Divorciada.

Viúva.

**3 - Quantos filhos possuem?**

Sim.

Não.

**4 - Idade.**

18 a30.

31 a 40.

41 a 50.

51 a 60.

**5 - Qual escolaridade?**

Ensino fundamental.

Ensino médio.

Ensino Superior.

Outro.

**6 - Numero de horas Trabalhadas?**

4 horas

6 horas

8 horas

mais de 8 horas.

**7 - Quais os motivos que levaram a abrir seu próprio negócio?**

Autonomia .

Realização pessoal.

Separação do cônjuge.

Flexibilidade do horário.

Aumento de renda familiar.

**8 - Tiveram apoio da família/amigos?**

Sim.

Não.

**9 - Possui alguém na família que seja empreendedor?**

Sim.

Não.

**10 - Quais são os principais ramos de atividade?**

Estética.

Bar/lanchonete/ restaurantes e similares.

Vestuário( roupas, calçados e similares) .

Outros.

**11- Quais foram as principais dificuldades?**

Conciliação de vida pessoal e familiar .

Falta de apoio da família.

Discriminação