



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VII – GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

BIANCA CELESTINO DE LIMA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MAPEAMENTO DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS GERIDAS POR MULHERES EM UMA CIDADE DO SERTÃO DA
PARAÍBA**

**PATOS - PB
2022**

BIANCA CELESTINO DE LIMA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MAPEAMENTO DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS GERIDAS POR MULHERES EM UMA CIDADE DO SERTÃO DA
PARAÍBA**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado à Coordenação do Curso
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em Administração.

Área de concentração: Empreendedorismo

Orientador: Profa. Dra. Simone Costa Silva

**PATOS - PB
2022**

É expressamente proibido 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 do trabalho.

L732e Lima, Bianca Celestino de.
Empreendedorismo feminino [manuscrito] : mapeamento das micro e pequenas empresas geridas por mulheres em uma cidade do sertão da Paraíba / Bianca Celestino de Lima. - 2022.
30 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2022.
"Orientação : Profa. Dra. Simone Costa Silva ,
Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Micro e pequenas empresas. 4. Mulheres. I. Título
21. ed. CDD 650.1

BIANCA CELESTINO DE LIMA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: MAPEAMENTO DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS GERIDAS POR MULHERES EM UMA CIDADE DO SERTÃO DA
PARAÍBA

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado à Coordenação do Curso
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em Administração.

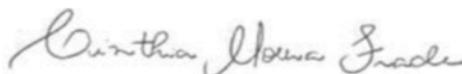
Área de concentração: Empreendedorismo

Aprovada em: 19/07/2022.

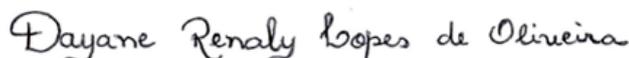
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Simone Costa Silva (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Cinthia Moura Frade
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Dayane Renaly Lopes de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico este trabalho à minha família, aos meus amigos e em especial a minha madrinha, Maria Madalena (in memoriam).

AGRADECIMENTOS

Concluir este trabalho, sem dúvidas, foi um grande desafio. Por esta razão, não poderia deixar de agradecer a todos que estiveram comigo nesta trajetória. Primeiramente, gratidão a Deus pela oportunidade da vida e a todas as pessoas que, de forma direta ou indireta, contribuíram para que este trabalho fosse realizado.

Agradeço aos meus pais e minha irmã, que sempre me incentivarem a ir mais longe e por terem me dado todo o apoio necessário para que eu pudesse concluir a graduação. Estendo o meu agradecimento à minha madrinha, Maria Madalena (in memoriam), a quem sempre me incentivou e apoiou no início da trajetória acadêmica.

Aos meus avós, meu namorado, a minha família e amigos que com seu incentivo me fizeram chegar à conclusão do meu curso e começo de uma nova carreira.

Aos meus colegas da graduação, em especial a Nicole, Gisele, Fernanda, Paulo e Vinícius, grandes amigos que compartilharam comigo momentos de incertezas, anseios, experiências.

À minha professora e orientadora, Profa. Dra. Simone Costa Silva, pelos conhecimentos compartilhados que foram primordiais para a construção deste trabalho.

As empreendedoras que contribuíram com a pesquisa, disponibilizando um pouco do seu tempo para responder ao questionário, com paciência e atenção.

Por fim, agradeço também a Universidade Estadual da Paraíba – Campus VII, seu corpo docente, direção e coordenação, que foram essenciais para o meu processo de formação.

LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1 –	Faixa etária.....	16
Figura 2 –	Estado civil.....	16
Figura 3 –	Grau de escolaridade.....	17
Figura 4 –	Ocupação antes de empreender.....	17
Figura 5 –	Fonte de renda além do empreendimento.....	17
Figura 6 –	Motivo para empreender.....	18
Figura 7 –	Grau de satisfação com o empreendimento.....	18
Figura 8 –	Natureza do empreendimento.....	19
Figura 9 –	Segmento do empreendimento.....	19
Figura 10 –	Tempo da empresa no mercado.....	20
Figura 11 –	Orientação para empreender.....	20
Figura 12 –	Tipo de orientação.....	20
Figura 13 –	Dificuldades no processo empreendedor.....	21
Figura 14 –	Lado negativo de ser empresária.....	21

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEI	Microempreendedor Individual
MPE	Micro e Pequenas Empresas
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TEA	Taxa de Empreendedorismo Inicial

LISTA DE SÍMBOLOS

% Porcentagem

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 Empreendedorismo	11
2.2 Empreendedorismo feminino	13
2.3 Micro e pequenas empresas	14
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS	15
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	15
4.1 Perfil socioeconômico das empreendedoras	16
4.2 Fatores que motivaram a empreender	18
4.3 Dificuldades encontradas na trajetória empreendedora	19
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	22
REFERÊNCIAS	24
APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	28

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MAPEAMENTO DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS GERIDAS POR MULHERES EM UMA CIDADE DO SERTÃO DA
PARAÍBA**

**FEMALE ENTREPRENEURSHIP: MAPPING OF MICRO AND SMALL
COMPANIES MANAGED BY WOMEN IN A CITY IN THE SERTÃO OF PARAÍBA**

Bianca Celestino de Lima^{1*}

RESUMO

O empreendedorismo feminino, área de pesquisa que passou a ter mais visibilidade, tem-se mostrado uma área muito profícua de estudos, diante dos novos desafios que envolvem a participação da mulher no desenvolvimento de negócios. Diante do exposto, este artigo tem como objetivo realizar um mapeamento das micro e pequenas empresas geridas por mulheres, localizadas na cidade de Teixeira, Paraíba. Os dados foram coletados através de um questionário com perguntas fechadas destinado às 22 micro e pequenas empreendedoras do município de Teixeira-PB. Como resultado, foi pontuado que a maioria das empreendedoras possuem entre 41 e 50 anos. Notou-se que um elevado percentual possui ensino médio completo e empreenderam por necessidade de independência financeira. Conclui-se que as mulheres encontram no empreendedorismo uma alternativa para exercer o seu papel que foi socialmente construído.

Palavras-chave: Mulheres. Empreendedorismo. Mapeamento.

ABSTRACT

Female entrepreneurship, an area of study that has gained more visibility, has proved to be a very profitable area, given the new challenges that involve women's participation in business development. Therefore, this article aims to map micro and small companies managed by women, located in Teixeira city in Paraíba. The data were collected through a questionnaire with closed questions aimed at 22 micro and small entrepreneurs in the city of Teixeira-PB. As a result, it was shown that most entrepreneurs are between 41 and 50 years old. It was noted that a high percentage has completed high school and do business as an entrepreneur due to the need for financial independence. It is concluded that women find in entrepreneurship an alternative to exercise their role that was socially built.

Keywords: Women. Entrepreneurship. Mapping.

^{1*} Aluna do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba - Campus VII. E-mail: biancalima283@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

No ano de 2017, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), principal pesquisa realizada no mundo sobre o empreendedorismo, trouxe resultados do levantamento acerca da participação feminina nos novos empreendimentos em nível mundial. Esse estudo revelou que mais da metade dos empreendedores que abriram negócios no ano de 2016 são mulheres. A pesquisa constatou ainda que, em geral, essas mulheres são mais escolarizadas do que os homens empreendedores e que elas atuam, principalmente, no setor de serviços.

Para Dornelas (2017) o empreendedorismo envolve a relação entre pessoas e processos que, em conjunto, trabalham para transformar ideias em oportunidades, sendo estas implementadas de modo que resultem na criação de negócios de sucesso. Assim, o primeiro passo do processo empreendedor é a identificação e avaliação de uma oportunidade, a fim de que a mesma possa ser aproveitada para atender a um determinado mercado-alvo.

Na definição apresentada por Dolabela (2012), o empreendedor é aquele que contribui significativamente para o crescimento econômico e para o desenvolvimento social, utilizando a inovação como forma para dinamizar a economia. Dentro deste contexto, o autor acredita que o empreendedor é um verdadeiro agente de mudanças, além do “motor da economia”. Desta forma, fica perceptível o seu papel como impulsor de mudanças na sociedade e o reflexo de suas ações no cenário econômico e social em que está inserido.

O empreendedorismo no Brasil passou a ser percebido e ganhou destaque a partir da década de 1990, tornando-se um tema em ascensão no país. Tal fato pode ser comprovado através dos dados disponibilizados pela pesquisa GEM (2019), a qual constata que no total, o país tem 53,5 milhões de pessoas com faixa etária de 18 a 64 anos que possuem um negócio ou estão de alguma forma, envolvidos na criação de um. Assim, os dados mencionados provam a força da atividade empreendedora no Brasil e que os brasileiros confiam e apostam no empreendedorismo.

A ação empreendedora não só tem crescido no país, como também vem apresentando bastante destaque nas atividades desenvolvidas pelo público feminino, e tal fato também pode ser observado na pesquisa GEM (2016), a qual destaca, em relação ao gênero, que a maior parte dos países apresenta uma supremacia masculina no que se refere à criação de novos negócios, porém, com exceções do Brasil e do México, que possuem as taxas mais equilibradas de empreendedores entre pessoas dos gêneros feminino e masculino responsáveis por novos empreendimentos. Segundo esta pesquisa, no Brasil, a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) é de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens, o que evidencia uma distribuição muito balanceada.

O estudo abordou o empreendedorismo feminino no sertão da Paraíba, buscando traçar o perfil das empreendedoras e características de micro e pequenas empresas que são geridas por mulheres na cidade de Teixeira, buscando destacar a relevância do empreendedorismo feminino local para o desenvolvimento da cidade. Assim, a pesquisa tem como questão principal: **Quais são as principais características das micro e pequenas empreendedoras e suas empresas na cidade de Teixeira - PB?**

A pesquisa tem como objetivo geral realizar um mapeamento das micro e pequenas empresas geridas por mulheres, localizadas na cidade de Teixeira, Paraíba. Já os objetivos específicos são os seguintes: traçar o perfil das empreendedoras, bem como das empresas geridas por mulheres; identificar os fatores que motivaram a abertura do empreendimento e definir quais as dificuldades encontradas na trajetória empreendedora.

O presente estudo visa uma investigação do empreendedorismo feminino em micro e pequenas empresas formais na cidade de Teixeira, situada no sertão da Paraíba. E justifica-se pela relevância, tanto social quanto econômica, do empreendedorismo exercido por mulheres em nível local e mundial, além da necessidade de um estudo mais acurado acerca desse

empreendedorismo feminino não apenas em negócios formais e registrados, mas, sobretudo, das micro e pequenas empresas informais que tem sua importância na geração de renda e promoção de empregos, ainda que informais em alguns casos, nas comunidades locais.

O artigo está estruturado da seguinte forma: inicia-se com a definição e descrição do empreendedorismo, apresentando alguns dados estatísticos, assim como considerações de diferentes autores, a fim de fundamentar a importância do empreendedorismo. O referencial teórico inicia-se com conceitos e aspectos do empreendedorismo, logo após, uma definição do empreendedorismo feminino e por último trata do conceito e importância das micro e pequenas empresas. Os aspectos metodológicos mostram os meios utilizados para a realização do estudo, logo após os resultados e discussões da pesquisa e por fim, a conclusão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo – conceitos e aspectos

O tema empreendedorismo é muito relevante para a sociedade. Seja qual for a atividade que ofereça um produto ou serviço, ele sempre rodeia a prática de empreender. Sobre o conceito de empreendedorismo, Teixeira (2014, p. 60) afirma que

“os primeiros conceitos de empreendedorismo tiveram embasamento nas teorias do desenvolvimento econômico, que o definiam como decorrente de mudanças promovidas de forma ativa por agentes que participavam da estrutura, deixando de ser interpretado como um evento econômico e passando a ocorrer na esfera social.”.

Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 6, grifo dos autores) também contribuem teoricamente, complementando as ideias discutidas anteriormente, quando dizem que “[...] o empreendedorismo exige ação, uma ação empreendedora por meio da criação de novos produtos/processos e/ou da entrada em novos mercados, que pode ocorrer por meio de uma organização recém-criada ou dentro de uma organização estabelecida”. Dessa forma, ainda de acordo com os referidos autores, o empreendedor segue aquilo que julga, acredita ou confia ser uma oportunidade.

Após a entrada de mercados estrangeiros na economia brasileira alguns setores não conseguiram competir com os preços dos produtos importados e percebeu-se a necessidade de gerenciar novos negócios, criar oportunidades e assim surgiram vários empreendimentos. O empreendedorismo não dispõe apenas de um conceito, é uma ciência que ainda exige estudo e que se renova a cada novo passo acerca da tecnologia e do indivíduo, ou seja, não é algo absoluto, mas sim, um conceito relacionado à modernização e ao aprimoramento. O termo “empreender” sugere assumir riscos, inovar e saber negociar, tudo, com uma finalidade, satisfazer o cliente e lucrar, que é a finalidade de qualquer empresa ou empreendimento (MAXIMINIANO, 2006).

Para muitos estudiosos, o empreendedorismo é uma ciência relativamente nova, porém, pode-se verificar que é uma prática que existe desde os primeiros indivíduos da sociedade, quando não existia a venda de produtos, mas sim a troca, a negociação e outras formas de empreender. Segundo Landström e Benner (2010), essa discussão ocorreu após um grande período de estagnação aplicado pelo sistema feudal na economia europeia, onde o direito de propriedade era restrito e os produtos altamente taxados. Porém, durante a Idade Média, essas condições se modificaram e o sistema de empreendedorismo evoluiu com base nas classes dos comerciantes e na ascensão das cidades. Neste período, o termo “empreendedor” foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção" (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 28)

Bernardi (2017) menciona sobre algumas características presentes na extensa literatura disponível que conduzem ao traçado resultante em um perfil típico de um empreendedor, tais características são: senso de oportunidade, dominância, agressividade e energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade e resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar sonho e realização, habilidade de relacionamento. Neste sentido, os empreendedores possuem características peculiares e que os fazem ter destaque frente ao mundo dos negócios. Segundo Dornelas (2001), existem habilidades e competências que o administrador necessita ter para gerir o empreendimento de forma promissora, entre elas, as habilidades técnicas, administrativas e pessoais, já que hoje, é levado em consideração o corpo da empresa, que são seus funcionários.

Para Lezana (2004), as necessidades podem ser compreendidas como “um desequilíbrio interno do indivíduo, ou a manifestação de um déficit, uma determinada carência; que ao surgir causa um estado de tensão, insatisfação, desconforto e desequilíbrio.”. Desse modo, pode-se considerar que a satisfação da necessidade, da frustração e da compensação são as três formas capazes de retornar ao estado de equilíbrio.

Com o intuito de enumerar quais as necessidades que mais motivam os empreendedores, Birley e Westhead apud Lezana e Tonelli (2004) realizaram uma entrevista com mais de mil empresários em 11 países diferentes e concluíram que as necessidades são as seguintes:

- Aprovação: busca a aprovação por seus comportamentos, com isso deseja conquistar alta posição na sociedade, ser respeitados pelos amigos, pela família, ser reconhecido;
- Independência: o empreendedor busca na independência impor seu próprio enfoque no trabalho, flexibilidade na vida pessoal e profissional, controlar seu tempo etc.;
- Desenvolvimento pessoal: um novo empreendimento oferece inúmeras situações para que o empreendedor desenvolva seus conhecimentos e habilidades, inove, transforme ideias em produtos, aprenda continuamente;
- Segurança: necessidades do empreendedor de se proteger de perigos reais ou imaginários, físicos ou psicológicos; geralmente espera que sua empresa lhe permita rendimentos suficientes para manter uma vida digna para si e sua família;
- Autorrealização: necessidade de maximizar seu potencial pessoal é o querer desenvolver a capacidade de superar seus próprios limites.

Shane (2003) afirma que “o processo empreendedor é uma sequência de passos a partir da existência de uma oportunidade.” Assim, é a partir das suas habilidades pessoais, suas características e o ambiente onde atua, que o empreendedor opta pela exploração do seu negócio. Para Sarason, Dean e Dillard (p. 8, 2006), “oportunidades são um processo idiossincrático para o indivíduo.”. Os autores Saks e Gaglio (2002) acreditam que o reconhecimento de oportunidades de mercado é a principal ação do processo de empreendedorismo para alcançar o progresso econômico e seu desenvolvimento. Logo, seria através do sistema social ao qual está inserido que o empreendedor entraria no processo de exploração, descoberta e avaliação das oportunidades ao seu redor.

Nixdorff e Solomon (2005), definem o reconhecimento de oportunidades como um processo cognitivo que pode ser realizado com treinamento, com educação. Para eles, o processo de reconhecimento de oportunidades está ganhando uma maior visibilidade nos últimos anos. Por fim, Baron (2004), argumenta que “o reconhecimento de oportunidades está intimamente ligado às estruturas de conhecimento dos empreendedores.”. O autor ainda defende que esse reconhecimento demanda a percepção de fatores como a sua posição social, econômica, fatores políticos e tecnológicos.

2.2 Empreendedorismo Feminino

Segundo Dornelas (2001, p.27), o empreendedor pode ser definido como "aquele que assume riscos e começa algo novo". Cada vez mais as mulheres vêm aumentando sua representatividade na geração de novos negócios. Com fortes características inovadoras e desafiadoras, elas encaram as oportunidades e assim contribuem para o desenvolvimento do país. O empreendedorismo feminino vem crescendo a cada dia e já possui um valor expressivo em termos numéricos. No ano de 2000, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) deu início à pesquisa GEM com o intuito de avaliar a evolução da atividade empreendedora no Brasil. Segundo o SEBRAE, nesse período o país já estimava um total de 29% de participação feminina no espaço empreendedor.

O aumento do número de mulheres empreendedoras no mercado de trabalho brasileiro indica uma tendência de crescimento, considerando os grandes desafios e dificuldades que o público feminino enfrentou ao longo dos séculos para garantir e firmar o seu espaço ao lado do público masculino. Nas últimas décadas, as mulheres vêm conseguindo avanços expressivos no âmbito profissional, sendo a participação delas no campo do empreendedorismo um fator que tem chamado bastante atenção.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) confirmam em seus estudos as diferenças entre a gestão feminina e masculina ao explicarem que, embora haja semelhanças entre as características de empreendedores e empreendedoras, as mulheres se distinguem nos quesitos motivação, habilidades para os negócios e histórico profissional. Na visão de Fleury (2013), existe um estilo feminino de gestão e tal pensamento da autora é explicado quando destaca que a mulher possui aptidão de multiprocessamento de informações e circunstâncias que contribuem para uma percepção sistêmica e não sequencial da realidade, além de ser mais flexível e possuir um olhar diferenciado para as pessoas, considerando não apenas o contexto profissional.

Ainda dentro do âmbito que envolve o empreendedorismo feminino, Gouvêa, Silveira e Machado (2013) destacam que as mulheres estão desenvolvendo novos empreendimentos, sendo a maioria micro e pequenas empresas (MPE), as quais correspondem uma parcela relevante de emprego e renda. Essas empresas por sua vez possuem um papel socioeconômico de grande significância e vêm adquirindo, ao longo dos últimos 30 anos, uma crescente importância no país. (SEBRAE, 2016).

Com base na fonte anteriormente citada, a importância no contexto nacional pode ser explicada por meio dos dados que mostram as MPE como geradoras, em 2011, de 27% do Valor Adicionado do conjunto de atividades pesquisadas em relação ao Produto Interno Bruto (PIB), considerando o fato de que esse percentual aumentou quando comparado aos anos anteriores, os quais indicaram 21% em 1985 e 23,2% em 2001.

De acordo com Heller (2010), o empreendedorismo feminino tem um impulso significativo para o desenvolvimento econômico e a diminuição da pobreza, no entanto, Lages (2005) assegura que ainda século 21, as mulheres continuam a enfrentar adversidades para sua total inclusão na sociedade, sendo fortemente afetadas pelo desemprego e a instabilidade no mercado de trabalho, desse modo, o empreendedorismo feminino surge como uma opção para enfrentar a desigualdade e a pobreza das famílias.

Em suas pesquisas, Castiblanco (2013) comprova que os estudos têm se centrado na observação de mulheres que são obrigadas a se inserirem no mercado de trabalho de forma independente, através do autoemprego ou do empreendedorismo por falta de oportunidades e para conciliarem como causa as obrigações que foram sendo construídas socialmente sobre o gênero feminino.

Portanto, frente ao contexto apresentado, observa-se a importância do empreendedorismo no âmbito nacional, considerando a relevância do papel das MPE no país,

além do crescente espaço que a mulher vem conquistando no mercado de trabalho e na atividade empreendedora, podendo observar ainda que as peculiares habilidades e atitudes utilizadas na gestão dos negócios tornam o estudo do perfil da mulher empreendedora bastante pertinente e instigante.

2.3 Micro e pequenas empresas

Para Oliveira e Oliveira (2006), as micro e pequenas empresas desempenham um papel importante para o crescimento e desenvolvimento brasileiro, servindo como uma espécie de “colchão amortecedor” do desemprego. As MPE são uma alternativa de trabalho para uma pequena parte da população que tem condições de desenvolver seu próprio negócio, tornando-se uma opção de emprego formal ou informal para uma grande parte da força de trabalho excedente, que geralmente possuem pouca qualificação e não encontram emprego nas empresas de maior porte.

De acordo com o Sebrae (2020), o microempreendedor individual (MEI) é aquele cuja receita bruta anual é de até 81 mil reais, sendo identificado por uma pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como um pequeno empresário. Já a microempresa é aquela que atinge uma receita bruta anual de até 360 mil reais, que possui sociedade simples e de responsabilidade limitada. Dentre os inúmeros estabelecimentos brasileiros, 99% são micro e pequenas empresas (MPE). Sendo as microempresas o *lócus* de realização desse estudo.

Segundo Siqueira, Rocha e Telles (2013), instituído por meio da Lei Complementar 128/2008, o MEI é uma forma inovadora e desburocratizante de legalização de pequenos negócios e serviços e de pagamento de valores simbólicos de impostos e contribuições. Isso resulta em um substancial redução de custos e de obrigações acessórias. A abertura dos MEI 's vem crescendo aceleradamente, fato positivo para o desenvolvimento e crescimento econômico, influenciada pela cultura do empreendedorismo.

Silva (2004, p. 30) afirma que “o papel das MPEs (Micro e Pequenas Empresas) tem sido discutido e muitos países têm intensificado os investimentos para esses empreendimentos, que são responsáveis na maioria dos países desenvolvidos pela maioria da produção industrial e do oferecimento de novos postos de trabalho.” As Micro e Pequenas Empresas são grandes geradoras de emprego e renda, apresentando um portfólio diversificado de produtos e serviços, além de estarem inseridas em vários meios sociais e locais da sociedade brasileira.

O potencial de geração de empregos e de ocupação da mão-de-obra é bastante desejável no cenário econômico atual, no qual o desemprego tornou-se um problema relevante. Silva (2004), afirma que no Brasil uma das principais formas encontradas no combate ao desemprego é a geração de novos negócios, onde ex-trabalhadores assumem a missão de desenvolver sua própria empresa e com isso gerar produção, renda e em seguida, novos postos de trabalho.

Segundo o Sebrae (2021), cerca de 3,9 milhões de empreendedores formalizaram seus micros e pequenos negócios em busca de uma fonte de renda ou até mesmo para realizar o sonho de ser dono do seu próprio negócio. As micro e pequenas empresas formam a base do desenvolvimento econômico em todo o mundo (MIRZANTI, SIMATUPANG, E LARSO, 2015) e é por meio dessas empresas que as pequenas regiões têm a oportunidade de se desenvolverem (BARKHATOV; PLETNEV; CAMPA, 2016).

De acordo com o Governo do Brasil (2021) o número de MEIs cresceu no país ao longo de 2020. Do total de 3.359.750 empresas abertas no período, 2.663.309 eram MEIs, representando um crescimento de 8,4% em relação ao ano de 2019. Os dados são do Mapa de Empresas, do Ministério da Economia, referente ao terceiro quadrimestre do ano de 2020.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O estudo em questão caracteriza-se como uma pesquisa descritiva e exploratória. Conforme assegura Vergara (2000, p. 47), a pesquisa descritiva "não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação". Conforme a autora ressalta, a pesquisa descritiva exhibe as características de uma determinada população ou fenômeno, expõe correlações entre variáveis e determina sua natureza. De acordo com Gil (2002, p. 41) "pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, inclui levantamento bibliográfico e entrevistas".

Quanto à abordagem, o estudo caracteriza-se como pesquisa quantitativa. Segundo Knechtel (2014), a pesquisa quantitativa atua sobre um problema humano ou social, é baseada no teste de uma teoria e composta por variáveis quantificadas em números, as quais são analisadas de modo estatístico, com o objetivo de determinar se as generalizações previstas na teoria se sustentam ou não. Através da pesquisa de campo foram obtidos dados que foram quantificados e logo após passaram por um processo de análise para a obtenção dos resultados.

A análise dos dados foi feita através da estatística descritiva, com o objetivo de sintetizar uma série de valores de mesma natureza, permitindo uma visão global da variação desses valores. Os dados foram organizados e descritos através de gráficos. Para Barbetta (1998), os gráficos são formas de apresentação dos dados, com o objetivo de produzir uma impressão mais rápida e viva do fenômeno em estudo.

Para a obtenção das informações, foi elaborado um questionário baseado no modelo de Lívia de Jesus Santos (2019), dividido em duas partes. A primeira parte buscou identificar o perfil das empreendedoras, com oito perguntas. Na segunda parte, buscou-se identificar o perfil dos empreendimentos, por meio de seis perguntas. De acordo com Gil (1999, p.128), o questionário pode ser definido "como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.". A coleta de dados ocorreu entre os dias 15 e 30 de junho de 2022, com a participação de 22 empreendedoras da cidade de Teixeira-PB. A escolha do público-alvo foi por conveniência, uma técnica de amostragem usada para criar amostras de acordo com a facilidade de acesso.

Como fontes de dados secundárias, buscou-se apoio em pesquisas realizadas por: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Empresa, Unidade Patos-PB, por meio eletrônico; GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* e o setor de tributos da Prefeitura Municipal de Teixeira, através do fiscal de tributos, que forneceu a informação de que 25 micros e pequenas empreendedoras buscaram o setor para solicitar alvará de funcionamento no ano de 2022. O objetivo foi buscar dados atuais tanto sobre as MPE's, como também sobre o empreendedorismo e as empreendedoras, analisando as características das atividades desenvolvidas na cidade onde foi realizada a pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

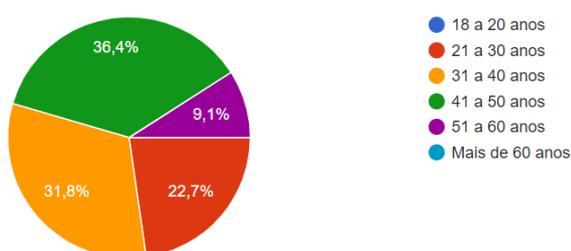
Neste capítulo, foram apresentados os resultados obtidos na pesquisa de campo, realizada junto a 22 empreendedoras, com o objetivo de identificar as principais características das micro e pequenas empreendedoras e suas empresas na cidade de Teixeira-PB. A cidade está localizada no sertão paraibano e de acordo com o IBGE (2021), Teixeira possui uma população estimada em 15.333 mil habitantes, está localizada a cerca de 307 km da capital do estado. A economia da cidade é formada pelo comércio, com muitas lojas do setor de vestuário e conta com um forte potencial turístico, gerando emprego e renda.

Os resultados obtidos serão analisados e discutidos a partir de três seções: (1) perfil socioeconômico das empreendedoras; (2) fatores que motivaram a empreender e (3) dificuldades encontradas na trajetória empreendedora.

4.1 Perfil socioeconômico das empreendedoras

A pesquisa buscou, por meio da aplicação de um questionário, traçar o perfil das micro e pequenas empreendedoras de Teixeira/PB, onde foram mensurados dados como: faixa etária, estado civil, grau de escolaridade, quantidade de filhos, ocupação antes de empreender, se possui outra renda além do empreendimento, entre outros questionamentos.

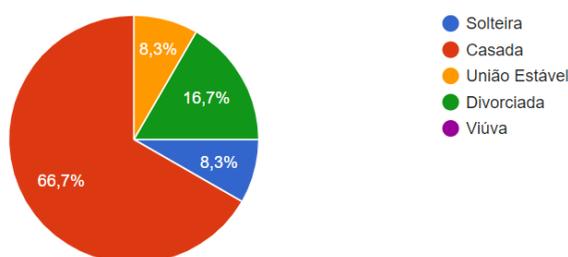
Figura 1 – Faixa etária



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A figura 1 apresenta a faixa etária das empreendedoras. Percebe-se que 36,4% possuem idade entre 41 e 50 anos. Além disso, mostrou que 31,8% possuem entre 31 e 40 anos, 22,7% apresentam idade de 21 a 30 anos, e 9,1% possuem idade entre 51 e 60 anos. Por meio destas informações, é possível identificar que estas são, em sua maioria, adultas e que existem empreendedoras de diferentes idades com segmentos de negócio diferentes, conforme apresentado nos próximos dados analisados.

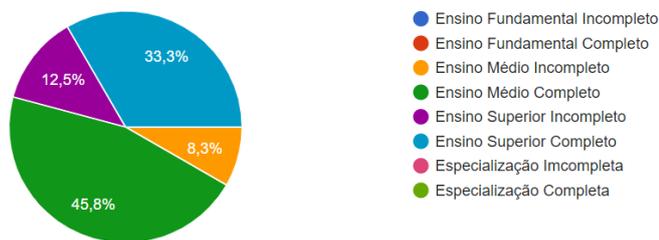
Figura 2 – Estado civil



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

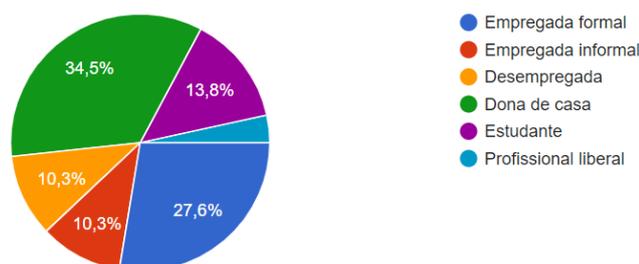
Com relação ao estado civil das empreendedoras, a figura 2 demonstra que 66,7%, são casadas, 16,7% divorciadas, 8,3% solteiras e 8,3% estão em uma união estável. As informações revelam que a maioria das empreendedoras são casadas, mostrando que, independentemente de elas possuírem uma família, conseguem conciliar o desenvolvimento de um negócio com a formação de uma estrutura familiar.

A maior parte das empreendedoras, que correspondem a 40,9%, possuem 2 filhos, 27,3% apresentam 3 filhos, 18,2% com 1 filho e 13,6% possuem 4 filhos. Diante disso, observa-se que, mesmo a maioria das entrevistadas, possuindo mais de dois filhos, conseguem manter seus empreendimentos conciliando-os com as suas tarefas maternas.

Figura 3 – Grau de escolaridade

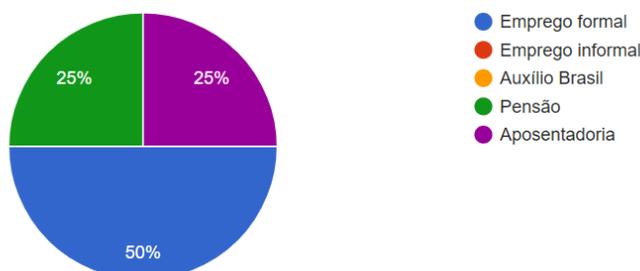
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A Figura 3 destaca o grau de escolaridade, evidenciando que a maioria das empreendedoras, 45,8%, possuem ensino médio completo, bem como mostra que 33,3% possuem ensino superior completo, 12,5% ensino superior incompleto e apenas 8,3% possuem o ensino médio incompleto. Esses dados relevam que, apesar do pouco nível de escolaridade, as empreendedoras conseguiram se fixar no mercado com seus segmentos de negócio.

Figura 4 – Ocupação antes de empreender

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Perguntou-se ainda acerca da ocupação que as empreendedoras tinham antes de abrir a empresa, observou-se que 34,5% exerciam a função de dona de casa, 27,6% trabalhavam em empregos formais, 13,8% eram estudantes, 10,3% atuavam em empregos informais, 10,3% encontravam-se desempregadas e 3,4% atuavam como profissionais liberais.

Figura 5 – Fonte de renda além do empreendimento

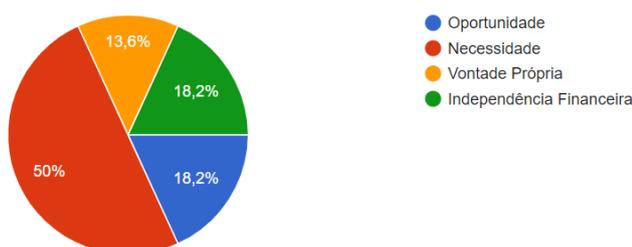
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Além disso, constatou-se que 50% das empreendedoras contam com emprego formal como fonte de renda além do empreendimento, 25% têm o auxílio aposentadoria e 25% contam com o auxílio de pensão. Os dados mostram que a maioria das empreendedoras possuem outra fonte de renda. Durante a aplicação do questionário, algumas empreendedoras revelaram que são funcionárias públicas do município e empreenderam para complementar a renda. Devido a esse fato, muitas vezes, a dedicação ao empreendimento não é suficiente para o sucesso.

4.2 Fatores que motivaram a empreender

No presente estudo, a necessidade foi o ponto ressaltado pelas empreendedoras que levaram a abrir seu próprio negócio. De acordo com Dornelas (2001) as pessoas costumam abrir negócios em meios as necessidades, seja por falta de opção, por estar em situação de desemprego, ou como meio de sustento familiar, outras visualizam uma oportunidade de crescimento, realização pessoal ou sucesso.

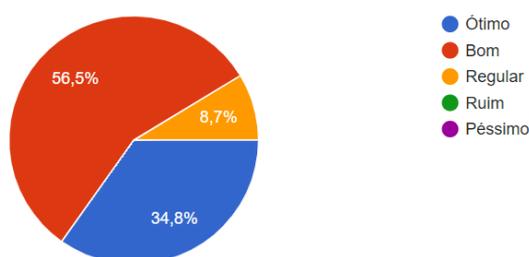
Figura 6 – Motivo para empreender



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

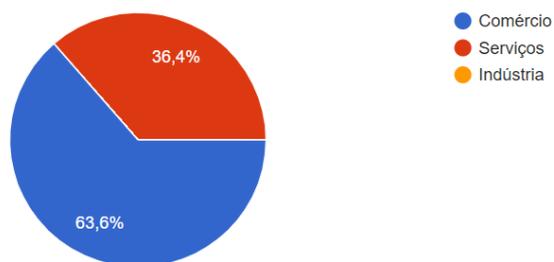
Foi observado na pesquisa o motivo pelo qual as mulheres iniciaram seus negócios, constatou-se que 50% delas abriram o negócio por algum tipo de necessidade, 18,2% tiveram a iniciativa por meio de oportunidades, 18,2% empreenderam buscando a independência financeira e outras 13,6% responderam que optaram por empreende por vontade própria, como ilustrado na figura 6. Desse modo, os dados obtidos mostram que muitas das mulheres exercem um papel de liderança perante seus lares e o mercado de trabalho, em que jovens e adultas, de diferentes classes sociais, “inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações.” (CHIAVENATO,2007, p.4).

Figura 7 – Grau de satisfação com o empreendimento



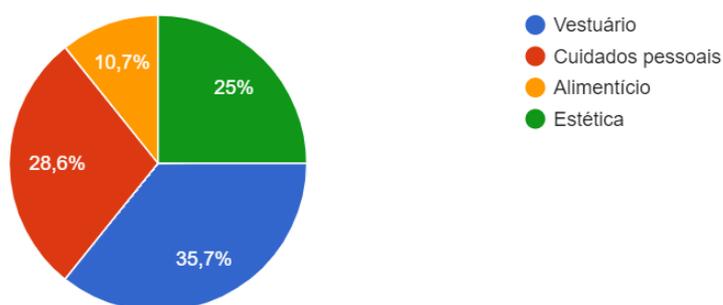
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

O grau de satisfação das empreendedoras com o negócio ficou bem distribuído, na qual 56,5% afirmaram que o grau de satisfação é bom, 34,8% optaram por ótimo, 8,7% escolheram a opção regular e ninguém optou por ruim ou péssimo. Os dados apontam que a maioria das empreendedoras estão satisfeitas com o negócio e pretendem dar continuidade aos empreendimentos. De acordo com França (2014, p. 168) “no trabalho, a qualidade de vida representa hoje a necessidade de valorização das condições de trabalho, da definição de procedimentos da tarefa em si, do cuidado com o ambiente físico e dos bons padrões de relacionamento”. Assim, empreendedoras satisfeitas com os seus negócios tendem a dar continuidade a eles.

Figura 8 – Natureza do empreendimento

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A Figura 8 destaca que a maioria dos empreendimentos, cerca de 63,6%, são do ramo de comércio e o restante, 36,4%, estão ligadas ao ramo de serviços. Em relação ao setor de indústria, a cidade não conta com nenhuma empresa nesse ramo. Esse dado já era de se esperar, uma vez que a região onde a cidade está localizada não apresenta um desenvolvimento industrial expressivo, sendo a cidade de Patos onde se concentra um maior número de indústrias.

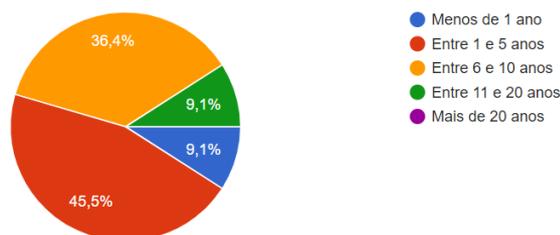
Figura 9 – Segmento do empreendimento

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A Figura 9 destaca que a maioria dos segmentos dos negócios, ou seja, 35,7%, são do setor de vestuário. Além disso, 28,6% correspondem a cuidados pessoais (maquiagem, perfumaria), 25% à serviços de estética e 10,7% ao setor alimentício. Percebeu-se que a maioria das empreendedoras é do segmento vestuário, isso pode ser explicado pelo fato do município ter o comércio como maior segmento, como destacado anteriormente.

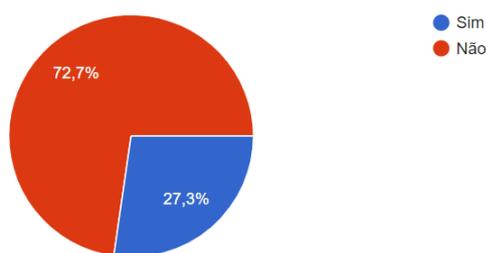
4.3 Dificuldades encontradas na trajetória empreendedora

Com o objetivo de compreender as dificuldades enfrentadas em sua trajetória, as empreendedoras foram perguntadas sobre o tempo da empresa no mercado, se buscou alguma orientação para empreender, o tipo de orientação e as principais dificuldades enfrentadas. Além disso, foi questionado sobre o lado negativo de ser empreendedora.

Figura 10 – Tempo da empresa no mercado

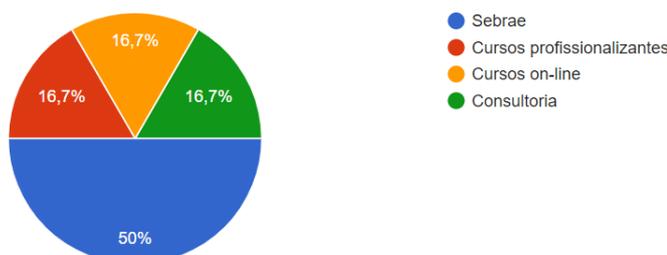
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A maioria das empresas, de forma mais precisa, 45,5%, estão no mercado entre um e cinco anos, cerca de 36,4% estão no mercado entre seis e dez anos, cerca de 9,1% estão consolidados no mercado entre onze e vinte anos e aproximadamente 9,1% possuem menos de um ano no mercado. Esses dados revelam que a maioria das empresas presentes na cidade estão consolidadas no mercado. De acordo com a pesquisa Sobrevivência de Empresas (2020), realizada pelo SEBRAE, com base em dados da Receita Federal e com levantamento de campo, a taxa de mortalidade dos microempreendedores individuais (MEI) é de 29%. Já as microempresas têm taxa, após cinco anos, de 21,6%.

Figura 11 – Orientação para empreender

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

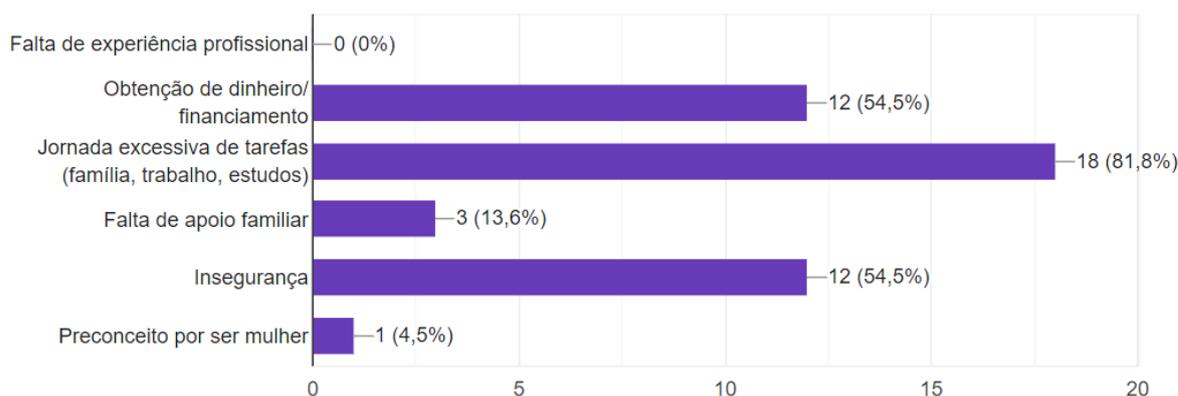
Em meio as 22 empreendedoras que participaram da pesquisa, um pequeno número recebeu orientação para abertura da empresa, aproximadamente 27,3% do total, e cerca de 72,7% não recebeu nenhuma orientação. Esse é um dado preocupante, pois releva que a maioria das empreendedoras não buscaram nenhuma orientação ao abrir o seu negócio. Para Degen (1989), o empreendedor de sucesso é o que não cansa de observar situações e negócios, sempre buscando novas oportunidades, onde elas estejam, nas compras no caminho de casa, da faculdade ou no trabalho.

Figura 12 – Tipo de orientação

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Das poucas empreendedoras que buscaram algum tipo de orientação, 50% obtiveram ajuda do SEBRAE, 16,7% buscaram cursos profissionalizantes, 16,7% cursos *on-line* e as demais 16,7% buscaram algum tipo de consultoria, conforme ilustrado na figura 13. De acordo com Covin, Green e Slevin (2006), a orientação empreendedora é um construto de estratégia cujo domínio conceitual inclui certos resultados ao nível da organização, relacionados a preferências gerenciais, convicções e comportamentos expressados entre os gerentes da organização.

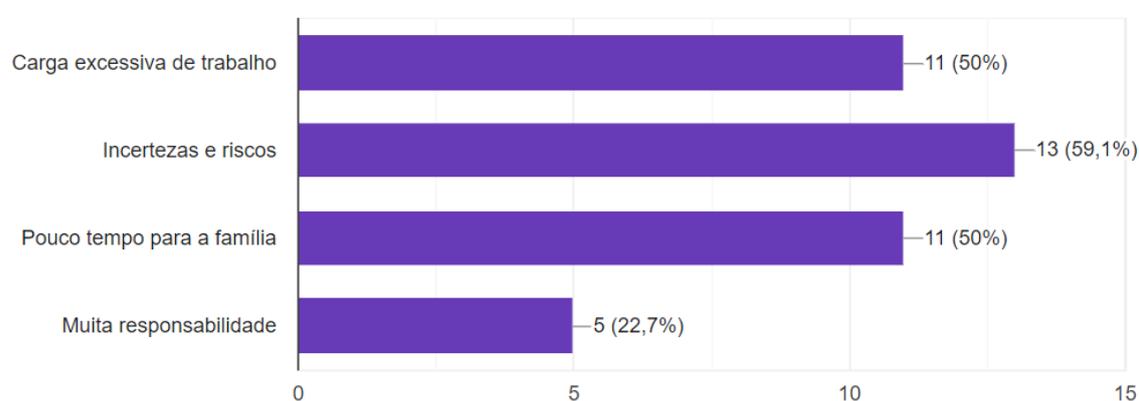
Figura 13 – Dificuldades no processo empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A Figura 13 apresenta os desafios que as mulheres passaram ao abrir seu próprio negócio, sendo a maioria a jornada excessiva de tarefas (estudos, trabalho, família). Esse fato pode ser comprovado através dos dados acerca do perfil das empreendedoras, já que a maioria delas são casadas e possuem filhos. De acordo com Gomes, Santana e Araújo (2009), uma das principais causas para que a mulher tenha o próprio negócio é a flexibilidade de horários, pois concilia o trabalho e a família. Além disso, as empreendedoras responderam outros, destacando como desafio: a obtenção de dinheiro/financiamento; a falta de apoio familiar e a insegurança. Notou-se ainda que algumas das empreendedoras apontaram o preconceito por serem mulheres, mostrando que há ainda outros desafios que se sobressaem para a criação de um novo negócio.

Figura 14 – Lado negativo de ser empresária



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Na Figura 14, pode ser observado que a maioria das empreendedoras veem como lado negativo de ser uma empresária as incertezas e os riscos em seus negócios, logo após vem a questão de terem pouco tempo para a família, a carga excessiva de trabalho e a questão de gerir

um negócio traz consigo muita responsabilidade. Os ambientes organizacionais apresentam formas de mudança imprevisíveis, gerando maior incerteza, e a incerteza é um problema central enfrentado pelos gestores (THOMPSON, 1967). Dessa forma, o desempenho das empresas pode estar associado à percepção que os empreendedores possuem das incertezas características aos seus negócios.

Desse modo, através da pesquisa, foi possível caracterizar as microempreendedoras e os seus empreendimentos. A maioria delas são casadas, possui filhos e empreenderam por necessidade. Além disso, foi possível observar que o empreendedorismo feminino está em desenvolvimento no município estudado, devido ao surgimento de diferentes segmentos em que as mulheres desenvolveram seus próprios negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como principal objetivo realizar um mapeamento das micro e pequenas empresas geridas por mulheres na cidade de Teixeira, Paraíba. A pesquisa mostrou o perfil das empreendedoras do município, indicando que a maioria possui entre 41 e 50 anos e são casadas. Além disso, notou-se que a maioria não tem formação superior, visto que parte das entrevistadas possui apenas ensino médio completo, embora este fator não tenha impedido que elas se tornassem empreendedoras na região estudada.

O estudo, de propósito descritivo e exploratório e de abordagem quantitativa, contou com a participação de 22 micro e pequenas empreendedoras. Através da aplicação de um questionário, abordando o perfil das empreendedoras, bem como das suas empresas, foi possível identificar os fatores que motivaram a abertura do empreendimento e definir quais as dificuldades encontradas na trajetória empreendedora. Ao final da aplicação do questionário foi feita uma análise desses dados que possibilitaram uma melhor compreensão do cenário empreendedor feminino na cidade de Teixeira-PB.

A maioria das empreendedoras possui entre 41 e 50 anos. Notou-se que um elevado percentual possui ensino médio completo, são casadas e tem filhos. Maior parte dos empreendimentos pertencem ao ramo do comércio e ao setor de vestuário e estão presentes no mercado entre um e cinco anos. O grau de satisfação das empreendedoras com o negócio ficou bem distribuído, onde grande maioria afirmou que estão satisfeitas com o empreendimento.

Após a análise, pode-se concluir que a maioria das mulheres destacaram que a ideia de empreendimento surgiu propondo-se a conquista da independência financeira. Assim, percebeu-se que o empreendedorismo feminino vem crescendo no município estudado, visto que há diferentes segmentos em que as mulheres desenvolveram seus próprios negócios. Em relação as principais dificuldades ao empreender, as participantes da pesquisa destacaram a obtenção de dinheiro/financiamento, a falta de apoio familiar e a insegurança. Notou-se ainda que algumas das empreendedoras apontaram o preconceito por serem mulheres, mostrando que há ainda outros desafios que se sobressaem para a criação de um novo negócio.

Durante a realização do estudo, houve algumas limitações, como a dificuldade para encontrar dados sobre a quantidade de micro e pequenas empreendedoras existentes na cidade. Outro fato foi a não participação de todas as empreendedoras na pesquisa, uma vez que duas não puderam participar por motivos de saúde e uma não deu retorno sobre o interesse para responder ao questionário.

Como sugestão para trabalhos futuros, pode-se propor a realização de uma pesquisa para todos os perfis de empreendedores da região, ou seja, incluir em outros estudos empreendimentos de maior porte para ampliar a análise de informações sobre o desenvolvimento do empreendedorismo no município. Como contribuições, esse estudo gerou uma discussão acerca do perfil das empreendedoras de negócios formais locais, uma percepção e análise das estratégias e tecnologias diferenciadas empregadas pelas empreendedoras

pesquisadas na produção, venda ou gestão de seus negócios e também, uma avaliação dos impactos socioeconômicos provocados pelo trabalho das micro e pequenas empresárias através da geração de empregos para o público local e destaque para a relevância do papel feminino para o desenvolvimento da renda do município.

Em relação às contribuições teóricas, a pesquisa colaborou com os estudos na área, aumentando o conhecimento e disseminando os resultados obtidos sobre o assunto, ao se direcionar para o objetivo de estudar o perfil das empreendedoras e investigar as principais características dos empreendimentos fundados e/ou geridos por mulheres. Como contribuição pessoal, agregou conhecimento e experiência acerca da pesquisa sobre o empreendedorismo feminino e sua contribuição para o meio acadêmico.

REFERÊNCIAS

- BARBETTA, P. A. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1998.
- BARKHATOV, V., PLETNEV, D., e CAMPA, A. (2016). **Fatores-chave de sucesso e barreiras para Pequenas Empresas: Análise Comparativa**. *Procedia-Ciências Sociais e Comportamentais*, v. 221, pp. 29-38.
- BARON, R. A. **Reconhecimento de oportunidades: uma perspectiva cognitiva**. Lally School of Management & Technology, Academy of Management Best Conference Paper, 2004.
- BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas**. - 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2017.
- BIRLER, S. WESTHEAD, P. **A comparação de novas empresas em áreas assistidas e não assistidas na Grã-Bretanha. Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional**, v.4, n.4, p.299-338, 1992.
- Brasil alcança recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE. **SEBRAE**, 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-recorde-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe,b7e02a013f80f710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 06 jun. 2022.
- Carvalho, M., Fleury, A., & Lopes, A.P. (2013). **Uma visão geral da literatura sobre roadmapping tecnológico (TRM): Contribuições e tendências**. *Previsão Tecnológica e Mudança Social*, v. 80, n. 7, pág. 1418-1437.
- CASTIBLANCO, Usualmente (2013). **A construção da categoria empreendedorismo feminino**. *Revista da Faculdade de Ciências Econômicas: Pesquisa e Reflexão*. Vol. 21, No. 2. Bogotá, Colômbia.
- COVIN, Jeffrey G.; GREEN, Kimberly M.; SLEVIN, Dennis P. **Efeitos do processo estratégico sobre a relação orientação empreendedora-taxa de crescimento de vendas**. *Empreendedorismo: Teoria e Prática*, v. 30, n. 1, pág. 57-82, 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. – São Paulo: Empreende/Atlas, 2017.

ECKHARDT, J. T., & SHANE, S. A. **Oportunidades e Empreendedorismo**. Diário de Gestão v.29(3) p.333–349, 2003.

FRANÇA, A.C. L. **Qualidade de vida no trabalho: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial**. São Paulo: Atlas, 2014.

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

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GEM-Brasil 2016. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2016. Curitiba: IBQP, 2016.

GEM-Brasil 2019. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2019. Curitiba: IBQP, 2019.

Gomes, A. F.; Santana, W. G. P. & Araújo, U. P. (2009). **“Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte”**.

In: Anais do Encontro da ANPAD. 33. São Paulo.

Cresceu o número de microempreendedores individuais em 2020. **GOV.BR**, 2021. E-book.

Disponível em: <[https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2021/03/cresceu-
numero-de-microempreendedores-individuais-
em2020#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20Microempreendedores%20
Individuais%20\(MEI\)%20cresceu%20no%20
pa%C3%ADs%20aorela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20ano%20de%202019](https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2021/03/cresceu-numero-de-microempreendedores-individuais-em2020#:~:text=O%20n%C3%BAmero%20de%20Microempreendedores%20Individuais%20(MEI)%20cresceu%20no%20pa%C3%ADs%20aorela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20ano%20de%202019)>. Acesso em:

06 jun. 2022.

06 jun. 2022.

GOUVÊA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A. MACHADO. H. P. V. **Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 2, n.2, p. 32-54, 2013.

GUERRA, A. C. Sebrae: pequenos negócios têm maior taxa de mortalidade. **Agência Brasil**,

2021. Disponível em: <[HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009](https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-06/sebrae-pequenos-negocios-tem-maior-taxa-de-mortalidade#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20pesquisa,pequeno%20porte%2C%20de%202017%25.> Acesso em: 10 julho 2022.</p></div><div data-bbox=)

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9 ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

HELLER, Lídia (2010). **Mulheres empreendedoras na América Latina e no Caribe: realidades, obstáculos e desafios**. Série Mulheres e Desenvolvimento. No. 93. Divisão de Assuntos de Gênero.

Panorama da cidade de Teixeira. **IBGE**, 2022. Disponível em:
<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/teixeira/panorama>>. Acesso em: 10 julho. 2022.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LAGES, S. R. C. (2005). **Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda**. Estação Científica.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. **Pesquisa em empreendedorismo: uma história da migração acadêmica**. pág. 15-45, 2010.

LEZANA, A. G. R. e TONELLI, A. **O comportamento do empreendedor**. In: DE MORI, F. (Org.). **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: ENE, 2004.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MIRZANTI, I. R., SIMATUPANG, T. M., e LARSO, D. (2015). **Mapeamento de empreendedorismo, política na Indonésia**. Procedia-Ciências Sociais e Comportamentais, v. 169, pp. 346-353.

NIXDORFF, J. e SOLOMON, G. **O papel do reconhecimento de oportunidades no ensino do empreendedorismo**. **Anais da 50ª Conferência Mundial do ICSB em 2005**. Crystal Gateway Marriott - Washington, 15-18 junho de 2005.

OLIVEIRA, Antônio Gonçalves de; OLIVEIRA, Gilson Batista de. **Um estudo sobre a contribuição das micro e pequenas empresas na geração de emprego e renda brasileira**. Revista da FAE, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 95-105, 2006.

SAKS, N. T. & GAGLIO, C. M. **A identificação de oportunidades pode ser ensinada?** Journal of Enterprising Culture, v. 10, n. 4, pág. 313, 2002.

SARASON, Y.; DEAN, T. & DILLARD, J. F. **Empreendedorismo como nexos de indivíduo e oportunidade: uma visão de estruturação**. Journal of Business Venturing, v. 21, p. 286–305, 2006.

SEBRAE. **Quem são os pequenos negócios**, 2020. Disponível em:
<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/quem-sao-os-pequenos-negociosdestaque5,7f4613074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 16 maio. 2022.

SEBRAE: **Observatório da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa**. Brasília, 2016. Disponível em:<<http://www.cni.org.br/portal/main.jsp.lumpag=Ff90jn>>. Acesso em: 07, jun. 2022.

SILVA, João Braz. **O Uso de Ferramentas de Gestão Empresarial como Fator de Sucesso dentro das Empresas** - Um Estudo de Caso. Dissertação – Mestrado em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2004.

SIQUEIRA, João Paulo Lara de; ROCHA, Joyce Silva Leal da; TELLES, Renato. **Microempreendedorismo: Formalidade ou Informalidade**, 2013.

TEIXEIRA, R.M. **Empreendedorismo jovem e a influência da família: A história de vida de uma empreendedora de sucesso**. REGE, São Paulo – SP, Brasil, v. 18, n. 1, p. 3-18, jan./mar, 2014.

THOMPSON, J. **Organizações em Ação**. Nova York – NY: McGraw-Hill, 1967.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS - QUESTIONÁRIO

Olá, tudo bem? Me chamo Bianca, sou aluna do 10º período do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, Campus Patos-PB. Estou concluindo a graduação e gostaria de contar com a sua participação para a finalização do meu trabalho de conclusão de curso, que tem como tema: “EMPREENDEDORISMO FEMININO: MAPEAMENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS GERIDAS POR MULHERES EM UMA CIDADE DO SERTÃO DA PARAÍBA” através de um breve questionário sobre alguns aspectos da sua atuação no universo do empreendedorismo. Desde já, agradeço a sua participação.

PERFIL DA EMPREENDEDORA:**- Faixa etária:**

- 18 a 20 anos
- 21 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- 51 a 60 anos
- Mais de 60 anos

- Estado civil:

- Solteira
- Casada
- União Estável
- Divorciada
- Viúva

- Filhos:

- Nenhum
- 1
- 2
- 3
- 4
- Mais de 4

- Grau de escolaridade:

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Especialização Incompleta
- Especialização Completa

- Qual a sua ocupação antes de abrir a empresa?

- Empregada formal
- Empregada informal
- Desempregada
- Dona de casa
- Estudante
- Outra: _____

- Possui alguma outra fonte de renda além da empresa?

- Sim
 - Não
- Se sim, qual?
- Emprego formal
 - Emprego informal
 - Auxílio Brasil
 - Pensão
 - Outra: _____

- Qual o principal motivo que lhe levou a abrir a empresa?

- Oportunidade
- Necessidade
- Vontade própria
- Independência financeira
- Outro: _____

- Qual o seu grau de satisfação com o negócio?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

PERFIL DO EMPREENDIMENTO:

- Qual a natureza do empreendimento?

- Comércio
- Serviços
- Indústria

- Qual a área de segmento do empreendimento?

- Alimentício
- Cuidados pessoais
- Vendas
- Estética
- Outros: _____

- Há quanto tempo a empresa está no mercado?

- Menos de 1 ano
- Entre 1 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos

- Entre 11 e 20 anos
- Mais de 20 anos

- Buscou algum tipo de orientação para abrir a empresa?

Sim

Não

- Se sim, qual?

Sebrae

Cursos profissionalizantes

Cursos on-line

Outro: _____

- Quais as principais dificuldades que você enfrentou para conseguir empreender? (Assinalar até 3)

Falta de experiência profissional

Obtenção de dinheiro/financiamento

Jornada excessiva de tarefas (família, trabalho, estudos)

Falta de apoio familiar

Insegurança

Preconceito por ser mulher

Outros: _____

- Quais fatores você considera como negativos em relação ao fato de ser empresária? (Assinalar até 3)

Carga excessiva de trabalho

Incertezas e riscos

Pouco tempo para a família

Muita responsabilidade