



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

BRENDA BENÍCIO VIEIRA

**MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER: um estudo com mulheres empreendedoras
do segmento de moda da cidade de Patos-PB**

**PATOS
2021**

BRENDA BENÍCIO VIEIRA

MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER: um estudo com mulheres empreendedoras do segmento de moda da cidade de Patos-PB

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Thelma Flaviana Rodrigues dos Santos

Coorientador(a): Prof^a. M^a. Leisianny Mayara Costa Silva

**PATOS
2021**

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.

V658m Vieira, Brenda Benício.

Motivações para empreender [manuscrito] : um estudo com mulheres empreendedoras do segmento de moda da cidade de Patos-PB / Brenda Benicio Vieira. - 2021.

31 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2021.

"Orientação : Profa. Dra. Thelma Flaviana Rodrigues dos Santos , Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Empreendedorismo feminino. 2. Mulheres. 3. Empreendedorismo. I. Título

21. ed. CDD 650.1

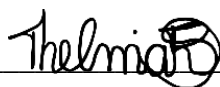
BRENDA BENÍCIO VIEIRA

MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER: um estudo com mulheres empreendedoras do segmento de moda da cidade de Patos-PB

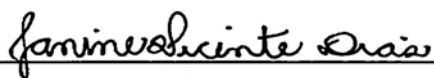
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 14 / 05 / 2021.

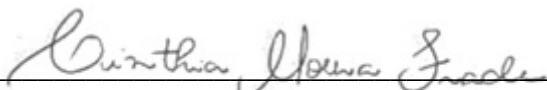
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Thelma Flaviana Rodrigues do Santos (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Janine Vicente Dias
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profa. Ma. Cinthia Moura Frade
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Como as entrevistadas enxergam o empreendedorismo	24
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Definições de Empreendedorismo	12
Quadro 2: Características Empreendedoras	14
Quadro 3: Categorias de análise	21

LISTA DE ABREVIACOES

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio s Micro e Pequenas

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEI - Microempreendedor Individual

ME - Microempresa

EPP - Empresa de Pequeno Porte

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a mim mesma, pois apesar das dificuldades que passo na minha vida pessoal, me mantive firme em busca dos meus objetivos, agradeço às minhas orientadoras por toda a disponibilidade e apoio que me deram até a conclusão do TCC, e agradeço a minha família.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	11
2.1 Origem e Conceitos do Empreendedorismo.....	11
2.2 Indivíduo Enquanto Empreendedor.....	13
2.3 Oportunidade ou Necessidade	15
2.4 Empreendedorismo Feminino.....	17
3 METODOLOGIA.....	18
3.1 Cenário e Sujeito de Pesquisa.....	19
3.2 Coleta, Tratamento e Análise de Dados	20
4 ANÁLISES E RESULTADOS	22
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
BIBLIOGRAFIA	27
APÊNDICE A	30

MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER: um estudo com mulheres empreendedoras do segmento de moda da cidade de Patos-PB

Brenda Benício Vieira

RESUMO

Devido à divisão sexual do trabalho e aos estereótipos de gênero, as mulheres sempre foram educadas para serem donas de casa, cuidar dos filhos, marido e afazeres domésticos, porém na história das mulheres não cabe só isso, lutas por igualdade, pelos direitos e para se inserirem no mercado de trabalho, também fazem parte da história das mulheres. Hoje existem mulheres em cargos que antes somente eram ocupados por homens, e também há mulheres de negócios, as chamadas empreendedoras, que no Brasil, de acordo com relatórios especializados, são a maioria nos últimos anos. Apesar do alto número de mulheres que empreendem, estudos também apontam que elas costumam empreender mais por necessidade, onde se configura a abertura de empresas por motivações tais como o desemprego, que pode não ser fator suficiente para que a empresa dê certo, podendo cair no índice de mortalidade mais rápido não gerando desenvolvimento necessário, se a decisão de empreender for pelo o fator oportunidade, que se configura por detectar uma oportunidade de negócio e ter paixão por empreender, poderia haver mais chances da empresa dar certo, sobreviver por mais tempo, podendo ajudar na economia local com geração de emprego e renda para além de si mesmas. Esse artigo, trata-se de uma pesquisa de caráter exploratório-descritivo, que tem como finalidade analisar se as mulheres da cidade de Patos-PB empreendem mais pelo fator oportunidade ou pelo fator necessidade. Foram entrevistadas dez empreendedoras da cidade onde entre elas foi descoberto que há mais propensão ao empreendedorismo por necessidade.

Palavras-chave: Mulheres, Empreendedorismo, Necessidade e Oportunidade.

ABSTRACT

Because of the sexual division of labor and gender stereotypes, women have always been educated to be housewives, take care of their children, husband and domestic activities, but the history of women it is not just about that, struggles for equality, for rights and for a place in the labor market, they are also part of the history of women. Today there are women in positions that were previously only occupied by men, and there are also business women, the so-called entrepreneurs, who in Brazil, according to specialized reports, are the majority in recent years. Despite the high number of women who have your own business, studies also show that they tend to start your business more for necessity, where the opening of companies is configured for reasons such as unemployment, which may not be enough factor for the company to work, and may fall into the market faster mortality rate, not generating necessary development. If the decision to undertake is due to the opportunity factor, which is configured by detecting a business opportunity and having a passion for entrepreneurship, there could be more chances of the company working, surviving longer, and being able to help the local economy with job creation and income beyond themselves. That way, this article, based on exploratory-descriptive research, aims to analyze whether women in the city of Patos, Paraíba, Brazil, undertake more by the opportunity factor or the need factor. Ten women entrepreneurs from the city were interviewed, among whom it was discovered that the most propensity to entrepreneurship by necessity.

Keyword: Women, Entrepreneurship, Need and Opportunity.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo não é um tema tão atual, desde o início dos tempos, pode-se considerar que o ser humano já apresentava atitudes empreendedoras (CUSTÓDIO, 2011). Para Chiavenato (2007), o empreendedor pode ser visto como aquele que possui habilidade para fazer as coisas acontecerem, ele deve ser dotado de sensibilidade, com capacidade para reconhecer oportunidades, possuir entendimento financeiro e buscar transformar suas ideias em realidade seja para o seu próprio benefício, seja para o benefício de outros.

Deste modo, empreender é uma atividade tanto para homens quanto para mulheres, independente da profissão ou classe social que um indivíduo possua, bastando assim apenas que a pessoa deseje, tenha capacidade de assumir riscos e se utilize da sua criatividade (AMORIM; BATISTA,2011).

Considerando a atuação da mulher nesse contexto, a integração mundial junto à globalização gerou um aumento significativo do trabalho feminino no Brasil, onde as mulheres muitas vezes usam de sua criatividade e outras características empreendedoras para abrir e conduzir seu próprio negócio (DUTRA et al.,2009).

Mas nem sempre foi assim, segundo Amorim e Batista (2017), as mulheres antigamente eram vistas apenas como domésticas, que cuidavam do marido, dos filhos e do lar, e eram consideradas pela sociedade menos aptas para o trabalho fora de casa. A revolução industrial foi mudando esse quadro lentamente e inseriu a mulher no trabalho fabril, uma vez que precisava aumentar a produtividade. Com isso, observou-se que a cada mudança na sociedade, a mulher passava a assumir um papel diferente do que apenas ligados a afazeres domésticos costumeiros dos séculos passados (AMORIM E BATISTA, 2011).

Com base nessa perspectiva, a atuação das mulheres vem aumentando cada vez mais, entretanto o alcance desse espaço ainda é um desafio. De acordo com o relatório de empreendedorismo feminino do Sebrae, (2019) a média geral de mulheres donas do próprio negócio em todo Brasil é de 34%, e especificamente no estado da Paraíba a média das mulheres empreendedoras também foi de 34%.

Assunção, Queiroz e Costa (2017) afirmam que necessidade e oportunidade são fatores que evidenciam com mais clareza o que leva alguém a querer empreender, buscando destacar os requisitos que difere se um indivíduo busca empreender porque estar precisando apenas de uma fonte renda ou porque enxerga uma oportunidade propícia para realizar seus sonhos e metas. Ou seja, o empreendedorismo por oportunidade ocorre quando uma pessoa escolhe

empreender dentre as outras oportunidades existentes no mercado, e o empreendedorismo por necessidade, em contraponto, ocorre quando o indivíduo se sente de certa forma forçado a empreender por não haver de onde tirar seu sustento (DUTRA et al.,2009).

Diante disso, considerando a luta da mulher, a conquista do seu espaço, e o crescimento feminino no empreendedorismo se torna importante investigar quais fatores levam as mulheres a querer abrir seu próprio negócio, se elas buscam empreender pelo o fator oportunidade ou pelo o fator necessidade, se buscam o empreendedorismo, porque é o que desejam fazer, sente que possui talento ou habilidade para isso, mesmo existindo outras opções ou se empreendem porque precisam, pois não possuem outras alternativas, pois esses fatores podem influenciar se a empresa fecha mais rápido ou se tem mais chance de sobreviver, e de contribuir para a geração de emprego e renda para além de si mesmas.

De acordo com o relatório executivo, *Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2018)*, enquanto que em 2002 as mulheres empreendiam mais por necessidade, em 2018 esse resultado vem apresentando uma mudança, pois as mulheres passaram a empreender mais por oportunidade.

No entanto, além desse crescimento, é importante entender os motivos particulares que interferem na maneira que as mulheres empreendem diante de um cenário específico, pois, como explica Souza e Guimarães (2005), as mulheres vêm ocupando setores onde a maioria são homens e essas conquistas ainda são gradativas.

Assim, se faz relevante reconhecer que cada região e setor podem apresentar configurações diferentes para que as mulheres empreendam por necessidade ou oportunidade. Logo, é necessário compreender: Quais os fatores motivam as mulheres a empreenderem no segmento de moda na cidade Patos-PB?

Com base nessa problemática, esse artigo buscou analisar as motivações que levam as mulheres empreendedoras do Sertão Paraibano atuantes no setor comercial do segmento de moda a empreenderem por oportunidade ou necessidade. Tendo como objetivos específicos: identificar as características das mulheres empreendedoras e de seus empreendimentos; avaliar os fatores que levam as mulheres a empreenderem dentro da perspectiva oportunidade e necessidade; descrever a percepção das mulheres empreendedoras quanto ao (os) motivo(s) que as fizeram abrir os seus empreendimentos.

Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa exploratória descritiva de abordagem qualitativa, mediante aplicação de entrevista semiestruturada aplicada junto às mulheres atuantes no setor comercial do segmento de moda no município de Patos-PB.

Este estudo se encontra configurado da seguinte forma: seção 1 Introdução, onde traz uma breve iniciação ao tema abordado nesse artigo, mostrando a importância de estudar o empreendedorismo feminino pelas as vertentes oportunidade e necessidade; Seção 2, Fundamentação teórica, onde aborda o posicionamento dos autores em relação aos temas trabalhados nesse artigo, como: empreendedorismo, o indivíduo enquanto empreendedor, características empreendedoras, oportunidade e necessidade e empreendedorismo feminino; Seção 3 Metodologia: onde foi definido o tipo de pesquisa implementado neste artigo e os aspectos metodológicos para alcançar os resultados apresentados pelo mesmo; Seção 4 Análise e Discussão onde apresenta os resultados colhidos através da pesquisa, e traz uma análise sobre eles; Seção 5 Considerações Finais faz uma síntese do artigo, trazendo a conclusão que se pode tirar através de todo o trabalho de pesquisa feito por este artigo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo consiste em um tema que vem ganhando destaque, não apenas como um processo associado ao âmbito da inovação, mas também pela sua relação com a geração de riquezas e o desenvolvimento dos países a partir de novos negócios (CUNHA; SILVA; YAMAGUCHI, 2011). Empreender tem um efeito positivo, com relação ao crescimento econômico, pois contribui para a geração de emprego e renda, tanto para quem decide empreender para tirar seu próprio sustento quanto para quem decide empreender com a intenção de crescer e gerar empregos para a população.

2.1 ORIGEM E CONCEITOS DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo, de acordo com Chiavenato (2007), iniciou-se com base nas considerações de pensadores econômicos do século XVIII e XIX, conhecidos como liberais econômicos, onde os mesmos defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência.

De acordo com Custódio (2011), a história do empreendedorismo na humanidade não é recente, pois desde os primórdios das civilizações, pode-se dizer que o homem já possuía um comportamento empreendedor, conforme inovou na construção de ferramentas para sua sobrevivência. Não obstante, a indagação sistemática desse tema passou a ser desenvolvida em meados do Século 20, por meio de abordagens econômicas e surgimento de outras teorias

(VERGA e SILVA, 2014).

Baggio e Baggio (2014) afirmam que, a princípio, duas teorias buscaram abordar e estudar empreendedorismo: a teoria econômica e a comportamentalista. A teoria econômica que é mais conhecida como Schumpeteriana, mostra que os primeiros a perceberem a importância do empreendedorismo foram os economistas, os quais estavam interessados em compreender o papel do empreendedor e o impacto da sua atuação na economia, porém houve também o surgimento da teoria comportamental onde se tinha como objetivo ampliar o conhecimento sobre motivação e o comportamento humano, estes não se opuseram às teorias dos economistas, mas buscaram ampliar as características dos empreendedores.

Com base na complementaridade dessas duas teorias, refletida na condição do empreendedor e sua natureza econômica e comportamental, esse contexto parece ir além uma vez que, segundo Dornelas (2008), os empreendedores estão derrubando barreiras comerciais e culturais, buscando globalizar e renovar conceitos econômicos, procurando criar novas relações de trabalho, gerando novos empregos e riquezas para a sociedade.

Diante da compreensão da origem do empreendedorismo, nota-se que as definições do seu conceito também passaram por mudanças. Ao longo dos anos, vários autores deram sua definição sobre empreendedorismo, contribuindo assim para uma visão mais clara sobre o tema (SCHUMPETER, 1988; LEITE, 2000; DOLABELA, 2010). No quadro a seguir, foram expostas algumas definições dadas por autores ao longo do tempo:

QUADRO 1: DEFINIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO

Autor	Ano	Definição
Schumpeter	1988	Pode-se dizer que é um processo de “destruição criativa” pelo qual produtos ou métodos de soluções, que já existem, são destruídos ou substituídos por novos.
Barreto	1998	Empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada. É o desenvolvimento de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la.
Leite	2000	No empreendedorismo pode-se entender que é a criação de valor por pessoas e organizações quando trabalham em conjunto para implementação de uma ideia, através da criatividade, capacidade de transformação e pelo desejo de tomar aquilo que normalmente seria chamado de risco.

Dornelas	2008	Empreendedorismo pode-se considerar como a transformação de ideias em oportunidades, se dando pelo o envolvimento de pessoas e processos que geram a criação de negócios bem sucedidos.
----------	------	---

FONTE: Elaborado a partir de Baggio e Baggio (2014, p. 27) e Custódio (2011).

Com base no Quadro 1, observa-se que a definição do empreendedorismo tem crescido ao longo dos anos e desenvolvido vários conceitos importantes. A evolução e complementação dessa definição são perceptíveis quando Schumpeter (1988, apud BAGGIO e BAGGIO, 2014, p. 27) diz que se trata de um processo de “destruição criativa” e dez anos depois Barreto (1998, p.190, apud BAGGIO e BAGGIO 2014, p. 27) traz a interpretação de que o empreendedorismo é a aptidão de produzir algo a partir de pouco ou quase nada. Já nos anos 2000, Leite (2000, apud CUSTÓDIO, 2011) mostra um conceito mais ligado à criação de valor, colaboração e capacidade de transformação, e mais tarde, Dolabela (2008, apud CUSTÓDIO, 2011) agrega que o empreendedorismo se dá através de ideias que podem se transformar em realidade e geração de riquezas através de um negócio bem sucedido complementando e enriquecendo todas as definições dadas ao longo do tempo.

2.2 O INDIVÍDUO ENQUANTO EMPREENDEDOR

Empreendedor na idade média era um termo utilizado para definir aquelas pessoas que gerenciavam grandes projetos de produção e que não costumavam assumir riscos, somente gerenciava os projetos, utilizando-se de recursos habitualmente provenientes do governo, onde Marco Polo foi considerado como o primeiro exemplo de empreendedor, pois este assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro para vender as mercadorias deste; correndo assim todos os riscos e assumindo um papel ativo de empreendedor (DORNELAS, 2016).

Chiavenato (2007) vem afirmar que empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios, fornecendo empregos, trazendo inovação e crescimento na economia, não sendo simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia, assumindo riscos e uma postura de mudança.

De acordo com os autores Cunha, Silva e Yamaguchi (2011), empreendedor é aquele que costuma sonhar e realizar, assumindo riscos e responsabilidades e utilizando-se da capacidade de fazer acontecer, tendo novas ideias, acreditando que das suas ações possam vir algo positivo, geram lucratividade. O empreendedor deve possuir paixão, criatividade e dedicação àquilo que ele pretende realizar, devem aprender através de suas experiências e como

geralmente possuem um senso crítico apurado, estão sempre avaliando e controlando seu comportamento, buscando se autodesenvolver (CUNHA; SILVA; YAMAGUCHI, 2011).

De acordo com Custódio (2011), a presença do empreendedor é fundamental para as organizações, pois estas possuem cada vez mais a necessidade de criatividade e criação de uma postura de trabalho eficiente com novas possibilidades, soluções constantes de forma espontânea, rápida, criativa e funcional para as organizações. O empreendedor de sucesso tem que possuir qualidades pessoais, ambientais e sociológicas que juntas permitem a criação de ideias e de uma nova empresa (DORNELAS, 2016).

Segundo Chiavenato (2007), as ciências sociais ajudaram e contribuíram para uma melhor compreensão do empreendedorismo, na qual o início do pensamento empreendedor apresenta três visões: a econômica, a behaviorista e a dos precursores da teoria de personalidade. Considerando a escola de traços de personalidade, a princípio não delimitou nem atribuiu características certas para definir um empreendedor, mas buscou auxiliar nesse processo por qualidades específicas empreendedoras, pois estas qualidades poderiam tornar alguém mais apto para o sucesso (FILION, 1991 apud CHIAVENATO, 2007).

Assim, considerando as possíveis peculiaridades dos empreendedores, apresentadas no Quadro 2, pode-se observar algumas características atribuídas à empreendedores pelos autores: Dornelas (2016), SEBRAE (2007) e Custódio (2011).

QUADRO 2: CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

Características	Definições
Ser visionário	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida e o mais importante: têm a habilidade de implementar seus sonhos.
Saber tomar decisões	Não se sentir inseguro, saber tomar as decisões corretas principalmente nos momentos de adversidade, fator-chave para seu sucesso, e implementar suas ações rapidamente.
Ser independente	Querer estar à frente das mudanças e ser dono do próprio destino. Querer ser independentes, em vez de empregados, querem criar algo novo e determinar os próprios passos; ser o próprio patrão e gerar emprego.
Iniciativa	Agir espontaneamente antes de ser forçado pelas circunstâncias.

Eficiência	Preocupação em reduzir o custo, os recursos necessários e o tempo para realizar as tarefas.
Autoconfiança	Acreditar na própria habilidade e capacidade.
Persistência	Não desistir diante das dificuldades encontradas, nunca deixar de ter esperança e lutar para ver seus projetos realizados.

Fonte: Elaborado a partir de Dornelas (2016, p.38 e 39), Sebrae (2007) e Custódio (2011, p. 22)

Assim, de acordo com o Quadro 2, nota-se que as características apresentadas variam entre habilidades que estão ligadas desde as características centrais do indivíduo até as suas ações para com o ambiente em que se relaciona. No entanto, para compreender como essas características são aplicadas por cada empreendedor, é preciso antes entender quais os motivos que o levaram a abrir seu empreendimento.

2.3 OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE

A teoria sobre empreendedorismo apresenta duas categorias pelas quais classificam os motivos que levam as pessoas a empreender, são elas: por necessidade ou oportunidade, como pode ser observado nos estudos da GEM (2018), Dornelas (2016), Vieira e Ramos (2013).

Segundo Dornelas (2016) empreendedores por necessidade são aqueles que empreendem porque não possuem melhores alternativas de emprego, buscam abrir seu próprio negócio com a finalidade de gerar renda visando basicamente o seu sustento. Já os empreendedores por oportunidade são aqueles que identificam uma chance de negócio, são visionários, têm em mente o crescimento que desejam alcançar e decidem empreender mesmo possuindo outras alternativas de emprego e renda (DORNELAS, 2016).

Em um mundo corrente e com várias crises econômicas, a oportunidade está ligada ao fator necessidade, pois ela determina a inserção de novos empreendedores no mercado em busca de uma fonte de renda, sendo que estes precisam ter conhecimento e criatividade para empreender e conseguir atender suas necessidades (ASSUNÇÃO, QUEIROZ; COSTA 2017).

Para Vieira e Ramos (2013), muitas das micro e pequenas empresas que são abertas costumam ser empresas familiares com a finalidade de tirarem seu próprio sustento, muitas vezes possuem baixa capacidade de empregar e também podem chegar a não sobreviver por mais de 5 anos. Isso acontece porque a criação do negócio não foi a partir de uma oportunidade, a empresa surgiu sem ter feito um estudo de mercado, sem inovação e sem diferencial, pois a

oportunidade pode ser vista com uma ideia que agrega valor ao consumidor, através da inovação e cabe ao empreendedor identificar e aproveitá-las (VIEIRA; RAMOS, 2013).

Dornelas (2016) afirma que a criação de empresas por si só não traz desenvolvimento econômico, a não ser que esses negócios foquem em oportunidades e geração de empregos. De acordo com a GEM (2017), no ano de 2017, a taxa de empreendedorismo resultou em 36,4%, o que significou que de cada 100 brasileiros com a faixa etária de (18-64 anos), 36% delas estavam regendo alguma atividade empreendedora. Também foi observado um aumento na relação entre empreendedores por necessidade e por oportunidade. Enquanto que em 2016 para cada empreendedor por necessidade havia 1,4 empreendedores por oportunidade, em 2017 essa relação foi para 1,5, o que significa que 59,4% dos empreendedores iniciais, exercem a atividade por oportunidade e 39,9% por necessidade (GEM, 2017).

No relatório posterior, a pesquisa da GEM (2019) já apresenta uma perspectiva diferente, onde buscou avaliar a motivação para empreender, obtendo o resultado de que 88,4% dos empreendedores concordam de forma total ou parcial que a escassez de emprego é uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora da qual fazem parte, 51,4% responderam que “fazer a diferença e contribuir para um mundo melhor” foi um dos motivos que os impulsionaram a empreender. 36,9% responderam que empreendiam para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta, e 26,6% responderam que empreendiam para continuar com uma tradição familiar.

Dornelas (2016) faz uma síntese de que os negócios criados por necessidade, costumam ser informais, na maioria dos casos não é feito um planejamento de forma adequada, e muitos fracassam rapidamente, sem gerar desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de mortalidade de uma empresa, onde o empreendedorismo por necessidade costuma ser mais comum em países subdesenvolvidos, e influencia também na atividade empreendedora total desses países, sendo assim, se faz necessário buscar motivar a abertura de empreendimentos por oportunidade. No Brasil, nos últimos anos, tem-se percebido um aumento de empreendedores por oportunidade em relação ao de necessidade, embora seja pequeno o avanço, espera-se que, para os próximos anos, cada vez mais empreendedores focados em oportunidades surjam, para um melhor desenvolvimento econômico e social do país (DORNELAS, 2016).

2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Nos últimos tempos está ocorrendo um aumento significativo de mulheres que empreendem, estas vêm conquistando cada vez mais seu espaço no mundo dos negócios e mostrando seu potencial. Estudos ao longo dos anos mostram o crescente número de mulheres empreendedoras, sejam em pequenas, médias ou grandes empresas, segundo Hisrich e Peters (2004), as mulheres iniciam novos empreendimentos três vezes mais em comparação aos homens.

Mas nem sempre foi assim, por muito tempo as mulheres foram vistas somente como mães, esposas e cuidadoras de lares, com o passar dos anos as mulheres mudaram essa visão, se inserindo no mercado de trabalho e no mundo dos negócios, Assunção; Anjos (2018). Onde elas mostram não só a sociedade, como a si mesma, os seus potenciais e a sua vontade de crescer profissionalmente.

Além disso, cabe ressaltar que, apesar de toda luta e dificuldades, é notório que as mulheres estão cada vez mais vencendo o preconceito, ocupando e ganhando espaço progressivamente em setores onde a maioria são homens. Essas conquistas, mesmo que gradativas, tornam notáveis a participação das mulheres, não só no ambiente urbano como também no rural (SOUZA; GUIMARÃES, 2005).

De acordo com Moore e Buttner (1997 apud JONATHAN, 2011), as motivações que levam as mulheres a deixarem a seus empregos formais para abrir seu próprio negócio se devem a fatores, como: liberdade, autodeterminação, autonomia: este podendo estar ligado ao controle do seu próprio destino; estando atenta aos desafios e atrações do empreendedorismo aos obstáculos e ao desenvolvimento dentro das corporações.

Em 2009, o GEM trouxe a informação de que pela primeira vez o número de mulheres que empreendem no Brasil foi de 53%, superando o número de homens no empreendedorismo que foi de 47%, tanto na questão de empreender por oportunidade quanto por necessidade, e foi por causa do empreendedorismo feminino que o Brasil se tornou o terceiro país mais empreendedor do mundo.

Em contrapartida, estudos mais recentes do Sebrae, (2019) mostram que em relação aos homens, as mulheres se mostraram um pouco atrás quando o requisito foi empreender, pois o estudo mostrou que são 24 milhões de mulheres que têm um negócio formal ou informal ou que pretendem abrir sua própria empresa. Enquanto homens foram 28 milhões com os mesmos requisitos. Considerando as formas de empreender, as mulheres apresentam uma propensão

maior ao empreendedorismo por necessidade, destacando que no aspecto empreender por necessidade as mulheres em 2002, eram mais da metade 62% delas empreenderam por necessidade e em 2018 foram 44%, no entanto, embora houvesse uma queda, esse número continua alto (SEBRAE,2019).

Diante do que foi exposto sobre mulher e empreendedorismo e os avanços dados por elas pode-se perceber de acordo com Ferreira e Nogueira (2013), que a mulher empreendedora é, ao mesmo tempo, singular e histórica, uma vez que não é determinada pelas condições sociais ou pelo o que lhe foi imposto historicamente, mas ela é capaz de agregar sua subjetividade na geração de sentidos e significados para si e para o outro em suas diferentes formas de relação e criação.

3 METODOLOGIA

Essa seção tem como finalidade mostrar através de uma pesquisa de caráter exploratório-descritivo, os procedimentos metodológicos para se construir os resultados e discussões deste artigo.

A pesquisa é vista como um conjunto que segue de modo prévio, procedimentos que costumam ser baseados na racionalidade tendo como objetivo final mostrar os resultados e respostas alcançados a um problema antecipadamente apresentado (MENEZES et al., 2019).

De acordo com Gil (2002) a pesquisa exploratória tem como finalidade proporcionar maior aproximação com o problema, onde seu planejamento é flexível abrangendo os mais variados aspectos com relação ao que se busca estudar, na maioria dos casos a pesquisa de caráter exploratório pode assumir forma de um estudo de caso. Já as pesquisas descritivas se propõem a pesquisar dados e levantar opiniões, atitudes e crenças de um determinado lugar, onde busca descrever as características de um grupo, utilizando-se de técnicas como coleta de dados, questionário entre outros para obter os resultados que se pretende estudar (GIL,2002).

As abordagens de pesquisas podem ser classificadas como: Qualitativa, Quantitativa e Mista. Neste artigo foi escolhida a abordagem de caráter qualitativo, que segundo Oliveira (2011) as informações coletadas através desse método são de cunho descritivo, onde deve ser escrito e detalhado cada informação coletada pois todas elas são importantes para a pesquisa, e a entrevista deve ser feita através do contato direto entre o pesquisador e o entrevistado.

Considerando o contexto teórico-empírico, esta pesquisa se classifica, segundo Gil (2002), como estudo de campo, que é a forma pela a qual se capta respostas, através da observação direta e de entrevistas, onde o pesquisador realiza a maior parte do trabalho

pessoalmente, pois é necessário que o mesmo tenha uma experiência direta com a situação de estudo.

3.1 CENÁRIO E SUJEITOS DA PESQUISA

O município de Patos-PB, localizado no interior da Paraíba, é o cenário de pesquisa deste artigo. A cidade possui uma população estimada em pouco mais de 100 mil habitantes (IBGE, 2020).

Considerando os sujeitos de pesquisa, este estudo investigou as mulheres empreendedoras que atuam no setor de moda na cidade de Patos-PB, a fim de descobrir as motivações que as levam a abrir seu próprio negócio pela perspectiva, oportunidade ou necessidade, onde foram entrevistadas 10 empreendedoras da cidade.

Considerando o setor investigado, segundo o SEBRAE (2016), a Paraíba tem uma expressiva representação no setor comercial, com 55,31% de empresas com CNPJ atuantes no setor, em todo o estado. As empresas classificadas como microempreendedor individual (MEI), microempresa (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), formalizadas no setor comércio, tiveram um índice de sobrevivência maior (SEBRAE,2015). O que pode ter contribuído para a geração de empregos e renda por conta do baixo índice de mortalidade.

Quanto ao segmento moda, de acordo com a pesquisa mensal de comércio do IBGE (2020), o setor varejo no segmento moda (tecido, vestuário e calçados) teve no Brasil, em setembro de 2019, 76,6 % de vendas, e em setembro de 2020, 70%, o que demonstra que é um setor com alta demanda. Na Paraíba, o volume de vendas mensais nesse setor entre julho, agosto e setembro de 2020 foi de 11,6%, 16,1% e 12,8%, respectivamente (IBGE,2020).

O setor comercial, principalmente no segmento de moda, possui bastante atuação feminina. Logo, se considerarmos o contexto de pandemia vivenciado em 2020 no Brasil, esse setor representou bons números, apesar do medo e incerteza que a pandemia trouxe para o comércio em geral. Com relação às vendas foi um segmento que conseguiu se manter na medida do possível indicando uma boa performance e desenvolvimento apesar do cenário ser improvável para bons resultados.

3.2 COLETA, TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste artigo a coleta de dados foi realizada por meio de uma entrevista, através de um formulário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas, utilizando-se de uma amostragem de caráter não probabilístico.

A seleção das entrevistadas se baseou nos seguintes critérios: Ser mulher empreendedora; Atuar no setor comercial do segmento de moda; Estar registrada como micro empreendimentos ou empresas de pequeno porte (MEI, ME, EPP) existentes nos últimos 5 anos, pois de acordo com o SEBRAE (2008), estima-se que 27% das empresas fecham logo no primeiro ano, 38% fecham até o segundo ano, 46% acabam antes do terceiro ano, 50% não chegam a concluir o quarto ano, 62% encerram até o quinto ano e 64% terminam suas atividades antes de completar seis anos.

Os dados foram coletados através da aplicação de formulário, segundo Lakatos e Marconi (2003) esse método tem como objetivo coletar dados direto da fonte, ou seja do entrevistado, onde as questões podem ser reformuladas de acordo com as necessidades do entrevistador. Este questionário possui nove questões abertas com preenchimento realizado pela entrevistadora em papel e anotações realizadas em blocos de transcrição, tendo em vista que a entrevista foi realizada de forma presencial, e uma questão fechada de múltipla escolha onde as entrevistadas poderiam escolher até três alternativas. E por fim, levando em consideração as motivações que as levam a abrir seu próprio negócio pela a perspectiva oportunidade ou necessidade como proposta para os resultados e discussões deste estudo, a análise dos dados se baseou nas seguintes categorias:

Quadro 3: categorias de análise

CATEGORIAS DE ANÁLISE	AUTORES
Escassez de emprego	GEM,2019
Destaque social	GEM, 2019
Tradição familiar	GEM, 2019 p.12
Porque busca possuir uma renda alta.	GEM,2019 p.12

Ter o próprio empreendimento e ser independente.	Pozin,2013; Sebrae, 2007; Sivapalan e Balasundaram, 2012; Ummah e Gunapalan, 2012; Vale et al.,1998 apud Vale; Corrêa; Reis, 2014
Porque identificou uma oportunidade	Duarte et al.,2011; Llisterri et al.,2006; Pozin,2013; Smallbone e Weber, 2001; Storey,2006; Williams e Round, 2009; Woods,2006 apud Vale, Corrêa; Reis, 2014.
Por não estar satisfeita com seu emprego	Sebrae, 2007; Ummah e Gunapalan, 2012; Vale et al., 1998 apud Vale; Corrêa; Reis, 2014
Empregar familiares	Vale; Corrêa; Reis, 2014
Emprende só porque é sócio da empresa	Vale et al., 1998 apud Vale; Corrêa; Reis, 2014
Precisa aumentar a renda atual	Sebrae, 2007; Vale et al., 1998 apud Vale; Corrêa; Reis, 2014

Fonte: elaborado de Vale, Corrêa, Reis, 2014 e Gem,2019

Essa pesquisa preservou o anonimato das entrevistadas, por isso elas foram codificadas como E01, E02, E03 ... onde a letra “E” se refere a empreendedora e os números estarão em ordem crescente de acordo com a quantidade de entrevistadas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta pesquisa foram entrevistadas 10 empreendedoras do ramo de moda, todas atuavam com vendas de roupas e acessórios na cidade de Patos-PB. As entrevistas se deram entre os dias 22 e 25 de março de 2021 e foram realizadas presencialmente dentro do estabelecimento das entrevistadas, tomando todos os cuidados necessários como uso de máscara, higienização das mãos constantemente, devido ao momento atual de pandemia da covid19. Entre as entrevistadas nove são MEI, quatro delas trabalham sozinhas, outras quatro possuíam um funcionário e duas ME, uma possuía dois funcionários e a outra três funcionários.

As entrevistadas tinham idades aproximadas entre 20-40 anos. Sobre o início da trajetória como empreendedoras, 4 entre as 10 começaram a empreender porque trabalhavam como sacoleiras, como afirma a empreendedora E01 “comecei a querer montar meu próprio negócio porque já trabalhava como sacoleira e muita gente comprava as roupas que trazia”. Outras 2 empreendedoras relataram que trabalhavam em lojas de roupas e decidiram abrir sua

própria empresa, como relata a empreendedora E02 “trabalhei em loja de roupas quando decidi sair, montei meu próprio negócio”.

Também houve relatos de outras empreendedoras que empreenderam porque perderam o emprego, mas abrir seu próprio negócio não era sua primeira opção. E03 e E04, alegaram que empreendiam para fugir do desemprego e para ter uma fonte de renda. E03 afirmou que “sou formada em assistência social, tinha um emprego de contrato, após perder esse emprego, pensei em abrir uma loja de roupas pois estava desempregada”. A E04 afirma “eu empreendo, porque tinha insegurança do meu antigo emprego, já que era um emprego de contrato, e também para ter outra fonte de renda.”

E05 e E06 tinham uma loja virtual pela internet, onde vendiam bem e decidiram abrir a loja física, ambas relataram que a abertura do negócio foi seu primeiro emprego. E05 por sua vez conta que era seu sonho pois gostava bastante desse ramo da moda, sempre quis montar uma lojinha e começou pela internet pra ver se dava certo. Já a E06 relata que também gosta do ramo a qual atua, e decidiu começar a empreender porque queria sua própria independência.

Nenhuma das entrevistadas acredita que ser empreendedora lhe dá destaque social, embora achem que algumas pessoas acreditem que elas possuem algum destaque por serem empreendedoras.

Na fundamentação teórica vimos que Vieira e Ramos (2013) traz a ideia de que a maioria das micro e pequenas empresas tendem a ser empresas familiares com o propósito de tirar seu próprio sustento, podendo possuir baixa capacidade de empregar. Apesar de nenhuma das entrevistadas tocar a empresa da família, algumas demonstram como a família influenciou no início do empreendimento. A E06 relata “venho de uma família de empreendedores, meus pais são donos de uma pizzaria, e por ver eles empreendendo sempre considerei uma possibilidade empreender também”. A E07 também relata “minha mãe é cabeleireira, desde pequena já pensava em empreender também por que meus pais empreendiam, só que eu quis empreender em um ramo que eu gostava”, hoje é dona de uma fábrica e loja de T-shirt. Nos casos observados a tradição familiar não está em deixar a empresa de herança para os filhos ou eles cuidarem dos negócios da família ou junto da família, mas sim no exemplo de terem visto os pais empreenderem.

Sobre tirar seu próprio sustento, todas elas afirmaram que a finalidade principal de abrir uma empresa foi essa, seja para ter a sua independência financeira, ou para sustentar a si próprias e aos seus filhos, apesar de não abrirem a empresa já pensando em empregar outras pessoas, existe a possibilidade de contratar funcionários mais adiante, como relata a

empreendedora E5: “se por acaso as vendas aumentassem muito em um ponto que eu achasse que deveria expandir contrataria mais pessoas pra trabalhar comigo”. A empreendedora E5 possui uma loja com uma funcionária. Já a E2 afirma “não pretendo contratar funcionários, é uma coisa mais pra tirar meu sustento”, a E2 trabalha sozinha.

A maioria delas relatou que empreendiam no setor de moda porque era o setor com o qual elas se identificavam, embora haja diferenças entre os casos. As que relatam que empreendiam por que era o que gostavam de fazer, sempre pensaram em abrir sua própria loja, gostavam de trabalhar com empreendedoras relatam que não fecharam fácil a loja pelos os problemas que apareceram, como por exemplo o momento atual de pandemia da covid-19 de estamos passando, impactou bastante nas vendas e isso foi relatado pela a maioria delas.

Apenas 1 entre as 10 empreendedoras relatou que não foi muito afetada pela pandemia e que as vendas seguiram de boas a razoáveis nesse período. Já as outras 9 comentaram que as vendas caíram muito, porém 5 delas relataram que não fechariam as portas nem por um emprego mais estável porque segundo elas é o que elas sabem fazer e gostam de trabalhar como empreendedoras apesar dos desafios, se sentem realizadas. Como relata a E05: “faria de tudo pra manter a loja aberta, mesmo passando por esse momento de crise com a pandemia, é o que gosto do que faço”. A E08 também afirma “não desistiria fácil só se realmente estivesse dando prejuízo e eu não conseguisse reverter, mas eu amo o que faço, as dificuldades eu enfrento”.

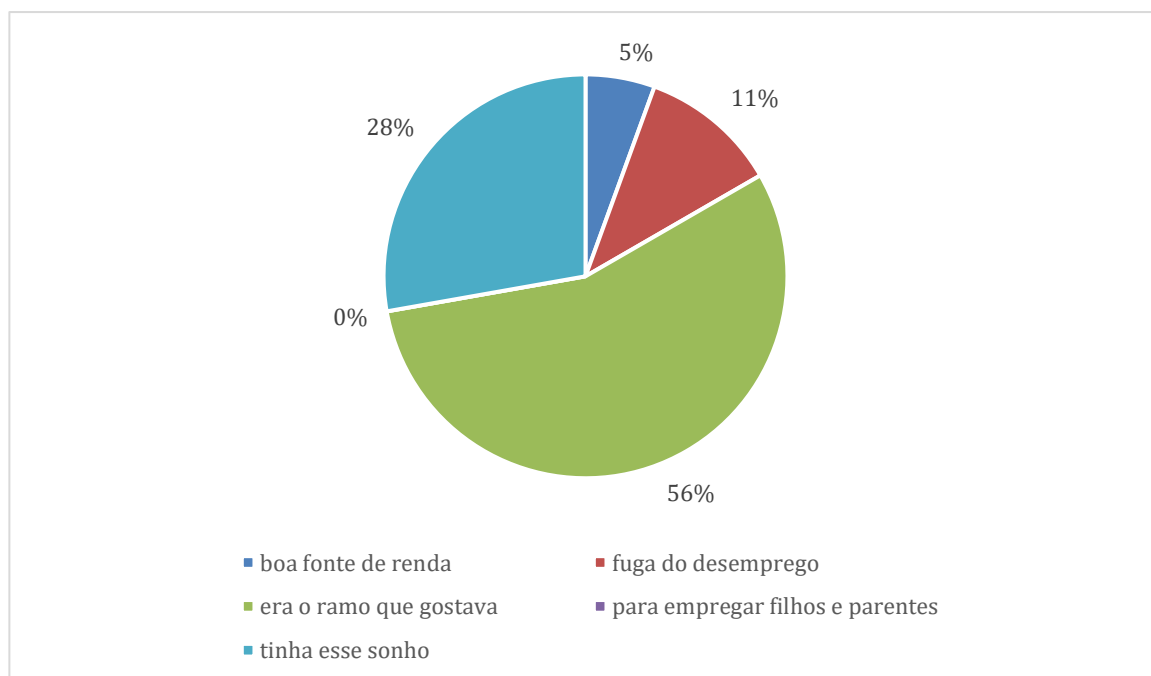
Dentre as 10, 4 delas afirmaram que deixariam de empreender se tivesse a oportunidade de um emprego mais estável, como relata E10 “deixaria de empreender se tivesse oportunidade de ter um emprego mais estável, e com um salário maior, que não trabalhasse aos sábados por queria passar mais tempo com a minha filha que é pequena”. Duas das entrevistadas afirmaram que estavam pensando em fechar as portas por causa do momento atual de pandemia, e também por não ser o setor que elas gostariam de atuar, como relata a empreendedora E03 “tenho pensado em fechar durante esse momento de pandemia pois não estou vendendo bem”. A E04 afirma que “se eu conseguir um emprego na minha área, sou formada no setor da educação, eu fecharia a loja”.

Sobre o empreendedorismo ser uma boa fonte de renda, a entrevista E09 relatou que sim é uma boa fonte de renda, as demais que é razoável, mas esse não foi o principal motivo que as fizeram empreender, como relata a E2 “sempre trabalhei tive meu próprio dinheiro, trabalhei como vendedora em loja, mas queria ser independente trabalhar pra mim, esse foi o motivo principal”. A E6 afirma “gostava do ramo de roupas, me identificava e eu sempre quis trabalhar com isso, por isso decidi montar a loja, comecei de forma virtual é o meu primeiro

emprego e a loja está indo bem”.

Perguntadas em como enxergavam o empreendedorismo, baseadas nas seguintes afirmações sendo que cada um poderia escolher até 3 alternativas as respostas foram:

Gráfico 1: como as entrevistadas enxergam o empreendedorismo



Fonte: Gráfico gerado com dados da pesquisa.

Das entrevistas apenas 1 entre as 10 respondeu que o empreendedorismo é uma boa fonte de renda, 3 responderam que empreendem porque estão desempregadas, 5 responderam que tinham esse sonho de se tornarem empreendedoras, apesar de empreenderem por motivos diferentes, todas responderam que gostam do ramo que empreendem o setor de moda, e nenhuma abriu sua empresa com a intenção de empregar filhos ou parentes

No decorrer desse artigo podemos ver que empreendedora por necessidade são aquelas que decidem empreender por não haver melhores oportunidades de emprego, costumam abrir seu negócio visando basicamente seu sustento, e por oportunidade são aquelas que identificam uma oportunidade, possuem visão e pretendem crescer, buscam empreender mesmo havendo outras possibilidade até melhores de empregos (DORNELAS, 2016).

Diante dos resultados se constatou que 6 entre as 10 entrevistadas são empreendedores por necessidade, pois decidiram empreender por questões de desemprego, ou não pretendem contribuir com a geração de emprego para outras pessoas, sendo sua única finalidade o seu

sustento próprio. Por outro lado, 4 das entrevistadas mostram ter os requisitos que definem uma empreendedora por oportunidade, como por exemplo as empreendedoras E5, E6, E7 e E8, pois alegaram que era o que realmente desejam fazer, ou era um sonho e sempre tiveram empreender como sua primeira opção e gostaria de crescer e contribuir com a geração de emprego.

Também podemos constatar que a questão de empreender por necessidade está ligada à morte das empresas em um período curto de tempo, pois as que empreendem por necessidade como a E3 e E4 fechariam mais rápido a loja se passassem por dificuldades como este da pandemia, como foi relatado acima pela a E3 que pensa em fechar a loja por causa desse momento de crise, ou se encontrassem uma oportunidade de emprego melhor. Enquanto as que empreendem por oportunidade querem manter a loja aberta mesmo passando por dificuldades, pois segundo elas, é o sonho delas e a realização pessoal está em empreender no ramo em que atuam de moda feminina.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da história da mulher, toda sua luta social em busca de ocupar e conquistar seu espaço, esse artigo propôs estudar o que leva as mulheres a quererem empreender sob o ponto de vista oportunidade e necessidade pois as mulheres vêm conseguindo cada vez mais ocupar seu espaço dentro do empreendedorismo, ganhando visibilidade pouco a pouco, apesar dessas conquistas se darem aos poucos, elas podem ser consideradas a maioria quando o quesito é empreender, pois este artigo trouxe que em determinado ano as mulheres foram as que mais abriram empresas. Sendo assim, este artigo trouxe respostas enquanto a realização pessoal, a satisfação dessas mulheres estão em empreender, se elas contribuem ou pretendem contribuir com a geração de empregos e quais motivações as levaram a abrir seu próprio negócio, pois esses fatores podem influenciar na mortalidade das empresas.

As análises e resultados desse artigo mostraram que o fator necessidade ainda é maior entres as mulheres que decidem abrir seu próprio negócio, onde muitas delas abrem porque estão desempregadas, porque precisam tirar seu próprio sustento sem intenção de crescer e gerar empregos. Como a maioria abriu a empresa por questões de necessidade, vemos que a realização pessoal não está totalmente em empreender pois algumas gostariam de atuar em outra área, ou ter outro emprego que lhes dessem uma estabilidade maior e que por ventura trabalhassem menos para passar mais tempo com os filhos. Algumas delas relataram que se sentem realizadas com o empreendedorismo, mas não pretendem gerar emprego e renda para a população, sendo assim não ajuda no desenvolvimento econômico local, o que é um dos

objetivos do empreendedorismo.

Embora o empreendedorismo por oportunidade não seja a maioria entre as mulheres entrevistadas, foi relatado entre as empreendedoras que se caracterizaram por oportunidade que a sua satisfação está em empreender, e que contribuem com a geração de empregos possuindo de 1 a 2 funcionários, e que pretendem crescer e quem sabe contratar mais funcionários para a empresa de acordo com as sua necessidade e crescimento, e que todas tanto as que foram classificadas por oportunidade quanto as que foram por necessidade gostam e se identificam com o ramo que atuam, o que é um motivação para levar os negócios adiante.

Podemos chegar à conclusão de que o empreendedorismo por necessidade entre as mulheres da cidade de Patos-PB ainda é mais forte do que o empreendedorismo por oportunidade, pois o que foi visto é que a maioria busca apenas tirar seu próprio sustento, ou empreendem porque estão desempregadas, algumas sem pretensão de crescimento e geração de empregos.

BIBLIOGRAFIA:

- AMORIM, R.O; BATISTA, L.E, Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendedorismo. **Uniesp**,2017, disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170602115149.pdf> Acesso em: 20 nov.2020.
- ASSUNÇÃO, J.C. de; ANJOS, M. A. D.dos. Empreendedorismo Feminino: Um estudo no estado de Minas Gerais, **GETEC**, v.7, n.16, p. 112 - 133, 2018.
- ASSUNÇÃO, A.G; QUEIROZ, F.dos.A; COSTA,R.A.T. As variáveis, necessidades e oportunidade e as influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. **Saber humano**, 2017
- BAGGIO, A.F; BAGGIO, D.K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2014. ISSN 2359-3539. Doi: <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612/522>. Acesso em: 23 ago. 2020.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo dando as as ao espírito empreendedor**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CUNHA, C.V.M; SILVA, M.V; YAMAGUCHI, N.M. Empreendedorismo, histórias que motivam despertam e encantam. **Anuário da Produção Acadêmica Docente** Vol. 5, N.12, p. 165-182, 2011.
- CUSTÓDIO, T.P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**: Fênix Locações e Eventos Guaíçara - SP, Lins-SP, 57 p. Monografia apresentada ao Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UNISALESIANO, para graduação em Administração, 2011.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 6.ed, São Paulo: Atlas, 2016.
- DUTRA M.L da. S; *et.al*. Empreendedorismo Feminino: Oportunidade ou necessidade. **Simpósio de excelência em gestão e tecnologia**, 2009. disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/412_Empreendedorismo_Feminino_Seget.p df Acesso: 24.nov.2020.
- FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. *Revista de Administração, Contemporânea*, v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4. ed São paulo, Atlas, 2002.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, Relatório executivo, IBQP Instituto Brasileiro da qualidade e Produtividade. Empreendedorismo-no-Brasil, 2009, disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2009.pdf> Acesso em: 24.nov.2020.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, Relatório executivo, IBQP Instituto Brasileiro da qualidade e Produtividade. Empreendedorismo-no-Brasil, 2017, disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf acesso 24.nov.2020.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, Relatório executivo, IBQP Instituto Brasileiro da qualidade e Produtividade. Empreendedorismo-no-Brasil, 2018, disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Livro%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%20-%20web%20compactado.pdf> acesso: 24.nov.2020
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, Relatório executivo, IBQP Instituto Brasileiro da qualidade e Produtividade. Empreendedorismo-no-Brasil, 2019 disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorism>

[o%20no%20Brasil%202019.pdf](#) acesso: 20.nov.2020.

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

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/patos/panorama> acesso: 24.nov.2020.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa Mensal de Comércio PMC. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9227-pesquisa_mensal-de-comercio.html?=&t=resultados acesso: 24.nov.2020.

JONATHAN, E.G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, Psicol. clin.** vol.23 n:1 Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652011000100005&lng=pt&tlng=pt DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-56652011000100005> acesso em : 27.nov.2020.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M de A. Fundamentos da metodologia científica. 5.ed, São paulo: Atlas S.A, 2003

MENEZES A.H.N, *et.al.* **Metodologia Científica teoria e aplicação na educação a distância**, Universidade Federal do Vale do São Francisco, Univasf, Petrolina - PE, 2019. disponível em: <https://portais.univasf.edu.br/dacc/noticias/livro-univasf/disponibilizacao-do-livro-metodologia-cientifica-teoria-e-aplicacao-na-educacao-a-distancia> acesso 27.nov.2020.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração** UFG, 2011.

SEBRAE, SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, Manual do aluno, Sebrae, 2007. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf)

SEBRAE, SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 10 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas, São Paulo, 2008. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/10_anos_mortalidade_relatorio_completo.pdf acesso: 27.nov.2020.

SEBRAE, SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, Relatório de Gestão: Sebrae Paraíba, 2015. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PB/Anexos/RELATORIO-DE_GESTAO-2015.pdf acesso: 27.nov.2020

SEBRAE, SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, Relatório de Gestão: Sebrae Paraíba, 2016. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PB/Anexos/RELATORIO-DE_GESTAO-2016.pdf acesso: 27.nov.2020

SEBRAE, SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, Relatório Especial: Empreendedorismo feminino no Brasil, Sebrae, 2019 Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empeendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf acesso: 27.nov.2020.

SOUZA, E. C. L; GUIMARÃES, T. de A. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2005.

VALE, G.M.V; CORRÊA, V. S REIS, R. F. Motivações para o empreendedorismo: Necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea** vol.18, n.3, pp.311-327, Rio de Janeiro, 2014.

VERGA. E; SILVA. L.F.S da. Empreendedorismo: Evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.3, p. 3-30, 2014. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/n8n8x88> acesso: 27.nov.2020 DOI: 1014211/regepe33001

VIEIRA K.A.A; RAMOS M.A. Empreendedorismo Por Oportunidade ou Por Necessidade? Um estudo comparativo com empreendedores do setor de transportes do Município de Vespasiano - MG, **Inovarse, IX congresso nacional de excelência em gestão**, 2013. Disponível em: https://www.inovarse.org/artigos-por-edicoes/IX-CNEG-2013/T13_0651_3225.pdf acesso: 27.nov.2020

APÊNDICE A- Questionário aplicado para pesquisa

Perguntas

- 1- Como você começou a empreender?
- 2- Porque decidiu empreender?
- 3- Você se sente satisfeita com o ramo ao qual empreende? porque?
- 4- Como você enxerga o empreendedorismo, baseado nas seguintes afirmações, pode ser escolhida até 3 alternativas
 - () É uma boa fonte de renda
 - () Fuga do desemprego
 - () Era o que eu gostaria de fazer, já queria ser empreendedora a muito tempo
 - () Decidi empreender para dar continuidade a uma empresa familiar
 - () Decidi empreender porque tinha paixão pelo o ramo ao qual atuo
 - () Outros _____
- 5- Já teve outro emprego que não fosse de empreendedora? caso sim, em que? e porque decidiu sair do antigo emprego?
- 6- Se tivesse a oportunidade de ter outro emprego que não fosse como empreendedora, deixaria de empreender? por quê?
- 7- Você já tinha alguma vontade ou amor pela a ideia de empreender antes de começar o negócio
- 8- Considerava que tinha alguma vocação?
- 9- Por que escolheu o ramo de moda para atuar?
- 10- O que você mais gosta e o que não gosta na experiência de ser empreendedora
- 11- Quais maiores dificuldades que enfrentou ou enfrenta no empreendedorismo
- 12- Já pensou em desistir alguma vez? caso sim o que levou a querer desistir e porque continua empreendendo?