



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

EDRIANA CAETANO DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS INFORMAIS DA CIDADE DE EMAS-PB**

**PATOS-PB
2022**

EDRIANA CAETANO DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS INFORMAIS DA CIDADE DE EMAS-PB

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

Área de concentração: Empreendedorismo

Orientador: Angélica Catarine da Mota Araújo

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.

S586e Silva, Edriana Caetano da.
Empreendedorismo feminino [manuscrito] : um estudo sobre o perfil das mulheres empreendedoras informais da cidade de Emas-PB / Edriana Caetano da Silva. - 2022.
42 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2022.

"Orientação : Profa. Ma. Angélica Catarine da Mota Araújo , Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Empreendedorismo feminino. 2. Perfil empreendedor. 3. Informalidade. I. Título

21. ed. CDD 650.1

EDRIANA CAETANO DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS INFORMAIS DA CIDADE DE EMAS-PB

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

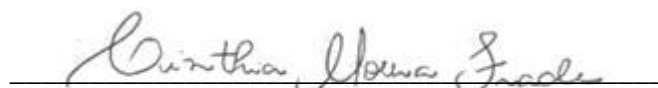
Área de concentração: Empreendedorismo.

Aprovada em: 21/03/2022.

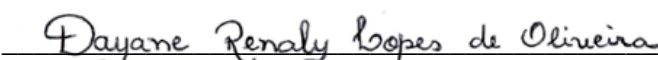
BANCA EXAMINADORA



Profª. Me. Angélica Catarine da Mota Araújo (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



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



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

Aos meus pais, por todo apoio, amor e
companheirismo durante essa trajetória,
DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à Deus, que sempre me conduziu com toda graça divina, concedendo sabedoria e força para concretização desse trabalho.

Aos meus pais, Inácio e Mercília, que sempre estiveram ao meu lado, me apoiando com muito carinho e amor. Por não medirem esforços para que eu realizasse este sonho. À minha família, pelos incentivos e por terem acreditado em meu potencial. Obrigada por nunca me deixarem sozinha!

Ao meu melhor amigo e companheiro, Francivaldo, que independente de minhas escolhas, sempre me incentivou. Sua presença e apoio foi imprescindível para que eu chegasse até aqui. Gratidão por tudo!

À minha orientadora, Angélica Catarine, que com muito zelo, dedicação e paciência me guiou. Obrigada por me auxiliar e se colocar sempre à disposição quando precisei. Sua ajuda foi essencial para concretização deste trabalho!

Às professoras, Cinthia Frade e Dayane Renaly, por aceitarem fazer parte da banca avaliadora, contribuindo de forma positiva para este trabalho. Vocês são inspiração!

Aos professores do curso de Administração e a UEPB, por terem me proporcionado momentos de ensinamentos, alegrias, descobertas, crescimento. Obrigada também pelos momentos desafiadores, contribuindo com meu amadurecimento como pessoa e no processo de formação ao longo dos anos.

A todos os meus colegas de curso, pela colaboração mútua durante estes anos. Pela oportunidade de compartilhar conversas, conhecimentos e principalmente muitas risadas, especialmente a Marília, Silvania e Jailane, pelo companheirismo, por toda ajuda que me proporcionaram, por permanecerem ao meu lado mesmo com todos os desafios que passamos juntas. Muito obrigada!

Às empreendedoras informais da cidade de Emas-PB, que participaram desta pesquisa. Obrigada pela disponibilidade e contribuição. Vocês foram fundamentais para a realização deste trabalho.

Meu mais sincero agradecimento!

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características do empreendedor de sucesso	19
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária	23
Gráfico 2 - Estado civil	23
Gráfico 3 - Quantidade de filhos	24
Gráfico 4 - Grau de instrução	24
Gráfico 5 - Tempo de atuação como empreendedora	25
Gráfico 6 - Segmento de atuação do negócio	26
Gráfico 7 - Motivação para ingressar na atividade informal	27
Gráfico 8 - Motivos para não formalizar o empreendimento	28
Gráfico 9 - Estratégias utilizadas para enfrentamento à crise da covid-19	29
Gráfico 10 - Comprometimento e determinação	30
Gráfico 11 - Obsessão pelas oportunidades	31
Gráfico 12 - Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas	32
Gráfico 13 - Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação.....	33
Gráfico 14 - Motivação e superação.....	34
Gráfico 15 - Liderança	35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEI	Micro Empreendedor Individual
ONU	Organização das Nações Unidas
OMS	Organização Mundial de Saúde
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PNADC	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PB	Paraíba
RME	Rede Mulher Empreendedora
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TEE	Taxa de Empreendimentos Estabelecidos
TEA	Atividade Empreendedora Total

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1	Empreendedorismo feminino	14
2.2	Informalidade	17
2.3	Características empreendedoras	18
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	20
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	22
4.1	Características sociodemográficas das empreendedoras	22
4.1.1	<i>Faixa etária</i>	22
4.1.2	<i>Estado civil</i>	23
4.1.3	<i>Quantidade de filhos</i>	24
4.1.4	<i>Grau de instrução</i>	24
4.1.5	<i>Tempo de atuação como empreendedora</i>	25
4.1.6	<i>Segmento de atuação do negócio</i>	25
4.2	Motivações para ingressar no comércio informal	26
4.2.1	<i>Motivação para ingressar na atividade informal</i>	26
4.2.2	<i>Motivos para não formalizar o empreendimento</i>	27
4.3	Estratégias utilizadas para enfrentamento da crise	28
4.3.1	<i>Estratégias utilizadas para enfrentamento à crise da covid-19</i>	28
4.4	Teste para avaliação do perfil empreendedor	29
4.4.1	<i>Comprometimento e determinação</i>	30
4.4.2	<i>Obsessão pelas oportunidades</i>	30
4.4.3	<i>Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas</i>	31
4.4.4	<i>Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação</i>	32
4.4.5	<i>Motivação e superação</i>	33
4.4.6	<i>Liderança</i>	34
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
	REFERÊNCIAS	37
	APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS - QUESTIONÁRIO	42

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS INFORMAIS DA CIDADE DE EMAS-PB

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: A STUDY ON THE PROFILE OF WOMEN INFORMAL ENTREPRENEURS IN THE CITY OF EMAS-PB

Edriana Caetano da Silva¹

RESUMO

A relevância do empreendedorismo feminino no cenário mundial vem crescendo cada vez mais e impulsionado a economia. Apesar da crise sanitária e econômica em curso devido à Pandemia por Covid-19, os negócios liderados por mulheres têm ganhado espaço no meio empreendedor, demonstrando resiliência frente às crises e dificuldades. Diante deste contexto, o presente trabalho tem por objetivo geral analisar o perfil empreendedor das mulheres que possuem negócios informais na cidade de Emas-PB. Para o alcance deste objetivo, foram traçados os seguintes objetivos específicos: identificar as características sociodemográficas das mulheres pesquisadas; demonstrar a motivação pela qual as mulheres ingressaram no comércio informal; e identificar as estratégias utilizadas no enfrentamento à crise. Em relação à metodologia, a pesquisa classifica-se como descritiva e com abordagem qualitativa. Os dados foram coletados entre os dias 02 a 23 de dezembro de 2021, através de um questionário aplicado via Google Forms a 125 empreendedoras, estruturado em concordância com as indagações dos objetivos específicos e o teste para avaliação do perfil empreendedor, adaptado de Dornelas (2018), respondido por meio de uma Escala Likert, variando as respostas entre (1) “insuficiente” a (5) “excelente”. Após a análise dos dados, constatou-se que o perfil das empreendedoras é composto principalmente por mulheres mais maduras, casadas, a maioria com filhos, com nível médio de escolaridade, atuam a mais de quatro anos como empreendedoras, se destacam no segmento de beleza, foram motivadas a ingressarem na atividade informal por falta de emprego e a estratégia mais utilizada para enfrentamento da crise da Covid-19 foi o uso das mídias digitais. As empreendedoras possuem características do perfil empreendedor, tais como: comprometimento com os clientes, aproveitam totalmente as oportunidades, transmitem integridade e confiabilidade, motivadas pelos seus conceitos e ideias, possuem liderança diante de problemas e soluções, e tolerância ao risco quando procuram crescer e atingir melhores resultados. Dessa maneira, elas possuem atributos que comprovam a capacidade empreendedora para gerir seus negócios e se manterem no empreendedorismo, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico e social da região.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Informalidade. Perfil Empreendedor. Covid-19.

¹ Graduanda em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba – Campus VII.
E-mail: edriana.silva@aluna.uepb.edu.br

ABSTRACT

The relevance of female entrepreneurship on the world stage has been growing more and more and boosting the economy. Despite the ongoing health and economic crisis due to the Covid-19 Pandemic, businesses led by women have gained space in the entrepreneurial environment, demonstrating resilience to crises and difficulties. Given this context, the present work has the general objective of analyzing the entrepreneurial profile of women who own informal businesses in the city of Emas-PB. To reach this goal, the following specific objectives were set: to identify the sociodemographic characteristics of the women surveyed; to demonstrate the motivation for which women joined the informal business; and to identify the strategies used to face the crisis. Regarding methodology, the research is classified as descriptive with a qualitative approach. The data were collected between December 2 and 23, 2021, through a questionnaire applied via Google Forms to 125 women entrepreneurs, structured in accordance with the questions of the specific objectives and the test for evaluation of the entrepreneurial profile, adapted from Dornelas (2018), answered through a Likert Scale, varying the answers between (1) "insufficient" to (5) "excellent". After analyzing the data, it was found that the profile of female entrepreneurs is composed mainly of more mature women, married, most of them with children, with medium level of education, they have been working for more than four years as entrepreneurs, they stand out in the beauty segment, they were motivated to enter the informal activity due to lack of employment, and the most used strategy to face the Covid-19 crisis was the use of digital media. The female entrepreneurs have entrepreneurial profile characteristics, such as: commitment to customers, take full advantage of opportunities, convey integrity and reliability, are motivated by their concepts and ideas, have leadership when facing problems and solutions, and are tolerant to risk when seeking to grow and achieve better results. Thus, they possess attributes that prove their entrepreneurial capacity to manage their businesses and remain entrepreneurial, thus contributing to the economic and social development of the region.

Keywords: Female Entrepreneurship. Informality. Entrepreneur Profile. Covid-19.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem sido bastante difundido no Brasil desde a década de 1990, onde começou a ganhar força no país, o que implica também a quebra de paradigmas sociais pelas mulheres no decorrer do tempo (VILLAS BOAS, 2010; GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2017; DORNELAS, 2018). De modo geral, o empreendedorismo é considerado um fenômeno global, gerando emprego, renda e valor agregado para sociedade. O seu crescimento ao longo dos anos tem sido de fundamental importância não só para as empresas, mas para muitas mulheres conseguirem a independência financeira (BULLOUGH et al. 2021). Dessa maneira, o empreendedorismo feminino caminha nessa direção beneficiando a sociedade de forma geral, pois com o aumento das mulheres no mercado empreendedor, proporcionou a realização de um trabalho que sustenta seu crescimento pessoal, profissional e financeiro, além de melhorar a saúde financeira de muitas empresas e também favorecer um melhor desempenho na economia como um todo (SANTOS, 2014; AMORIM; BATISTA, 2017).

Foram vários os avanços dados pelas mulheres, ao longo da história. Logo, quando se estuda o empreendedorismo aliado ao gênero, é perceptível não só as diferenças na participação dos negócios, mas esse estudo reflete até as orientações, motivações, oportunidades e dificuldades, entre eles (PÉREZ-PÉREZ; AVILÉS-HERNÁNDEZ, 2016).

Mesmo diante do contexto atual gerado pela crise sanitária da pandemia da Covid-19, permeado de incertezas que causou recessão na economia brasileira, impactando os negócios em especial os liderados por mulheres. O empreendedorismo tem sido a saída encontrada por muitos brasileiros para tentar driblar a crise. Segundo o Relatório de Empreendedorismo no Brasil 2020 da GEM, quase 55% das mulheres tiveram que recorrer ao empreendedorismo por não encontrar outro meio para ter uma renda. Elas somam ainda 55,5% dos empreendedores nascentes (com até três meses de atividade) naquele ano, últimos dados disponíveis. De forma geral, o relatório no Brasil 2020, 2021 da GEM, confirma um aumento de novos empreendimentos, representando 58% dos empreendedores envolvidos na Atividade Empreendedora Total (TEA), surgindo diferentes oportunidades com os resultados da pandemia.

Nesse contexto, os empreendedores são motivados pela identificação de oportunidade ou pela necessidade de empreender (GEM, 2017; DORNELAS, 2018), seguindo este modelo a figura feminina foi se intensificando cada vez mais nesse cenário, ganhando importância e se tornando exemplo para aquelas que desejam iniciar novos negócios (SOUSA, 2019). No Brasil, no ano de 2019, somavam-se mais de 53 milhões de brasileiros que praticavam alguma atividade empreendedora, desse total, 24 milhões eram mulheres. Já em 2020, esse número aumentou para 30 milhões, representando 48,7% do mercado empreendedor (GEM, 2019; SEBRAE, 2020). No entanto, o empreendedorismo feminino é uma tendência que está construindo seu próprio espaço de maneira crescente, afirmando a importância, o reconhecimento profissional, pessoal, financeiro e da liderança feminina na sociedade (AMORIM; BATISTA, 2011).

Também é importante ressaltar que muitos desses negócios criados por mulheres em diferentes categorias, características e técnicas, ainda persistem na informalidade. Carvalho (2013), destaca em seu estudo que a maior parte das mulheres que possuem empreendimento ainda não legalizaram seus negócios. De fato, a informalidade se tornou uma realidade presente no cotidiano de muitos Brasileiros, não por vocação essencialmente, mas pela busca de uma maior independência ou até mesmo por necessidade de sobrevivência.

Apesar dos vários dilemas que as mulheres enfrentam na medida em que começam a empreender, os estudos acerca do assunto mostram a importância que elas têm dado ao procurarem sempre conciliar vida pessoal e profissional. Como afirma Bush (1992), as mulheres foram impulsionadas pelo desejo de conseguir, através do empreendedorismo,

harmonizar trabalho e família, proporcionando maior combinação de horários para realização de suas atividades.

Além disso, Vilas Boas (2010), menciona as características mais relevantes de um empreendedor de sucesso como: liderança, foco, capacidade de persuasão, boa comunicação e a maneira de se relacionar com os clientes e fornecedores. Dessa forma, existem várias características essenciais, atreladas ao comportamento do empreendedor nas mais variadas situações, consideradas fundamentais para identificar o perfil do empreendedor, já que ele passa por decisões, motivações e atitudes, onde essas ações refletem diretamente nos seus negócios.

A partir do exposto, percebe-se a importância de se fazer uma pesquisa que identifique os traços mais marcantes que compõem o perfil das mulheres empreendedoras, definindo seu estilo de empreender. Deste modo, busca-se responder a seguinte questão que norteia este estudo: Qual o perfil das mulheres empreendedoras que possuem negócios informais na cidade de Emas-PB? Assim, o objetivo geral da pesquisa é analisar o perfil empreendedor das mulheres que possuem negócios informais na cidade de Emas-PB. Para tanto, foram delineados os seguintes objetivos específicos: identificar as características sociodemográficas das mulheres empreendedoras informais da cidade de Emas-PB; demonstrar a motivação pela qual as mulheres ingressaram no comércio informal e identificar as estratégias utilizadas de enfrentamento à crise.

Neste sentido, a escolha deste tema pode ser justificada devido a sua relevância e importância na atualidade, colaborando de forma expressiva para o crescimento econômico e social. Ademais, é perceptível uma alta concentração de empreendimentos formados especialmente por mulheres e principalmente no período da crise da Covid-19, seja pela falta de emprego ou pela perspectiva de mudar de vida, onde viram a oportunidade de começarem um negócio como alternativa de renda e emprego, mesmo que inicialmente seja na informalidade. Como mostra o GEM (2019), que as mulheres entre 34 e 55 anos, são as mais que empreendem, considerando a escassez de emprego como maior fator motivacional para empreender. Também os dados da pesquisa RME, indicam que 26% das mulheres consultadas iniciaram seus negócios durante a pandemia da Covid-19, já que começar um negócio é a melhor alternativa quando os empregos são escassos (GEM; RME; SEBRAE, 2020). O número de mulheres à frente de um negócio no Brasil fechou o quarto trimestre de 2021 em 34,2%, mesmo resultado do último trimestre de 2019, antes da pandemia (SEBRAE, 2021).

Portanto, pretende-se por meio deste estudo, contribuir no campo organizacional e acadêmico, dando continuidade a temas atuais que sejam relevantes nesse contexto. Ao mesmo tempo, contribuindo no campo social, com informações futuras para empreendedores que desejam atuar nesse segmento e abrir seu próprio negócio, também dando ênfase às mulheres empreendedoras.

O presente trabalho está estruturado em cinco seções, incluindo esta introdução. A seção subsequente é a fundamentação teórica, com discussões sobre empreendedorismo feminino, informalidade e características empreendedoras, a terceira seção demonstra a metodologia utilizada na pesquisa. Já a quarta, discute a análise dos dados, e por fim, a quinta e última seção apresentando as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo feminino teve uma participação expressiva a partir dos anos 90, no Brasil, pois alguns aspectos foram favoráveis para a ampliação da participação da mulher nesse cenário. Como cita Carvalho (2013), nessa década existiu um declínio do poder patriarcal, diminuindo princípios, controles religiosos mais tradicionais, entre outros, resultando em

mudanças dos padrões culturais, das configurações de gênero e no aumento da autonomia feminina. Nesse sentido, encorajou as mulheres a buscarem os estudos e se especializarem, proporcionando maior êxito no mercado de trabalho (BORGES; SANTOS; PEREIRA; 2005).

Dessa forma, a mulher foi ocupando novos espaços na sociedade, no mercado de trabalho e nos negócios ao encontrar-se frente às organizações. Jonathan (2005), aponta a importância das empresas criadas e comandadas por mulheres, pois é uma possibilidade de inclusão e efetivação no mercado, gradativamente as mulheres foram conquistando seu espaço no mercado de trabalho, além de conciliar outras responsabilidades em sua vida, tais como assumir o papel de esposas, mães, cuidadoras do lar e empreendedoras.

O empreendedorismo feminino vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, essa participação das mulheres na economia brasileira é destacada na pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2016), responsável pelo maior estudo já realizado sobre atividade empreendedora, destacando que a taxa de empreendedorismo inicial corresponde a 19,9%, para mulheres, é a mais alta, quando comparada a dos homens de 19,2%, o que torna essa distribuição equilibrada. Entretanto, ao analisar as taxas específicas de empreendimentos estabelecidos - TEE, essa realidade muda, a predominância masculina com 19,6%, enquanto a feminina é de 14,3%.

Essas informações revelam que as mulheres enfrentam mais obstáculos em manter novos negócios que os homens, o que pode estar atrelado às construções históricas impostas ao gênero pela sociedade (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014), visto que alguns fatores podem interferir, como o preconceito de gênero, não conseguem conciliar atividades do empreendimento com as do lar e da família, tem dificuldades de financiamento e menor credibilidade. Essas condições podem refletir de forma negativa e não contribuir para que as mulheres prosperem em seus negócios (GEM, 2010).

Além disso, quando se discute o empreendedorismo feminino e a relação entre trabalho e família, percebe-se que o mundo corporativo delimita algumas ações, podendo interferir diretamente no cotidiano familiar, pois o tempo dedicado à família diminui e isso acaba não atendendo os anseios das mulheres, tendo em vista que muitas delas resolvem empreender para conciliar família e carreira, flexibilizando horários para amenizar os conflitos entre a vida familiar e profissional. Todavia, Franco (2014) esclarece que os múltiplos papéis desempenhados no ambiente familiar e profissional são desafios que vêm sendo amenizados diariamente, com muita dedicação, coragem e determinação pelas mulheres, fato que tem encorajado a prosseguir, resultando em tantas conquistas no campo empreendedor.

A presença feminina nos diversos setores de empreendimentos já é uma realidade. Esse crescimento vem ganhando força e importância, principalmente no setor de serviços, que antes eram ocupados principalmente por homens. Nessa ótica, quando se fala nos diferentes tipos de atividades praticadas por mulheres que empreendem, a taxa de sobrevivência é maior. O Relatório GEM (2017), expõe em seu estudo em parceria com o Sebrae, que as mulheres lideraram no Brasil 51,5% dos negócios em 2016, tendo como principal atividade os serviços domésticos, com 17% do total; depois veio o ramo de beleza e estética, com 14,3%, e 3,3% para homens que empreendem nessa área; na terceira posição o setor varejista de vestuário somando 12% das mulheres e 3,1% dos homens (SEBRAE, 2019).

No relatório posterior, a pesquisa GEM (2019) no Brasil, consta que o empreendedorismo feminino evolui à medida que perpassa os anos, enfatizando o protagonismo feminino ao empreender, mostrando que em 2019, dos 53 milhões de brasileiros que realizam alguma atividade empreendedora, 25,8 milhões são mulheres, estando muito próxima dos 28,7 milhões de homens ao todo, tanto na questão de empreender por oportunidade quanto por necessidade (SEBRAE, 2019).

Trazendo para uma realidade mais presente, sabe-se que não só o Brasil, mas a nível mundial a sociedade passa por uma crise provocada pela pandemia da Covid - 19, onde emergiu

um vírus em dezembro de 2019, na China e se espalhou rapidamente por todo o globo, provocando uma crise sanitária que está afetando progressivamente a economia mundial. Esse cenário já perdura por mais de um ano, configurando a maior crise de saúde já vista, como revelou a Organização Mundial de Saúde (OMS). De acordo, com o Sebrae, no ano de 2020, com o avanço da Covid – 19 e as medidas de isolamento determinadas pela (OMS), acarretou queda livre nos principais setores da economia brasileira. Com isso, houve um declínio na produção do país, em especial nos pequenos negócios gerando uma reação negativa, cheia de incertezas e provocando uma recessão na economia. De tal maneira, vários setores foram prejudicados, em especial os liderados por mulheres (SEBRAE, 2021). Mas, em meio as dificuldades também foram surgindo oportunidades, muitas empresas e pequenos negócios foram se reinventando, empreendimentos foram abertos no mercado, o que proporcionou um aumento de novos negócios para mulheres.

As pesquisas recentes evidenciam que no Brasil houve um aumento da taxa de Atividade Empreendedora Total em estágio inicial (TEA), que passou de (23,3%) em 2019 para (23,4%) em 2020. Os dados apontam ainda que 58% entres os entrevistados envolvidos na TEA, confirmaram que surgiram novas oportunidades com os resultados da pandemia (GEM, 2020, 2021). Em relação aos empreendimentos abertos por mulheres no ano de 2019, o número era de 24 milhões, alcançando um percentual de 30 milhões em 2020, o que soma 48,7% do mercado empreendedor liderado por mulheres (GEM, 2019; SEBRAE, 2020). Esses números ressaltam o papel importante da mulher na economia, que mesmo diante das mudanças no modelo de negócios e também na forma de atuação, elas conseguiram se adaptar rapidamente ao novo contexto, se destacando em seus negócios desde o início da pandemia, que tem mostrado que a inovação será cada dia mais decisiva para os negócios.

Só no último ano, os dados da pesquisa da Rede Mulher Empreendedora (RME), destaca que houve um aumento de 40% no número de novas empreendedoras em 2020 durante a pandemia. Por mais que seja um número considerável, é preciso esclarecer que alguns aspectos motivacionais contribuíram para as mulheres empreenderem, mesmo não sendo tão positivos, considerando que a maior parte delas começaram a jornada no empreendedorismo por necessidade e não por oportunidade (SEBRAE, 2020).

Com relação à motivação para empreender, a pesquisa GEM (2020), apresenta que no Brasil, teve um aumento bastante significativo de empreendedores iniciais motivados por necessidade no decorrer do ano de 2019 de 37,5%, para 50,4% em 2020, tanto para negócios criados a menos de três anos e meio, quanto para negócios criados de até três anos. À vista disso, McClelland (1972), quando estuda as motivações que levam as pessoas a praticarem atividades empreendedoras, afirma que são reflexos dos valores, motivações humanas e da necessidade de autorrealização, especificamente, “um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal” (MCCLELLAND, 1972, p. 110).

Em síntese, o GEM (2019), classifica essas ações motivacionais empreendedoras em duas classes, a por necessidade, que é advinda da ausência de outras oportunidades e consiste na criação de renda e trabalho que é pertinente a outra forma de sobrevivência, e o empreendedorismo por oportunidade, enxerga no cenário atual a probabilidade favorável de negócio. Da mesma forma, Dornelas (2018), explica que empreendedorismo por necessidade é formado na maioria das vezes, por pessoas que perderam seu emprego, diminuiram sua renda familiar ou que não conseguem entrar no mercado de trabalho. Por outro lado, ele aponta que os empreendedores por oportunidades, são aqueles que empreendem quando detectam uma alternativa de alcançarem o sucesso, buscando obter emprego, lucro e riqueza.

Diante do que foi exposto sobre a temática do empreendedorismo feminino, enfatizando o grande aumento das mulheres no setor econômico, por meio das lutas em busca dos seus direitos, faz-se necessário apresentar a contextualização do empreendedorismo, no que

concerne a informalidade, que faz jus a essa temática, tendo em vista que é uma das formas de como o empreendedorismo pode se manifestar e avançar neste cenário, conforme será exposto na seção a seguir.

2.2 Informalidade

Historicamente, a informalidade é um tema que tem sido estudado ao longo do tempo, são várias as concepções e discursos acerca do assunto no mercado de trabalho (MELO; TELES, 2000). A discussão acerca da informalidade no Brasil ganha interesse a partir da segunda metade da década de 1970, desde então, o mercado de trabalho informal vem crescendo em todos os setores econômicos e veio ganhando força no decorrer dos anos 80, mais precisamente na década de 90, que auferiu maior ênfase, consequência da perda de dinamismo da economia (ULYSSEA, 2005; VASCONCELOS, TARGINO 2013).

Dessa forma, a informalidade surgiu no Brasil com o avanço da economia e os problemas que culminou em muitos aspectos, principalmente nas relações de trabalhos desenvolvidos (CAVALCANTE, 2018). Assim, Theodoro (2005), considera as relações de trabalho não assalariadas e sem contrato formal como uma das características históricas. De tal modo, Camargo (2009), relaciona as dificuldades a diferença salarial com base na mão-de-obra, oferecida pelo trabalhador, aumentando o índice de informalidade de forma expressiva na década de 90 no Brasil, em que muitas pessoas se veem sem emprego e resolvem iniciar um negócio informal. Portanto, a informalidade opera como se fosse um espelho que reflete o inverso do trabalho formal.

Já para Arbache (2003), a informalidade é fruto da sociedade mal preparada, da maneira que os empreendedores conduzem seus negócios, pois por falta de qualificação possuem pouca organização no trabalho, o que causa uma baixa produção, além de muitos trabalhadores não saberem distinguir o capital do trabalho, onde essa falta de conhecimento contribui para os empreendedores permaneçam na informalidade por muito tempo. Já que abrem seus negócios com o intuito de obter uma fonte de renda, sem nenhuma preparação e sem esperanças futuras, por não pensarem no negócio como um investimento. Logo, a necessidade tem sido um fator chave para as pessoas abrirem um empreendimento e alcançarem a independência financeira, mesmo que não tenham um crescimento imediato (DORNELAS, 2018).

Dessa forma, para começar um negócio é preciso que haja um planejamento, não apenas possuir características administrativas, é preciso idealizar o empreendimento e depois se esforçar para concretizar essa aspiração. Quando se tem um planejamento e coloca em prática, com aperfeiçoamento diário para obter progresso, certamente esse empreendimento irá crescer, ou seja, esses procedimentos ocorrem com mais precisão nos empreendimentos abertos por oportunidade (DOLABELA, 2006; DORNELAS, 2018).

A informalidade tem se tornado uma das principais saídas para muitos Brasileiros, chegando a 41,1% da população no quarto trimestre de 2019, considerado o maior nível desde 2016. Entre o 3º trimestre de 2019 e 2020, com a crise sanitária, econômica e social, o número de trabalhadoras informais caiu de 13,5 milhões para 10,8 milhões IBGE (2019, 2020). As mulheres formam uma parcela bastante significativa entre os empreendimentos informais no país, o relatório do SEBRAE (2019), aponta que dos empreendimentos informais abertos nesse período, são formados 70% por mulheres, contra 72% dos empreendimentos masculinos. Dessa maneira, as mulheres representam mais de 2/3 dos negócios informais no Brasil. Porém, aproximadamente metade dos MEI existentes no país são formados por mulheres, totalizando 48%, e estão ocupando atividades de beleza, moda e alimentação.

Já um estudo realizado pelo Sebrae, por meio dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - (Pnad) do IBGE, que faz uma análise do empreendedorismo informal no Brasil, de 2012 a 2020, mostra que o perfil dos empreendimentos informais é bastante

diferente dos formais. No 4º trimestre de 2020, totalizava 27,2 milhões empreendimentos no Brasil, desse total 18,4 milhões (68%) eram negócios informais, apenas 8,8 milhões (32%) estavam formalizados.

O perfil dos negócios formais apresenta maior escolaridade e renda, estão a mais de 2 anos no mercado e trabalham mais de 40 horas, também apresentam idade superior a 35 anos e são em sua maioria brancos. Diferentemente dos empreendedores informais, onde são na maioria negros, trabalham por conta própria, possuem baixa escolaridade, de baixa renda, ficam menos tempo nos negócios, se dedicam menos e são formados principalmente por jovens ou pessoas com até 35 anos (SEBRAE, 2021). Ainda, segundo essa mesma pesquisa, esse grupo mais vulnerável de empreendedores informais foram os mais impactados pela crise da Covid-19, mas por outro lado, foram os que procuram mais se formalizar nos últimos 12 meses.

Neste contexto, o impacto da pandemia agravou as atividades de renda, em especial aos trabalhadores mais vulneráveis, que estão atualmente na economia informal. Muitas brasileiras que estão desempregadas ou que perderam seu emprego resolveram iniciar um negócio para gerar renda em meio à pandemia, segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT). Nos últimos anos, a informalidade teve uma maior expansão no Brasil, por consequência dos processos globais que permitem a flexibilização e a precarização das mais variadas formas de trabalho.

Outro fator importante para esse cenário é a aprovação e implementação da reforma trabalhista em 2018, instituindo condições para ascensão da informalidade, no momento em que deixam os trabalhadores que estão no negócio informal sem nenhuma proteção ou direitos. No entanto, essas condições agravam a situação desses empreendimentos informais, embora esses negócios tenham uma parcela na economia (KREIN; OLIVEIRA; FILGUEIRAS, 2019).

Os conceitos apresentados sobre a informalidade, refletem os múltiplos fatores no decorrer do seu desenvolvimento, além disso diferentes características comportamentais foram incorporadas ao seu conceito ao longo do tempo. Neste sentido, buscou-se conhecer no subtema subsequente, as características empreendedoras, para que seja possível a compreensão do empreendedorismo feminino no contexto da informalidade, em meio a abordagem que os caracteriza.

2.3 Características Empreendedoras

Na literatura, diferentes estudos buscam investigar as características comportamentais empreendedoras que melhor definem o perfil de um empreendedor. No entanto, historicamente existem pesquisadores que acreditavam que o empreendedor já nascia com essas competências, ou seja, eram nato e estavam destinados ao sucesso (SARKAR, 2008; DORNELAS, 2018). Atualmente, esse entendimento mudou e pode-se dizer que ninguém nasce empreendedor, pois é possível que essas características estejam atreladas a personalidade de qualquer pessoa, capaz de aprender esse processo e desenvolver talentos e características que vão sendo aprimoradas no decorrer do tempo, já que o sucesso dos negócios envolve vários fatores internos e externos (MAN, 200; MENEZES, 2003; LAU, 2005; DORNELAS, 2018).

Muitos autores em diferentes áreas de estudo pontuam algumas das principais características atribuídas aos empreendedores. Entre eles, McClelland (1961), foi um dos primeiros estudiosos a investigar as características comportamentais empreendedoras, onde o autor enfatiza que o empreendedor deve estar sempre aprimorando suas aptidões e inovando para se manter no mercado. Dessa forma, o autor desenvolveu três dimensões com as respectivas características que descrevem o comportamento empreendedor, podendo através delas identificar o seu perfil. Tais dimensões e características foram adaptadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, em conjunto com a Organização das Nações Unidas (ONU), resultando em dez características, as principais que

representam o empreendedor de sucesso, referentes as três dimensões, são elas: realização (busca de oportunidades e iniciativa, persistência e correr riscos calculados); planejamento (exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimentos de metas, planejamento e monitoramento sistêmicos); e poder (persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança), (SEBRAE 2017).

Dolabela (1999), diz que um empreendedor pode ter características diferentes de acordo com cada atividade que exerce, destacando as mais relevantes para um empreendedor que consistem em: iniciativa, autonomia, autoconfiança, comprometimento, necessidade de realização, perseverança, tenacidade para vencer obstáculos, crê no que faz, capacidade de se dedicar ao trabalho e concentrar esforços para alcançar resultados.

Já para Oliveira Filho (2010), para ser empreendedor no mundo é preciso ter características inovadoras, capazes de arriscar na economia atual, assim ele apresenta as qualidades que o empreendedor deve possuir como: persistência; otimismo; decisão e responsabilidade; energia; automotivação; controle, voltado para equipe; perder o medo do fracasso; aceitação de riscos; e autoconfiança. Do ponto de vista de Chiavenato (2012), o autor acredita que há três características que permitem entender o comportamento do empreendedor e são determinadas por alguns fatores, tais como: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança.

Apesar dos múltiplos conceitos pelos teóricos que descrevem as diferentes características empreendedoras, é notório que elas são semelhantes e ao mesmo tempo se complementam em meio as diferentes aplicações e personalidades (MINUZZI; VARGAS; FIALHO, 2016). Com isso, é importante afirmar que não existe uma característica única para definir o perfil empreendedor.

Para tanto, Dornelas (2018), cita que o empreendedor de sucesso possui determinadas características pessoais extras, além de outras qualidades que diferenciam o seu comportamento do administrador comum. Desta forma, o autor mencionado desenvolveu um estudo que constitui as características do empreendedor de sucesso, que podem ser observadas no Quadro 1.

Quadro 1 - Características do empreendedor de sucesso

CARACTERÍSTICAS	DESCRIÇÃO
São visionários	Tem visão de futuro para vida, negócios e habilidades de desenvolver seus sonhos
Sabem tomar decisões	Não se sentem inseguros, tomam decisões corretas em momentos difíceis e implementam suas ações
São indivíduos que fazem a diferença	São inovadores, agregam valor aos serviços e produtos que colocam no mercado
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	Buscam conhecimento, informações, tem ideias e colocam em prática sempre quando detectam uma oportunidade
São determinados e dinâmicos	São comprometidos em suas ações, sabem superar obstáculos, são dinâmicos e cultivam certo inconformismo na sua rotina
São dedicados	São incansáveis e loucos pelo trabalho ao ponto de sacrificar a vida social, familiar e a própria saúde
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	O amor pelo que faz é essencial para a autodeterminação, realização e o sucesso dessas pessoas no ambiente de trabalho

São independentes e constroem o próprio destino	Estão à frente das mudanças, buscam criar seu próprio negócio e deixam de ser empregado para se tornarem patrão
Ficam ricos	Não é o seu principal objetivo ficarem ricos, mas uma consequência de sucesso dos atos dos empreendedores
São líderes e formadores de equipes	Possui liderança respeitada, são adorados, recrutam as melhores equipes, valoriza e sabe estimular os funcionários
São bem realizados (networking)	Tem uma rede de relacionamentos consolidada que ajuda na tomada de decisão do ambiente externo
São organizados	Sabem alocar todos os seus recursos de forma racional para proporcionar o melhor desempenho para o negócio
Planejam, planejam, planejam	Planejam cada passo dado com visão no negócio que possui
Possuem conhecimento	Sempre buscam se especializar, mas possuem experiência própria que é fundamental para os negócios
Assumem riscos calculados	Os riscos são desafios que servem de estímulos, assim, sabem gerenciar os riscos, e avaliar as chances de sucesso
Criam valor para a sociedade	Buscam ações para melhorar a vida das pessoas, utilizam seu capital, gerando emprego, dinamizando a economia e inovando

Fonte: Adaptado de Dornelas (2018, p. 24).

Dornelas (2018), também propõe um teste de autoavaliação do perfil empreendedor, onde é desenvolvido por meio de 30 questões, estando dividido de acordo com as características que estão relacionadas aos seguintes eixos: comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; motivação e superação; e liderança. Dessa forma, as características destacadas seguem uma escala de 1 à 5, que vai desde insuficiente a excelente.

Por fim, este modelo estruturado por Dornelas (2018), servirá de base para fins desta pesquisa, por ser considerado mais completo e adequado, pois aborda um questionário destacando as principais características para melhor compreensão do perfil empreendedor. Assim, através deste teste será possível analisar o perfil empreendedor das mulheres que possuem negócios informais na cidade de Emas-PB.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançar o objetivo traçado inicialmente: analisar o perfil empreendedor das mulheres que possuem negócios informais na cidade de Emas-PB, trata-se de uma pesquisa descritiva para uma melhor compreensão das características do perfil das empreendedoras estudadas. Pois conforme Gil (2017, p. 33), pesquisas descritivas “têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno”. Assim sendo, o pesquisador não interfere nos resultados dos dados, já que não os manipulam.

A pesquisa sob o ponto de vista de sua finalidade, é classificada como pesquisa aplicada, tendo em vista que se busca adquirir informações em uma ocasião para soluções específicas. Segundo Vergara (1997), a pesquisa aplicada é de fundamental importância para resolver problemas concretos, já que tem como finalidade a prática, proporcionando um melhor entendimento do estudo em questão.

Quanto aos métodos empregados, a pesquisa se caracteriza como bibliográfica, e de levantamento de campo (*survey*). Na pesquisa bibliográfica é feito o embasamento teórico por meio de livros, artigos científicos e dados, avaliando conceitos e dados considerados relevantes, conforme as obras lidas para pesquisa, a partir de estudos já consolidados no campo em questão, sobre a temática. De acordo com Marconi e Lakatos (2003, p. 183), pesquisa bibliográfica tem como finalidade “colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto”.

No que diz respeito a pesquisa de campo objetiva colher informações para um problema que se pretende solucionar ou até mesmo descobrir novos fenômenos e as afinidades entre eles (MARCONI E LAKOTAS 2009). Dessa forma, visando conhecer com maior profundidade as variáveis da sociedade estudada. Já o levantamento (*survey*), justifica-se quando tem uma interrogação de forma direta de pessoas, onde se pretende avaliar o comportamento desejável por meio de algum modelo de questionário. Ademais Gil (2017), considera que os levantamentos podem ser mais adequados para estudos descritivos que para explicativos e bem vistos para estudos de opiniões e atitudes, mas menos indicado para problemas de estruturas sociais mais difíceis.

No que se refere a abordagem da pesquisa, a mesma é de cunho quantitativo. Conforme Prodanov e Freitas (2013), o método quantitativo permite auxiliar os pesquisadores a quantificar opiniões e informações, classificando-as logo em seguida. Técnicas como porcentagem, media, mediana, entre outros métodos, são amplamente utilizados em estudos com essa estrutura.

Adotou-se como campo de pesquisa o município de Emas-PB, situado na região metropolitana de Patos-PB; possui atualmente, como mostra os dados do IBGE (2020), uma população estimada de 3.539 habitantes. Os sujeitos da pesquisa são constituídos por mulheres que possuem negócios informais na cidade ou estejam praticando alguma atividade empreendedora, com atuação nos mais variados setores, sem limite de idade ou porte de negócios. Deste modo, Lakatos e Marconi (2003, p. 8), ressaltam que os sujeitos da pesquisa são os indivíduos que fornecerão os elementos e dados relevantes para a realização do estudo. Para a pesquisa proposta será utilizada uma amostra por critério de acessibilidade, ou seja, o pesquisador procura selecionar os sujeitos que têm acesso para colher as informações necessárias para o estudo.

O Instrumento adotado para coleta de dados consiste em um questionário que é uma das técnicas de investigação, assumindo determinada quantidade de questões e tem por objetivo conhecer opiniões, sentimentos, situações vivenciadas, entre outros. Em regra, são auto aplicados (GIL, 2008). O questionário está estruturado com questões fechadas de múltipla escolha, confeccionado por meio da ferramenta online do Google Forms, aplicado de modo virtual, devido a maior praticidade e rapidez nas respostas. Sendo distribuído através de indicações para mulheres que atendam os objetivos propostos no estudo.

De tal modo, foi realizado compartilhamentos remotamente de links nas redes sociais conforme as indicações, que pode ser classificado como técnica de bola de neve e também considerado uma técnica não probabilística. Para tanto, o instrumento foi elaborado a partir da literatura consultada, tendo como base a princípio os três objetivos específicos e por último o objetivo principal da pesquisa, que leva em consideração o teste do perfil empreendedor desenvolvido por Dornelas (2018), para o levantamento das informações coletadas que devem compreender o comportamento das mulheres entrevistadas, a fim da definição do perfil empreendedor das mesmas.

Assim, o questionário está dividido em 4 (quatro) seções: na primeira seção, busca identificar o perfil demográfico das empreendedoras; na segunda seção, procura compreender a motivação pelo qual elas ingressaram no comércio informal. Já na terceira seção, procura entender quais as estratégias utilizadas para enfrentamento à crise. E por último, a quarta seção,

um teste de avaliação do perfil empreendedor, modelo elaborado por Dornelas (2018), contendo 30 questões fechadas, divididas em 6 dimensões que estão de acordo com as características propostas pelo autor. Valoradas em uma escala Likert de concordância de 1 a 5 que vai desde excelente a insuficiente. De acordo com Gil (2010), as questões que fazem uso da escala Likert, tem como função medir a concordância e discordância em relação às circunstâncias dadas em um enunciado, através das várias alternativas que podem variar em suas respostas de forma negativa para as mais positivas, em que o respondente deve optar por apenas uma única alternativa.

Para a coleta dos dados, o questionário foi aplicado entre os dias 02 a 23 de dezembro de 2021. Foram coletadas 125 respostas, todas válidas. Sendo assim, é possível analisar o perfil das empreendedoras informais do município de Emas-PB, de acordo com as características citadas no estudo. Logo, para o tratamento dos dados, Vergara (2007) destaca que é a parte onde esclarece aos leitores a forma de como foram analisados os dados coletados, justificando a escolha do tratamento para o estudo. Neste sentido, foi feito em concordância com os conceitos descritos pelo modelo de Dornelas (2018), e utilizando o embasamento teórico dos autores citados no referencial. Além disso, os dados foram tabulados através do Software Microsoft Excel, mensurados por meio das respostas atribuídas pelas empreendedoras e tratados dentro de uma abordagem quantitativa.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em relação aos resultados e análise, o questionário foi aplicado a 125 empreendedoras do município de Emas-PB, tendo todas as 125 respostas válidas. Portanto, buscou-se a elaboração de gráficos, através do Software Microsoft Excel, a fim de obter um percentual de cada item do questionário.

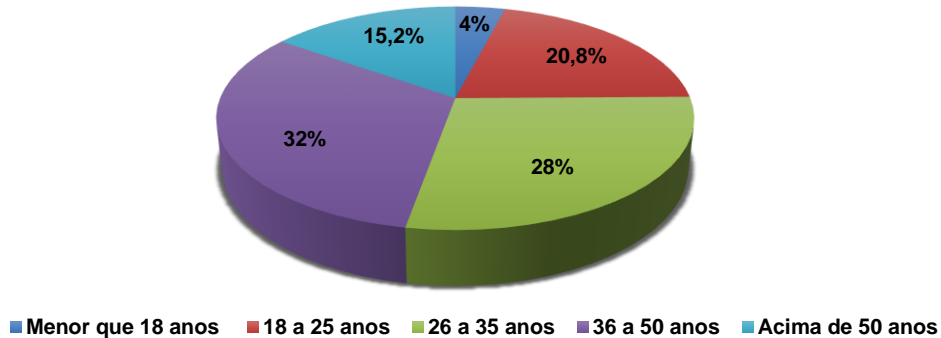
Dessa forma, a análise e discussão dos resultados foi dividida em seções para uma melhor compreensão do objeto de pesquisa. Onde, inicialmente, será apresentado as características sociodemográficas das empreendedoras. Posteriormente as motivações para ingressar no comércio informal e as estratégias utilizadas para enfrentamento da crise. Por fim, apresenta-se o teste para avaliação do perfil empreendedor, elaborado por Dornelas (2018).

4.1 Características sociodemográficas das empreendedoras

Nesta seção, apresentam-se os resultados do perfil das empreendedoras pesquisadas, para melhor visualização das características sociodemográficas identificadas. Assim, essa seção traz as seguintes informações sobre elas: faixa etária, estado civil, quantidade de filhos, grau de instrução, tempo de atuação como empreendedora e segmento de atuação do negócio.

4.1.1 Faixa etária

A seguir, apresenta-se o gráfico 1 relativo aos dados que constam a faixa etária das empreendedoras.

GRÁFICO 1 - Faixa etária

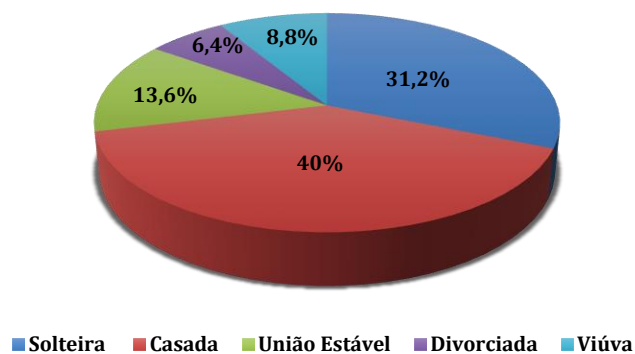
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A amostra envolveu empreendedoras de diferentes idades, ou seja, estão na faixa etária menor que 18 anos ou acima de 50 anos. A análise permitiu identificar que a maioria das empreendedoras que responderam à pesquisa são mulheres consideradas adultas e com mais experiência, uma vez que os dados apontam que 32% estão na idade de 36 a 50 anos. Também foi observado uma presença significativa de mulheres mais jovens que resolveram abrir seu próprio negócio, constatando que 28% das empreendedoras possui idade entre 26 a 35 anos, 20% têm idade entre 18 a 25 anos, 15,2% estão acima de 50 anos e uma parcela mínima de 4% tem menos de 18 anos, como se pode observar no Gráfico 1.

Diferentemente dos dados apresentados pelo Sebrae (2019), que as mulheres donas de negócios do País são mais jovens, representando uma faixa etária de 25 a 36 anos, no município pesquisado apontou que as faixas etárias seguem uma tendência diferente em comparação às empreendedoras do Brasil, pois existe uma concentração maior de mulheres que empreendem entre 36 a 50 anos, o que caracteriza como mulheres mais maduras.

4.1.2 Estado civil

Já no gráfico 2, observa-se os dados no que tange o estado civil das entrevistadas.

GRÁFICO 2 - Estado civil

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

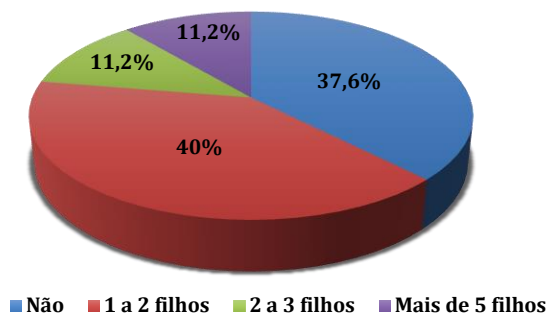
Conforme os dados, pode-se afirmar que a maior parte das entrevistadas são casadas, o que representa 40% do total, seguindo com 31,2% solteiras, enquanto 13,6% vivem em união estável, 8,8% são viúvas e 6,4% representam as mulheres divorciadas. Há uma predominância de mulheres casadas, fato que pode ter influenciado a abrir seu próprio negócio para aumentar a renda familiar. Esses dados corroboram com o estudo do GEM (2016), quando aponta em sua

pesquisa que um grande percentual de mulheres que empreendem também busca conciliar trabalho e família.

4.1.3 Quantidade de filhos

O gráfico 3, indica se as empreendedoras possuem filhos ou não.

GRÁFICO 3 - Quantidade de filhos



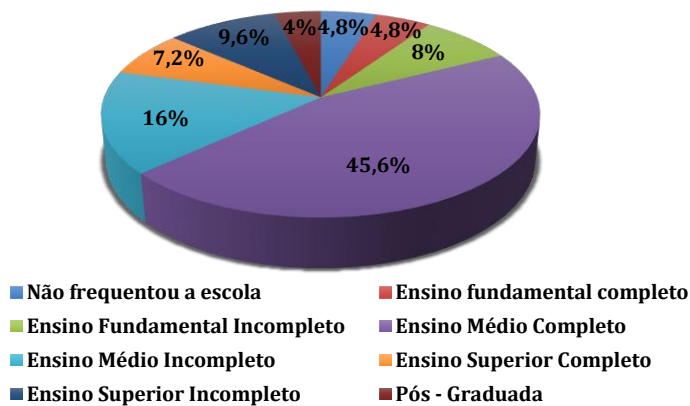
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Em relação à quantidade de filhos das empreendedoras, a maior parte, 40% possuem entre 1 a 2 filhos, apenas 37,6% não possuem filhos, enquanto 11,2% possuem entre 2 a 3 filhos e ainda outras 11,2% têm mais de 5 filhos. Escolher ter filhos ou não é uma das características mais particulares entre as mulheres, considerando que vários fatores podem influenciar nessa decisão, como questões sociais, financeiras, escolaridade, entre outros aspectos.

4.1.4 Grau de instrução

Em relação ao grau de instrução, verificou-se uma diversificação no nível de escolaridade, conforme demonstrado no gráfico 4 abaixo.

GRÁFICO 4 - Grau de instrução



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quanto ao grau de instrução, os dados mostram que foi predominante o nível médio completo de escolaridade, abrangendo 45,6% entre as empreendedoras. Em seguida 16% possuem o ensino médio incompleto, 9,6% com ensino superior incompleto, 8% com ensino fundamental incompleto, 7,2% com ensino superior completo, 4,8% não frequentou a escola, outras 4,8% têm ensino fundamental completo e por fim, somente 4% é pós-graduada.

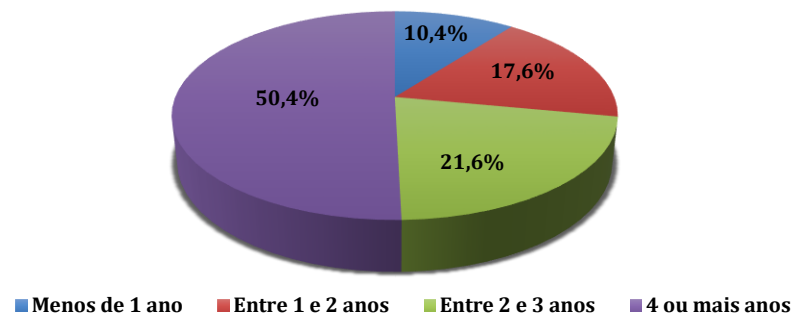
Desse modo, percebe-se que as empreendedoras têm um nível de instrução eminente, mas considerável, pois de certa forma é possível visualizar que o número de empreendedoras com baixa escolaridade encontra-se em minoria. Entretanto, é importante destacar que esse índice pode ser devido às poucas exigências de qualificação para ingressarem em tais empreendimentos. Frente ao percentual de empreendedoras com média e alta escolaridade, ou seja, o ensino médio completo com 45,6%, em sua maioria, dado que pode ter influenciado elas a empreenderem, assim, ajudando na tomada de decisão de seus empreendimentos, ainda que tenham sido inseridas no mercado por necessidade ou até mesmo para o seu próprio sustento ou da sua família.

Vale ressaltar que no Brasil, as empreendedoras estudam 16% a mais do que os homens, representando o grau de instrução com percentual de 42%, em sua maioria liderando o ensino médio completo ou incompleto (SEBRAE 2019). Os dados corroboram com a pesquisa, mostrando que o maior percentual de empreendedoras do município possui ensino médio completo.

4.1.5 Tempo de atuação como empreendedora

Ao serem questionadas sobre o tempo de atuação como empreendedoras, os dados podem ser observados no gráfico 5.

GRÁFICO 5 - Tempo de atuação como empreendedora



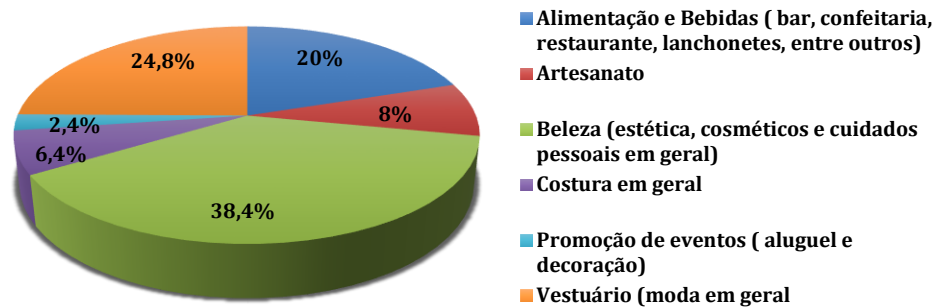
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Logo, pode-se afirmar que a maioria das participantes 50,4% estão atuando como empreendedoras a mais de 4 anos. Uma outra parte bastante relevante, considerada empreendimentos jovens, equivalente a 21,6% estão no mercado entre 2 e 3 anos, 17,6% entre 1 e 2 anos, e apenas 10,4% empreendem a menos de 1 ano, o que significa dizer que estão no seu estágio inicial (TEA), segundo definição do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

Portanto, percebe-se que os empreendimentos que se destacam com maior percentual são aqueles que estão atuando a mais de 4 anos, apresentando 50,4% do total. Nesse sentido, pode ser considerado empreendimentos estabelecidos (TEE), pois são negócios que sobrevivem no mercado a um período superior a 4 anos. Haja vista que, no Brasil é considerável que a maior taxa de mortalidade de negócios acontece nos primeiros três anos (DOLABELA, 2016). Deste modo, a maioria dos negócios informais geridos por mulheres no município de Emas-PB, pode-se classificar como estabelecidos, já que estão atuando no mercado por um período de tempo considerável de mais de 3 anos.

4.1.6 Segmento de atuação do negócio

O gráfico 6 traz informações que demonstram o segmento de atuação do negócio das empreendedoras.

GRÁFICO 6 - Segmento de atuação do negócio

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme os dados presentes no gráfico 6, no que se refere ao segmento de negócio, evidencia-se que a maioria das empreendedoras 38,4% atuam principalmente em atividades relacionadas ao segmento de beleza (estética, cosméticos e cuidados pessoais em geral), mais 24,8% atuam no ramo de vestuário (artigos de moda em geral), já 20% estão trabalhando no segmento de alimentação e bebidas (bar, confeitaria, restaurante, lanchonetes, entre outros), 8% estão envolvidas na produção de artesanato, 6,4% representam o segmento de costura e outras 2,4% trabalham na promoção de eventos (aluguel e decoração).

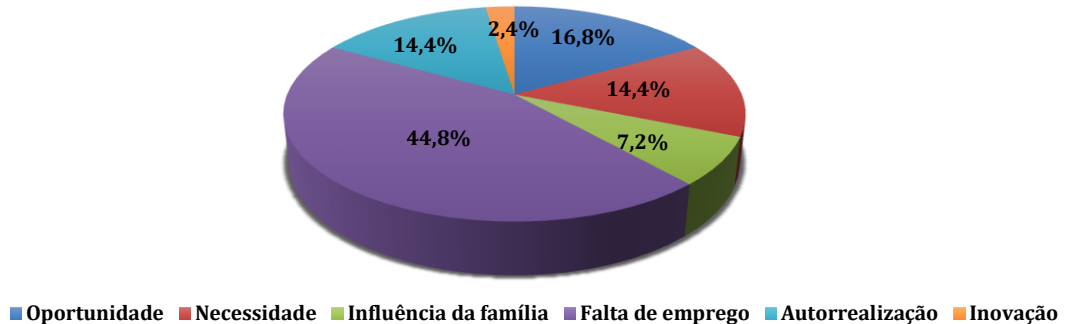
Assim, verifica-se que essas mulheres estão atuando em segmentos diferenciados, mas que essas atividades são consideradas comuns do gênero, como mostra o relatório especial de empreendedorismo feminino no Brasil, elaborado pelo Sebrae e os dados do GEM (2020), onde aponta que 9,3 milhões de mulheres estão à frente de algum negócio no país, empreendendo nas mais diversas áreas de atuação. Ainda conforme a pesquisa, as empreendedoras classificadas como Microempreendedor Individual (MEI), ou seja, aquelas que possuem micro ou pequenos empreendimentos, consideradas trabalhadoras por conta própria e que se legalizam como pequena empresária, praticam atividades de beleza, moda e alimentação, apresentando maior concentração por parte delas no ramo do comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios, seguindo o segmento de beleza e alimentação (SEBRAE, 2019). Não tão distante da pesquisa do Sebrae, as empreendedoras Emenses estão envolvidas principalmente em atividades de beleza, liderando o ranking, seguidos de moda, alimentação, artesanato e promoção de eventos.

4.2 Motivações para ingressar no comércio informal

A motivação é um dos principais motivos que leva o indivíduo a agir. A fim de chegar a um perfil mais detalhado das empreendedoras de Emas-PB, é importante também conhecer essas diversas motivações que impulsionam as mulheres a empreenderem ou tomar alguma decisão, evento que pode implicar nos resultados do negócio, seja de forma positiva ou negativa. Deste modo, esta seção explora a motivação para ingressar na atividade informal e os motivos para não formalizar o empreendimento.

4.2.1 Motivação para ingressar na atividade informal

Acerca da motivação para ingressar na atividade informal, os dados variam quanto aos fatores que impulsionaram as empreendedoras a atuarem na informalidade, conforme pode ser visualizado no gráfico 7.

GRÁFICO 7 - Motivação para ingressar na atividade informal

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

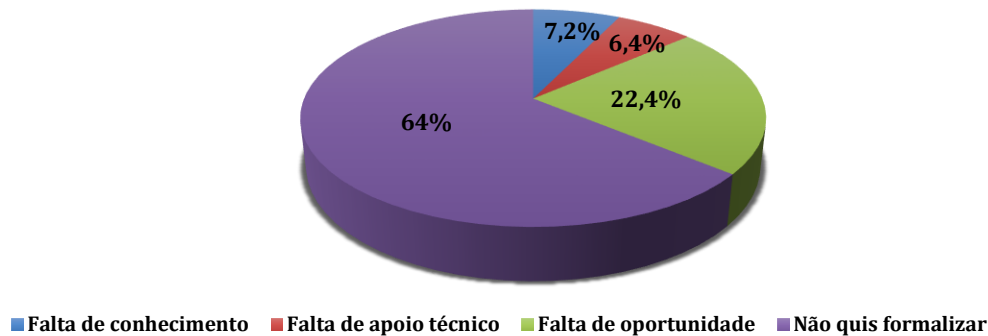
Como é visto no gráfico 7, as razões para as empreendedoras ingressarem na atividade informal são bastante variadas. A pesquisa constatou que o maior percentual apresentado remete à falta de emprego com 44,8%, significa que é um reflexo da falta de oportunidade de emprego que o município dispõe, fato que impulsiona as mulheres a empreenderem. Já 16,8% iniciaram a atividade informal por oportunidade, enxergaram a oportunidade de uma chance de negócio em meio às dificuldades econômicas do município e estão contribuindo para economia local, pois a identificação de oportunidades financeiras ocorre comumente a necessidade de alcançar fins lucrativos (BOSZCZOWSKL, 2012).

Compartilhando do mesmo entendimento, Dornelas (2018), caracteriza o empreendedor por oportunidade como um visionário, ressaltando que deve ter um planejamento prévio para que haja crescimento e geração de lucro no negócio, assim gerando desenvolvimento econômico local, regional e nacional. Da mesma forma, Dornelas (2018,) acrescenta que o empreendedor por necessidade se aventura nesse meio devido à falta de opção, por querer superar um momento difícil como o desemprego, sem planejamento prévio, na maioria das vezes não gera desenvolvimento econômico e muitos fracassam. Como é o caso de muitas empreendedoras de Emas-PB, ou seja, os dados mostram que 14,4% iniciaram seus negócios motivadas por necessidade, pois muitas delas buscam superar algumas dificuldades que estejam passando, seja por falta de emprego, experiência, recurso ou até mesmo escolaridade, e acabam empreendendo mesmo que a chance de fracassar seja altíssima.

Ademais, outras 14,4% mulheres foram motivadas pela autorrealização, essa é uma forma bastante favorável para iniciar um negócio, já que é uma alternativa que reflete significativamente nos seus resultados, outras 7,2% foram motivadas pela influência da família já que atuavam no ramo e 2,4% iniciaram suas atividades motivadas pela inovação, ou seja, essas empreendedoras saíram da rotina e aproveitaram as oportunidades diante da necessidade de seu público, gerando mudanças no seu segmento. Segundo uma pesquisa do Sebrae (2020), em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, durante a pandemia as mulheres empreendedoras investiram mais em inovação que os homens.

4.2.2 Motivos para não formalizar o empreendimento

O gráfico 8 mostra o percentual referente aos motivos que levaram as empreendedoras a não formalizarem seus empreendimentos.

GRÁFICO 8 - Motivos para não formalizar o empreendimento

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A partir dos resultados do gráfico 8, foi possível constatar que mais da metade, 64% das empreendedoras que possuem negócios informais no município de Emas-PB, não quiseram formalizar seus empreendimentos, 22,4% relataram que não formalizaram por falta de oportunidade, 7,2% alegaram que não formalizaram seus negócios por falta de conhecimento, devido não terem informações necessárias de como esse processo funciona e 6,4% afirmaram que não formalizaram seus empreendimentos por falta de apoio técnico, o que poderia ser devido à falta de incentivos, já que a região não oferece recursos e nem meios para capacitação, e também poderia ser pelo fato de não buscarem outras fontes de informações para auxiliar.

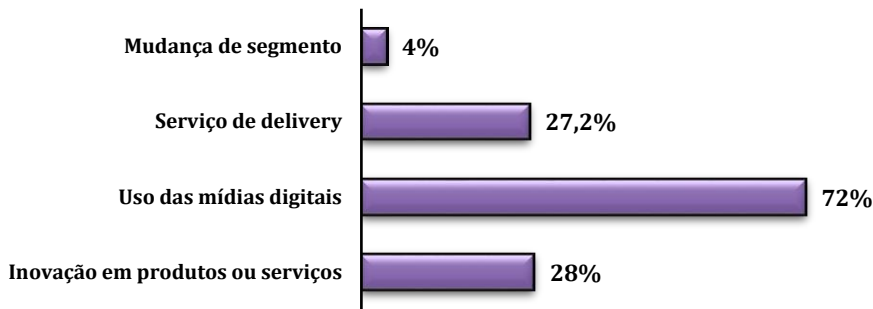
Diante do exposto, os dados permitem concluir que uma parte significativa das empreendedoras que corresponde a 64% não quis formalizar seus negócios. As razões para não obter CNPJ estão ligadas ao fato de acreditarem que não há vantagens na formalização dos seus negócios, devido ao custo, exigência de imposto e outros aspectos. O estudo *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2019), traz dados semelhantes aos resultados da pesquisa, pois constatou que a informalidade continua sendo maioria entre os empreendedores, apontando que 73,6% dos entrevistados não possuem CNPJ dos seus negócios, onde deste total 27,4% dizem não ver vantagem em formalizar seu empreendimento, 12,5% estavam incertos se continuariam no ramo, 17,2% não formalizam devido os custos elevados, 8% não tem como pagar impostos, entre outros aspectos.

4.3 Estratégias utilizadas para enfrentamento da crise

Este estudo considera o contexto da Pandemia do novo Coronavírus que tem gerado não apenas uma crise sanitária, mas também econômica. Em vista disso, os donos de negócios de grande e pequeno porte, desde o início da pandemia, buscam um planejamento para se adaptarem ao cenário atual. De tal modo, as estratégias utilizadas pelas donas de negócios de Emas-PB para manterem suas atividades empreendedoras na pandemia da Covid-19, de acordo com os dados da pesquisa, foram: mudança de segmento, serviço de delivery, uso das mídias digitais e inovação em produtos e serviços. Sendo assim, esta seção remete às estratégias utilizadas para enfrentamento da crise da Covid-19.

4.3.1 Estratégias utilizadas no enfrentamento à crise da Covid-19

Quando as empreendedoras foram questionadas sobre as estratégias utilizadas para enfrentamento da crise da Covid-19, constatou-se que os dados podem ser verificados no gráfico 9.

GRÁFICO 9 - Estratégias utilizadas no enfrentamento à crise da Covid-19

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

De acordo com os dados coletados, é notório que existe uma predominância do uso das mídias digitais, configurando a estratégia mais utilizada de enfrentamento à crise pelas empreendedoras, chegando a um percentual de 72% das respostas pelas entrevistadas. Em seguida, 28% apostaram na estratégia de inovação em produtos ou serviços, 27,2% resolveram usar estratégias em serviços de delivery e apenas 4% utilizaram a estratégia de mudanças de segmento.

É notório que esses dados se aproximam dos resultados da pesquisa do Sebrae (2020), em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, no período de pandemia, destacando que devido o isolamento social, 71% das mulheres também recorrem às redes sociais, aplicativos ou internet como estratégia para vender seus produtos, aumentando as vendas online em 34%, enquanto os homens utilizam 63% desse recurso, aumentando as vendas online em apenas 29%. Então, o uso das mídias digitais lidera o ranking nas duas pesquisas, apresentando percentuais bem próximos. Já no quesito de estratégias de inovação em produtos e serviços, as mulheres apresentam 11% contra 7% dos homens, também se concentraram mais nos serviços de delivery com 19%, enquanto os homens só utilizaram 14% dessa estratégia, como aponta essa mesma pesquisa do Sebrae. Embora essa pesquisa não tenha obtido elementos que mostrem o percentual de estratégias de mudança de segmento, fica evidente que o uso dessa estratégia é bem menor, em razão de acarretar maiores riscos para o negócio.

Portanto, os dados da pesquisa demonstram que as empreendedoras do município de Emas-PB estão cada vez mais se reinventando, através de diferentes estratégias para se manterem no mercado durante a pandemia. De acordo com Machado (2003), as mulheres donas de negócios são persistentes, ativas, estão sempre inovando, almejam realização e independência, conseguem se adaptar às mudanças e tem certeza que o sucesso é o reflexo de suas ações.

4.4 Teste para avaliação do perfil empreendedor

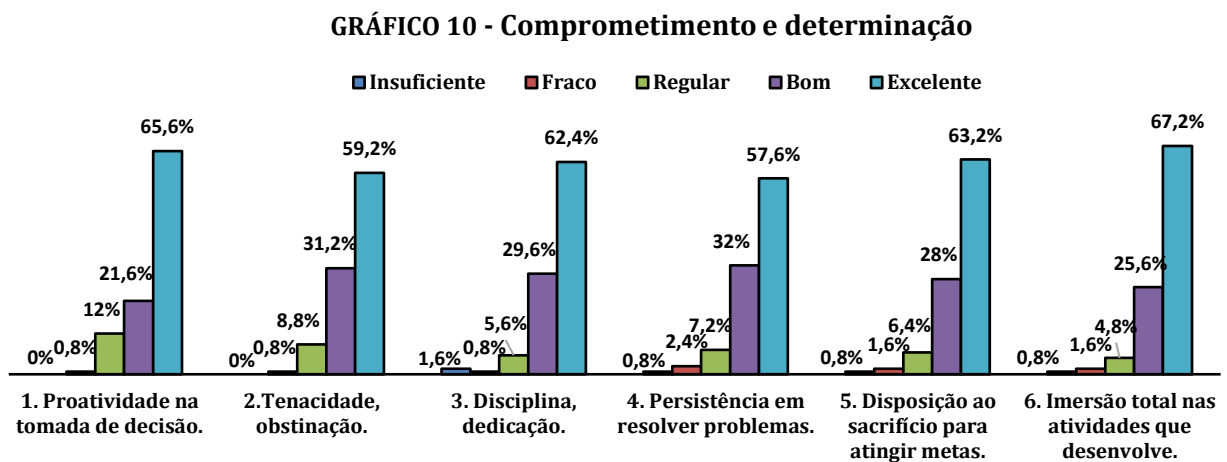
A avaliação do perfil empreendedor consiste na finalidade de analisar e definir as características presentes no comportamento das empreendedoras do município de Emas-PB, tidas na literatura como essenciais ao empreendedor. A autoavaliação foi realizada com base na análise do perfil empreendedor determinado por Dornelas (2018). Como já se sabe, o teste é composto por 30 questões, porém não foram analisadas individualmente, visto que as questões foram distribuídas em 6 variáveis, sugeridas pelo autor como: comprometimento e determinação; obsessão pelas oportunidades; tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; motivação e superação; e liderança.

As participantes classificaram as características empreendedoras abordadas de 1 a 5, de acordo com a Escala Likert variando as respostas entre: insuficiente, fraco, regular, bom e excelente. Na sequência, apresentou-se em forma de gráficos a porcentagem das escalas de

cada questionário, através do Microsoft Excel para assim classificar o perfil empreendedor das respondentes.

4.4.1 Comprometimento e determinação

No gráfico 10, obtiveram-se os resultados das perguntas de 1 a 6 referente as características da primeira variável analisada de comprometimento e determinação, que são: proatividade na tomada de decisão; tenacidade, obstinação; disciplina, dedicação; persistência em resolver problemas; disposição ao sacrifício para atingir metas; e imersão total nas atividades que desenvolve.



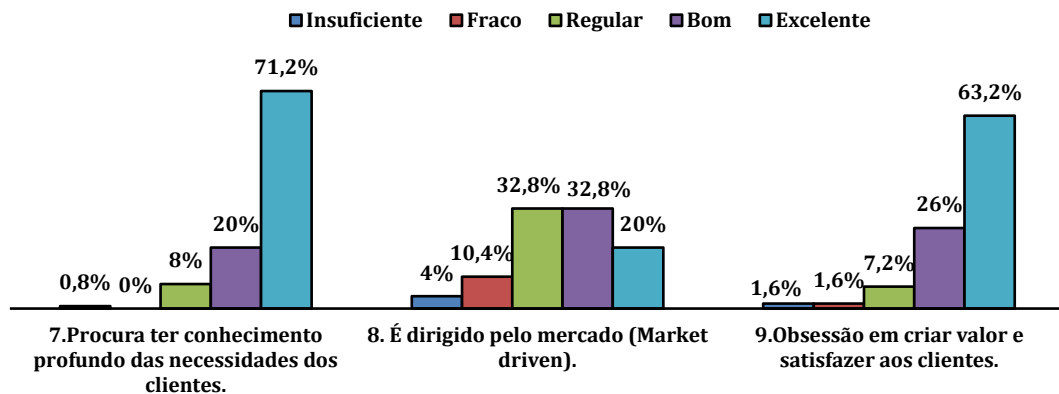
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O resultado em relação as características da primeira variável de comprometimento e determinação, aponta que o maior percentual apresentado de forma excelente, corresponde a característica de imersão total nas atividades que desenvolve com 67,2% do total, enquanto 32% consideram a característica persistência em resolver problemas como bom. Já as demais características apresentam pouca variação, pois foram poucas respostas com escala 3, 2 e 1, referente a regular, insuficiente e fraco. Isso permite perceber que essas mulheres revelam gostar do que fazem, pois se envolvem de forma total nas atividades que desenvolvem, são boas em resolver problemas, demonstrando o quanto são comprometidas e determinadas, a fim de obter êxito nos seus negócios.

Neste sentido, essas características para Dornelas (2018) são essenciais para o empreendedor de sucesso, além da qualidade de administrador, segundo o autor, os empreendedores são trabalhadores exemplares, dedicados, incansáveis nas atividades que desenvolvem, não se sentem inseguros, tomam decisões certas no momento adequado, principalmente em ocasiões complicadas, são ágeis em resolver problemas, e implementam suas ações com rapidez e empenho. Sendo assim, consiste em um fator essencial para o sucesso do negócio, já que está associado ao comprometimento com as atividades que desempenham.

4.4.2 Obsessão pelas oportunidades

Apresenta-se por meio do gráfico 11, os dados das questões de 7 a 9 que correspondem as três características da segunda variável de obsessão pelas oportunidades, a saber: procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes, é dirigido pelo mercado (*Market driven*) e obsessão em criar valor e satisfação aos clientes.

GRÁFICO 11 - Obsessão pelas oportunidades

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

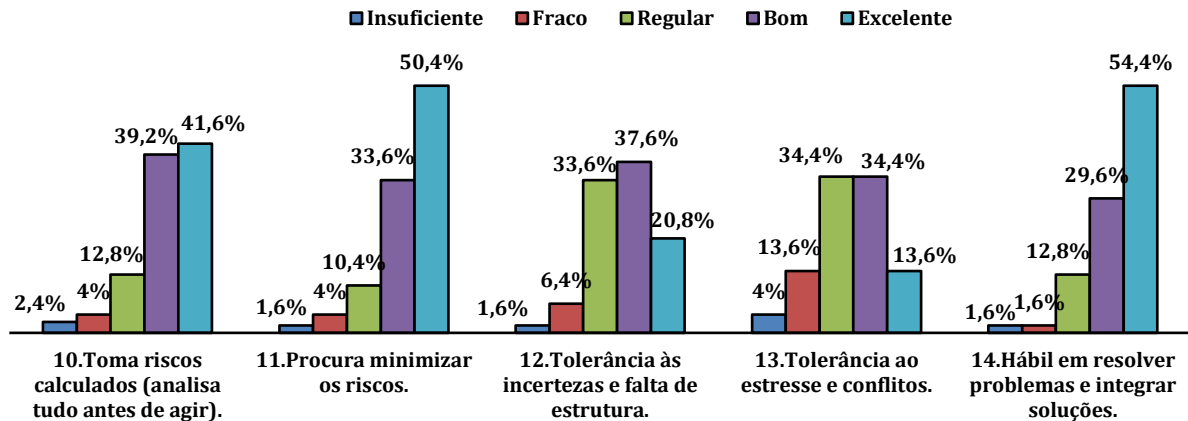
De acordo com as informações do gráfico 11, notou-se que a maior porcentagem das respostas da variável obsessão pelas oportunidades, se concentra nas características de procurar ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes com 71,2%, mostraram resultado excelente em suas respostas, isso afirma que essas mulheres apresentam uma atitude frequente em seus negócios, pois estão sempre preocupadas em satisfazer as necessidades de seus clientes, de acordo com suas necessidades mais presentes. Em seguida, tem-se que 63,2% das participantes tem obsessão em criar valor e satisfação aos clientes, e com escalas mais baixas, apresentando a característica é dirigida pelo mercado (*Market driven*) com apenas 32,8%, ficando entre as escalas de 4 e 3, considera bom e regular pelas empreendedoras, ou seja, realizam poucas pesquisas e estratégias de marketing em seus empreendimentos, o que demonstra que não são influenciadas ou guiadas pelo mercado de forma rotineira.

Conclui-se que as empreendedoras de Emas-PB em relação a oportunidade, procuram sempre satisfazer seus clientes, transformando desafios em oportunidade, característica de suma importância para seus negócios, haja vista que é uma forma de conquistar novos clientes e também consolidar os existentes. Para Dornelas (2018), uma característica importante do empreendedor é a relação de indivíduos com processos que sempre transformam ideias em oportunidades. As boas ideias são visíveis para todas as pessoas, mas somente os empreendedores são capazes de identificar algum evento e revertê-lo em oportunidade, utilizando os dados e as informações disponíveis (DORNELAS, 2012).

4.4.3 Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas

Os dados das questões 10 a 14 constam as três características da terceira variável de tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas, são elas: toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir), procura minimizar os riscos, tolerância às incertezas e falta de estrutura, tolerância ao estresse e conflitos, e hábil em resolver problemas e integrar soluções. Foram observados resultados variados e bem próximos, como mostra o gráfico 12 a seguir.

GRÁFICO 12 - Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

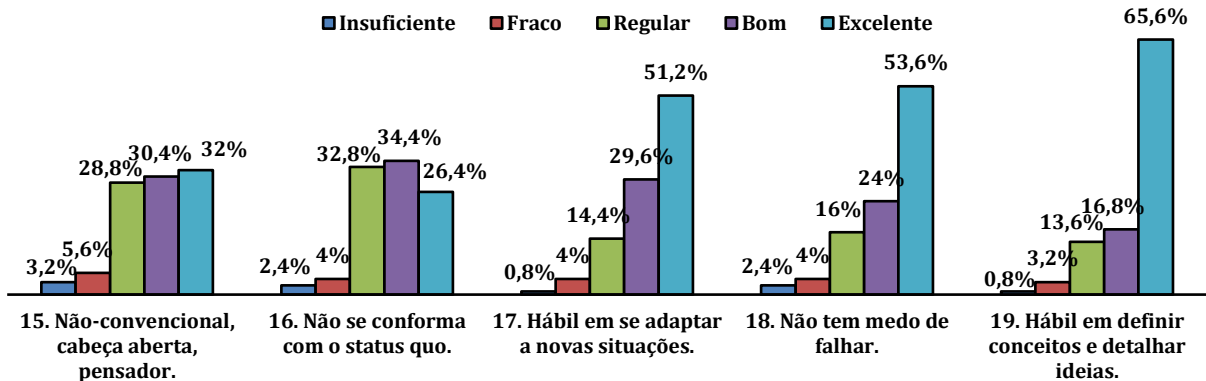
Nesta análise, foi possível verificar que no conjunto dessa variável, apresentou-se uma maior predominância entre as respostas pelas empreendedoras da característica hábil em resolver problemas e integrar soluções, como mostra na escala 5 com 54,4%, revelando que as participantes desempenham com excelência suas atividades, diante dos problemas apresentando habilidade de contorná-los e conseguem se sobressair com ideias ao integrar soluções em suas ações, seja de forma interna ou externa do negócio. Do mesmo modo, Dornelas (2018), ressalta que saber tomar decisões é uma característica chave para o sucesso do empreendedor, e quem a possui não se sente inseguro, tomam decisões corretas em momentos difíceis e implementam suas ações.

A característica tomar riscos calculados foi apontada como sendo boa, entre as respondentes, ficando numa escala 4 com 39,2%, ou seja, elas analisam tudo antes de agir, calculando os riscos para obter melhores resultados. Assumir riscos calculados é uma das características mais conhecida do empreendedor, haja vista que, os riscos são desafios que servem de estímulos, assim, saber gerenciar os riscos e avaliar as chances presentes, servem para aumentar a jornada de sucesso (DORNELAS, 2018). As empreendedoras também apresentam tolerância às incertezas e a falta de estrutura, como uma característica regular, logo em seguida, as escalas mais baixas das demais ficaram nas avaliações das características correspondentes a tolerância ao estresse e conflitos, e procura minimizar os riscos.

Em virtude dos dados que remetem a variável de tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas é possível destacar que, embora as empreendedoras mostrarem possuir um perfil com excelência em resolver problemas, criar soluções e ainda ter boa performance em avaliar os riscos dos negócios, como é observado no gráfico 12, os resultados confirmam também que elas possuem dificuldades em conter-se e serem compreensivas diante das situações de estresse e conflitos, que somado a isso, não buscam reduzir possíveis riscos, o que pode influenciar de forma negativa no sucesso do empreendimento.

4.4.4 Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação

Nas questões de 15 a 19 foram exploradas as três características da quarta variável de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação: não-convencional, cabeça aberta, pensador, não se conforma com status quo, hábil em se adaptar a novas situações, não tem medo de falhar e hábil em definir conceitos e detalhar ideias. Os dados coletados são mostrados no gráfico 13, abaixo.

GRÁFICO 13 - Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Em relação a variável de criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação, a análise permitiu observar que a característica mais presente nas empreendedoras com escala mais alta de excelente, chegando a 65,6% das respostas, refere-se à habilidade em definir conceitos e detalhar ideias, característica que para um empreendedor faz toda a diferença, tendo em vista que boas ideias quando aplicadas com um planejamento bem definido trazem bons resultados para o negócio. Os empreendedores curiosos, conseguem ter ideias criativas e essa criatividade permite enxergar novas oportunidades (DORNELAS, 2018).

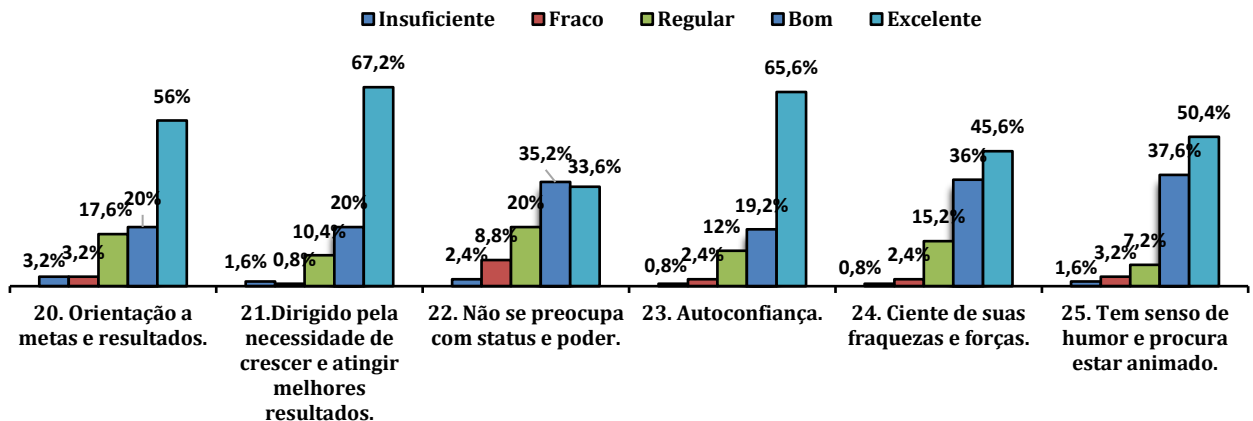
Logo, 34,4% das respondentes afirmaram serem boas em não aceitar o estado das coisas em algumas ocasiões, fato que comprova que procuram inovar, ser autoconfiante para se aperfeiçoar no mercado e não aceitarem as condições oferecidas. Sob o mesmo ponto de vista Jonathan (2005), aponta as características que definem uma mulher empreendedora como: a autoconfiança, serem destemidas, amar o que fazem e a identificação com o negócio. Com escala regular, elas apresentam características de mulheres não-convencionais, também cabeça aberta, mas pensam em tudo, o que não permite ser algo ruim ou negativo, pois estão mais abertas às novas ideias e se destacam com desenvoltura em definir opiniões.

Quanto à escala com menores percentuais, elas não demonstram agilidade em se adaptar às novas situações, por medo de falhar, o que leva a pensar que não se sentem seguras diante de possíveis riscos em suas negociações, fator que pode afetar nos resultados do empreendimento, já que o sucesso de um negócio é fruto de suas escolhas.

4.4.5 Motivação e superação

No gráfico 14 são observadas as informações das questões de 20 a 25 que constam as três características da quinta variável de motivação e superação: orientação a metas e resultados, dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados, não se preocupa com status e poder, autoconfiança, ciente de suas fraquezas e forças, e tem senso de humor e procura estar animado.

GRÁFICO 14 - Motivação e superação



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme os dados do gráfico 15, evidenciou-se que na categoria da variável motivação e superação, a característica é dirigida pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados com 67,2% das respostas, atingiu o maior resultado com escalas referentes a excelente, ou seja, as empreendedoras são direcionadas a alcançarem melhores resultados, apesar de terem necessidade enquanto empreendedoras de crescer em seu negócio. Dornelas (2018), explica que para um empreendedor crescer em seus resultados precisa ter a característica do otimismo e amor pelo seu trabalho, pois o amor é essencial para a autodeterminação, o otimismo os leva ao sucesso no ambiente de trabalho ao invés do fracasso. O autor cita também que a competência de ter visão e enxergar a oportunidade aprimora-se com o tempo.

Além disso, a análise indica que 37,6 % das empreendedoras são boas quando se trata de ter senso de humor e procuram estar animadas, ainda estão cientes e orientadas às metas e resultados. Essas características estão ligadas a motivação do empreendedor segundo Robbins (2005, p. 132), onde explica que motivação é “o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de uma determinada meta”. Lidar com diferentes situações está relacionado com a capacidade de qualquer empreendedor, por isso é importante o entusiasmo para vencer os obstáculos com senso de humor e autoconfiança para alcançar as metas estabelecidas e chegar aos resultados desejados. Dornelas (2018), enfatiza que ser determinado e dinâmico é uma característica que envolve comprometimento em suas ações e principalmente saber superar obstáculos, só assim para ser dinâmico a ponto de cultivar certo inconformismo na sua rotina de trabalho.

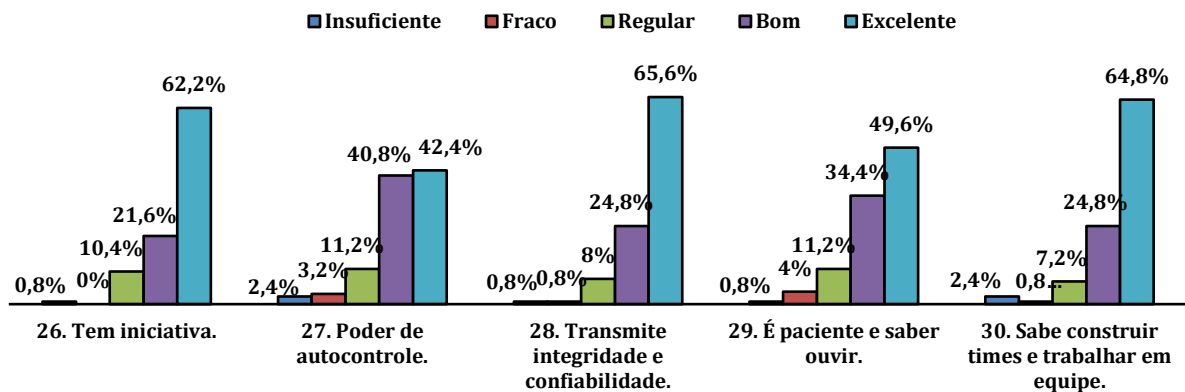
De forma geral, os menores percentuais que constam pouca motivação e superação foram as características de se preocuparem com status e poder, também não se sentem confiantes e se definem como não estarem cientes de suas forças e fraqueza, o que não é um aspecto positivo para o crescimento do empreendedor no negócio, já que está em constantes mudanças. Entretanto, pode-se dizer que elas se avaliam como excelentes e boas no que remete a motivação e superação, apresentando as características de serem orientadas pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados, além de apresentarem a capacidade de lidar com situações desafiadoras, buscando sempre traçar estratégias inovadoras de forma que possibilite a permanência no mercado, já que está cada vez mais competitivo.

4.4.6 Liderança

Já no gráfico 15, foram abordados os dados que demonstram os percentuais das questões de 26 a 30 que constam as três características da sexta e última variável de liderança: tem

iniciativa, poder de autocontrole, transmite integridade e confiabilidade, é paciente e saber ouvir, saber construir times e trabalhar em equipe.

GRÁFICO 15 - Liderança



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Nas últimas perguntas a respeito da variável de liderança, os dados revelaram que as empreendedoras do município de Emas-PB transmitem integridade e confiabilidade para quem está ao seu redor com 65,6% do resultado, característica que apresentou maior escala de excelente, já 40,8% aponta que elas se julgam boas em possuir poder de autocontrole. Dessa maneira, constata-se que as empreendedoras possuem qualidades essenciais para liderar, assim como conduzir equipes e chegar ao sucesso almejado. A liderança é vista como um enfrentamento às mudanças do ambiente interno e externo, conduzindo a direções e ao desenvolvimento de uma visão futurística (ROBBINS, 2005). Para Dornelas (2018), os empreendedores de sucesso são líderes e formadores de equipes, possuem liderança respeitada, são adorados, recrutam as melhores equipes, valorizam e sabem estimular os funcionários.

Por outro lado, os dados mostraram escalas menores de regular, insuficiente e fraco em algumas características, indicando que elas precisam desenvolver melhor essas características para equilibrar mais sua liderança, tais como: ter iniciativa, ser paciente e saber ouvir, saber construir times e trabalhar em equipe. Essas qualidades são importantes para um empreendedor ser um líder de sucesso, haja vista que, quando ele tem iniciativa, paciência e está aberto ao diálogo consegue desenvolver boas equipes, deste modo, o crescimento do negócio tem mais probabilidade de ser bem sucedido.

As empreendedoras estudadas consideram-se líderes voltadas a transmitir integridade e confiabilidade no ambiente de trabalho. Portanto, um verdadeiro líder tem o poder de expressar integridade e confiança mesmo diante dos desafios, por isso são adorados, valorizados e seguidos por sua equipe, representando um processo de solidariedade entre as partes, esse equilíbrio gera produtividade e traz melhores resultados para o sucesso do negócio, já que a “liderança é a habilidade de influenciar pessoas para trabalharem entusiasticamente visando atingir objetivos identificados como sendo para o bem comum” (HUNTER, 2004, p. 25). Sendo assim, Lacombe (2005) assegura que a liderança defende a característica da vontade coletiva, caso contrário, os líderes não são capazes de direcionar suas equipes à ação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi analisar o perfil empreendedor das mulheres que possuem negócios informais na cidade de Emas-PB. Para tanto, buscou-se identificar a motivação pela qual ingressaram no comércio informal e as estratégias utilizadas no enfrentamento à crise. O perfil das mulheres empreendedoras foi traçado a partir da classificação das características

empreendedoras propostas por Dornelas (2018). Os resultados mostram que foi possível traçar o perfil das empreendedoras estudadas, através da pesquisa realizada, alcançando os objetivos propostos do estudo.

O empreendedorismo feminino é uma conquista recente que vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, transformando a história de muitas mulheres. Apesar das lutas para alcançar a independência e o reconhecimento, ainda existem muitas desigualdades, mesmo assim, elas estão cada vez mais conquistando seu espaço no mercado empreendedor. Grande parte das mulheres empreendedoras enfrentam muitos obstáculos para iniciar e gerir seu negócio, além de tentarem conciliar a jornada dupla de trabalho e família, buscando desenvolver sua capacidade empreendedora para se manterem no mercado, agregando valor com o papel que exercem e principalmente contribuindo com o desenvolvimento da economia local e do país, como é o caso das empreendedoras de Emas-PB.

Assim, os resultados revelaram que ao analisar as características das empreendedoras informais do município, foi constatado que a maioria delas são mulheres experientes, com idade de 36 a 50 anos, casadas, possuem filhos, com o nível médio completo de escolaridade, estão atuando como empreendedoras a mais de 4 anos no mercado e se destacam principalmente em atividades relacionadas ao segmento de beleza, ou seja, serviços de estética, cosméticos e cuidados pessoais em geral.

Verificou-se também que, as empreendedoras ingressaram na atividade informal motivadas pela falta de emprego, por se tratar de um município de porte pequeno, onde o mesmo não dispõe de muitos meios para geração de emprego, embora uma pequena parcela tenha conseguido abrir seu negócio por oportunidade, diante das poucas opções de produtos e serviços no comércio local. Outro ponto que o estudo permitiu destacar, foi que uma parte significativa dessas mulheres não querem formalizar seus empreendimentos por acreditarem que não há vantagens na formalização, permanecendo na informalidade. Além disso, observou-se as estratégias que as empreendedoras utilizaram para enfrentamento da crise da Covid-19, onde evidenciou uma predominância do uso das mídias digitais, ainda apostaram na estratégia de inovação em produtos e serviços, no uso de serviço de delivery e pouco se mostraram querer mudar de segmento, caracterizando-se assim as estratégias mais utilizadas pelas donas de negócios no período de pandemia.

Diante dos resultados alcançados a partir do teste do perfil elaborado por Dornelas (2018), conclui-se que todas as mulheres estudadas de Emas-PB, podem ser consideradas empreendedoras, pois apresentam um perfil obtido por meio das características atribuídas a elas, que coincidem com as características empreendedoras que determinam o perfil traçado pelo autor. Dessa forma, as principais características que as empreendedoras possuem de acordo com suas respectivas variáveis são: procuram ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes (comprometimento e determinação); possui imersão total nas atividades que desenvolvem (obsessão pelas oportunidades); são dirigidas pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados (tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas); transmitem integridade e confiabilidade (criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação); tem habilidade em definir conceitos e detalhar ideias (motivação e superação); e hábil em resolver problemas e integrar soluções (liderança). Essas características se sobressaem em relação às outras, apresentando os maiores resultados.

Entretanto, a pesquisa mostrou que as mulheres estudadas possuem características empreendedoras, como consta no teste. Porém, elas também possuem algumas características que não estão muito bem desenvolvidas, ou seja, não são tão predominantes em relação as outras como: tenacidade e obstinação; criar valor e satisfação aos clientes; procurar minimizar os riscos; hábil em adaptar a novas situações; autoconfiança, cientes de suas fraquezas e forças; e sobretudo saber construir times e trabalhar em equipe. Logo, é importante que haja um melhor desenvolvimento dessas características, pois são necessárias para um maior crescimento do

negócio. Apesar disso, os dados demonstraram que as empreendedoras possuem capacidade de conduzir seus negócios de forma competitiva, apresentando características empreendedoras que contribuem para o sucesso dos negócios.

Em relação às limitações da pesquisa, é importante pontuar que os resultados não podem ser generalizados, visto que se optou por uma amostragem não probabilística e por ser considerada pequena, devido se tratar de um município de pequeno porte.

Portanto, a partir dos resultados alcançados, espera-se que a presente pesquisa possa contribuir com essa área, pois pouco se tem explorado sobre o empreendedorismo feminino no município estudado. Deste modo, os achados da pesquisa podem contribuir para uma maior compreensão acerca das características que definem o perfil das mulheres empreendedoras da região, além de servir como base para aprofundar o conhecimento diante do cenário do empreendedorismo feminino, sobre a perspectiva da informalidade no município, já que seu crescimento é expressivo, por razões da escassez de trabalhos formais. Sendo assim, o estudo pode contribuir para incentivar o desenvolvimento de novas estratégias para fomentar os negócios da região, bem como da necessidade de políticas públicas mais assertivas na área do empreendedorismo, especialmente o feminino, visto que é uma forma de inserir as mulheres no mercado de trabalho.

Finalmente, recomenda-se a realização de uma pesquisa mais abrangente, possibilitando mapear um maior número de empreendimentos femininos em outras regiões, para que haja um maior aprofundamento do perfil das empreendedoras do país, sem se limitar somente a uma cidade, obtendo ainda um comparativo entre os diversos perfis das empreendedoras brasileiras. Sugere-se também que a partir da realização deste estudo, possa ser desenvolvido novos estudos com essa temática, buscando conhecer de forma mais profunda o processo empreendedor dessas mulheres, a fim de enfatizar cada vez mais o protagonismo feminino nesse campo.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, Graziela D.; FERREIRA, Juliane B.; SERAFIM, Maurício C.

Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. Revista de Ciências da Administração, v. 16, n. 40, 2014.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino:** Razão do Empreendimento. São Paulo: 2011. Disponível em:

<http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149>.pdf. Acesso em: 30 jul. 2021.

AGENCIA SEBRAE. **Mulheres adotam mais inovações em suas empresas durante a pandemia.** Disponível em: <<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-do-sebrae-mostra-que-mulheres-adotaram-mais-inovacoes-em-suas-empresas-durante-a-pandemia,b25d469b3c0c4710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 31 jan. 2022.

ARBACHE, Jorge Saba. 3. **Informalidade, Encargos Trabalhistas e Previdência Social.** Base de Financiamento da Previdência Social: Alternativas e Perspectivas, p. 89, 2003.

BORGES; SANTOS; PEREIRA. **A mulher no mercado de trabalho.** Maranhão, 2005.

Disponível em:

<http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIII/html/Trabalhos2/waleska_Rosangela_Danielle321.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2021.

BOSZCZOWSKI, Anna Karina. **O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor:** em busca de oportunidades de novos negócios como solução para problemas sociais e ambientais. *Revista Economia & Gestão* – v. 12, n. 29, maio. /ago. 2012.

BRUHH, Candida G, Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future Direction. **Entrepreneurship theory and practice.** [S.l], v. 16, n. 4, p. 5-30, 1992. Disponível em: <https://cemi.com.au/sites/all/publications/Bruh%201992.pdf>. Acesso em: 04 ago. 2021.

BULLOUGH, A., GUELICH, U., MANOLOVA, T. S., & SCHJOEDT, L. Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. **Small Business Economics**, v. 58, n. 2, p. 985-996, 2022.

CAMARGO, J. M. C. **Desemprego, informalidade e rotatividade:** reformas que fazem a diferença. In: GIAMBIAGI, F.; BARROS, O. (Org.). *Brasil Pós crise: agenda para a próxima década.* Campus, 2009.

CARVALHO, G. **Microcrédito e Empreendedorismo feminino em Recife:** uma alternativa para a superação das desigualdades no mundo do trabalho. *NORUS Vol. 01 n° 01* janeiro-junho/2013.

CARVALHO, I. M. M., & Almeida, P. H. (2003). **Família e proteção social.** São Paulo em Perspectiva, 17(2). Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392003000200012](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392003000200012 & script=sci_arttext) & script=sci_arttext. 10.1590/S0102-88392003000200012>. Acesso em: 04 ago. 2021.

CAVALCANTE, Josilane Santos. **Empreendedorismo feminino:** um estudo sobre o perfil das mulheres empreendedoras informais no município de Solânea-PB. *Bananeiras*, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/15410/1/JSC28082019.pdf>>. Acesso em: 04 ago. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. - **Empreendedorismo:** Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 4ª Edição. Barueri, SP: Manole, 2012.

DIAS, D. de SILVA, M.F. da. **Como escrever uma monografia:** manual de elaboração com exercícios. São Paulo: Atlas, 2010.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luíza.** 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo:** como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. xii, 166 p.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 7a ed. São Paulo: Empreende, 2018.

FRANCO, M. M. S. **Empreendedorismo Feminino**: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. In: Encontro De Estudos Em Empreendedorismo E Gestão Em Pequenas Empresas, VIII. Goiânia, 2014. Anais... Goiânia: EGEPE, 2014.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de Um Campo de Pesquisa. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

GIL, Antônio C. **Método e técnicas em pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Gil, Antônio Carlos, 1946. **Como elaborar projetos de pesquisa** / Antônio Carlos Gil. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil** – Relatório Executivo (2016). Curitiba: IBQP, 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório executivo - 2016. Curitiba: IBQP, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: 2019. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020. 200 p.: il.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil. Relatório Global, 2020/2021**. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691> >. Acesso em: 25 jul. 2021.

HUNTER, J. C. **O monge e o executivo**: uma história sobre a essência da liderança. Trad. de Maria da Conceição Fornos de Magalhães. Rio de Janeiro: Sextante; 2004.

LACOMBE, Francisco. Recursos humanos: Princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/emas/panorama>. Acesso em: 22 jul. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA -. IBGE. **pesquisa nacional por amostragem de domicílio – Pnad**. Disponível em:<<https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=penad+continua>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA - RME. **Empreendedoras e seus negócios 2020**: Recorte dos impactos da pandemia. Disponível em:<https://www.planocde.com.br/site2018/wp-content/uploads/2021/03/1606148439EMPREENDEDORAS_E_SEUS_NEGCIOS_2020__R_ECORTE_DOS_IMPACTOS_DA_PANDEMIA.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2021.

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

KREIN, J. D.; OLIVEIRA, R. V.; FILGUEIRAS, V. A. **Reforma trabalhista no Brasil: promessas e realidade**. 1ª Ed. Campinas, SP: Curt Nimuendajú, 2019. 222 p

MACHADO, H. P. V.; Barros, G. V. de & Palhano, D. Y. M. (2003). “**Conhecendo a Empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento**”. In: Anais do EGEPE- Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3. 2003, Brasília.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6ª ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

MAN, T. W.; LAU, T.; CHAN, K. F. **The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies**. Journal of business venturing, v. 17, n. 2, p. 123-142, 2002.

MAN, T. W. Y.; LAU, T. **The context of entrepreneurship in Hong Kong: An investigation through the patterns of entrepreneurial competencies in contrasting industrial environments**. China: Journal of Small Business and Enterprise Development, ABI/INFORM Research, 2005.

MCCLELLAND, David C. **The achieving society**. New York: The Free Press, 1961.

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

MINUZZI, C. D. O.; VARGAS, K. S. FIALHO, C. B. Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.1,2016.

MELO, Hildete Pereira de. TELES, Jorge Luiz. **Serviços e Informalidade: o comércio ambulante no Rio de Janeiro**. 2000. ênfase.

MORENO, E. M. **Empreendedorismo Feminino: perfil, características e motivações das empreendedoras do município de São Luiz – Maranhão**. 2020. Disponível em: <<https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/4547/1/EVELYN-MORENO.pdf>>. Acesso em: 06 mar. 2022.

OLIVEIRA FILHO, João Bento de. **Empreendedorismo**. Florianópolis: UFSC, 2010.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO – OIT. **Temas covid**. Disponível em: <<https://www.ilo.org/brasil/temas/covid-19/lang--pt/index.htm>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

PÉREZ-PÉREZ, C.; AVILÉS-HERNÁNDEZ, M. **Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements**. Suma de Negócios, v. 7, n. 15, p.25-31, jan. 2016.

PRODANOV, C. C. FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <[http://www.foevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-blad153813c1538/E-book Metodologia do Trabalho Cientifico.pdf](http://www.foevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-blad153813c1538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf)>. Acesso em: 14 dez 2022.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. Trad. Reynaldo Marcondes. 11 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SARKAR, S. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual**. Brasília, 2017.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino como tendência de negócios**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2021.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino**: Como a pandemia impactou os negócios liderados por mulheres. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/como-a-pandemia-impactou-os-negocios-liderados-por-mulheres,bd514f9e53bd7710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 31 jul. 2021.

SEBRAE. **Relatório especial**: Empreendedorismo no Brasil. 2019. 28 p. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2021.

SEBRAE. **Relatório especial**: Estudo sobre o empreendedorismo informal no Brasil. 2019. Disponível em: <<https://empreender360.org.br/wp-content/uploads/2020/06/.Empreendedorismo-Formal-x-Informal-2018-v8.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2021.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**: fevereiro de 2021. Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/wp-content/uploads/Empreendedorismo-Feminino-ate-III-trim_2020.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2022.

TARGINO, I; VASCONCELOS, S. A. E. **INFORMALIDADE NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO**: 1993-2013. Revista da ABET, v. 14, n. 1, janeiro a junho de 2015.

THEODORO, Mário. **As características do mercado de trabalho e as origens do informal no Brasil**: Questão social e políticas sociais no Brasil contemporâneo. Brasília: IPEA, p. 91-126, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

VERGARA, S. C. **Projeto e relatório de pesquisa em administração**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

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

APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS – QUESTIONÁRIO



EMPREENDEADORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE O PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS INFORMAIS DA CIDADE DE EMAS-PB

Prezada empreendedora!

Antes de começar, gostaria de agradecer o interesse em contribuir com esta pesquisa.

Me chamo Edriana, graduanda do curso de Bacharelado em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), e lhe convido para participar desta pesquisa para elaboração do meu Trabalho de Conclusão de Curso. Esta pesquisa é sobre empreendedorismo feminino, cujo objetivo é analisar o perfil empreendedor das mulheres que possuem negócios informais na cidade de Emas-PB, sob orientação da Professora Mestra Angélica Catarine da Mota.

As respostas servirão apenas para fins acadêmicos, sendo mantida a confidencialidade do respondente. Sua participação é voluntária, assim, você pode desistir a qualquer momento.

Termo de consentimento e livre esclarecido (TCLE)

Ao aceitar participar desta pesquisa, você confirma que está participando de forma voluntária, que é maior de 18 anos e está ciente que pode optar por desistir a qualquer momento por qualquer razão.

Você aceita participar desta pesquisa?

Sim, aceito participar.

Não, não aceito participar.

QUESTIONÁRIO

A partir desta seção, será possível responder as perguntas que identificaram o perfil das empreendedoras informais do município de Emas-PB

Características sociodemográficas

Em qual faixa etária você está?

- Menor que 18 anos
 18 a 25 anos
 26 a 35 anos
 36 a 50 anos
 Acima de 51 anos

Qual o seu estado civil?

- Solteira
 Casada
 União Estável
 Divorciada
 Viúva

Tem filhos?

- Não
 1 a 2 filhos
 3 a 4 filhos

Grau de instrução?

- Não frequentou a escola
 Ensino fundamental completo
 Ensino Fundamental Incompleto
 Ensino Médio Completo
 Ensino Médio Incompleto

Há quanto tempo você atua como empreendedora?

- Menos de 1 ano
 Entre 1 e 2 anos
 Entre 2 e 3 anos
 4 ou mais anos

Qual o segmento de atuação do seu negócio?

- Alimentação e Bebidas (bar, confeitaria, restaurante, lanchonetes, entre outros)
 Artesanato
 Beleza (estética, cosméticos e cuidados pessoais em geral)
 Costura em geral

- Ensino Superior Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Pós – Graduada

- Promoção de eventos (aluguel e decoração)
- Vestuário (moda em geral)

Motivações para ingressar no comércio informal

Qual a principal motivação para o seu ingresso na atividade informal?

- Oportunidade
- Necessidade
- Influência da família
- Falta de emprego
- Autorrealização
- Inovação
- Outros _____

Quais os motivos de não ter formalizado seu empreendimento?

- Falta de conhecimento
- Falta de apoio técnico
- Falta de oportunidade
- Não quis formalizar
- Outros _____

Estratégias utilizadas para enfrentamento da crise

Quais das estratégias abaixo você utilizou para o enfrentamento à crise da Covid-19?

- Pode escolher mais de uma alternativa.
- Inovação em produtos ou serviços
- Uso das mídias digitais
- Serviço de delivery
- Mudança de segmento
- Outros _____

Teste para avaliação do perfil empreendedor

Autoavaliação do perfil empreendedor. Teste, baseado em Dornelas (2018).

Nesta seção, será necessário que você se autoavalie, quanto as suas características comportamentais empreendedoras.

ATRIBUA UMA NOTA DE 1 A 5 PARA CADA UMA DAS VARIÁVEIS A SEGUIR, NO QUE DIZ RESPEITO A SUAS CARACTERÍSTICAS.	Nº DE RESPOSTAS (%)				
	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente
	5	4	3	2	1
CARACTERÍSTICAS					
Comprometimento e determinação					
1. Proatividade na tomada de decisão					
2. Tenacidade, obstinação					
3. Disciplina, dedicação					
4. Persistência em resolver problemas					
5. Disposição ao sacrifício para atingir metas					

6. Imersão total nas atividades que desenvolve					
Obsessão pelas oportunidades					
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes.					
8. É dirigido pelo mercado (Market driven).					
9. Obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes.					
13. Tolerância ao estresse e conflitos.					
14. Hábil em resolver problemas e integrar soluções.					
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação					
15. Não-convencional, cabeça aberta, pensador.					
16. Não se conforma com o status quo.					
17. Hábil em se adaptar a novas situações.					
18. Não tem medo de falhar.					
19. Hábil em definir conceitos e detalhar ideias.					
Motivação e superação					
20. Orientação a metas e resultados.					
21. Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados.					
22. Não se preocupa com status e poder.					
23. Autoconfiança.					
24. Ciente de suas fraquezas e forças.					
25. Tem senso de humor e procura estar animado.					
Liderança					
26. Tem iniciativa.					
27. Poder de autocontrole.					
28. Transmite integridade e confiabilidade.					
29. É paciente e saber ouvir.					
30. Sabe construir times e trabalhar em equipe.					

Fonte: Adaptado de Dornelas (2018, p. 41).