

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DA UFRGS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Ana Paula Silva de Oliveira**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo sobre o perfil das  
mulheres empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul**

**PORTO ALEGRE  
2022**

**Ana Paula Silva de Oliveira**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo sobre o perfil das mulheres  
empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul**

Trabalho de Conclusão de curso de graduação, apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Fernanda Maciel Reichert

PORTO ALEGRE

2022

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, por me permitir concluir este que era um dos meus maiores sonhos, me formar em uma das melhores universidades federais do Brasil. Agradeço a minha família que sempre me apoiou e incentivou a nunca desistir, agradeço também a compreensão nos momentos de ausência . Aos colegas pelos momentos de troca de conhecimento e auxílio. Aos professores pelos ensinamentos que foram de extrema importância em toda minha trajetória como universitária. À minha orientadora pela disponibilidade de sempre me ajudar a dirimir todas as dúvidas e me conduzir as melhores escolhas na construção desse estudo, a todas as mulheres empreendedoras que gentilmente se disponibilizaram a participar dessa pesquisa enriquecendo-a com relatos e anseios da vida real de uma mulher à frente do seu negócio e, por fim a mim mesma por confiar na minha capacidade de acreditar que eu posso conquistar todos os meus objetivos com responsabilidade e persistência.

## RESUMO

O empreendedorismo feminino vem ganhando destaque no mercado de trabalho e desempenha papel significativo na geração de emprego e renda, contribuindo para o desenvolvimento social e econômico do país, “mas as mulheres ainda enfrentam muitos desafios e precisam reconhecer sua capacidade de empreender para expandir seus negócios , quebrando paradigmas” ( SEBRAE,2019). Nesse sentido o presente estudo tem como objetivo identificar o perfil e motivos que levaram mulheres do litoral norte do Rio Grande do Sul a empreender. Para isso foram entrevistadas 10 empreendedoras por meio de roteiros de entrevistas, posteriormente os dados foram agrupados, analisados e comparados com outros estudos que abordam a mesma temática. Através da análise dos resultados foi possível traçar um perfil dessas empreendedoras, são mulheres jovens, casadas e sem filhos. Sobre as características empreendedoras são mulheres focadas, ambiciosas, visionárias, persistentes, organizadas, líderes, simpáticas, determinadas, proativas, dotadas de autocontrole emocional. No geral a maioria delas consegue conciliar as atividades da empresa com outras atividades do dia a dia, mas, ainda encontram dificuldades na gestão financeira e de clientes. Sobre as motivações que levaram essas mulheres a empreender a alternativa a um plano de carreira e a realização pessoal ficaram em evidência.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino, perfil empreendedor, motivação empreendedora

## **ABSTRACT**

Female entrepreneurship has been gaining prominence in the labor market and plays a significant role in generating employment and income, contributing to the social and economic development of the country, “but women still face many challenges and need to recognize their ability to undertake to expand their businesses. , breaking paradigms” ( SEBRAE,2019). In this sense, the present study aims to identify the profile of women entrepreneurs on the north coast of Rio Grande do Sul, in addition to investigating the motivations that led these women to undertake. For this, 10 entrepreneurs were heard through the application of two questionnaires, later the data were grouped, analyzed and compared with other studies that address the same theme. Through the analysis of the results it was possible to draw a profile of these entrepreneurs, they are young women, married, without children. On the entrepreneurial characteristics are women focused, ambitious, visionary, persistent, organized, leaders, friendly, determined, proactive, endowed with emotional self-control. In general, most of them manage to reconcile the company's activities with other day-to-day activities, but they still face difficulties in financial and customer management. On the motivations that led these women to undertake the alternative to a career plan and personal fulfillment were in evidence.

**Keywords:** Female entrepreneurship, entrepreneurial profile, entrepreneurial motivation

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 01: Perfil sociodemográfico de mulheres empreendedoras conforme estudo .....</b>	<b>20</b>
<b>Quadro 02: Perfil do empreendimento, Perfil empreendedor e desafios das mulheres empreendedoras conforme estudo.....</b>	<b>20</b>
<b>Quadro 03: A origem da motivação sob sete perspectivas diferentes.....</b>	<b>21</b>
<b>Quadro 04: estudo sobre motivações para o empreendedorismo feminino .....</b>	<b>24</b>
<b>Quadro 05: Perfil sociodemográfico das entrevistadas.....</b>	<b>28</b>
<b>Quadro 06: Perfil dos empreendimentos das entrevistadas .....</b>	<b>30</b>
<b>Quadro 07: Vantagens e desvantagens de se ter o próprio negócio.....</b>	<b>37</b>
<b>Quadro 08: Perspectivas futuras em relação ao negócio .....</b>	<b>38</b>
<b>Quadro 09: O perfil das empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul conforme categorias de análise.....</b>	<b>40</b>

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
1.1. OBJETIVOS .....	10
<b>1.1.1. Objetivo Geral .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1.2. Objetivos Específicos .....</b>	<b>10</b>
1.2. JUSTIFICATIVA .....	11
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>12</b>
2.1. EMPREENDEDORISMO.....	12
2.2. EMPREENDEDORISMO NO RIO GRANDE DO SUL.....	13
2.3. EMPREENDEDORISMO FEMININO .....	15
2.4. PERFIL EMPREENDEDOR.....	17
2.5. PERFIL E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO .....	18
2.6. SOBRE MOTIVAÇÃO .....	21
2.7. RAZÕES PARA O EMPREENDEDORISMO FEMININO .....	22
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>25</b>
3.1. LEVANTAMENTO DE DADOS.....	25
3.2. OBJETO DE ESTUDO .....	25
3.3. COLETA DE DADOS .....	26
3.4. TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS .....	26
<b>4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>28</b>
4.1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO .....	28
4.2. PERFIL DO EMPREENDIMENTO.....	29
4.3. CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS .....	32
4.4. MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER.....	35
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>44</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>48</b>
APÊNDICE 1- Questionário 1 .....	48
APÊNDICE 2- Questionário 2 .....	50

## 1. INTRODUÇÃO

As mulheres vêm conquistando cada vez mais postos no mercado de trabalho que outrora eram considerados cargos estritamente masculinos, desmistificando aquela velha conotação de “sexo frágil” atribuído ao gênero feminino ao longo da história. Mais do que conquistar seu espaço ocupando vagas nas empresas e competindo por remunerações mais justas, muitas mulheres almejam ir além, querem ser donas do seu próprio negócio. O presente estudo tem como objetivo analisar o perfil das mulheres empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul, destacando aspectos socioeconômicos e relatando as razões que levaram essas mulheres a empreender.

Conforme relatório do Monitoramento Global do Empreendedorismo GEM (2019), em relação aos negócios em fase de iniciação no Brasil as mulheres estão praticamente empatadas com o sexo masculino a uma taxa de 23,1% e 23,5% respectivamente. No quesito negócios estabelecidos a diferença percentual é maior 13,9% e 18,4%, essa assimetria pode ser explicada por inúmeros fatores como o histórico do empreendedorismo no Brasil que sempre teve homens em sua maioria à frente dos negócios, o fato de que muitas mulheres começam a empreender para complementar a renda familiar posteriormente quando já se encontram em uma situação financeira mais confortável elas abandonam as atividades e, por último e não menos importante a sobrecarga da dupla jornada, já que além dos compromissos da empresa a mulher é responsável pela maioria dos afazeres domésticos.

O empreendedorismo feminino é um tema relativamente novo em discussão na literatura atual, e, a maioria dos materiais publicados tratam do tema sob uma ótica mais generalizada, ou seja, a temática do empreendedorismo é abordada genericamente, ignorando o fato de que existem diferenças comportamentais entre homens e mulheres a frente da gestão do negócio como retrata um estudo de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), o qual apontou que a maioria das mulheres empreendedoras acompanhadas pela pesquisa, relataram que consideram os homens mais objetivos na forma como tomam decisões e se relacionam com todos da sua equipe, enquanto elas tendem a ser mais detalhistas e criativas para compensar a falta de preparo devido ao desempenho de múltiplos papéis executados por elas, como dividir a disponibilidade do seu tempo entre empresa, marido e filhos por exemplo.



Segundo Chiavenato (2021, p.1) “Empreendedorismo é o processo pelo qual indivíduos com ideias inovadoras perseguem oportunidades mesmo sem ter a totalidade dos recursos de que necessitam para aproveitá-las”. Já Oliveira (2014, p. 3) define “o termo empreendedorismo como um processo evolutivo e inovador das capacidades, habilidades e atitudes profissionais direcionadas à alavancagem dos resultados dos empreendimentos e à consolidação de novos projetos estrategicamente relevantes”. Essa definição coloca como foco na discussão o empreendedor em si, ou seja, suas características e o seu comportamento é que definem o sucesso do empreendimento.

De acordo com Salim e Silva (2010) algumas características definem o comportamento empreendedor, essas aptidões não são necessariamente inatas e podem ser praticadas por qualquer pessoa que almeje ser um empreendedor bem sucedido. São elas: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, aceitação de riscos (calculados), exigência de eficácia, eficiência e qualidade, comprometimento com o trabalho, trabalho baseado em metas, busca de informações contínuas, monitoramento e planejamento sistemático, formação de rede de contatos, persuasão, independência e autoconfiança. Ainda segundo os autores, esse perfil empreendedor não é compartilhado por todos os empreendedores, já que podem existir padrões comportamentais que variam de um indivíduo para o outro, portanto, a presente pesquisa se fundamenta nessa premissa ao analisar o perfil de algumas empreendedoras gaúchas do litoral norte do Rio Grande do Sul.

Okafor e Amalu (2010, p. 67) definem: “A motivação é o conjunto de forças que iniciam o comportamento e determinam sua forma, direção, intensidade e duração”. Assim sendo, ela determina as razões de determinada ação. É importante entender os motivos que conduzem as mulheres a escolha do empreendedorismo já que eles não podem ser medidos, mas sim observados através do comportamento, comportamento esse que varia de indivíduo para indivíduo, conforme a sua realidade e as características do meio onde ele vive.

Ser mulher em uma sociedade que em pleno século XXI ainda apresenta traços de machismo e o preconceito de gênero em diversas esferas sociais têm sido um grande desafio, não só para as empreendedoras dos estudos de caso aqui apresentados, mas, para toda a classe feminina que se sinta representada por essas mulheres. Não se pretende nesse estudo colocar o empreendedorismo como única solução para as reivindicações por igualdade social e de gênero e sim apresentá-lo como uma alternativa para uma sociedade mais justa para as mulheres, já que segundo uma pesquisa do

Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2019, p. 15), “ o empreendedorismo é uma importante ferramenta de transformação profissional, econômica, social e pessoal na vida das mulheres” .

O tema em questão é significativamente relevante e carece de estudos mais aprofundados para que contribua com a ressignificação do papel da mulher diante da sociedade, nesse sentido optou-se por analisar o perfil de 10 (dez) empreendedoras do litoral Norte do Rio Grande do Sul, evidenciando também qual suas motivações para empreender. A pesquisa é de natureza qualitativa e para responder as questões aqui propostas utilizou-se da metodologia para a coleta de dados a aplicação de roteiros de entrevista que foram respondidos de forma online, os dados foram agrupados e classificados em : *perfil sociodemográfico, perfil do empreendimento, características empreendedoras e questões motivacionais* , o que possibilitou analisá-los e compará-los com os dados da literatura apresentados no referencial teórico.

Homens e mulheres conduzem seus empreendimentos de formas distintas e, fatores ambientais influenciam a gestão do negócio, o que acaba por diferenciar o perfil empreendedor quando se analisa a questão de gênero, ademais um estudo sobre o perfil de mulheres empreendedoras se soma a outras pesquisas já existentes nessa área que podem ser de grande utilidade para outros estudos correspondentes. Nesse sentido a questão que deu origem ao presente estudo é: **qual o perfil de mulheres empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul? Quais suas motivações para empreender?**

## 1.1. OBJETIVOS

### **1.1.1. Objetivo Geral**

- Identificar o perfil das mulheres empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul

### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Traçar um perfil das mulheres empreendedoras do Litoral Norte do Rio Grande do Sul;
- Identificar as motivações que levaram essas mulheres a empreender;

## 1.2. JUSTIFICATIVA

“O empreendedorismo feminino apresenta uma curva ascendente de crescimento mas as mulheres ainda enfrentam muitos desafios e precisam reconhecer sua capacidade de empreender para expandir seus negócios , quebrando paradigmas” ( SEBRAE,2019, p. 09). Segundo relatório GEM (2020) a maioria das empreendedoras gaúchas, aproximadamente 54,9% relataram a necessidade como fator motivacional principal para iniciar seu próprio negócio, contra 39% que admitiram que a oportunidade foi o fator motivacional para empreender. Ainda dentro dessa temática Lenzi (2009) alerta que a taxa de mortalidade precoce das empresas pode estar relacionada a motivação de se empreender por necessidade já que essa decisão é baseada em questões de ordem pessoal e não por uma oportunidade identificada no mercado. Nesse sentido, o presente estudo teve como missão identificar o perfil de 10 mulheres empreendedoras do litoral norte do Rio Grande Do Sul. Através dele pretendeu-se identificar algumas variáveis envolvidas na tomada de decisão feita por essas mulheres ao optarem pelo empreendedorismo e também as características socioeconômicas dessas empreendedoras.

Estudos como esse são extremamente relevantes para quem deseja começar a empreender e buscar sua autonomia como proprietária de empresa e, se justifica devido ao crescimento da parcela de mulheres que estão à frente da gestão do seu próprio negócio. Também são importantes no meio acadêmico pois temas como este carecem de mais investigações no formato de pesquisa, já que envolvem casos reais, abordando as temáticas aqui propostas sob a ótica das empresárias, informações que são de grande valia na propagação do aprendizado, e, podem servir como fonte de pesquisa em trabalhos futuros que abordem questões semelhantes as apresentadas aqui.

Através da exposição e análise dos resultados aqui obtidos através da coleta de dados, será possível motivar outras mulheres a buscar sua autonomia através do empreendedorismo e, incentivarem outras a mesma prática, disseminando conhecimento e proporcionando o desenvolvimento na economia local.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção estará disposta a revisão da teoria que servirá de base para fundamentar e comparar os resultados aqui obtidos, nela serão apresentados estudos e conceitos pertinentes a temática de interesse dessa pesquisa, como o empreendedorismo, empreendedorismo no Rio Grande do Sul, empreendedorismo feminino, perfil e características do empreendedorismo feminino, motivação e razões para o empreendedorismo feminino.

### 2.1. EMPREENDEDORISMO

Ser um empreendedor é muito mais do que simplesmente abrir um negócio e gerenciá-lo. Tajra (2019) diferencia o empresário do empreendedor, segundo ele, o empresário é aquele que abre uma empresa para obter ganhos financeiros/sociais, ele não está aberto às mudanças impostas pelo ambiente e não possui capacidade de adaptação às novas demandas do mercado, já o empreendedor por sua vez, é mais flexível às alterações do meio em que ele atua, é capaz de se reinventar para atender às necessidades dos seus clientes, identificando novas oportunidades que parecem invisíveis àqueles que não estão abertos à inovação.

“O empreendedorismo está relacionado à atitude, à postura pessoal e à maneira como o indivíduo se comporta diante das situações com que lida em seu dia a dia. Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver as ideias e transformá-las em ação” (TAJRA, 2019, p. 11).

O avanço tecnológico acelerou o processo de globalização permitindo que as pessoas se comunicassem e fizessem trocas com uma velocidade recorde. Em decorrência desse processo de universalização da economia surgem novas demandas que exigem mercados com especialização em segmentação de clientes, abrindo espaço para o desenvolvimento de pequenos negócios.

Gomes (2006) destaca que outro fator importante para a disseminação do empreendedorismo no Brasil foi a automação dos processos através de novas técnicas de produção. Por volta do início dos anos 80 a realidade no Brasil e no mundo era a reestruturação dos métodos de fabricação, o que levou às empresas ao “enxugamento” de estruturas e, por conseguinte, à eliminação de postos de trabalho e diminuição da oferta de emprego. Frente a este cenário cercado por incertezas surge a oportunidade do “autoemprego”, ou seja, uma alternativa diante da crise do desemprego que foi a criação

do seu próprio negócio por meio do empreendedorismo (GOMES,2006). Sobre o empreendedorismo no Brasil Dornelas discorre:

No caso brasileiro, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Isso porque nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado. ( DORNELAS, 2021,p. 2)

Salim e Silva (2010) salientam que o empreendedorismo tem papel importante no desenvolvimento do país, através da criação de novos postos de trabalho, produtos inovadores, resoluções de problemas sociais, entre outros benefícios. No Brasil, mais de 53 milhões de brasileiros estão realizando alguma atividade empreendedora, conforme aponta o relatório do GEM (2019), esse dado é extremamente relevante se considerarmos a população atual do país que está em torno de 212 milhões de habitantes conforme estimativa recente do IBGE. A próxima seção apresenta um parâmetro do empreendedorismo no estado do Rio Grande do Sul.

## 2.2. EMPREENDEDORISMO NO RIO GRANDE DO SUL

A taxa total de empreendedorismo (TTE) no Rio Grande do Sul em 2020 foi de 36,5% , já a taxa nacional ficou em torno de 31,6% segundo o relatório anual de empreendedorismo GEM (2020), isso significa que a cada 3 gaúchos um estava desenvolvendo algum tipo de atividade empreendedora. Segundo esse mesmo relatório, a taxa total de empreendedorismo ( TTE) relativo ao gênero, ficou em torno de 29,2% para as mulheres e 44,7% para os homens.

Segundo relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2020) o estado do Rio Grande do Sul apresentou uma taxa total de empreendedorismo superior à média brasileira, 36,5% contra 31,6%, totalizando 2,7 milhões de empreendedores. Neste percentual estão incluídos, empreendimentos iniciais com menos de 3,5 anos de existência e os empreendimentos estabelecidos com mais de 3,5 anos de existência.

Ao analisar a categoria de negócios ganha destaque o ramo da alimentação, responsável por cerca de 18,7% na criação de novos negócios em 2020. Na categoria de negócios estabelecidos o setor de serviços de construção sai na frente com 8,4% dos

empreendimentos. Ainda sobre a taxa negócios estabelecidos a pesquisa apontou que o estado está à frente da taxa média do país (RS=14,8% contra BR= 8,7%), essa diferença de 6,1 pontos percentuais mostra que os empreendedores gaúchos foram mais resilientes diante das dificuldades impostas pelo cenário da pandemia da Covid-19, buscando alternativas para a sobrevivência do seu negócio.

Sobre o empreendedorismo feminino no Rio Grande do Sul o levantamento do GEM (2020) apontou que para cada 130 empreendimentos gerenciados pelo sexo masculino haviam 100 comandados por mulheres, essa razão de 1,3 se refere a negócios abertos recentemente. Quando voltamos a atenção para os índices de negócios estabelecidos essa razão sobe para 2, esse aumento de disparidade principalmente no que diz respeito aos negócios consolidados se deve a fatores como as dificuldades que as mulheres enfrentam diante de uma crise, como o desafio de acesso a financiamentos, falta de apoio e o desempenho de múltiplos papéis, sendo empresária ao mesmo tempo em que cuida da casa e dos filhos.

Outro dado importante sobre o empreendedorismo no estado são as razões que levam a abertura de um novo negócio. Segundo apontamento GEM (2020) tanto homens como mulheres apresentaram maior inclinação para o empreendedorismo por oportunidade 60,3% contra 55,2% respectivamente. De acordo com Travassos e Konichi (2021, p. 21):

O empreendedorismo por necessidade é mais suscetível a conjunturas econômicas e tende a diminuir quando a oferta de empregos aumenta. Já o empreendedorismo por oportunidade tem mais chances de sucesso e potencial para impactar o crescimento econômico. (TRAVASSOS E KONICHI 2021, p. 21)

Esta visão das autoras permite compreender a desvantagem das mulheres perante os homens quando olhamos para os dados referente aos negócios consolidados, já que o seu índice de motivação para empreender por necessidade é maior em relação ao sexo masculino. A próxima seção apresenta um pouco da trajetória do empreendedorismo feminino e alguns desafios enfrentados por mulheres empreendedoras.

### 2.3. EMPREENDEDORISMO FEMININO

Diante de tantas conquistas sociais que as mulheres têm adquirido ao longo do tempo fica evidente que elas não se contentam com papéis secundários elas querem sim, ser protagonistas da sua própria história e, através do empreendedorismo elas têm a chance de escrever seu próprio roteiro rumo ao sucesso do seus empreendimentos, diminuindo assim, as desigualdades de gênero já tão enraizadas em nossa sociedade.

O mercado de trabalho não se apresenta de maneira justa para as mulheres em relação aos homens, poderia aqui elencar diversos fatores como a desigualdade salarial, ausência de cargos de chefia, assédio sexual entre outras barreiras. Segundo o Sebrae (2019) ser mulher e empreendedora ao mesmo tempo é um desafio para quem deseja surfar nessa onda do empreendedorismo. Além de gerenciar a empresa cabe a mulher se adaptar ao desenvolvimento de múltiplas tarefas paralelas ao negócio, como o papel de mãe por exemplo. Devido a esse machismo presente na sociedade como um todo e consequentemente refletido na esfera econômica, Magalhães (2022) salienta que muitas mulheres veem no empreendedorismo uma alternativa de conciliar a maternidade e a carreira profissional o que acaba induzindo essa opção ao empreendedorismo por necessidade e não por oportunidade.

Sobre os empreendimentos abertos por essas mulheres Travassos e Konichi (2021, p. 16) afirmam:

O que chama atenção quando elas decidem empreender (por necessidade) é a garra que elas demonstram. Aliada à capacitação e a um bom planejamento, as mães criam empresas eficientes e produtivas, capazes de não só remediar a situação adversa que originou o negócio, mas também de contribuir para a criação de novas oportunidades e até inovações.

Sobre equiparação entre homens e mulheres na categoria de negócios em fases iniciais e a prevalência do gênero masculino na gestão de empreendimentos estabilizados o relatório GEM (2019) destaca que esse cenário pode ser analisado sob dois aspectos:

O primeiro, por um lado, pode indicar uma evolução da participação feminina na criação e condução de novos negócios no país. O segundo, por outro lado, pode indicar que para as mulheres é mais difícil manter os empreendimentos vivos por muito tempo. Esses cenários conduzem a diferentes intervenções e devem ser considerados na proposição e desenvolvimento de políticas e programas de apoio ao empreendedorismo feminino (GEM, 2019, p. 150).



Ainda sobre essa desigualdade entre gêneros no que diz respeito a negócios já consolidados uma outra possibilidade cabível seria analisar esse cenário pela ótica dos efeitos da crise sanitária instaurada nos últimos dois anos em todo o território mundial, a maioria da população brasileira pôde sentir, (além dos implicações relacionadas a saúde), as graves implicações econômicas que pandemia da Covid-19 ocasionou e que infelizmente ainda reflete a situação atual do país. Com a economia em recessão a lacuna já existente entre homens e mulheres MEI's ( Microempreendedores individuais) ficou ainda mais evidente, é o que aponta uma pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora em parceria com o Instituto Locomotiva em abril de 2020, a qual apontou que 39% dos empreendimentos chefiados por mulheres tiveram que suspender suas atividades durante a pandemia. Esse dado reflete as consequências da dupla jornada acumulada pelas mulheres, agravada pelos decretos de isolamento social onde escolas tiveram que paralisar suas atividades, forçando muitas mães empreendedoras a dedicar ainda mais tempo nos afazeres domésticos e menos tempo na gestão da empresa, prejudicando o seu funcionamento e a captação de renda.

Seja por oportunidade ou por necessidade a mulher vem continuamente ressignificando seu papel no mercado do trabalho através do seu espírito empreendedor e a sua capacidade de ser resiliente diante dos desafios que se apresentam, já que “a essência do comportamento empreendedor é a identificação de oportunidades e a criação de ideias úteis e inovadoras para transformá-las em realidade”.(CHIAVENATO, 2021, p. 1).

Empreender é assumir riscos e, muitos são os desafios enfrentados pelos empreendedores independentemente de gênero, no entanto, devido ao fato de que as mulheres são responsáveis por outras atividades paralelas a gestão do negócio, como cuidar da casa e dos filhos por exemplo, as dificuldades são maximizadas e se apresentam de maneira diferenciada para essas empresárias. De maneira geral “ equilibrar a vida pessoal e familiar com a atividade empreendedora é um desafio contemporâneo para aqueles que empreendem” ( DORNELAS, 2020, p. 21). Na seção seguinte serão apresentadas algumas características que tentam definir um perfil empreendedor de acordo com alguns estudos e teorias.

## 2.4. PERFIL EMPREENDEDOR

Um dos mitos presentes na maioria da literatura que tenta descrever o perfil dos empreendedores é justamente a questão do empreendedor que já nasce pronto, dotado de características voltada para os negócios, é bem verdade que muitas pessoas desde crianças já apresentam perfis de liderança e inovação, habilidades comuns aos empreendedores, mas, segundo Dornelas (2020, p.79):

Aqueles que não tiveram o privilégio de já nascer com este dom podem adquirir habilidades empreendedoras com o passar do tempo, mudar suas atitudes em direção a um comportamento mais empreendedor, aprender técnicas de gestão essenciais para aplicar no negócio próprio e utilizar-se da própria experiência de vida para fazer acontecer.

Leite (2020) destaca a importância de o empreendedor conhecer e avaliar o seu comportamento para além das questões puramente técnicas pertinentes ao negócio, essa análise mais aprofundada de suas características pode identificar potencialidades que podem otimizar os benefícios para o empreendimento assim como constatar alguma fraqueza e minimizá-la, desde que todos esses fatores sejam bem trabalhados.

Muitas são as designações para determinar quem é o empreendedor de fato, quais os sentimentos que ele carrega consigo. Segundo Dornelas (2020) inúmeros estudos foram feitos com a finalidade de traçar esse perfil e conseqüentemente muitas respostas foram encontradas, entre as mais comuns destacam-se na maioria dos apontamentos as seguintes características: capacidade de correr riscos, independência/ autonomia, capacidade de inovar e necessidade de realização.

Ainda sobre as características associadas aos empreendedores Tajra (2019) salienta que pessoas com esse perfil geram muitos benefícios para a sociedade como um todo, segundo a autora esses indivíduos são dotados de: iniciativa pois são capazes de agir por si próprios, persistência para não desistir diante do primeiro obstáculo, comprometimento com o seu propósito de empreender para passar segurança aos clientes, funcionários e fornecedores, persuasão para convencer clientes, funcionários e fornecedores de que vale a pena investir no seu negócio, bons relacionamentos para estar por dentro das melhores oportunidades e fechar os melhores negócios, autoconfiança para investir cada vez mais no progresso do seu empreendimento, automotivação para manter-se confiante diante dos desafios, criatividade para criar

soluções inovadoras para problemas de difícil resolução, estar preparado conhecendo as características do mercado em que atua e as particularidades do seu negócio e, por último e não menos importante o otimismo para analisar uma situação sob várias perspectivas levando em consideração os aspectos positivos, aprendendo com os erros e aperfeiçoando técnicas para melhorar cada vez mais sua metodologia.

Um levantamento do Sebrae (2019), destaca que embora seja difícil traçar um perfil empreendedor que possa ser compartilhado por todos os brasileiros, algumas características se sobressaem no comportamento dessa parcela empreendedora da população, sendo destacadas as quatro principais: inatismo, ambição idealismo e autocentrismo. Conforme o mesmo estudo foram traçados os principais tipos de empreendedores presentes na economia brasileira a saber: os informais (movidos pela necessidade eles não tem interesse na formalização), ao cooperados (os que trabalham em equipe), individuais formais (têm o seu negócio registrado, mas não almejam grande expansão), os franqueados (preferem a segurança de um negócio já estruturado) e os que têm o próprio negócios (aqueles que criam sua empresa motivados por aquilo que acreditam). Na próxima seção serão apresentados alguns estudos que objetivaram identificar o perfil e as características do empreendedorismo feminino.

## 2.5. PERFIL E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

Uma pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora (2016), traçou o perfil da empreendedora brasileira, o estudo ouviu 1376 mulheres em todo o Brasil, abordando questões como, a forma de encarar decisões, administração de conflitos diários, influência da maternidade na carreira, rede de apoio familiar, , finanças, preconceitos e dificuldades. A partir dos dados obtidos nesse relatório foi possível elaborar um perfil empreendedor para entender “quem são essas mulheres”, obtendo-se o seguinte resultado: são mulheres com 39 anos, possuem ensino superior, casadas e com 1 filho em média. A maioria dos empreendimentos chefiados por elas estão concentrados no setor de serviços, elas tem experiência no mundo corporativo e participam de eventos de capacitação e networking. Quanto as características comportamentais essas mulheres são sonhadoras e muito otimistas, tendo orgulho de tudo que conquistaram. Embora que a maioria delas tenham suas decisões apoiadas

pelos familiares elas ainda enfrentam dificuldades para delegar tarefas em casa e também na empresa, além de problemas no planejamento financeiro.

Em outro estudo de natureza semelhante feito com 109 empresárias, Silva e Mainardes (2016) traçaram um perfil da mulher empreendedora brasileira, elas tinham entre 30 e 49 anos, com índice relevante de escolaridade em sua maioria, mas, ainda com uma quantidade significativa daquelas que possuíam apenas o ensino médio completo. Eram predominantemente casadas, estão há mais de 3 anos no mercado com rendimento médio de até 3 salários mínimos.

Matte (2017) em um levantamento sobre o comportamento empreendedor feminino no estado do Rio Grande do Sul analisaram os dados de 711 empreendedoras através do projeto “Negócio a Negócio” realizado pelo Sebrae/RS, possibilitando traçar um perfil dessas mulheres gaúchas que empreendem. Os dados demográficos da pesquisa constataram que elas tinham entre 25 e 36 anos e ensino médio completo, sobre as características comportamentais elas eram persistentes, comprometidas e exigentes no diz respeito a qualidade e eficiência.

Um outro estudo realizado por Parisi (2020) com 6 mulheres empreendedoras de Santa Maria-RS traçou um perfil dessas empresárias atuantes no município, elas tem em média 45 anos, alto nível de escolaridade, são casadas, tem filhos e experiência em negócios. Com relação às características dessas empreendedoras elas relataram que a persistência, talento e dinamismo, capacidade de identificar oportunidades no mercado, são sonhadoras, sabem lidar com pessoas, são mulheres que se preocupam com causas sociais, são inovadoras e não deixam de empreender por medo de assumir riscos.

Para Duarte e Fernandes (2019, p.2) “ Os empreendimentos femininos, em sua maioria, estão ligados ao comportamento da empreendedora, isto é, tem relação com algo que a mulher tem prazer em fazer, para assim, sentir-se realizada”. Nesse sentido o relatório de pesquisa do GEM (2019) destaca que as mulheres gaúchas têm maior percentual empreendendo na área de prestação de serviços de catering e bufê, entre outros serviços de comida preparada com cerca de 13,9%, logo em seguida vêm, comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios com 9,6%, cabelereiros e outras atividades de tratamento de beleza com 8%, confecção de peças do vestuário com 4,3%, comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal com 4%, serviços domésticos também com 4%, atividades jurídicas, excetos cartórios com 3,9%

e atividades de serviços pessoais na última posição com 2,7%. Os quadros 01 e 02 trazem um resumo do perfil sociodemográfico, do empreendimento, Perfil empreendedor e desafios das mulheres empreendedoras conforme os estudos aqui apresentados.

Quadro 01: Perfil sociodemográfico de mulheres empreendedoras conforme estudo

Estudo/ Referência	Idade	Est. Civil	Escolaridade	Filhos	Renda
IRME( Instituto Rede Mulher Empreendedor a) 2016	39 anos	Casadas	Ensino superior	Sim, 1 filho	N/C
Silva e Mainardes ( 2016)	30-49 anos	Casadas	Altamente escolarizadas	N/C	Até 3 salários mínimos
Matte et. al (2017)	25-36 anos	N/C	Ensino Médio	N/C	N/C
Parisi et al (2020)	45 anos	Casadas	Altamente escolarizadas	sim	N/C

Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 02: Perfil do empreendimento, Perfil empreendedor e desafios das mulheres empreendedoras conforme estudo

Estudo/ Referência	Setor de atuação	Tempo no mercado	Cursos/ Experiência anterior?	Perfil Empreendedor	Desafios
IRME( Instituto Rede Mulher Empreendedora) 2016	Serviços	N/C	Sim, cursos e experiência anterior	Sonhadoras, otimizistas e orgulhosas de seu progresso	Conciliar tarefas de casa X empresa, planejamento financeiro
Silva e Mainardes ( 2016)	N/C	Mais de 3 anos	N/C	N/C	N/C
Matte et. al	N/C	N/C	N/C	Persistentes,	N/C

(2017)				comprometidas e exigentes	
Parisi et al (2020)	N/C	N/C	Sim, experiência anterior	Persistentes, talentosas, dinâmicas, visionárias, sonhadoras, lidam bem com pessoas, inovadoras, se preocupam com causas sociais, lidam bem com riscos	N/C

Fonte: Elaborado pela autora.

A seção seguinte apresenta dados teóricos que buscam estabelecer uma origem para a motivação humana.

## 2.6. SOBRE MOTIVAÇÃO

De acordo com Reeve (2006) o estudo da motivação não pode se satisfazer em apenas uma teoria como se pensava antigamente, já que os processos( motivos) que dão energia e direção ao comportamento dos indivíduos podem ser abordados sob diferentes aspectos como necessidades, cognições, emoções ou reações a eventos ambientais. Portanto a motivação para se agir desta ou daquela maneira, fazer isso ao invés de se fazer aquilo, com um maior ou menor grau de motivação vai depender de algumas variáveis ambientais e características individuais de cada empreendedora.

Reeve (2006) destaca que o estudo contemporâneo sobre motivação ganha destaque sob sete perspectivas relevantes para uma melhor compreensão do tema, conforme esquema abaixo:

Quadro 03: A origem da motivação sob sete perspectivas diferentes

Perspectiva	Origem dos motivos
Comportamental	Incentivos e recompensas ambientais ( p. ex., dinheiro)
Fisiológica Cognitiva	Atividade cerebral e hormonal ( p. ex., fome)
Neurológica Cognitiva	Eventos mentais e modo de pensar ( p. ex., metas)
Cognitivo Social ( cultural)	Maneiras de pensar após uma exposição a outros indivíduos, tais como aqueles que desempenham

	papeis modelares ( p. ex., possíveis significados pessoais)
Evolucionária	Dotação genética de cada indivíduo ( p. ex., extroversão)
Humanista	Encorajamento do potencial humano ( p. ex., autoatualização)
Psicanalítica	Vida mental inconsciente ( p. ex., ansiedade)

Fonte: Adaptado de Reeve (2006)

Para que seja possível estabelecer um perfil dominante no comportamento empreendedor feminino é preciso levar em consideração as razões que levaram essas mulheres a agir desta ou daquela forma, ou seja, é preciso analisar as motivações que nortearam as escolhas dessas empreendedoras quando decidiram abrir seu próprio negócio.

Para Chiavenato ( 2021, p. 52):

De modo geral, motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma ou, pelo menos, que dá origem a uma propensão a um comportamento específico. Esse impulso à ação pode ser provocado por um estímulo externo (provindo do ambiente) e pode também ser gerado internamente nos processos mentais do indivíduo.

A motivação está interligada a personalidade do ser humano, cada indivíduo age de acordo com os seus objetivos e suas crenças, que por sua vez são contingenciadas pelo meio no qual ele vive e também pela forma de como ele responde a esse processo de interação social. “Assim o estudo da motivação humana consiste na pesquisa dos motivos pelos quais as pessoas fazem o que fazem e se encaminham em direção a seus objetivos” ( BERGAMINI, 2003, p.64). Na seção seguinte estão dispostos alguns estudos sobre as motivações para o empreendedorismo feminino.

## 2.7. RAZÕES PARA O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Muitos podem ser os fatores relacionados à opção pelo empreendedorismo variando de um indivíduo para o outro conforme a realidade e o meio social no qual ele vive. Segundo Ferreira, Santos e Serra (2012) a vontade de empreender pode surgir através de uma mudança no plano de carreira, que pode ser causada por descontentamento ou demissão do trabalho formal, pode surgir ainda da identificação de

uma necessidade não suprida pelo mercado ou ainda ser influenciada por aspectos culturais ou influências do meio familiar.

Um estudo feito com mais de 10 empreendedoras de diferentes cidades do estado do Paraná, constatou através dos depoimentos que a realização pessoal e desejo de independência foram os principais motivos que as direcionaram para o empreendedorismo, em apenas em um dos relatos foi constatado o início do empreendimento por necessidade, para dar suporte a família (MACHADO, 2003, p. 105).

Através de uma pesquisa feita pela Rede Mulher Empreendedora (2018) foi possível identificar os principais fatores que motivaram as brasileiras a se tornarem donas do seu próprio negócio, entre eles estão a possibilidade de se trabalhar com o que se gosta, maior flexibilidade de horário, complementação de renda e o desejo de ser inspiração ao se tornar dona do seu próprio negócio. Ainda segundo essa mesma pesquisa a decisão pelo empreendedorismo surgiu após a maternidade, isso pode ser explicado pelo fato de que para muitas mulheres empreender é uma oportunidade para se trabalhar de forma mais flexível, ela pode fazer seus próprios horários e cronograma de trabalho e, assim conseguir dar prioridade também na criação dos filhos ao mesmo tempo em que executa seu papel na de gestão do seu empreendimento.

Em outro levantamento o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) ouviu mais de 1500 empreendedores de setembro a outubro de 2020, entre as razões mais citadas por elas para se lançarem no universo do empreendedorismo ganharam destaque o sonho ter seu próprio negócio (33%), o equilíbrio na relação trabalho X família (17%) e a flexibilidade de horários com (2%).

Um estudo de Bandeira, Amorim e Oliveira (2020) feito com 227 mulheres empreendedoras da região Sul do país constatou que as principais motivações para empreender foram: atuar de alinhada com seus valores pessoais, (36,6%), desejo de maior autonomia (35,7%) e pela identificação de uma oportunidade de negócio (30,4%). Nesse mesmo contexto Santos et. al (2017) realizaram um estudo de caso com 30 mulheres no estado de Minas Gerais onde um dos objetivos era identificar os motivos que levaram essas mulheres a se tornarem empreendedoras, os resultados evidenciaram que as razões mais relatadas foram: liberdade financeira, para realizar aquilo que lhe faz bem (37%), busca de realização própria (30%), autonomia (capacidade de autodeterminação) e (17%) e necessidade do sustento próprio com (13%).



Seja por oportunidade ou necessidade quando as mulheres tomam a decisão de se reinventar através do empreendedorismo ela está colaborando para a redução das desigualdades sociais e de gênero, emponderando outras mulheres a serem donas do seu próprio destino, contribuindo para o desenvolvimento local e o crescimento da economia do país.

Quadro 04: estudo sobre motivações para o empreendedorismo feminino

Razões para empreender	Referência / Estudo
Realização pessoal, independência, necessidade de suporte à família.	Estudo realizado com 10 empreendedoras de diferentes cidades do Paraná no ano de 2003. (MACHADO, 2003, p. 105)
Liberdade financeira, realização pessoal, autonomia e necessidade de sustento próprio.	Estudo realizado com 30 empreendedoras do estado de Minas Gerais. Santos et al (2017)
Trabalhar com o que se gosta, flexibilidade, complementação de renda, inspirar pessoas.	Pesquisa feita através do IRME( Instituto Rede Mulher empreendedora no ano de 2018.
Sonho de ser dona do próprio negócio, equilíbrio na relação trabalho X família, flexibilidade.	Pesquisa feita através do IRME( Instituto Rede Mulher empreendedora com 1500 empreendedores no ano de 2020.
Atuar de alinhada com seus valores pessoais, autonomia, identificação de uma oportunidade de negócio.	Estudo de Bandeira, Amorim e Oliveira, feito com 227 mulheres empreendedoras da região Sul do país no ano de 2020.

Fonte: Elaborado pela autora

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1. LEVANTAMENTO DE DADOS**

Gil (2017, p. 24) salienta que “cada pesquisa é naturalmente diferente de qualquer outra, daí a necessidade de previsão e provisão de recursos de acordo com a sua especificidade”. Nesse sentido é importante que o presente estudo apresente os procedimentos metodológicos que serão aplicados, a fim de garantir uma sequência lógica e racional, seguindo cada etapa, desde a revisão bibliográfica até a análise de dados.

O levantamento dos dados foi feito através de pesquisa bibliográfica que incluiu publicações de teses ou dissertações, periódicos, artigos científicos, livros, revistas, documentos eletrônicos entre outros. “ O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar duplicações e certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações. Pode ainda orientar as indagações”(MARCONI E LAKATOS, 2017, p. 25).

O presente estudo apresenta natureza qualitativa de caráter exploratório. Com relação às pesquisas caracterizadas como exploratórias Marconi e Lakatos (2017, p. 90) enfatizam que “obtem-se com frequência descrições tanto quantitativas quanto qualitativas do objeto de estudo, e o investigador deve conceituar as inter-relações entre as propriedades do fenômeno, fato ou ambiente observado”.

#### **3.2. OBJETO DE ESTUDO**

Com relação ao objeto de estudo pretendeu-se encontrar respostas aos questionamentos feitos nos objetivos gerais e específicos com foco na investigação do perfil das mulheres empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul.

Inicialmente foi realizado um primeiro contato com essas empreendedoras através da plataforma da rede social Instagram, que é a principal ferramenta de divulgação e vendas dos produtos e serviços oferecidos por essas mulheres. Foram feitos convites para 10 empreendedoras para participar da pesquisa que preencheram os seguintes requisitos:

- ✓ Ser empreendedora( formal ou informal, negócio de qualquer natureza, em qualquer estágio de formação, desde as empresas iniciantes até as consolidadas);

- ✓ Ser maior de 16 anos;
- ✓ Ser dona e gestora do seu próprio negócio( com ou sem sócios);
- ✓ Obrigatoriamente estar exercendo o empreendedorismo na região delimitada pelo presente estudo;

A pesquisa possui limitações quanto a abrangência do público alvo estudado, se atendo ao limite de 10 estudos de caso, já que um número superior a esse dificultaria e muito, a explanação e a análise dos dados na conclusão do estudo.

### 3.3. COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada através de observação direta extensiva e teve duas fases, na primeira foi aplicado um questionário simples (ver apêndice 1) com o objetivo de identificar o perfil sociodemográfico das empreendedoras e também o perfil dos seus empreendimentos, posteriormente foi aplicado um outro questionário (ver apêndice 2) com questões mais aprofundadas com o objetivo de traçar um perfil empreendedor que, além de identificar as características empreendedoras dessas mulheres, também objetivou investigar quais as razões que as levaram a optar pelo empreendedorismo além dos desafios enfrentados por elas. Esse tipo de questionário é realizado sem a presença do entrevistador, “em geral, o pesquisador envia o questionário ao informante, pelo correio, por um portador ou por algum meio eletrônico; depois de preenchido, o pesquisado devolve-o do mesmo modo” ( MARCONI E LAKATOS, 2017, p. 106). No presente estudo o link para o questionário de pesquisa foi enviado diretamente pelo Instagram ou pelo meio eletrônico de preferência das entrevistadas.

### 3.4. TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

O tratamento dos dados foi feito por separação em tópicos com os temas centrais dos questionários que abordaram as seguintes categorias: *perfil das empreendedoras* ( idade, estado civil, escolaridade, renda, filhos), *perfil do empreendimento* (formal ou informal, localização e setor de atuação, tempo de constituição), *características e perfil empreendedor*, ( o que define um empreendedor) *questões motivacionais* ( inspirações, negócio de família, aspirações futuras).

A análise dos dados foi feita comparando os resultados obtidos na aplicação dos questionários com outros estudos semelhantes já realizados e trazidos ao enfoque nessa pesquisa através da revisão da teoria. Todas as ações referente aos procedimentos metodológicos aqui elencadas tiveram como objetivo atender às questões inicialmente levantadas no presente estudo, permitindo que se conhecesse o perfil das empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul, colaborando com posteriores estudos relativos a essa temática e inspirando as mulheres a assumir seu papel na sociedade como protagonistas da sua própria história, sendo donas do seu próprio negócio.

#### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise de dados do presente estudo será ordenada através de 4 etapas, na primeira parte serão apresentados os dados obtidos referentes ao *perfil sociodemográfico* das entrevistadas, a segunda parte será composta pelo *perfil do empreendimento*, a terceira parte apresentará as *características empreendedoras* das entrevistadas e quarta e última parte abordará as *motivações* que levaram essas mulheres a empreender. Todas estas etapas juntas têm como objetivo trazer respostas as questões inicialmente levantadas e que deram origem a essa pesquisa, quais sejam elas: identificar o perfil das mulheres empreendedoras do litoral Norte do Rio Grande do Sul e investigar as motivações que levaram essas mulheres a se tornarem donas do seu próprio negócio. Para preservar o sigilo das entrevistadas, elas serão identificadas através de siglas que irão de E1 até E10, respeitando a ordem das respostas dos questionários com as 10 empreendedoras que fizeram parte dessa pesquisa.

##### 4.1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Ao analisar o perfil sociodemográfico das entrevistadas pôde-se definir quem são essas empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul. Elas são mulheres jovens com idades entre 28 e 33 anos, casadas, ( embora a pesquisa traga a proporção de 40% de mulheres solteiras, foi considerada a soma de 30% de casadas mais 30% de união estável , que é um regime equivalente a um casamento com comunhão parcial de bens, ou seja, levar-se-á em consideração que 60% delas residem com um companheiro) possuem ensino médio completo, com renda de até 3 salários mínimos e sem filhos. O quadro 05 apresenta um panorama dos dados coletados no questionário com relação ao perfil das empreendedoras do presente estudo.

Quadro 05: Perfil sociodemográfico das entrevistadas

Entrevistada	Idade	Estado Civil	Escolaridade	Renda(opcional)	Filhos
E1	Entre 16 e 21 anos	Solteira	Superior incompleto	Até 1 salário mínimo	Não
E2	Entre 28 e 33 anos	União Estável	Médio completo	N/I	Sim, 1 filho
E3	Entre 16 e 21 anos	Solteira	Médio completo	Acima de 3 salários mínimos	Não

E4	Entre 28 e 33 anos	Casada	Médio completo	Até 2 salários mínimos	Sim, 2 filhos
E5	Entre 40 e 45 anos	Solteira	Médio completo	Até 2 salários mínimos	Sim, 2 filhos
E6	Entre 22 e 27 anos	União estável	Superior completo	Até 3 salários mínimos	Não
E7	Entre 28 e 33 anos	Solteira	Superior completo	Até 3 salários mínimos	Não
E8	Entre 28 e 33 anos	Casada	Médio completo	Acima de 3 salários mínimos	Não
E9	Entre 16 e 21 anos	Casada	Médio incompleto	Até 1 salário mínimo	Não
E10	Entre 34 e 39 anos	União estável	Superior incompleto	Até 3 salários mínimos	Sim, 3 filhos

Fonte: Elaborado pela autora

Os dados referentes a idade e escolaridade das empreendedoras estão de acordo com o estudo de Matte (2017) que traçou um perfil da mulher empreendedora gaúcha que tinha entre 25 e 36 anos e ensino médio completo, cabe destacar que a pesquisa a qual se faz menção e está descrita no referencial teórico, foi realizada com 711 empresárias também residentes e atuantes no Estado do Rio Grande do sul assim como as participantes do presente estudo, o que confere mais fidelidade e coerência aos resultados aqui obtidos.

Outros critérios analisados como estado civil e renda convergem com o estudo de Silva e Mainardes (2016) que analisou o perfil de 109 empreendedoras brasileiras, constatando que a maioria delas eram casadas e com renda de até 3 salários mínimos. Com relação ao último critério analisado que diz respeito ao número de filhos o presente estudo diverge de todos os outros estudos trazidos na teoria, já que na maioria deles as empreendedoras possuem ao menos 1 filho e os outros autores não abordam esse fator em suas pesquisas. Essa divergência pode ser justificada pelo fato das empreendedoras dessa pesquisa apresentarem um perfil mais jovem em comparação com a maioria dos estudos trazidos na teoria.

#### 4.2. PERFIL DO EMPREENDIMENTO

Sobre o perfil do empreendimento 80% das entrevistadas atuam no setor de serviços, quanto a localização tentou-se ao máximo englobar a maior diversidade possível de municípios do Litoral norte do Rio Grande do Sul, área de interesse do estudo. Foram entrevistadas três empreendedoras de Tramandaí, duas de Osório e as demais pertencentes aos municípios de Mostardas, Cidreira, Capão da Canoa, Balneário Pinhal e Palmares do Sul. A maioria delas já trabalham formalmente e apenas quatro

não possuem o Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ( CNPJ), estão em média há menos de 1 ano no mercado e não possuem funcionários. O quadro 06 traz um resumo dos dados sobre o perfil do empreendimento das entrevistadas.

Quadro 06: Perfil dos empreendimentos das entrevistadas

Entrevistada	Setor de atuação	Localização	Possui CNPJ?	Tempo de mercado	Funcionários
E1	Serviços	Osório-RS	Não	Mais de 2 anos	Não
E2	Serviços	Cidreira-RS	Não	Mais de 3 anos	Não
E3	Serviços	Osório-RS	Sim	Mais de 3 anos	Sim, 1 funcionário
E4	Comércio	Mostardas-RS	Sim	Menos de 1 ano	Não
E5	Serviços	Tramandaí-RS	Sim	Acima de 4 anos	Não
E6	Serviços	Capão da Canoa-RS	Sim	Mais de 1 ano	Sim, mais de 3 funcionários
E7	Serviços	Balneário Pinhal-RS	Não	Menos de 1 ano	Não
E8	Serviços	Tramandaí-RS	Sim	Menos de 1 ano	Não
E9	Comércio	Tramandaí-RS	Não	Mais de 1 ano	Não
E10	Serviços	Palmares do Sul-RS	Sim	Menos de 1 ano	Não

Fonte: Elaborado pela autora.

A pesquisa nacional do Instituto Rede Mulher Empreendedora (2016) destacou a participação das mulheres que estão concentradas, em sua maioria no setor de serviços, assim como as empreendedoras do presente estudo. Sobre a formalização a maior parte das entrevistadas (60%) já trabalham de forma regular e desejam crescer na área, e as que não possuem CNPJ (40%) pretendem se formalizar no futuro com o intuito de obter os benefícios dos quais uma empresa regularizada usufrui, é o que podemos identificar no relato da (E2) “ *Sim pretendo, para ter mais oportunidades de crescimento*” e da (E7) “ *Sim, acredito que traz uma visão diferente do negócio*”. Essa visão da pretensão de se formalizar e as vantagens em se tornar uma empreendedora que trabalha de forma regular não encontra representação nas categorias de empreendedores

levantadas pelo Sebrae (2019) , por não possuírem CNPJ, as empresárias aqui analisadas se encaixariam no perfil dos *informais* definidos pelo órgão, porém junto com essa definição o Sebrae destaca que essa categoria é formada por indivíduos que são movidos pela necessidade e não tem interesse na formalização, o que vai totalmente contra as respostas das mulheres ouvidas na presente pesquisa, onde 100% das empreendedoras que não são formalizadas, posteriormente pretendem trabalhar dentro dos parâmetros formais/legais, que fazem parte da constituição de qualquer empresa. Outra caracterização de categoria nesse mesmo apontamento do Sebrae (2019) traz uma definição também para os empreendedores *individuais formais* ou quais são vistos como indivíduos que tem o seu negócio registrado, mas não almejam grande expansão, o que por sua vez também diverge das respostas encontradas nesse estudo, pois quando questionadas sobre como se imaginariam a frente do seu negócio daqui há 5 anos a expectativa da imensa maioria delas é de crescimento e expansão. “ *Uma empresa referência na região. Atendendo não somente minha cidade, mas muitas outras por esse Brasil a fora. Vendendo muito on-line. Podendo delegar as tarefas para funcionários capacitados (por mim), e administrar somente do escritório*”(E1). “ *Em 5 anos, espero continuar com meu hotel na praia, mas espero já ter meu hotel na serra também e estar administrando as duas empresas bem sucedidas*”( E5). Além das aspirações para a prosperidade nos negócios as mulheres desse estudo também se preocupam com o social, principalmente com questões como geração de emprego e renda, conforme podemos identificar na fala de algumas entrevistadas sobre a visão futura do empreendimento: “*Sim , e podendo dar emprego pra várias pessoas*”(E3). “*Com um ambiente maior e com mais pessoas trabalhando comigo*”(E4). “*Com uma equipe maior e sendo levado pra outra cidade*” ( E7). Apesar no número limitado estudado na atual pesquisa (10 empreendedoras) é possível notar que 20% delas possuem empregados, são mulheres que fazem diferença no meio em que atuam e que geram oportunidades de crescimento e renda para outras pessoas, contribuindo com expansão econômica local e conseqüentemente da sociedade como um todo. Salim e Silva (2010) destacam a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento do país através da criação de novos postos de trabalho entre outros benefícios.

Em relação ao tempo de mercado dos empreendimentos uma parcela significativa que se sobrepõe aos outros resultados encontrados, foi o das empresas que estão exercendo suas atividades há menos de 1 ano em torno de 30% delas, pode-se incluir ainda dentro desse percentual aquelas empreendedoras que estão há mais de



1 ano e menos de 3 anos, cerca de 40%, portanto, a união desses dois dados permite afirmar que 70% dessas mulheres se encaixam na categoria de *negócios iniciais*, termo utilizado pelo GEM ( Global Entrepreneurship Monitor) para definir empresas com menos de 3,5 anos de existência, por outro lado, os *negócios estabilizados* são aqueles com vida superior a 3,5 anos. O relatório GEM (2019) destaca que a maioria das mulheres que empreendem estão ainda na fase inicial do negócio, o que se relaciona com as informações obtidas através da aplicação dos roteiros de entrevistas do presente estudo a respeito do tempo de longevidade dos empreendimentos. Segundo esse mesmo relatório do GEM (2019) algumas hipóteses podem explicar essa superioridade das mulheres em negócios em fases iniciais. Uma delas seria pelos reflexos da pandemia da Covid-19, onde muitas mulheres tiveram que encerrar suas atividades para se dedicar mais as tarefas do lar e o cuidado com os filhos, já que a maioria das escolas tiveram suas aulas suspensas. Por outro lado, poder-se-ia se fazer uma análise sob a ótica do crescimento do empreendedorismo feminino, com mais mulheres se inserido no mercado de trabalho através da criação do seu próprio negócio.

#### 4.3. CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

Quando questionadas sobre quais características consideravam importantes para se tornar uma empreendedora as aptidões mais comuns que surgiram em mais de uma resposta foram as seguintes: determinação, disciplina, resiliência, coragem e persistência. Além de todos esses atributos a necessidade de conhecimento sobre gestão financeira também foi mencionada por mais de uma participante como sendo um fator importante para quem deseja empreender.

Salim e Silva (2010) definem algumas características mais comuns no comportamento empreendedor, segundo os autores essas características podem ser diferentes dependendo do padrão comportamental de cada indivíduo, sendo assim ainda não há consenso na literatura que defina um perfil universal para todos os empreendedores, entretanto segundo os mesmos autores algumas características aparecem com mais frequência em estudos sobre essa temática são eles: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, aceitação de riscos (calculados), exigência de eficácia, eficiência e qualidade, comprometimento com o trabalho, trabalho baseado em metas, busca de informações contínuas, monitoramento e planejamento sistemático,

Formação de rede de contatos, persuasão, independência e autoconfiança. Em resumo podemos identificar na fala da (E8) que a persistência definida por Salim e Silva (2010) é uma aptidão bem característica do empreendedorismo, “ *Acho que sempre correr atrás das coisas que você ama e quer fazer, e nunca desistir*”(E8).

Uma outra questão trazida para as participantes desse estudo foi uma autoanálise voltada para a qualidade empreendedora de cada uma dessas gestoras. Através das respostas foi possível formar um perfil empreendedor: elas se consideram focadas, ambiciosas, visionárias, persistentes, organizadas, líderes, simpáticas, determinadas, proativas e dotadas de autocontrole emocional. Algumas características empreendedoras relatadas pelas entrevistadas se assemelham as encontradas no estudo de Parisi et al (2020) como a persistência, visão e liderança. Segundo Leite (2020) é importante que o empreendedor conheça e avalie o seu comportamento além da parte técnica do negócio, pois através de uma autoanálise mais detalhada do seu comportamento ele poderá otimizar potencialidades e minimizar fraquezas trazendo benefícios consideráveis para o empreendimento.

A respeito das dificuldades na gestão do negócio temas como gestão financeira e gestão de clientes aparecerem em mais de uma resposta como adversidades na condução do empreendimento. Problemas no planejamento financeiro também são citados no estudo IRME(2016) feito com 1376 mulheres empreendedoras de todo o Brasil. Analisando as respostas das demais entrevistadas surgiram ou outros temas que não encontram base na literatura aqui representada como foi o caso da E(3) da E(8) que destacaram as dificuldades de lidar com redes sociais como ferramenta de venda de produtos e serviços, “ *Ter uma consistência, postar e fazer post todos os dias*”( E3) “ *O engajamento nas redes sociais, principalmente por que a loja funciona somente por lá*”(E8), essa preocupação com as vendas online tiveram a seu ápice durante o cenário pandêmico que afetou o mundo inteiro nos últimos dois anos, com a maioria dos comércios fechados devido a ordem de restrição da circulação de pessoas, muitos estabelecimentos migraram seus atendimentos funcionando parcial ou totalmente através de plataformas digitais.

Outras duas questões interessantes apontadas pelas empresárias abordam temas como machismo e segurança emocional“ *Lidar com fornecedores homens, são extremamente machistas (a grande maioria)*”( E1), “ *Seria a parte emocional, lido bem com as pessoas, resolvo os problemas em questão, não transpareço para o cliente, mas acaba me afetando emocionalmente e me deixando nervosa*”(E5).

Quando questionadas se costumam se atualizar através de cursos conforme sua área de atuação quase todas afirmaram que sim, apenas a (E10) alegou falta de dinheiro para investir em capacitação. *“Não, falta de dinheiro pra investir”*. Esse dado encontra premissa no estudo do IRME (2016) que diz que a maioria das mulheres que são chefes de seus empreendimentos participam de eventos de capacitação e networking, de acordo com este mesmo relatório essas empreendedoras são mulheres que possuem experiência no mundo corporativo o que não confere com os resultados obtidos nessa pesquisa onde 70% das entrevistadas não possuem histórico de trabalhos anteriores que por ventura possam estar relacionados com alguma área que envolva o empreendedorismo de fato.

Dornelas (2020) destaca que saber contrabalançar a vida pessoal, questões familiares e as atividades relacionadas a vida de um empreendedor é um desafio da atualidade para aqueles que desejam empreender. A questão da dupla jornada enfrentada pelas mulheres aborda a multiplicidade de papéis exercidos por elas, que na maioria das vezes se desdobram para dar conta dos afazeres domésticos ao mesmo tempo em que cuidam da gestão da empresa e todos os processos envolvidos na sua condução. A maioria das entrevistadas relataram não encontrar grandes dificuldades para conciliar vida pessoal e profissional, esse resultado diverge do referencial teórico apresentado, essa divergência pode ser justificada pelo fato de a maioria das empreendedoras do presente estudo não possuírem filhos, fator esse extremamente relevante se levarmos em consideração que as tarefas domésticas e os compromissos são maximizados e se apresentam de formas distintas para empreendedoras com e sem filhos. *“Isso é um pouco complicado quando se trabalha em casa e se tem filhos, mas uma rotina é bem importante, pois contribuiu para melhorar o tempo com a família com mais qualidade”* (E2).

Divido em partes na parte da manhã eu trabalho no meu ateliê enquanto a minha filha dorme , meio dia paro pro almoço e arrumar minha filha pra creche a tarde trabalho no ateliê novamente, depois que minha filha chega eu fico com ela e a noite organizo toda a casa e começa tudo de novo (E3)

*“ Normalmente disponibilizo algum horário pela manhã para me organizar nas tarefas domésticas como para as da faculdade ”* (E4).

No verão não consigo fazer as tarefas da casa, pois se trata da alta temporada, meu hotel fica na praia, portanto tenho uma profissional que me ajuda com a casa, na parte da limpeza e as refeições faço todas no restaurante do hotel. No inverno que é a baixa temporada aqui pra nós, consigo realizar as tarefas domésticas, e refeições em casa. moro junto com meu namorado e no inverno ele também me ajuda com as tarefas domésticas(E5)

“ *Conseguo organizar tranquilamente*”(E7), “*Eu tenho 3 empregos e sou recém casada, é bem corrido principalmente porque o meu estoque fica em casa e eu ainda sou estudante mas tenho ajuda do meu marido em tarefas domésticas*” (E8), “ *Agenda da semana com horários determinados para família e trabalho*” (E9) “. A E (10) disse que consegue lidar bem com questões relacionadas a família e ao trabalho, mas, quase sempre deixa de fazer alguma atividade relacionada a empresa para dar prioridade aos afazeres domésticos e o cuidado com os filhos. Na contramão dessas respostas destacam-se os relatos de duas empreendedoras que enfrentam muitos desafios para equilibrar a vida pessoal com a vida profissional:

Conciliar o serviço com os filhos e o marido, não é nada fácil. Muito estressante na maior parte das vezes. No trabalho todo o serviço de arte até a finalização do produto, sou eu quem faço, e em casa minha família quer e exige atenção também. Hoje estou começando a organizar os horários pra conseguir exercer todas as tarefas com eficiência (E1)

“*Atuo em duas áreas bem diferentes, tenho vontade de me dedicar mais e sair da escola pelo fato de achar muita coisa, mas no momento não conseguiria me manter*” (E6).

#### 4.4. MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

De acordo com Reeve (2006) o comportamento motivacional dos indivíduos pode ser abordado por aspectos distintos como necessidades, cognições, emoções, ou reações a eventos ambientais, portanto o modo de agir desta ou daquela forma resultará de algumas variáveis ambientais ou individuais de cada empreendedora. Entre os motivos que levaram as entrevistadas a iniciar a carreira no empreendedorismo estão a alternativa a um plano de carreira “*Nunca gostei de trabalhar em CLT. Eu penso que se eu posso trabalhar muitas vezes por mais de 8hs por dia pra ajudar a construir o império de alguém. Porque não correr atrás e construir o meu e da minha família?*” E(1), “ *Quando iniciei não imaginava que iria continuar, ainda trabalhava em uma empresa, quando sai de lá, vi que poderia continuar apenas maquiando, foi quando decidi iniciar e trabalhar sozinha*” E(4), “ *Plano B, além disso sempre gostei !*” (E6), uma alternativa de renda extra:

Quando engravidei já tinha pedido demissão da loja onde eu trabalhava com vendas, para trabalhar como manicure. Algum tempo depois de me mudar de

cidade comecei uma renda extra com a confeitaria enquanto ainda era manicure. As encomendas viraram a renda maior, então manicure passou à ser o extra. Mais tarde larguei a profissão de manicure e me dediquei a confeitaria. Percebi que empreender sempre foi de mim, havia sempre uma necessidade. Eu acho que isso faz muitos se tornarem empreendedores, a necessidade (E2).

A possibilidade de passar mais tempo com a família “ *Pela minha filha não quis perder nenhuma parte das primeiras fases da vida dela*” (E3), identificação de uma oportunidade de negócio e flexibilidade “ *Pela perspectiva de crescimento e possibilidade de fazer o próprio cronograma de trabalho*” (E7), realização pessoal “ *Porque eu queria sentir até aonde eu poderia chegar, e quando somos empreendedoras ganhamos de acordo com o nosso esforço, sempre tive a figura da minha mãe que era empreendedora também!*” (E8), “ *Porque gosto de desafios*” (E9).

Realização pessoal, eu queria que as pessoas valorizassem o meu produto, ver a alegria das pessoas usando um produto que eu mesma fiz é muito gratificante, outro motivo foi ficar mais tempo com a família e fazendo algo que eu gosto de fazer (E10).

Além de todas essas motivações, o sonho de se ter o próprio negócio foi citado pela (E5) como a razão para a carreira empreendedora. Conforme Ferreira, Santos e Serra (2012) o desejo de empreender pode emergir através da alteração de um plano de carreira, que pode ser ocasionada por descontentamento ou demissão, pode advir ainda de uma necessidade não satisfeita pelo mercado, ou ainda pode sofrer influências culturais ou do meio familiar.

De acordo com as respostas das empresárias da presente pesquisa sobre as razões que as conduziram ao empreendedorismo, a alternativa a um plano de carreira e a realização pessoal se sobressaíram aos demais motivos relatados por elas. Alguns resultados se correlacionam com a pesquisa do IRME (2018) apresentou como principais fatores motivacionais a possibilidade de se trabalhar com o que gosta, a flexibilidade, a alternativa de complementação de renda e a oportunidade de inspirar pessoas. Além do questionamento sobre as motivações foi perguntado às entrevistadas se haviam outros empreendedores na família 70% afirmaram que sim, o que pode ter causado influência na hora da decisão pelo empreendedorismo já que segundo Ferreira, Santos e Serra (2012) a motivação pode ser sofrer interferência do meio familiar. “ *Sim. Quase todos na minha família tem seu próprio negócio*” (E1), “ *Sim! A minha mãe, minha avó, minha tia, a minha sogra e eu*” (E8).

Sobre apoio de amigos e familiares com exceção da (E8) todas a demais declararam receber apoio, mas com algumas ressalvas “ *Apoio sim. Ajuda não*” ( E2), “ *Sim, em parte, não é um apoio total*” ( E10). Ser amparado por alguém que seja do convívio familiar é muito importante para o crescimento saudável do negócio, principalmente nos casos aqui apresentados os quais se tratam, em sua maioria de empreendimentos em fase inicial, onde todo o tipo de suporte é bem vindo e ajuda amenizar as incertezas e os desafios característicos de todo o processo empreendedor.

Conhecer os motivos que inicialmente nortearam as escolhas dessas mulheres pela carreira empreendedora é importante para se traçar um perfil comportamental no empreendedorismo feminino, no entanto além dessa motivação inicial é preciso encontrar forças para se manter motivado na busca dos seus objetivos garantindo a sobrevivência e prosperidade do negócio, “ assim o estudo da motivação humana consiste na pesquisa dos motivos pelos quais as pessoas fazem o que fazem e se encaminham em direção aos seus objetivos” ( BERGAMINI, 2003, p.64). Nesse sentido as entrevistadas foram questionadas sobre qual a motivação que as faz batalhar todos os dias pelo sucesso de seus negócios e, a possibilidade de proporcionar uma vida mais confortável para a família é o que impulsiona a maioria delas a não desistir, “ *Dar a vida que a minha família merece ter*” ( E1), “ *Dar uma vida melhor pra minha família*” ( E3), “ *[...] na parte pessoal quero fazer viagens, ter filhos, poder viver e proporcionar uma vida confortável para meus futuros filhos*” ( E5), “ *A construção da minha família, quero dar tudo para quem caminha comigo*” (E8), “ *Minha família*” ( E9). Outras motivações pontuadas por elas foram a independência financeira ( E2), *trabalhar com o que se ama* (E4) e (E6), *bens materiais e expansão da empresa* ( E5), *possibilidade de geração de renda para outras mulheres* (E7) e *crescimento da empresa* (E10).

Em relação as vantagens e desvantagens de ser dona do seu próprio negócio foram encontrados os seguintes apontamentos descritos no quadro abaixo:

Quadro 07: Vantagens e desvantagens de se ter o próprio negócio

Entrevistadas	Vantagens	Desvantagens
E1	Poder usufruir muito mais dos benefícios do meu trabalho	Mais trabalho que o regime da CLT
E2	Controle sobre a gestão do tempo	Mais trabalho que o regime da CLT
E3	Flexibilidade e convívio com a família	Renda incerta

E4	Flexibilidade de horários	Não ter uma renda fixa
E5	Possibilidade de uma renda maior em uma quantidade de tempo menor	Ter que estar sempre disponível para resolver os problemas da empresa
E6	Trabalhar com o que gosta	Dificuldades na fase inicial do negócio, manter um ritmo de vendas
E7	Liberdade	Sem resposta
E8	Possibilidade de uma renda maior	Salário incerto, misturar tempo de descanso com tempo de trabalho
E9	Flexibilidade de horário	Resultados negativos
E10	Independência financeira e flexibilidade de horário	Alta dependência da aprovação dos clientes , ter que resolver tudo sozinha

Fonte: elaborado pela autora

Analisando todas as respostas pode-se afirmar que para a maioria das empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul, a maior vantagem de ser dona do seu próprio negócio é a possibilidade de montar sua agenda de trabalho com horários mais flexíveis, seja pela disponibilidade de ficar mais tempo com a família ou pela liberdade de trabalhar de acordo com seu ritmo e suas necessidades. Por outro lado, a maior desvantagem citada por elas está relacionada ao retorno financeiro, ou seja, pelo fato de não possuírem uma renda fixa estão sempre às margens da incerteza da demanda de mercado, arcando com todas as responsabilidades com ou sem faturamento.

Sobre perspectivas futuras em relação ao negócio foram encontradas as seguintes respostas conforme o quadro abaixo:

Quadro 08: Perspectivas futuras em relação ao negócio

Entrevistada	Já chegou aonde queria? Por quê?	Como você se imagina a frente do seu negócio daqui há 5 anos?
E1	Não, nem perto ainda de onde eu sei que vou chegar.	Uma empresa referência na região. Atendendo não somente minha cidade, mas muitas outras por esse Brasil a fora. Vendendo muito on-line. Podendo delegar as tarefas pra funcionários capacitados (por mim), e administrar somente do escritório.
E2	Não, espero chegar mais longe.	Existem dois projetos em mente, novamente uma loja ou um truck. Mas sempre buscando qualidade e inovação.
E3	Não ainda gostaria de fazer uma loja com laços e acessórios e diversas	Sim , e podendo dar emprego pra várias pessoas

	coisas infantis	
E4	Ainda não, tenho muitas metas para conquistar	Com um ambiente maior e com mais pessoas trabalhando comigo
E5	Ainda não, pois ainda estamos no primeiro ano de abertura. Meu objetivo é ela se manter e se pagar mesmo em baixa temporada, sem prejuízo e acima de tudo dando lucro.	Em 5 anos, espero continuar com meu hotel na praia, mas espero já ter meu hotel na serra também e estar administrando as duas empresas bem sucedidas
E6	Não. Estou no início e ainda quero conquistar muito.	Prosperando, cheia de ideias, muitas clientes...
E7	Considero que não	Com uma equipe maior e sendo levado pra outra cidade
E8	Ainda não! Quero fazer um site e trazer ela para o físico também	Imagino poder ter a minha loja física já
E9	Não, porque o custo fixo mensal não está como quero	Realizada com meus propósitos
E10	Não, sempre queremos mais, a intenção é sempre crescer	Uma empresa reconhecida no mercado de artesanato, fazendo com que as pessoas valorizem mais o trabalho manual e entendam que é um trabalho único e exclusivo no qual se dedica muito amor e dedicação

Fonte: Elaborado pela autora.

Saber se autoavaliar e analisar o progresso do empreendimento tomando ciência de suas limitações e oportunidades de crescimento é importante para se manter no foco e conquistar todos os objetivos em relação a prosperidade do negócio e também a realização pessoal já que “ o empreendedorismo é uma importante ferramenta de transformação profissional, econômica, social e pessoal na vida das mulheres” (IRME, 2019, p. 15). Nesse sentido todas as empreendedoras desse estudo relataram ainda não ter chegado aonde querem chegar e, daqui há 5 anos se imaginam fazendo muito mais sucesso com seus empreendimentos, realizadas tanto pessoal quanto profissionalmente, este cenário demonstra os sentimentos de otimismo e ambição presente nas empreendedoras desse estudo e que encontra base na afirmação de que “ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver as ideias e transformá-las em ação” (TAJRA, 2019, p. 11).



Para simplificar todos os resultados obtidos no presente estudo, elaborou-se no quadro 09 um panorama de todos os dados que foram coletados, analisados e comparados com a teoria, dessa forma retomam-se os objetivos iniciais que deram origem a essa pesquisa.

Quadro 09: O perfil das empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul conforme categorias de análise

Categorias	Resultados
<b>Perfil sociodemográfico</b>	idades que variam entre 28 e 33 anos, casadas e sem filhos.
Escolaridade e renda	A maioria delas tem ensino médio completo e possuem renda de até tres salários mínimos.
<b>Perfil do empreendimento</b>	atuam no setor de serviços, são formalizadas, não possuem funcionários e estão há menos de tres anos no mercado.
<b>Perfil empreendedor</b>	elas se consideram focadas, ambiciosas, visionárias, persistentes, organizadas, líderes, simpáticas, determinadas, proativas e dotadas de autocontrole emocional
Relação trabalho X família	conseguem conciliar bem as atividades da empresa com outras atividades como o cuidado com os filhos e os afazeres domésticos.
Formação	participam de cursos de formação e atualização.
Desafios	gestão financeira e no trato com clientes.
<b>Motivações para empreender</b>	alternativa a um plano de carreira e realização pessoal.
Empreendedorismo na família	Sim.
Apoio familiar	Sim.
Experiência anterior	Não.
Motivação diária	A possibilidade de proporcionar uma vida melhor para a família.
Vantagens	Flexibilidade.
Desvantagens	Não possuir renda fixa.
Aspirações futuras	ainda não estão onde deveriam estar e, que no futuro elas se imaginam fazendo muito mais sucesso, tanto no que diz respeito a aspectos pessoais quanto profissionais.

Fonte: Elaborado pela autora

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino vem ganhando cada vez mais destaque e a participação das mulheres como agentes de transformação social e econômica através do empreendedorismo tem gerado muitos benefícios para a sociedade como um todo. Todos os depoimentos aqui expostos refletem a personalidade de diferentes mulheres que estão na luta para conquistar seu espaço no mercado de trabalho e transformar vidas, seja mudando a realidade da sua própria família, gerando oportunidades de emprego e renda ou ainda inspirando outras mulheres a se tornarem mais independentes através da possibilidade de uma renda extra, tendo mais autonomia para ser o elas quiserem ser, usando o empreendedorismo como ferramenta de transformação para um futuro mais justo e promissor.

Por meio dos resultados dessa pesquisa foi possível traçar um perfil das empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul, o que retoma o objetivo inicial do presente estudo, elas são mulheres jovens com idades que variam entre 28 e 33 anos, casadas e sem filhos. A maioria delas tem ensino médio completo e possuem renda de até três salários mínimos. Elas atuam no setor de serviços, são formalizadas, não possuem funcionários e estão há menos de três anos no mercado.

Sobre o perfil empreendedor que destaca as características empreendedoras das entrevistadas foi possível constatar que elas tem a percepção de que para empreender os indivíduos devem possuir os seguintes atributos: ter determinação, disciplina, resiliência, coragem e persistência. Já elas se consideram focadas, ambiciosas, visionárias, persistentes, organizadas, líderes, simpáticas, determinadas, proativas e dotadas de autocontrole emocional, em geral são organizadas e conseguem conciliar bem as atividades da empresa com outras atividades como o cuidado com os filhos e os afazeres domésticos, apesar de participarem de cursos de formação e atualização elas ainda encontram dificuldades na gestão financeira e no trato com clientes. Outra questão interessante que surgiu através desse estudo relatada como uma barreira por mais de uma participante, foi a dificuldade na gestão de vendas online, já que os efeitos da Covid-19 forçaram muitos empreendedores a atuarem parcial ou exclusivamente através de plataformas digitais (redes sociais) para comercializarem seus produtos e serviços.

Sobre os motivos que levaram essas mulheres a ingressarem no universo do empreendedorismo a alternativa a um plano de carreira e a realização pessoal ganharam destaque entre as justificativas das entrevistadas, outras motivações com menos

relevância foram citadas pelas empreendedoras como uma alternativa de renda extra, passar mais tempo com a família, oportunidade de negócio, flexibilidade e o sonho de se ter o próprio negócio. São mulheres que possuem histórico de empreendedorismo na família e que declaram receber o apoio de amigos e familiares na condução do seu negócio, não possuem experiência anterior relacionada a área do empreendedorismo e o bem estar da família é o combustível que fornece a energia necessária para elas seguirem em frente.

Nem só de desafios vive o empreendedor e algumas vantagens puderam ser evidenciadas pelas participantes desse estudo, tendo mais relevância a possibilidade de flexibilização de horários, ter a liberdade de montar sua agenda e seu esquema de trabalho é um fator muito valorizado por essas empreendedoras e também é uma das motivações para empreender mais citadas pelos estudos que abordam essa temática. Por outro lado, as dificuldades enfrentadas por essas mulheres também devem receber o devido tratamento para que se entenda como e porque elas ocorrem e tentar encontrar alternativas para minimizar as angústias dessa parcela da população, nesse sentido a incerteza de não possuir uma renda fixa se apresentou como sendo a maior preocupação na carreira de empreendedora por parte das entrevistadas.

Sobre as perspectivas futuras do negócio todas as participantes alegaram que ainda não estão onde deveriam estar e, que no futuro elas se imaginam fazendo muito mais sucesso, tanto no que diz respeito a aspectos pessoais quanto profissionais, elas planejam gerar empregos para outras pessoas e expandir a empresa para outras cidades, esses resultados demonstram que elas são mulheres otimistas e ambiciosas e que não medem esforços para alcançarem seus objetivos.

Os dados aqui apresentados são de um grupo de 10 empreendedoras da região do litoral norte do Rio Grande do Sul e, embora esse estudo tenha apresentado resultados que se assemelham a outras pesquisas do gênero há que se ponderar as limitações impostas pelo pequeno número de participantes e também pela limitação geográfica da área de estudo. Sugere-se aos pesquisadores para estudos posteriores que façam o aprofundamento de algumas questões aqui abordadas de modo superficial, por não fazerem parte dos objetivos iniciais da presente pesquisa, que é o caso das dificuldades para empreender de forma digital, estudo que é de extrema importância face a nova realidade digital vivida por empreendedores e empreendedoras de todo país e, também o aprofundamento de questões que envolvam os desafios, vantagens e desvantagens e também as expectativas de crescimento em relação ao negócio. Estudos dessa natureza

são extremamente importantes para se conhecer o perfil das empreendedoras do nosso país e os desafios de ser empreendedora ao mesmo tempo em que se é mulher, mãe e esposa ao mesmo tempo. Através dessas informações pode-se intervir por intermédio de soluções como políticas e programas de apoio que ajudem esses empreendimentos a se manterem saudáveis e longevos, transformando a vida dessas mulheres para que elas possam fazer a diferença na vida de outras pessoas gerando uma rede de cooperação no empreendedorismo feminino.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**, 2011. Pesquisa (Administração)- Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI).São Paulo 2011.Disponível em: [http://www.uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](http://www.uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf) Acesso em: 05 Fev. 2022.

BANDEIRA, Patrícia Amorim; AMORIM, Marcos Vinícius; OLIVEIRA, Manuela Ziebell De. EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO COMPARATIVO ENTRE HOMENS E MULHERES SOBRE MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER. 2020. Revista Psicologia: Organizações & Trabalho (rPOT). Rio Grande Do Sul. Disponível em : [https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/19558/2/Empreendedorismo\\_Feminino\\_estudo\\_comparativo\\_entre\\_homens\\_e\\_mulheres\\_sobre\\_motivacoes\\_para\\_empreender.pdf](https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/19558/2/Empreendedorismo_Feminino_estudo_comparativo_entre_homens_e_mulheres_sobre_motivacoes_para_empreender.pdf) Acesso em 18 de ago. de 2022.

BERGAMINI, Cecília W.MOTIVAÇÃO: UMA VIAGEM AO CENTRO DO CONCEITO. Rae Executivo FGV.2003. v.1 n. 2 (2003): nov. 2002- jan. 2003. Seção: Artigos Fator Humano. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/34822/33620> Acesso em: 25 abr. 2022.

CARREIRA, Suely da Silva. Et al. **Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico**. Navus I Florianópolis I SC I v. 5 I n. 2 I p. 06-13 I abr./jun. 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/ANA%20PAULA%20OLIVEIRA/Downloads/208-1425-2-PB.pdf> Acesso em: 07 Fev. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo - Dando Asas ao Espírito Empreendedor** . Rio de Janeiro – RJ: Grupo GEN, 2021. 9788597028089. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597028089/>. Acesso em: 07 mar. 2022.

CRAMER, Luciana et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 1, 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/ANA%20PAULA%20OLIVEIRA/Downloads/Cramer\\_Cappelle\\_Andra\\_de\\_Brito\\_2012\\_Representacoes-femininas-da-ac\\_30698.pdf](file:///C:/Users/ANA%20PAULA%20OLIVEIRA/Downloads/Cramer_Cappelle_Andra_de_Brito_2012_Representacoes-femininas-da-ac_30698.pdf) Acesso em: 07 Fev. 2022.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática** . São Paulo, SP : Editora Empreende, 2020. 9786587052014. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587052014/>. Acesso em: 05 abr. 2022.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios** . São Paulo: Editora Empreende, 2021. 9786587052083. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587052083/>. Acesso em: 09 abr. 2022.

DUARTE, Karoeny de Amorim; FERNANDES, Ronaldo Augusto da Silva  
EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DE PERFIL DE MULHERES  
EMPREENDEDORAS NO BRASIL. 2019. Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação.  
São Paulo Disponível em:  
<http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1030/836> Acesso em: 18 de  
abr. de 2022.

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa, 6ª edição**. Rio de Janeiro-RJ:  
Grupo GEN, 2017. 9788597012934. Disponível em:  
<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/>. Acesso em: 02 mai. 2022.

Global Entrepreneurship Monitor( GEM) : **Empreendedorismo no Rio Grande do Sul  
2020**. [Curitiba] : IBQP, 2021. Disponível em:  
<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/08/Livro-RS-web-compactado.pdf>  
Acesso em: 07 mar. 2022.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA (IRME), Empreendedorismo no  
Brasil: um recorte de gênero. Disponível em:  
[https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1571769199Ebook\\_Pesquisa\\_Rme\\_2019.pdf](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1571769199Ebook_Pesquisa_Rme_2019.pdf) Acesso em: 29 de jun. de 2022.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA (IRME), Quem são elas? Uma  
visão inédita do perfil da mulher empreendedora no Brasil, 2016. Disponível em:  
<https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F24675%2F1481030106ebook+%281%29.pdf> Acesso em: 18 de abr. de 2022.

LAKATOS, Eva M. Técnicas de Pesquisa . Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021.  
9788597026610. Disponível em:  
<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026610/>. Acesso em: 02 mai. 2022.

LEITE, Luciano S. **Saúde mental no trabalho e atitude empreendedora** . São Paulo,  
SP :Editora Saraiva, 2020. 9786558110491. Disponível em:  
<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786558110491/>. Acesso em: 18 abr. 2022.

LENZI, Fernando C. **A Nova Geração de Empreendedores : guia para elaboração  
de um plano de negócios**. São Paulo- SP: Grupo GEN, 2009. 9788522470358.  
Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522470358/>. Acesso  
em: 15 mar. 2022.

MAGALHÃES, Gladys. Empreendedorismo ainda é alternativa de renda para mães.  
2022. Gazeta de São Paulo. Disponível em:  
<https://www.gazetasp.com.br/brasil/empreendedorismo-ainda-e-alternativa-de-renda-para-maes/1106980/> Acesso em: 10 mar. 2022.

MATTE, Juliana et al. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR FEMININO:  
ESTUDO NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. 2019. Revista de Micro e  
Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco. Rio Grande do Sul.  
Disponível em:

<http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/137/136> Acesso em 22 de ago. de 2022.

Okafor, C., & Amalu, R. (2010). **Entrepreneurial Motivations as Determinants of Women Entrepreneurship Challenges**. Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin, Economic Sciences Series, 62(2), 67-77. Disponível em:

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças D. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionada para o plano de negócios**. São Paulo- SP: Grupo GEN, 2014. 9788522486748. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486748/>. Acesso em: 07 mar. 2022.

ONozato, Erika. Et al. Global Entrepreneurship Monitor **Empreendedorismo no Brasil : 2019** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020. 200 p. : il. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wpcontent/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf> Acesso em: 07 Fev. 2022.

PARISI, Luizana Bortoluzz et al. EMPREENDEDORISMO FEMININO EM SANTA MARIA/RS: ANÁLISE DA TRAJETÓRIA DE UM GRUPO DE MULHERES EMPREENDEDORAS.2020. Revista FSA . Piauí. Disponível em:

REEVE, Johnmarshall. **Motivação e Emoção, 4ª edição**. São Paulo, SP, Grupo GEN, 2006. 978-85-216-2366-3. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2366-3/>. Acesso em: 23 abr. 2022.

RIBAS, Raul .A MOTIVAÇÃO EMPREENDEDORA E AS TEORIAS CLÁSSICAS DA MOTIVAÇÃO. Caderno de Administração da PUC-SP. v.5. 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/caadm/article/view/7781> Acesso em: 24 abr. 2022.

SALIM, Cesar. **Introdução ao Empreendedorismo**. Rio de Janeiro- RJ: Grupo GEN, 2010. 9788595154414. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595154414/>. Acesso em: 15 mar. 2022.

SANTOS, Cintia Batista Dos et al. EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS RAZÕES EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE JOÃO PINHEIRO – MG.2020. Revista Eletrônica Cosmopolita em Açã. São Paulo Disponível em: <http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1544/1127> Acesso em 22 de ago. de 2022.

SEBRAE, **Descubra qual é o seu tipo de empreendedor**. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/descubra-qual-e-o-seu-tipo-empreendedor,76f6ca8023ec8610VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em: 18 abr. 2022

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino como tendência de negócios**. 2019. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA. Disponível em:

[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/2021/Empreendedorismo\\_feminino\\_como\\_tend%C3%Aancia\\_de\\_neg%C3%B3cios.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/2021/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf) Acesso em: 06 Fev. 2022.

SERRA, Fernando R.; SANTO, João C.; FERREIRA, Manuel P. **SER EMPREENDEDOR**. São Paulo, SP: Editora Saraiva, 2012. 9788502121966. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502121966/>. Acesso em: 19 abr. 2022.

SILVA, Mariana Santos da; MAINARDES, Emerson Wagner. **CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL**. 2016. Revista Gestão e Desenvolvimento Centro Universitário Feevale. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5142/514252950009/html/> Acesso em 29 de ago. de 2022. <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/2189/491492565> Acesso em 10 de set. de 2022.

SOUSA, Maria Angela Machado De. **Mulher empreendedora: O perfil extraído de casos de sucesso**. Centro universitário de Brasília faculdade de ciências sociais aplicadas – fasa. Jun. de 2005. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/837/2/20275252.pdf> Acesso em: 06 Fev. 2022.

TRAVASSOS, Patrícia; KONICHI, Ana C. **Os desafios do empreendedorismo materno**. São Paulo, SP :Editora Saraiva, 2021. 9786558100560. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786558100560/>. Acesso em: 11 abr. 2022.

TVRZKÁ DE GOUVÊA, ABC; SILVEIRA, A.; MACHADO, HPV Mulheres Empreendedoras: Compreensões do Empreendedorismo e do Exercício do Papel Desempenhado por Homens e Mulheres em Organizações. **Revista Iberoamericana de Empreendedorismo e Pequenas Empresas**, São Paulo, SP, v. 2, n. 2, pág. 32–54, 2013. DOI: 10.14211/regepe.v2i2.60. Disponível em: <https://regepe.org.br/regepe/article/view/60>. Acesso em: 15 mar. 2022.

[http://upg-bulletin-se.ro/old\\_site/archive/2010-2/7.%20Okafor\\_Amalu.pdf](http://upg-bulletin-se.ro/old_site/archive/2010-2/7.%20Okafor_Amalu.pdf). Acesso em: 02 abr. 2022



## APÊNDICES

### APÊNDICE 1- Questionário 1

O presente questionário tem por finalidade identificar o perfil das mulheres empreendedoras do Litoral Norte do Rio Grande do Sul, nele serão abordadas questões socioeconômicas das entrevistadas e também o perfil dos seus empreendimentos.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

O presente questionário foi elaborado com o objetivo de identificar o perfil das mulheres empreendedoras do Litoral Norte do Rio Grande do Sul, ele faz parte do projeto de conclusão do curso de bacharel em administração de empresas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS, da discente Ana Paula Silva de Oliveira, sob orientação da professora Dr<sup>a</sup> Fernanda Maciel Reichert.

As questões serão aplicadas em duas etapas, nessa primeira etapa você responderá as perguntas deste questionário que tem por finalidade identificar o seu perfil socioeconômico assim como alguns dados do seu empreendimento, na segunda e última etapa será realizada entrevista online com questões sobre suas

características empreendedoras, motivações e questões relacionadas ao seu dia a dia como empreendedora

Ressalto que essa pesquisa é anônima, ou seja, sua identidade será preservada. Sua contribuição é muito importante para este estudo e para motivar outras mulheres a empreender assim como você, colaborando com o desenvolvimento da nossa região.

Obrigada por responder !!

### **Perfil socioeconômico das entrevistadas**

1. Idade:
2. Estado civil:
3. Escolaridade:
4. Renda mensal:
5. Possui filho (s) ?

### **Perfil do empreendimento das entrevistadas**

1. Qual o setor em que sua empresa atua e onde ela está localizada?
2. Seu negócio é formalizado ( possui registro junto ao Cadastro Nacional de Pessoas jurídicas, CNPJ)?
3. Se sua resposta anterior foi “não”, você pensa em se tornar uma empreendedora formalizada, por quê?
4. Há quanto tempo seu negócio está em funcionamento( seja ele formal ou informal)?
5. Possui funcionários? Se sim, quantos?

## APÊNDICE 2- Questionário 2

Questionário final com o objetivo de identificar as características e perfil empreendedor, e as motivações para empreender das empresárias gaúchas do litoral norte do Rio Grande do Sul



Obrigada por responder o primeiro questionário, nesta segunda fase serão abordadas questões mais aprofundadas sobre motivações, perfil empreendedor, desafios e expectativas para seu negócio!

Responda as questões sem se preocupar com formalidades apenas seja você mesma, sua identidade não será divulgada, apenas suas respostas.

Sua contribuição é muito importante tanto para minha formação acadêmica e minhas expectativas como futura empreendedora, quanto para incentivar outras mulheres da nossa região a se tornarem empreendedoras como você.

Muito Obrigada!

### **Características e perfil empreendedor**

**Seu nome** \_\_\_\_\_

**Nome da empresa** \_\_\_\_\_

1. Na sua opinião quais características são importantes para se tornar uma empreendedora?
2. Qual a sua maior qualidade como empreendedora?
3. Qual a sua maior dificuldade na condução do seu negócio?
4. Você costuma fazer cursos na sua área de atuação para aperfeiçoamento? Por quê ?
5. Antes de ser empreendedora você exercia outra profissão?
6. Como você concilia a relação trabalho x família? , ou se você mora sozinha pode responder essa questão associando a relação trabalho x tarefas domésticas por exemplo, em outras palavras, como você distribui o seu tempo entre o seu trabalho e outras tarefas do seu dia a dia?

### **Motivações para empreender**

1. Por que você decidiu se tornar uma empreendedora?
2. Tem outros empreendedores na família?
3. Quais as vantagens e desvantagens em empreender?
4. O que te inspira a batalhar todos os dias pelo sucesso do seu negócio?
  
5. Você tem o apoio da sua família na condução da sua empresa?
  
6. Você considera que já chegou aonde queria com a sua empresa? Por quê?
  
7. Como você se imagina a frente do seu negócio daqui há 5 anos?