



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**LENILDES PAIVA SANTOS**

**O PERFIL EMPREENDEDOR FEMININO NO MERCADO DE TRABALHO E SUAS  
COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS EM  
SERGIPE**

**SÃO CRISTOVÃO, SE  
2021**

**LENILDES PAIVA SANTOS**

**O PERFIL EMPREENDEDOR FEMININO NO MERCADO DE TRABALHO E SUAS  
COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS EM  
SERGIPE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento às Normas de Estágio Curricular Regulamentada pela Resolução nº 69/2012 do CONEPE, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Thais Ettinger Oliveira**

**SÃO CRISTOVÃO, SE  
2021**

**LENILDES PAIVA SANTOS**

**O PERFIL EMPREENDEDOR FEMININO NO MERCADO DE TRABALHO E SUAS  
COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS NO GERENCIAMENTO DE NEGÓCIOS EM  
SERGIPE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento às Normas de Estágio Curricular Regulamentada pela Resolução nº 69/2012 do CONEPE, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Thais Ettinger Oliveira**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Thais Ettinger Oliveira (Orientadora)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Elena Leon Olave

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Conceição Melo Silva Luft

**SÃO CRISTOVÃO, SE  
2021**

Dedico este trabalho aos meus filhos, em especial minha filha **Brenda**, que durante todo o período de curso desta graduação percebeu minha ausência durante os horários de aula. E aos meus pais, que são insubstituíveis, pela ajuda que me oferecem em cada passo da minha vida.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, por todos os livramentos, força e sabedoria concedida. Grata por minha vida e por minha família.

Família é o ponto de apoio fundamental para a conclusão de mais esta conquista em minha vida. Agradeço em especial meus pais, **Joselia** e **Jildasio** que incondicionalmente me fornecem o suporte necessário, nos incentivos, auxílios e cuidados.

Minhas tias, **Lúcia Maria** e **Vitória Luzilma** que desde sempre torcem e vibram por tudo que vivencio desde a minha infância. Meus amados irmãos, **Lenilzélia** e **Geovan** por me motivarem com seus exemplos de superação. Ao meu esposo, **Carlos Roberto** que sempre me incentiva e me apoia.

Às minhas amigas de curso, **Janne Keila**, **Evelyn Raiane** e **Klattellem Stefany** por compartilharmos muito aprendizado, expectativas e aflições no companheirismo nesta jornada.

Gostaria de destacar os professores que dentre **outros Marcos Zambanini**, **Maria Elena Leon Olave**, **Maria Conceição Melo Silva Luft**, **Maria Teresa Gomes**, **Rosangela Sarmiento** e **Bruno Massoni** que de forma cordial e diferenciada me inspiraram na vida acadêmica e por consequência na vida pessoal.

Aos demais mestres desta casa, que de forma muito sábia, sempre transmitem conhecimento rico em experiências.

“Vivemos todos sob o mesmo céu, mas  
nem todos temos o mesmo horizonte.”  
(Konrad Adenauer)

Primeiro chanceler da Alemanha  
Ocidental entre 1949 e 1963.  
Lutou bravamente contra o nazismo.

## RESUMO

A participação das mulheres no empreendedorismo é uma conquista que a cada dia tem se superado, no entanto, apesar de toda competência, desenvoltura e qualificação galgada por mérito, ainda encontram muitos desafios, obstáculos e preconceitos. Um dos desafios de relevância é a conciliação da vida profissional e pessoal, em função da rotina sobrecarregada ao exercer multitarefas compartilhando suas forças para conseguir cuidar de suas famílias e atingir suas metas empreendendo. Com base neste cenário, esta pesquisa teve por objetivo entender a implicação do conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino e as estratégias adotadas para a conciliação da vida profissional e pessoal. Para tal foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa descritiva através de questionários adaptados de Araújo (2010), com a participação de catorze (14) empreendedoras da cidade de Nossa Senhora do Socorro/SE, geridos por mulheres em sua maioria proprietárias. Como resultado, obteve-se o mesmo número de mulheres casadas e solteiras. Observou-se também a prevalência de mulheres com apenas um (1) filho, a maioria com dedicação exclusiva ao negócio e algumas que, apesar da demanda diária, ainda cursam universidade. Quanto ao perfil encontrado, foi possível perceber que as variáveis Ética e Autoconfiança são de relevante importância para a gestão dos micros empreendimentos, para sobreviverem em meio às dificuldades e concorrências para manter seus clientes atraídos. No que diz respeito às estratégias por elas utilizadas para conciliar vida pessoal e profissional, observa-se a importância da administração do tempo e o diálogo, a relação franca e aberta entre os cônjuges.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino; Vida profissional e pessoal; Gestão por competência.

## ABSTRACT

The participation of women in entrepreneurship is an achievement that is being surpassed every day, however, despite all the competence, resourcefulness and qualification gained by merit, they still face many challenges, obstacles and prejudices. One of the relevant challenges is the reconciliation of professional and personal life, due to the overloaded routine of multitasking, sharing their strengths to be able to take care of their families and achieve their entrepreneurial goals. Based on this scenario, this research aimed to understand the implication of the work-family conflict in female entrepreneurship and the strategies adopted to reconcile professional and personal life. For this, a descriptive qualitative research was carried out through questionnaires adapted from Araújo (2010), with the participation of fourteen (14) entrepreneurs from the city of Nossa Senhora do Socorro/SE, managed by women, mostly owners. As a result, the same number of married and single women was obtained. It was also observed the prevalence of women with only one (1) child, the majority with exclusive dedication to the business and some who, despite the daily demand, still attend university. As for the profile found, it was possible to perceive that the variables Ethics and Self-Confidence are of relevant importance for the management of micro enterprises, to survive in the midst of difficulties and competitions to keep their customers attracted. With regard to the strategies used by them to reconcile personal and professional life, the importance of time management and dialogue, a frank and open relationship between the spouses, is observed.

**Keyword:** Female entrepreneurship; professional and personal life; management by competence.

## LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

<b>CAGED</b>	Cadastro Geral de Emprego e Desemprego
<b>COVID</b>	Corona Virus Disease
<b>GEM</b>	Global Entrepreneurship Monitor
<b>JUCESE</b>	Junta Comercial do Estado de Sergipe
<b>OMS</b>	Organização Mundial da saúde
<b>RAIS</b>	Relação Anual de Informações Sociais
<b>SARS-CoV-2</b>	Coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2
<b>SEBRAE</b>	Serviço Brasileiro de Apoio Às Empresas.
<b>TEA</b>	Taxa de empreendedorismo inicial
<b>TEE</b>	Taxa de empreendedorismo estabelecido
<b>TTE</b>	Taxa de empreendedorismo total
<b>UFS</b>	Universidade Federal de Sergipe

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Negócios de Nossa Senhora do Socorro/SE.....	36
Quadro 2 – Variáveis do estudo .....	37
Quadro 3 – Demonstrativo de Indicadores Cognitivos .....	42
Quadro 4 – Demonstrativo de habilidades .....	43
Quadro 5- Demonstrativo de Atitudes .....	44
Quadro 6 – Variáveis que favorecem a conciliação vida pessoal e profissional .....	44

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Ação Empreendedora .....	23
Figura 2 – Rendimento habitual médio mensal de todos os trabalhos e razão de rendimentos, por sexo .....	27
Figura 3 – Taxas (em%) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE e TTE - Brasil - 2002:2019.....	28
Figura 4 – As três dimensões da competência.....	30
Figura 5 – Atividades econômicas mais registradas em Sergipe - 2018.....	31
Figura 6 – Implicações do tempo .....	45

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Ramo de atuação dos negócios.....	39
Gráfico 2 – Tempo de atuação das empreendedoras .....	39
Gráfico 3 – Regime de trabalho.....	40
Gráfico 4 – Importância da renda da empreendedora em relação a renda familiar...	41
Gráfico 5 – Média de faturamento anual declarado.....	41
Gráfico 6 – Realização das atividades diante do decreto do governo na pandemia .	46
Gráfico 7 – Impactos da pandemia na demissão de pessoal .....	46
Gráfico 8 – Relação com o cliente na pandemia .....	47

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1.	PROBLEMA DE PESQUISA .....	14
1.2	OBJETIVOS .....	16
<b>1.2.1</b>	<b>Objetivo Geral</b> .....	16
<b>1.2.2</b>	<b>Objetivos específicos</b> .....	16
1.3	JUSTIFICATIVA.....	16
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	19
2.1	A ORIGEM DO EMPREENDEDORISMO.....	19
2.2	CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR.....	20
2.3	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE UM EMPREENDEDOR.....	21
2.4	A MENTALIDADE EMPREENDEDORA.....	22
2.5	TIPOS DE EMPREENDEDORES.....	23
2.6	A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO .....	25
2.7	GESTÃO POR COMPETÊNCIA.....	29
2.8	MERCADO EMPRESARIAL SERGIPANO.....	30
2.9	Empreendedorismo e as adversidades da pandemia.....	31
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	33
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	33
3.2	MÉTODO DE PESQUISA.....	34
3.3	QUESTÕES DE PESQUISA .....	34
3.4	DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS .....	34
3.5	FONTE DE EVIDÊNCIAS.....	35
3.6	UNIVERSO E AMOSTRA.....	35
3.7	VARIÁVEIS E INDICADORES DA PESQUISA .....	37
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	38
4.1	PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO.....	38
4.2	COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS .....	42
4.3	PRÁTICA GERENCIAL E VIDA PESSOAL .....	44
4.4	ADVERSIDADES NA PANDEMIA.....	45
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	48

5.1	LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	50
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>51</b>
	<b>APÊNDICE A</b> .....	<b>56</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No decorrer do tempo com a evolução da sociedade percebe-se consideráveis avanços e superação de barreiras e paradigmas pela classe feminina, uma vez que esta sempre foi colocada em uma posição de apoio e serventia para seus donos, esposos e ou filhos para desenvolver atividades de cunho artesanal e doméstica. Diante disto, verifica-se na atualidade a presença feminina com força cada vez mais numerosa no mercado de trabalho e na ocupação de postos de liderança e gerenciamento de empresas de todos os portes e modalidades, sejam elas no setor privado ou como dona de seus próprios empreendimentos.

Este avanço da mulher na desenvoltura com os negócios deve-se muito à capacitação e escolarização trazendo conhecimento técnico, que aliados às características femininas como, percepção de valores, conciliação de multitarefas, intuição e visão materna têm sido diferenciais que muitas empresas levam em consideração no momento da seleção.

Algo muito importante que evidencia a desigualdade entre os gêneros é a participação feminina nas atividades domésticas em paralelo às suas atividades profissionais e empreendedoras. Que por mais que haja participação por parte de seus companheiros e cônjuges na rotina diária, a sobrecarga sobre elas ainda permanece em níveis elevados.

Inseridas no mercado formal de trabalho de forma desigual aos homens, as mulheres tiveram sua força de trabalho subordinada aos interesses de mercado e aos interesses do patriarcado, pois era explorada por sua condição de trabalhadora e de mulher. As mulheres recebem salários inferiores, enfrentam várias jornadas de trabalho (intra e extra-lar), ocupam os trabalhos mais precários, e também são historicamente a maioria dos índices de desemprego - perdem mais facilmente seus trabalhos em momentos de instabilidade econômica (CORRÊA; CORREIA, 2016, p.1).

Nesse contexto um importante diferencial que tem sido apresentado pelas mulheres para se destacar na atuação do mercado de trabalho e desenvolvimento de seus negócios que é o empreendedorismo.

A participação de forma gradual tem atingido importante destaque quando se fala em empreendedorismo (CINEROS, 2015). No mesmo momento em que no Brasil as mulheres têm apresentado taxas similares à dos homens no que tange aos empreendimentos, informação percebida ao analisar a taxa de empreendedorismo inicial feminino, constata-se que o Brasil (19,9%) supera índices de países como Estados Unidos (10,5%), China (8,6%) e Alemanha (3,1%) (GLOBAL

ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2017). Saliencia-se ainda que 47% dos microempreendedores individuais (MEI) e 39% dos micros e pequenos empresários são mulheres (CNDL; SPC BRASIL, 2015) e que a produção de alimentos, comercialização de artigo de vestuários, serviços de buffet e atividades associadas a beleza são os ramos com maior atuação empreendedora de mulheres (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2017).

Em síntese, o presente trabalho objetiva analisar quais as principais competências profissionais apresentadas pelas mulheres no mercado de trabalho sergipano, atuando na gestão de seus próprios negócios no município de Nossa Senhora do Socorro e na conciliação com a vida pessoal.

### 1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

Conforme GELINSKI (2004) em relação ao mercado de trabalho, a globalização tem retratado a flexibilização das relações de trabalho e apresentado novas formas de relações de trabalhista. Na incessante busca por redução de custos, as empresas aplicam formas alternativas de contratação como, trabalho com jornada reduzida, trabalho a domicílio ou terceirização. Em paralelo a estas novas modalidades de contratação, a informalidade se destaca em consequência da redução de salários e aumento de horas de trabalho.

Estas modificações geram um aumento da “insegurança no emprego, da desigualdade, salarial, desemprego estrutural, subemprego”, assim como implicam uma elevação dos índices de trabalho informal e “consequentemente uma diminuição do poder de negociação dos salários e de condições de trabalho por parte dos sindicatos” SADEN (2005 *apud* COAN, 2008, p. 15).

Com estas mudanças percebe-se a necessidade de mudança no perfil dos trabalhadores, necessitando para conquistar crescimento e permanência nas empresas ou negócios empreender constantemente. Os empreendedores implementam algo novo, algo diferente; eles mudam ou convertem valores e ainda, o empreendedor é aquele que inova sistematicamente. Almeja fontes de inovação e viabiliza novas formas (DRUCKER, 1986).

Os empreendedores sociais não buscam apenas uma oportunidade de negócio lucrativa, e sim resolver um problema na sociedade e propor uma solução para tal. É importante lembrar que empreendedores sociais são

diferentes dos empreendedores tradicionais, que correm riscos em benefício próprio ou da organização, a característica chave dos empreendedores sociais é que eles correm riscos em benefício das pessoas a quem a sua organização serve. (BRINCKERHOFF, 2000 *apud* MORILLO, 2004, p. 10).

Em conformidade com a Agência de notícias do IBGE, 2018 “a relevância de trabalhadores em ocupações por tempo parcial (até 30 horas semanais) predomina entre as mulheres (28,2%) enquanto os homens (14,1%).” Estes dados se relacionam com a prevalência de mulheres atuando nos cuidados de pessoas e atividades domésticas, às quais as mulheres atuantes empenhavam 73% maior tempo de horas do que os homens.

Ainda de acordo com a Agência, as mulheres possuem maior tempo de escola do que os homens, tanto no âmbito geral como na perspectiva de preparo para o profissional, porém o rendimento médio salarial equivale a cerca de 75% dos homens. Além do mais, no Brasil, 60,9% dos cargos de gestão na esfera pública ou privada eram ocupados por homens enquanto apenas 39,1% pelas mulheres, em 2016. Dados atualizados em 08 de junho de 2018.

Baseado em Floriano (2013) o comprometimento da mulher em desempenhar diferentes papéis simultaneamente pode ser capaz de prejudicá-la no propósito de iniciar seu próprio negócio, visto que o montante de responsabilidades assumidas socialmente pelas mulheres exige, inclusive, um norteamento mais firme com relação a vontade de realizar seu negócio próprio e capacitação intelectual para administrar sua organização. Esse processo pode desenfrear implicações na sua relação familiar, e seu empreendimento pode demandar de tempo e esforço que não são garantia do retorno esperado, motivo que pode afetar na sua permanência matrimonial, com a criação de filhos e bem-estar pessoal (ALSOS et al., 2016).

Desta forma este estudo visa entender: quais as implicações do conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino e as estratégias adotadas para a conciliação da vida profissional e pessoal?

Com intuito de complementar esse questionamento, serão consideradas as seguintes questões de pesquisa:

- Qual o perfil sociodemográfico das entrevistadas?
- Quais as competências necessárias para que a mulher obtenha destaque empresarial?
- Quais as habilidades relevantes para o seu desempenho?
- Quais as atitudes que a mulher necessita obter para executar seus trabalhos?

- Quais as estratégias que as contribuem a conciliar vida profissional e pessoal?

## 1.2 OBJETIVOS

Os objetivos, geral assim como os específicos, possuem como principal propósito, apresentar o que será averiguado pelo estudo (MARCONI; LAKATOS, 2010). De acordo com Gonçalves e Meireles (2004) o objetivo geral é o que se busca alcançar, conseguir, ou seja, a definição do problema apresentado e os objetivos específicos ressaltam o que alcançar: como, quando, quem, e onde fazer a pesquisa (VERGARA, 2007).

### 1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho consiste em entender a implicação do conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino e as estratégias adotadas para a conciliação da vida profissional e pessoal.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Compreender como ocorreu o processo de integração da mulher no mercado de trabalho nacional.
- Identificar o perfil sócio demográfico das mulheres que empreendem.
- Identificar as competências e habilidades necessárias para que a mulher obtenha destaque empresarial de acordo com conceitos apresentados Segundo Brandão e Guimarães (2001).

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Na atualidade apesar de muitos avanços na expansão das mulheres no mercado de trabalho ainda se verificam muitas desigualdades e distinções a respeito das diferenças de salários, a promoção de cargos e mesmo diante deste quadro as mulheres têm superado as expectativas e utilizado de suas percepções,

sensibilidade e aplicado o empreendedorismo além da incessante busca por conhecimento.

De acordo com Platonow (2012), repórter da Agência Brasil, com base nos dados do Censo Demográfico 2010, pelo IBGE, já demonstrava que a frequência nas faculdades já é majoritariamente feminina, o que acaba se refletindo no mercado de trabalho. Entre o total de pessoas com 25 anos ou mais, 12,5% das mulheres e 9,9% homens tinham pelo menos o nível superior completo naquele ano. No mesmo grupo etário, entre as pessoas ocupadas, a diferença é ainda maior: 19,2% das mulheres tinham nível superior completo, enquanto na participação masculina o índice era 11,5%.

Do ponto de vista de autores como Drucker (2003), Dornelas (2004) e Hashimoto (2006), as características do empreendedor as diferenciam dos demais em função de sua visão, atitudes, percepção, sensibilidade, comprometimento e a busca incansável por realização.

Tão somente, porque os indivíduos produziram mais e mais necessidades, precisaram romper os paradigmas de seu tempo para satisfazê-las. Precisaram, para isso, derrubar crenças e instrumentalizar-se para empreender uma forma totalmente diferente de produzir a vida, produzindo também novos valores, definindo novas regras para atitudes e sentimentos (DORNELAS, 2005).

Não somente estas necessidades geradas, mas por um motivo muito mais de superação, afirmação e auto realização, que as mulheres no decorrer de décadas precisaram se posicionar e buscar progressiva expansão na conquista por igualdade de direitos trabalhistas e lugar no universo dos negócios e no mercado de trabalho.

Porém, esta abrangência da ocupação feminina, observada nas últimas décadas, não foi acompanhada de semelhante progressão salarial. Muito pelo contrário, as mulheres ainda possuem níveis salariais inferiores aos dos homens e situação semelhante ocorre quando o assunto é direito social e trabalhista onde elas são tratadas com desigualdade, perante os homens. (ROSSO, 1996; ANTUNES; ALVES, 2004).

A entrada maciça das mulheres na força de trabalho remunerada deve-se, de um lado, à informatização, integração em rede e "globalização" da economia e, de outro, à segmentação do mercado de trabalho por gênero, que se aproveita de condições sociais específicas da mulher para aumentar a produtividade, o controle gerencial e, conseqüentemente, os lucros. (JOFFER, 2008, p. 1).

Nesse contexto, a escolha deste tema torna-se relevante diante de uma sociedade que a cada dia tem se mostrado preocupada com as desigualdades e com a visão empreendedora para condução da cidadania com aspectos de progresso.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica é a parte do estudo, que nos permite melhor aprofundamento e compreensão sobre o tema. Busca-se analisar a estrutura teórica que possibilitará a construção do saber ante o estudo de autores e pesquisadores, objetivando novos caminhos. É muito importante esclarecer os principais conceitos sobre o tema, procurando contatos com trabalhadores de natureza teórica e pesquisas que possibilitem explicações ao problema (GIL, 2002).

Neste capítulo, serão apresentados conceitos e definições a respeito do tema selecionado para a pesquisa do projeto: competência, buscando atender aos objetivos propostos neste trabalho. Os principais conceitos e definições dos principais aspectos relacionados ao estudo em questão, empreendedorismo, a origem do empreendedorismo, conceito de empreendedorismo, tipos de empreendedorismo, a mentalidade empreendedora, a mulher no mercado de trabalho, gestão por competência, mercado empresarial sergipano.

### 2.1 A ORIGEM DO EMPREENDEDORISMO

A expressão empreendedorismo, baseado em Dolabela (1999) teria sido popularizada a partir de textos escritos em língua inglesa, teria origem na palavra francesa *entrepreneur*.

A palavra empreendedor, é aplicada na identificação da pessoa que se “dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc.” (DOLABELA, 1999, p.43).

Previamente para definições mais utilizadas e aceitas, é relevante fazer uma análise histórica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo.

Conforme Dornelas (2016), a expressão “empreendedor” foi aplicada na idade média para definir aquele que conduzia grandes projetos de produção, não assumia riscos, este apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, na maioria das vezes, disponibilizados pelo governo do país. Apenas no século XVII, ocorreram as primeiras relações de risco assumidas, associando o empreendedor com o capitalista, devido acordos contratuais com o governo firmados para realizar

serviços ou fornecer produtos. No século XVIII, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria mundialmente, o capitalista e o empreendedor foram categoricamente diferenciados.

Ainda segundo o autor entre os séculos XIX e XX, houve muita confusão para diferenciar empreendedores dos administradores (o que ocorre até os dias atuais), analisavam somente pelo ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam funcionários, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas nas organizações, porém sempre a serviço do capitalista.

## 2.2 CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

Empreendedorismo é "o campo de estudo que procura compreender como as oportunidades que geram novos produtos e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com que consequências". Zampier e Takahashi (2011 apud VENKATARAMAN, 1997, p. 120). "Ser empreendedor significa possuir, acima de tudo, o impulso de materializar coisas novas, concretizar ideias e sonhos próprios e vivenciar características de personalidade e comportamento não muito comuns nas pessoas." (BAGGIO A; BAGGIO D, 2014, p. 27). Entretanto, nem todos os pequenos negócios novos são empreendedores ou representam empreendimentos.

O casal que abre mais uma confeitaria, ou mais um restaurante de comida mexicana no subúrbio americano, certamente estará assumindo riscos. Mas, será que eles são empreendedores? Tudo o que fazem já foi feito muitas vezes antes. Eles apostam na popularidade crescente de se comer fora, na vizinhança. Por outro lado, eles não criam uma nova satisfação para o consumidor, e nem uma nova demanda para este. Visto sob essa perspectiva, é claro que eles não são empreendedores, mesmo que o seu negócio seja novo. (DRUCKER, 1986, p. 28).

Conforme com Drucker (1986), para ser caracterizado um empreendimento inovador, caso o produto final já seja existente deve ser agregado valor ao processo. Como é o caso da McDonald's que aprimorou um modelo de negócio com a padronização do produto, redesenho dos processos, entre outras técnicas gerenciais e conceitos de Administração.

Será que empreendedorismo é sinônimo de enriquecimento garantido? Na prática, essa nem sempre é uma realidade. Muita gente pensa que quem tem um negócio próprio, literalmente, prospera no dinheiro, e toda pessoa que resolve e tem coragem de empreender quer de fato ter prosperidade. No entanto, devido ao alto

risco no lançamento de algumas inovações e ao experimento da aceitação pelo mercado, muitos empreendedores patrocinam seus negócios por longos períodos até que possuam retorno positivo de lucratividade (SEBRAE, 2019).

## 2.3 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE UM EMPREENDEDOR

Cooley (1990) é um dos principais autores a trazer um modelo que identifica as dez principais características do empreendedor. Seguem abaixo relacionadas:

- (1) Definição de metas;
- (2) Planejamento e acompanhamento sistemático;
- (3) Perseverança;
- (4) Responsabilidade, engajamento;
- (5) Procura de informações;
- (6) Busca de possibilidades e atitude;
- (7) Exige qualidade e excelente eficiência;
- (8) Busca de riscos planejados; boas relações;
- (10) Liberdade e ousadia.

Considera também o estabelecimento de metas e a enumeração dos objetivos algo desafiador e com significado pessoal importante. Esses objetivos e metas vislumbram longo prazo, são metas claras e específicas, em paralelo com metas de curto prazo. No entanto, é insuficiente a mera fixação de metas, é imprescindível a concretização. Assim, em seguida, há o planejamento e acompanhamento sistemático, dividindo-se tarefas, revisando-se os planos com base nos resultados obtidos e mantendo-se o controle financeiro, utilizando-o como norte para a tomada de decisão (ZAMPIER; TAKAHASHI; FERNANDES, 2012).

Os empreendedores são comumente identificados em relação a características de inovação, reconhecimento de oportunidades etc. e, para compreender o empreendedorismo nesta acepção, é importante entender como os empreendedores desenvolvem suas competências - para isso, é necessário, também, compreender como ocorre o processo de aprendizagem empreendedora, uma vez que a literatura já tem dado e comprovado evidências suficientes desta inter-relação (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011, p. 2).

## 2.4 A MENTALIDADE EMPREENDEDORA

Avaliando o perfil empreendedor, Hisrich et al (2014) retratam empreendedorismo como o método de desenvolver algo diferente, inédito, com valor, empenhando esforços e momentos necessários, admitindo riscos financeiros, sociais e psicológicos, e angariando recompensas de satisfação pessoal e econômica, como fruto de sua ação. Nesse desenvolvimento, os autores enfatizam o pensamento e a personalidade empreendedora, considerando o pensamento realizados como o conjunto de recursos mentais com os quais o empreendedor supera a sua ingenuidade para discernir e optar sobre uma oportunidade e sua efetividade; e a mentalidade empreendedora como a capacidade de distinguir, pensar, entender e, como resultado, agir, perante as possibilidades, apesar das indefinições.

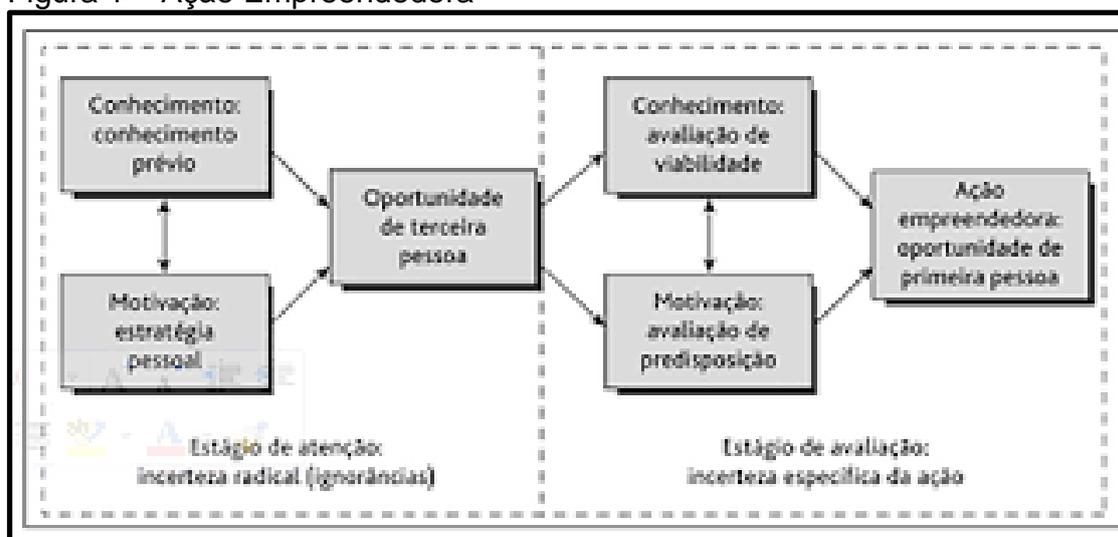
A caracterização de ser o dono de negócio próprio é atraente, no entanto, existem mais empreendimentos novos que mais frustram do que os que atingem sucesso. “É necessário mais do que apenas muito trabalho e sorte para ser um dos poucos empreendedores bem-sucedidos. É preciso raciocinar em um ambiente de alta incerteza, ser flexível e aprender com as derrotas” (HISRICH et al, 2014, p. 5).

De acordo com Hisrich et al (2014), o empreendedor segue o que compreende ser uma oportunidade. Em virtude das oportunidades em sua pluralidade existem em circunstância de abrangente incerteza, o que distingue a ação empreendedora é analisar o nível desta incerteza considerando a oportunidade e ter ânimo para se encorajar a enfrentar.

Na figura 1, a seguir, entenderemos como a captação perceptiva e a motivação inspiram dois estágios da atitude empreendedora. Os sujeitos que conhecem os nichos, mercados e ou ferramentas se farão mais eficazes de interpretar as mudanças na abrangência do ambiente externo e, se mantiverem entusiasmados, ficarão mais concentrados no fluxo de informações. Os demais conforme com Shepherd permanecerão ficar despercebidos das possibilidades.

No estágio 1 entende-se que a compreensão por um indivíduo de que há oportunidade a ser usufruída. Esse indivíduo precisa então decidir se esta configura uma oportunidade para ele (estágio 2).

Figura 1 – Ação Empreendedora



Fonte: Hisrich et al (2014)

O método envolve determinar a disponibilidade de explorar a oportunidade com êxito, dado o entendimento do indivíduo, e a atratividade dela, dado o nível motivacional do possível empreendedor. O indivíduo pode atuar caso sobreponha suas hesitações o bastante para desenvolver as convicções de que a circunstância representa uma situação favorável para uma pessoa em geral e essa oportunidade para alguém é, na verdade, um momento para ele próprio.

Isso envolve o pensamento empreendedor, ou seja, os métodos, mentais com que o indivíduo supera a inabilidade para decidir se um sinal representa oportunidade para alguém ou reduzir dúvidas quanto a essa oportunidade.

## 2.5 TIPOS DE EMPREENDEDORES

Como cada um tem seus motivos para empreender, as variações são grandes. Há dois grandes grupos: os empreendedores por necessidade, que só empreendem para sobreviver, e os empreendedores por oportunidade, que identificam um nicho com potencial de crescimento. Veja a seguir os principais tipos propostos por Dornelas de acordo com (ZUINI, 2014).

### 1. O informal

Este tipo de empreendedor busca ganho de dinheiro para suprir necessidades básicas, possui visão imediatista, quer atender a necessidade de agora. O empreendedor deste perfil trabalha para garantir o suficiente para viver, tem um

risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro. Esse tipo tem diminuído bastante com iniciativas como o Microempreendedor Individual (MEI).

## **2. O cooperado**

Este tipo costuma empreender ligado a cooperativas, como artesãos. Por isso, o trabalho em equipe é primordial. Vislumbra crescer até poder ser independente. “Empreende de maneira muito intuitiva”, explica Dornelas (2014). Geralmente, estes empreendedores dispõem de poucos recursos e possuem um baixo risco.

## **3. O individual**

Este é o empreendedor que se formalizou através do MEI, inicia a estrutura para formalizar sua empresa. “Por mais que esteja formalizado, ele não está pensando em crescer muito”, diz Dornelas (2014). Este perfil ainda está muito associado à necessidade de sobrevivência e na maioria trabalha individualmente ou com mais um funcionário apenas.

## **4. O franqueado e o franqueador**

O franqueado é considerado como empreendedor, mas a iniciativa de comandar o negócio, mesmo que uma franquia deve ser levada em conta. Normalmente, buscam uma renda mensal média e o retorno do investimento, responsáveis por construir uma rede através de sua marca.

## **5. O social**

São empreendedores movidos pelo desejo de fazer melhorias para a sociedade e por consequência ganhar dinheiro, fazem parte deste perfil muitos jovens que ainda na graduação, desenvolvem seu negócio no anseio de resolver problemáticas que o setor público não desenvolve. Nesta categoria, trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.

## **6. O corporativo**

É o intraempreendedor, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha. Seu principal objetivo é crescer na carreira, com promoções e bônus.

### **7. O público**

O empreendedor público é uma variação do corporativo para o setor governamental. Para Dornelas, ainda existem muitos funcionários públicos preocupados em utilizar melhor recursos e inovar nos serviços básicos. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é ilustre e tem valor para a sociedade.

### **8. O do conhecimento**

Este empreendedor utiliza-se da especialidade que possui em determinada área para conseguir aumentar seus rendimentos. É como um atleta que se prepara e ganha medalhas importantes, mas seu principal objetivo é atingir realização profissional e prestígio.

### **9. O do negócio próprio**

Este perfil é o mais costumeiro e objetiva empreender baseado no seu estilo de vida ou porque anseia grandes conquistas. Dentro deste perfil, encontramos subtipos: o empreendedor nato, o serial e o “normal”.

O empreendedor nato costuma ser considerado como prodígio, com trajetória de negócio exemplar, como Bill Gates. Por sua vez o serial é aquele que cria vários negócios em sequência. Ele é obstinado por empreender e não se apaixona pela empresa em si. Por fim, o “normal” é o empreendedor que planeja um negócio para minimizar os riscos e segue o plano estabelecido.

Em suma, todos os perfis procuram satisfação pessoal, autonomia financeira e visam deixar um legado. De acordo com a análise do autor, esses modelos não são estáticos, podem evoluir e mudar para outro tipo no decorrer da sua vida”.

## **2.6 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO**

A atuação da mulher no campo de trabalho brasileiro expõe significativo destaque com maior relevância nos últimos anos. A incidência feminina no mercado

formal representava em 2007, 40,8%, anos depois em 2016 esse número elevou-se para 44%. As informações são do Ministério do Trabalho e baseiam-se em pesquisas do Cadastro Geral de Emprego e Desemprego (CAGED) e da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS).

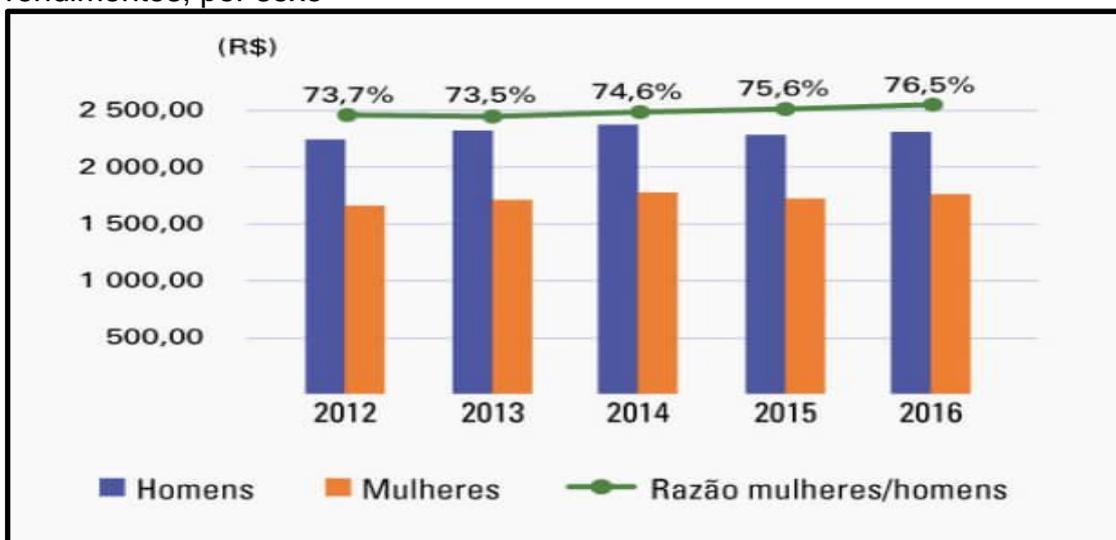
Apesar deste avanço, uma considerável parcela das mulheres ainda enfrenta dificuldades, que muitos homens não são submetidos, em específico o equilíbrio entre atividades domésticas em relação ao emprego fora de casa e a diferença salarial. Mesmo com contratempos maiores, a maioria das mulheres batalham regularmente para firmar-se ou até mesmo conquistar seu ambiente nas corporações e negócios.

A situação feminina pode ficar mais complexa quando se analisa alguns dados de 2017 emitidos pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que salientam que as mulheres passam mais tempo nas atividades laborais do que os homens, quando se soma as horas de trabalho dentro e fora de casa. As mulheres empregadas trabalham em média 54,5 horas por semana, sendo 36,5h no emprego e 18h em casa. Em contra partida, os homens empregados trabalham, em média, 51,6 horas por semana, sendo 41,1h no emprego e 10,5h em casa.

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2015, realizada pelo IBGE, no Brasil identificou que a renda média dos brasileiros era de R\$1.808, enquanto, a média de salário masculino era de R\$ 2.012, a mulher tinha média salarial de R\$ 1.522. Avaliando estado a estado, o Distrito Federal apresenta a maior distinção e Roraima a menor. As diferenças salariais em relação ao gênero não alteram quando se acrescenta o fator educação já que os homens sempre ganham mais, sem considerar o tempo de estudo no decorrer da formação escolar.

Os afazeres socialmente associados às mulheres são aqueles que advêm do histórico papel social da “mulher cuidadora”. Essas profissões possuem status social e remunerações inferiores. Na saúde, por exemplo, as auxiliares e técnicas de enfermagem (cargos com menor remuneração) são em sua maioria mulheres. Já os médicos cirurgiões são em sua maior parte homens e possuem valorização social e remuneração infinitamente superiores. Essa incompatibilidade ocorre na maioria dos setores.

Figura 2 – Rendimento habitual médio mensal de todos os trabalhos e razão de rendimentos, por sexo



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2012-2016

O relatório da pesquisa GEM Brasil abordando o tipo de motivação, no caso das mulheres, verificou-se, no passado, uma participação maior de empreendedoras por necessidade, quando comparado aos homens. Nesse caso, aparentemente, parte das mulheres buscam o empreendedorismo como um bico em momentos de piora da renda familiar, mas abandona posteriormente a atividade empreendedora quando há uma melhora da renda familiar; outros aspectos socioculturais, como o maior envolvimento das mulheres com as obrigações do lar (GEM BRASIL, 2019).

GEM Brasil (2019), conceitua os empreendedores conforme o estágio dos empreendimentos com os quais estão envolvidos. Ou seja, empreendedores iniciais (subdivididos em nascentes ou novos) e empreendedores estabelecidos.

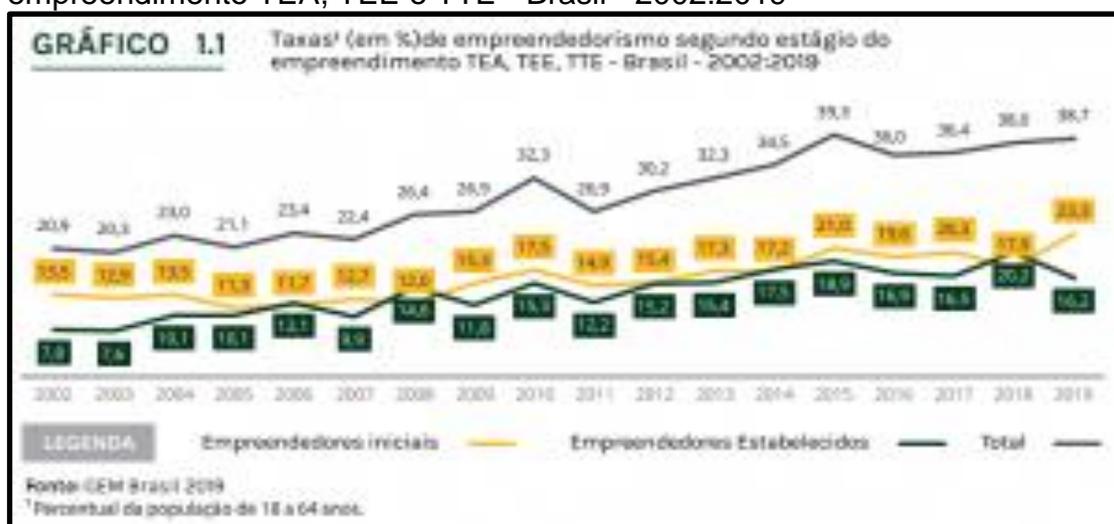
Ainda segundo a GEM, os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses;

- Os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos);
- Os empreendedores estabelecidos são aqueles que gerenciam e são proprietários de um negócio classificado como consolidado, que pagou

salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses.

A taxa de empreendedorismo inicial e a taxa de empreendedorismo estabelecido serão identificadas pelas siglas TEA e TEE respectivamente e taxa de empreendedorismo total (TTE) engloba todos os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora, ou seja, é o conjunto dos empreendedores tanto iniciais quanto estabelecidos.

Figura 3 – Taxas<sup>1</sup> (em%) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE e TTE - Brasil - 2002:2019



Fonte: GEM BRASIL (2019)

Em 2019, os homens se mostraram mais ativos no que se refere ao seu envolvimento com o empreendedorismo em estágio estabelecido do que as mulheres. A taxa dos empreendedores estabelecidos do sexo masculino foi de 18,4%, enquanto a do sexo feminino foi de 13,9%, ou seja, uma diferença de 4,5 pontos percentuais. Em termos absolutos, estima-se que existam quase três milhões de homens a mais do que mulheres empreendendo neste estágio.

Embora a participação feminina na atividade empreendedora ser pequena, deve-se salientar que o grau de escolaridade média das mulheres na população é de um ano superior à média dos homens. Portanto, pelo menos, na média, não são déficits de conhecimento formal que explicam. Desta forma, a situação atual das mulheres ainda não é a ideal. Porém, é importante lembrar que é possível mudar no

<sup>1</sup> Percentual da população de 18 a 64 anos

presente o cenário do amanhã. O futuro com certeza irá trazer situações mais positivas para o setor feminino. Segundo dados do Ministério do Trabalho baseados na Rais, em 2016 as mulheres receberam o equivalente a 84% do salário dos homens no Brasil. Essa informação já é um pouco maior do que a de 2015, ano em que esse número era de 82%. Isso é já o começo de uma mudança que é resultado da forte presença feminina. E o investimento na carreira é parte essencial para que essa presença se torne cada vez mais forte.

## 2.7 GESTÃO POR COMPETÊNCIA

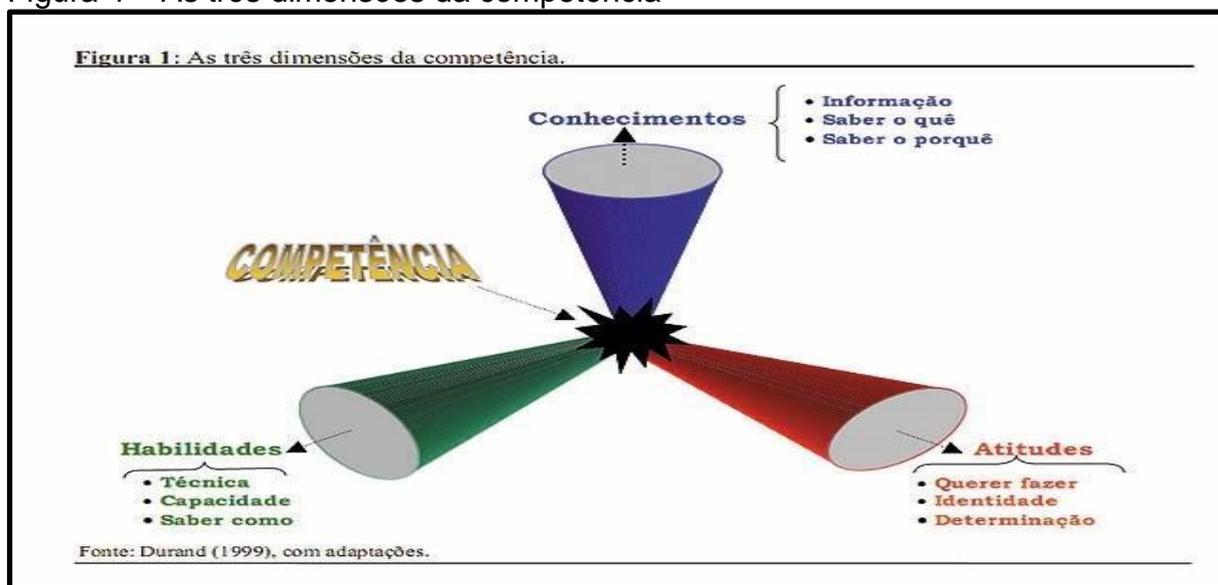
Na contemporaneidade, a gestão por competência está vigente nas práticas organizacionais baseado nos modelos já existentes da gestão, uma adequação necessária devido a exigência de maior brevidade nas tomadas de decisões empresariais, exigindo uma performance melhor das pessoas, para acompanhar às demandas do mercado em transformação. Essas condutas são os maiores desafios do modelo atual de gestão.

Segundo Brandão e Guimarães (2001, p.11) “a gestão de competências deve ser vista como um processo circular, envolvendo os diversos níveis da organização, desde o corporativo até o individual, passando pelo divisional e o grupal.” Portanto, a gestão de competências e todos os indivíduos envolvidos devem estar interligados com o modelo de estratégia da organização. As práticas de gestão são de extrema importância para a maximização do capital humano, objetivando os melhores resultados.

O assunto competência surge no Brasil na circunstância das modificações ocorridas no mundo dos negócios e tanto no contexto acadêmico quanto no corporativo, o tema assume duas perspectivas principais: (1) as competências organizacionais, que a partir da visão estratégica, contribuem para priorização do desenvolvimento de capacidades que asseguram a competitividade corporativa; e (2) como referência agregadora para os processos de gestão de pessoas, a citar: seleção, desenvolvimento, abrangendo a lógica de aprendizagem e gestão do conhecimento e ações concernente às universidades corporativas, avaliação e remuneração (BIANCO et al., 2011).

A Figura 4 mostra a particularidade que cada pessoa possui em relação ao desenvolvimento, habilidades e atitudes. Na junção desses três elementos chegamos a um objetivo comum dentro das organizações.

Figura 4 – As três dimensões da competência



Fonte: Adaptado de Brandão e Guimarães (2001 apud Durand (1999))

Faria et al. (2008) conceitua que a atual colocação feminina faz com que as mulheres assumam responsabilidades financeiras e em algumas situações ser a provedora titular da renda familiar, retratam também que algumas singularidades do gênero feminino são essenciais a forma de gerenciamento, mesmo entendendo existem exceções de mulheres que sem essas características e homens apresentando-as.

## 2.8 MERCADO EMPRESARIAL SERGIPANO

De acordo com dados da JUCESE- Junta Comercial do Estado de Sergipe (2018), no balanço de 2018, 4.277 novos negócios passaram a funcionar em 2018 no estado de Sergipe representando um aumento de 11% em relação a 2017.

A JUCESE ainda informa que a evolução da abertura de empresas também foi registrada entre as dez cidades que mais abriram empresas, apenas Itabaiana diminuiu: Aracaju apresentou 2.383 novas empresas; Itabaiana apresentou 215; Nossa Senhora do Socorro apresentou 180; Lagarto apresentou 160; Tobias Barreto apresentou 115; Estância apresentou 108; São Cristóvão com 92; Nossa Senhora

da Glória com 75; Barra dos Coqueiros abriu 60; e Propriá por sua vez apresentou 55 novas empresas abertas.

Seguindo a tendência dos últimos anos, o setor de Serviços representa a parcela maior de abertura de empresas em 2018, com o percentual de 58,17%; logo em seguida vem o setor de Comércio com 36,78%; e, por último, o setor da Indústria com 5,05%.

Figura 5 – Atividades econômicas mais registradas em Sergipe - 2018

	DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA	QTD.
1º	CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS	154
2º	COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	111
3º	ATIVIDADE MÉDICA AMBULATORIAL RESTRITA A CONSULTAS	107
4º	COMÉRCIO VAREJISTA DE MERCADORIAS EM GERAL, COM PREDOMINÂNCIA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS - MINIMERCADOS, MERCEARIAS E ARMAZÉNS	106
5º	LANCHONETES, CASAS DE CHÁ, DE SUCOS E SIMILARES	98

Fonte: JUCESE (2019)

A participação feminina foi de (56,56%) representando 40 mil diante das mais de 71 mil empresas registradas ativas na JUCESE. O número aumenta quando são inclusas nesta estatística as Microempreendedoras Individuais (MEIs) - que são registradas no Portal do Empreendedor do Governo Federal. Atualmente, em Sergipe existem mais de 118 mil MEIs, sendo que 62 mil são mulheres.

## 2.9 Empreendedorismo e as adversidades da pandemia

Em dezembro de 2019 foi constatada uma doença respiratória aguda ocasionada pelo vírus coronavírus da síndrome aguda grave 2 (SARS-CoV-2) em Wuhan na China que causou a COVID-19, sendo em seguida dispersada por transmissão pessoa a pessoa em uma velocidade tão grande que caracterizou pandemia. A OMS (Organização Mundial da Saúde) declarou o surto em 11 de março de 2020, uma pandemia que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a maioria (cerca de 80%) dos pacientes com COVID-19 podem ser assintomáticos ou oligo sintomáticos (poucos sintomas), e aproximadamente 20% dos casos detectados requer atendimento hospitalar por apresentarem dificuldade respiratória, dos quais aproximadamente 5% podem necessitar de suporte ventilatório (GOVERNO DO BRASIL, 2020).

Diante das atividades econômicas e empreendedoras no mercado em todos os seguimentos, em decorrência dos acontecimentos inesperados e incontroláveis devido a pandemia da covid-19 que trouxe ameaças às atividades econômicas. O posicionamento exercido pelos empreendedores, empresários, colaboradores, tomadores de decisão e formuladores de políticas públicas, assim como, advinda deles a competência de análise com estratégias que antevê em situações complexas como esta, torna-se imprescindíveis. Todavia, o presente cenário nos leva a reflexão sobre a fundamental importância de monitorar no contexto nos faz refletir sobre a importância fundamental que atividades como o monitoramento continuamente o ambiente de forma planejada, e com capacidade de adaptação de maneira rápida, criativa e inovadora. São competências esperadas para dias vindouros (NASSIF; CORRÊA; ROSSETTO, 2020).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, serão expostos métodos de pesquisa que foram empregados para obtenção de informações para a formulação deste conteúdo. Segundo Martins e Theóphilo (2009) a metodologia é o desdobramento de processos que dão forma a pesquisa e desenvolve métodos para realização do projeto. São os pontos que falam onde a pesquisa vai chegar, a que público ela vai atingir, como ela foi feita.

A metodologia científica é o agrupamento de atividades sistemáticas e racionais que, quando implementado, permite alcançar os objetivos da pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2003). Em resumo, são os passos estabelecidos pelo pesquisador para que a pesquisa se desenvolva. A metodologia por sua vez, é o conjunto desses passos, o estudo dos métodos que tem por finalidade ajudar o pesquisador a compreender todo o processo da averiguação científica estabelecendo a lógica do procedimento científico (PEREIRA, 2007).

Kauark, Manhães e Medeiros (2010, p.53-54) acrescentam ainda que “a metodologia é a explicação minuciosa, detalhada, rigorosa e exata de toda ação desenvolvida no método (caminho) do trabalho de pesquisa”. Para estes autores, a metodologia deve ser composta pelas partes que descrevem os métodos e técnicas utilizados como procedimentos da pesquisa para a coleta, tratamento e análise de dados, bem como, os sujeitos e as limitações da pesquisa.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Apesar de Appolinário (2006) afirmar que raramente uma pesquisa será totalmente qualitativa ou totalmente quantitativa, isso porque em sua grande maioria as pesquisas apresentam dados e informações que atendem às duas características, o presente trabalho constitui-se em uma pesquisa qualitativa, diferentemente da pesquisa quantitativa, esse tipo de abordagem permite se conceber análises mais profundas em relação ao fenômeno estudado (RAUPP; BEUREN, 2012; APPOLINÁRIO, 2006).

Considerando os aspectos descritos, esta pesquisa possui natureza qualitativa, em virtude da aplicação de questionário, visando apresentar o perfil, suas características pessoais, seus consideráveis níveis de conhecimento para a gestão de seus negócios e a correlação com suas vidas pessoais.

Quanto aos fins, este estudo tem caráter descritivo, com o objetivo de descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relações entre as variáveis identificadas (RAUPP; BEUREN, 2012).

### 3.2 MÉTODO DE PESQUISA

Esta pesquisa é classificada com relação aos procedimentos técnicos como Survey ou levantamento e pesquisa bibliográfica por meio da qual o pesquisador visa explicar um determinado problema a partir de referenciais teóricos já disponibilizados sobre o tema de estudo.

Neste estudo almejou-se averiguar o perfil da mulher que empreende no município de Nossa Senhora do Socorro em Sergipe.

### 3.3 QUESTÕES DE PESQUISA

No intuito de traçar as características prevaletentes das empreendedoras dentro da amostra levantou-se as seguintes questões de pesquisa para análise:

1. Qual o perfil sociodemográfico das entrevistadas?
2. Quais as competências necessárias para que a mulher obtenha destaque empresarial?
3. Quais as habilidades relevantes para o seu desempenho?
4. Quais as atitudes que a mulher necessita obter para executar seus trabalhos?
5. Quais as estratégias que as contribuem a conciliar vida profissional e pessoal?

### 3.4 DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS

Segundo Marconi e Lakatos (2003), é importante a definição dos termos da pesquisa. Estes termos ou definições construtivas encontram-se a seguir, facilitando o entendimento e interpretação da realidade estudada.

**Empreendedorismo** é o recurso de iniciativa de concretizar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes. É uma expressão muito utilizada na esfera

empresarial e está, na maioria das vezes, concernente com o desenvolvimento de novas empresas ou produtos novos, normalmente envolvendo inovações e riscos.

**Intraempreendedor** é aquele que empreende e inova dentro de uma organização que não é de sua propriedade.

**Competência** é frequentemente utilizada na língua portuguesa para designar aptidão, habilidade, saber, conhecimento e idoneidade.

### 3.5 FONTE DE EVIDÊNCIAS

As fontes de evidências se referem à forma de obtenção de dados necessários para atingimento dos objetos. Serão utilizados para a coleta de dados as seguintes fontes de evidência: aplicação de questionário contendo perguntas abertas e fechadas para o levantamento dos dados disponibilizado no link [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfJ2FIXGTrIWGBXhoNfGO8RgtMnj\\_VxHNMEYV8-avkoF-UMHw/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfJ2FIXGTrIWGBXhoNfGO8RgtMnj_VxHNMEYV8-avkoF-UMHw/viewform?usp=sf_link), conforme Apêndice A, no período de 16 a 21 de janeiro de 2021.

### 3.6 UNIVERSO E AMOSTRA

É imprescindível definir também os sujeitos que serão analisados na pesquisa. Vergara (2007), define a população (universo) como conjunto de elementos que apresentam as características, objetos da pesquisa, e a amostra como parte escolhida, deste universo, como foco de análise, segundo algum critério representativo. Nesta coleta foi utilizada a amostragem por quotas ou cotas com uma porção reduzida da população-alvo.

De acordo com Gil (1999), a amostragem por cotas é desenvolvida em três etapas: a primeira busca a classificação da população em função de propriedades tidas como relevantes para o fenômeno investigado no trabalho monográfico; a segunda etapa é a segmentação em proporções da população para cada classe ou estrato, com base no conhecimento prévio da população; e a última fase fixa cotas para cada observador encarregado de selecionar os elementos, de maneira que o total da amostra contenha uma proporção de cada classe ou estrato, como fixado na fase anterior (COLAUTO; BEUREN, 2012, p. 127).

Esta pesquisa teve como população as mulheres proprietárias de pequenos negócios, na sua maioria atuando na informalidade em Nossa Senhora do Socorro/SE, empreendedoras que gerenciam e atuam no segmento de gestão de

empresas com vínculo empregatício ou gerindo seus próprios negócios no mercado de trabalho municipal, são objetos deste estudo com dois grupos de atuação.

No quadro 1 pode-se identificar os empreendimentos com suas respectivas atividades e ramo de atuação informado por seus respectivos responsáveis no ato do preenchimento do questionário.

Quadro 1 – Negócios de Nossa Senhora do Socorro/SE

	<b>Empreendimento</b>	<b>Ramo</b>	<b>Atividade</b>
1	Pizzaria D`Lirios	Alimentos	Produção de marmitas e quentinhas durante o turno diurno e produção, venda e entrega de pizzas, tapiocas e calzones.
2	Delícias da Pri	Alimentos	Preparo de bolos e guloseimas sob encomenda na residência da proprietária.
3	Gran Sabore	Alimentos	Preparo de bolos e guloseimas sob encomenda na residência da proprietária.
4	Espetinho da Dora	Alimentos	Venda de espetinhos de carnes variadas e petiscos no local
5	Colégio CEME	Educação	Ensino infantil ao médio, pré vestibular e profissionalizante de enfermagem.
6	Esmalteria Unhas de ouro	Saúde /beleza	Serviços de manicure e pedicure na esmalteria e sob agendamento em domicílio
7	Jane salão de beleza	Saúde /beleza	Serviços de tratamento de cabelo, penteados e revenda de produtos de beleza.
8	Studio de Beleza Daniele Souza	Saúde /beleza	Serviços de tratamento de cabelo, pele, depilação, manicure e pedicure e revenda de produtos de beleza.
9	Dondoca Semi joias	Saúde /beleza	Venda de folheados e semi joias
10	L&E multimarcas	Saúde /beleza	venda de produtos diversos, roupas e acessórios
11	Intensa sensação sex shop	Serviços	Venda de produtos eróticos, lingerie e fantasias.
12	Mundo fest locações para eventos	Serviços	Locação de produtos para festas, ornamentação e recreação.
13	Mãe e filha festas e eventos	Serviços	Locação de produtos para festas, ornamentação e recreação.
14	Mix Store	Serviços	Venda de produtos diversos como t-shirts, canecas, importados e marketing digital de empreendedores da região.

Fonte: Questionário aplicado às empreendedoras de N. S. do socorro/SE

O foco estabelecido para a definição dos sujeitos foi a proximidade da pesquisadora com o meio empresarial da região, como descreve Vergara (2007), que considera o critério da acessibilidade, outro fator importante que deve ser considerado foi a aplicação o questionário de forma remota devido a pandemia da covid - 19.

### 3.7 VARIÁVEIS E INDICADORES DA PESQUISA

A medição dos constructos é de suma importância segundo Acevedo (2006) que no caso desta pesquisa foram conhecimentos, habilidades, atitudes, competências e estratégias pessoais de conciliação vida pessoal e profissional.

Quadro 2 – Variáveis do estudo

<b>Variável</b>	<b>Definição</b>
Perfil empreendedor	Características pessoais da empreendedora
Conhecimentos	São as informações adquiridas por meio das suas experiências ao longo de sua história ou da aprendizagem necessárias para o desempenho de sua função. É o saber adquirido.
Habilidades	É a capacidade de executar algo, destreza para a realização. É o saber fazer.
Atitudes	Relacionado ao comportamento, postura pessoal. É o querer fazer.
Conciliação vida pessoal e profissional	Práticas utilizadas para harmonizar tarefas e compromissos diários e a convivência familiar.
Adversidades	Reações para adequação ao mercado em virtude de eventos adversos (pandemia COVID-19).

Fonte: Adaptado de Araújo (2010)

O Quadro 2, resume os conceitos sobre os indicadores e variáveis definidas para estudo.

Após a coleta, os dados foram tabulados e os resultados estão apresentados na seção a seguir.

## 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

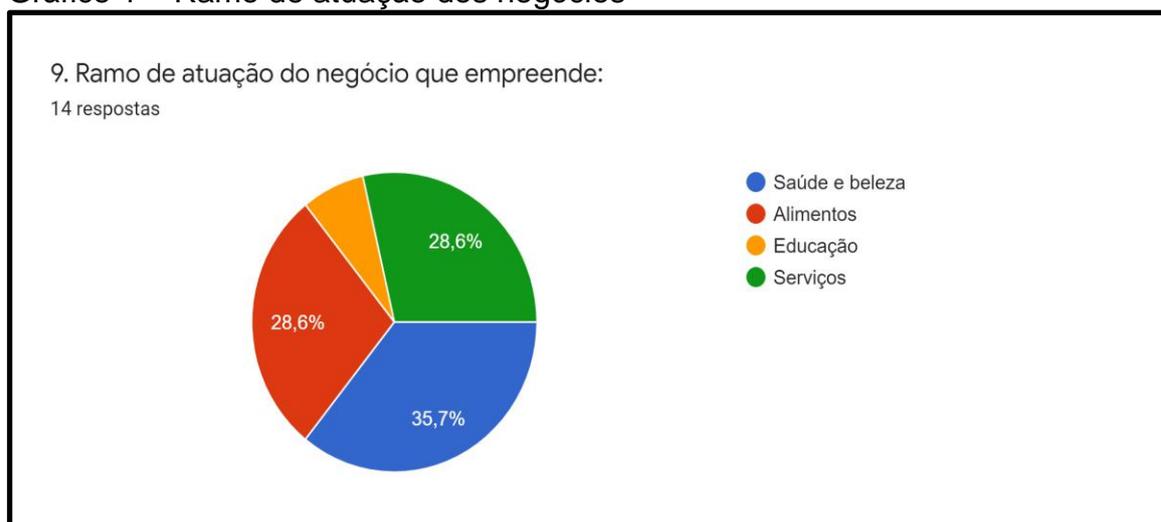
Na etapa de análise os dados obtidos com a pesquisa ou aplicação do questionário elaborado de acordo com critérios já estabelecidos, as informações devem ser sintetizadas correlacionando com a base teórica sustentada no desenvolvimento da pesquisa bibliográfica baseada em Colauto e Beuren (2012).

O questionário foi dividido em quatro (4) sessões para agrupar as questões de interesse em comum atendendo assim os questionamentos objeto da pesquisa. Na primeira sessão as questões abertas traçam o perfil sociodemográfico das empreendedoras questionadas, na segunda sessão serão mensurados os índices de prevalência das competências profissionais (cognitivos, habilidades e atitudes), na terceira sessão a percepção das empreendedoras e a conciliação vida pessoal abordando atitudes comportamentais para com as relações interpessoais e suas gestões de cunho financeiro e organizacional com as tomadas de decisões e negociações, é avaliado a que nível sua dedicação no mundo do empreendedorismo tem refletido ou gerado conflitos em suas relações pessoais, com aqueles considerados mais “próximos”, como filhos, companheiro ou cônjuge e amigos íntimos, na quarta sessão e última seção uma breve análise da vivência em tempos de pandemia.

### 4.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

A partir dos dados coletados os ramos de atuação dos negócios que participaram da pesquisa são distribuídos assim: quatro (4) no ramo de alimentos, um (1) educação, cinco (5) saúde/beleza e quatro (4) serviços.

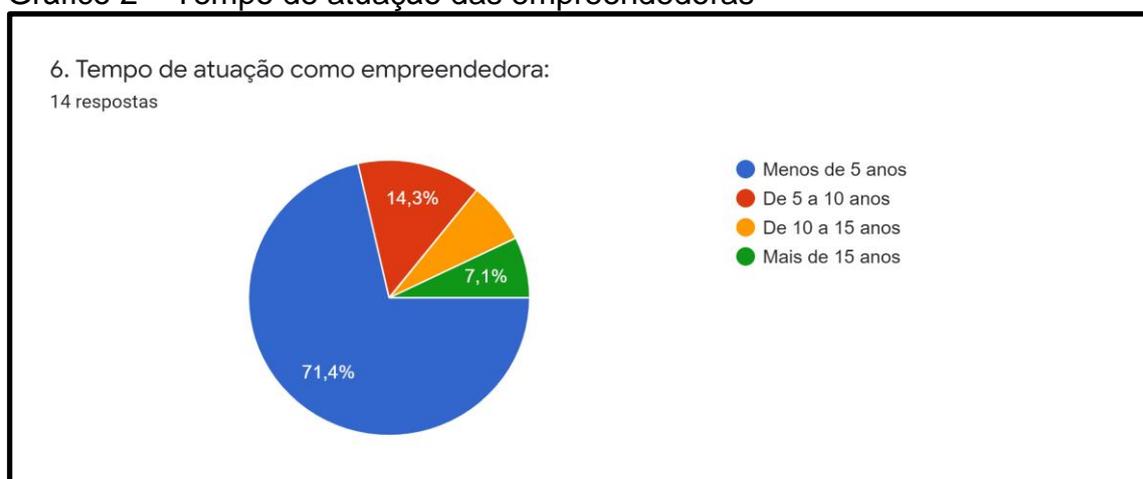
Gráfico 1 – Ramo de atuação dos negócios



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Trata-se de empreendimentos com menos de (5) cinco anos de existência 71,4%. De acordo com GEM BRASIL (2019), o índice de permanência de negócios no empreendedorismo inicial, com mais de 3,5 anos geridos por mulheres, ainda possui menor representatividade do que os geridos por homens. O abandono de mulheres apresenta é mais expressiva, do que de homens. Esta realidade, pode estar relacionada a participação ainda maior de mulheres em atividades como “serviços domésticos”. A procura pelo empreendedorismo como um complemento da renda “bico” em momentos de queda da renda familiar, seguido do abandono quando a renda familiar equilibra, além dos aspectos socioculturais e a atuação das mulheres com os cuidados do lar.

Gráfico 2 – Tempo de atuação das empreendedoras

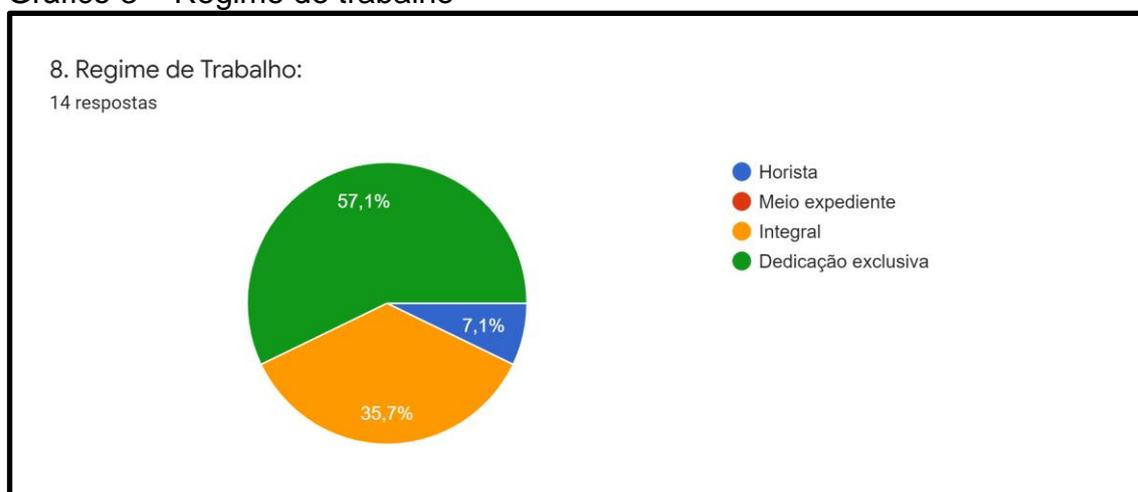


Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Dentre as entrevistadas treze (13) se denominaram proprietárias, apenas uma (1) identificou-se como coordenadora, no entanto, atua em parceria com o cônjuge. No que tange ao estado civil dividiu-se entre casadas e solteiras 50% cinquenta por cento, em sua maioria possuem apenas um (1) filho 57,1%, quanto a formação acadêmica 57,1% concluiu ensino médio e as demais estão cursando ou concluíram graduação de nível superior.

A dedicação ao negócio de forma integral ou dedicação exclusiva demonstrou um percentual de 92,8%.

Gráfico 3 – Regime de trabalho

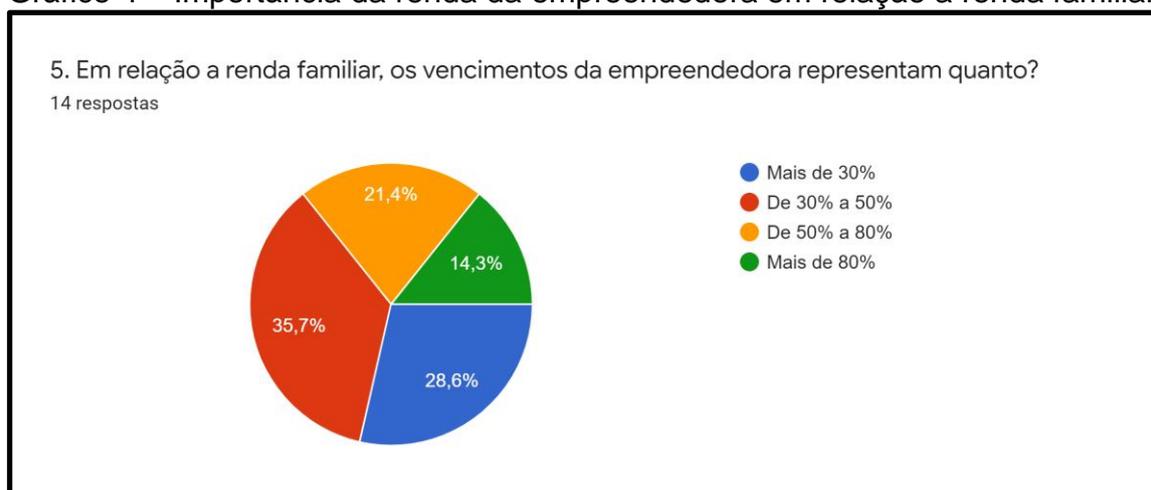


Fonte: Dados da pesquisa (2021)

No que tange à renda e sua importância para o orçamento familiar prevaleceu a importância 30 a 50 por cento do orçamento familiar com a participação 64,3% das entrevistadas e com a importância de cinquenta a oitenta por cento ou mais 35,7% das mulheres participantes da pesquisa.

Baseado nos dados do GEM BRASIL (2019) os empreendedores com renda familiar de até dois (2) salários mínimos são 14 milhões, quase três (3) vezes mais que os 3,6 milhões de empreendedores com renda familiar acima dos seis (6) salários mínimos. Entre os negócios já estabelecidos, as taxas confirmam: as famílias com renda de até dois (2) salários mínimos o índice é 13,5% e familiares cuja renda é superior a seis (6) salários mínimos apresentou o índice de 24,6% empreendedores estabelecidos. Percebe-se que, para famílias com maior renda, a possibilidade do negócio se estabelecer mais de 3,5 anos é maior.

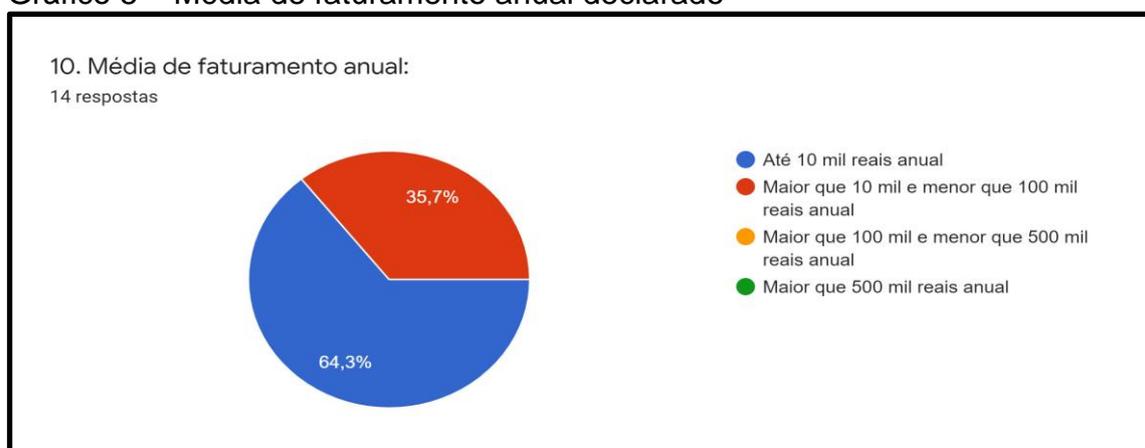
Gráfico 4 – Importância da renda da empreendedora em relação a renda familiar



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Foi declarado por 64,3% das entrevistadas que as suas rendas representam entre 30% e 50% das necessidades do orçamento familiar, caracterizando um complemento de renda e 35,7% das entrevistadas declaram que assumem de 50% a mais de 80% o orçamento familiar estas compreendem as mulheres solteiras com filhos e casadas que seus cônjuges encontram se desempregados.

Gráfico 5 – Média de faturamento anual declarado



Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Em relação ao porte das empresas estudadas, todas são classificadas quanto a renda anual bruta como Microempreendedoras Individuais, de acordo com o SEBRAE, com renda inferior a 100 mil reais por ano:

#### Quanto à renda bruta anual

- ✓ Microempreendedor Individual - EI - Lei 123/06 - Até R\$ 60.000,00;
- ✓ Microempresa - ME - Lei 123/06 - Até R\$ 360.000,00;

- ✓ Empresa de Pequeno Porte - EPP - Lei 123/06 - De R\$ 360.000,01 até R\$ 3.600.000,00.

## 4.2 COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS

### I. Indicadores cognitivos

O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas” (BAGGIO A; BAGGIO D, 2014, p. 26).

Em virtude do dinamismo e inconstância a respeito da ação empreendedora, a metacognição facilita a adaptação aos contextos do mundo dos negócios (HAYNIE et al., 2010).

“Os empreendedores capazes de aumentar a adaptabilidade cognitiva têm mais possibilidade de se adaptar a novas situações, ou seja, [...] a experiências anteriores de uma pessoa afetam a aprendizagem ou solução de um problema em uma nova situação” (HISRICH et al, 2014).

O quadro 3 foi classificado considerando a variável identificada na pesquisa com maior relevância pelas empreendedoras entrevistadas.

Quadro 3 – Demonstrativo de Indicadores Cognitivos

VARIÁVEIS	FREQUENCIA	%
Informática	7	50,0
Técnico Específico (RH, financeiro, etc.)	6	42,9
Gestão de Qualidade	6	42,9
Área / Setor de (política / legislação, sistema, mercado)	5	35,7
Planejamento Estratégico e Operacional.	5	35,7
Gestão de Pessoas	5	35,7
Processos de Tomada de Decisão	5	35,7
Psicologia Organizacional	4	28,6
Produto / Mercado de atuação da empresa	4	28,6
Administração / Finanças	2	14,3

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Observou - se na pesquisa que para as entrevistadas as variáveis com maior relevância são conhecimentos em Informática com 50% de importância.

### II. Indicadores de atitudes

- a) Habilidades (refere-se ao SABER FAZER, capacidade de aplicar os conhecimentos teóricos).

Quadro 4 – Demonstrativo de habilidades

VARIÁVEIS	FREQUENCIA	%
Liderança	9	64,3
Comunicação / saber ouvir	9	64,3
Criatividade / Inovação	9	64,3
Decisão	8	57,1
Trabalho em equipe	8	57,1
Análise e Síntese	7	50
Execução	7	50
Inspiração e Motivação da Equipe	7	50
Organização	6	42,9
Administração de Conflito e Negociação	6	42,9
Relações Interpessoais	6	42,9
Planejamento	4	28,6

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Quanto às habilidades, saber fazer, apresentou-se com maior índice a liderança, comunicação e criatividade/Inovação todas com 64,3% de importância para as entrevistadas.

- ✓ Liderança - Habilidade de inspirar e conduzir o grupo de trabalho, pretendendo alcançar objetivos orientados para o bem comum.
- ✓ Comunicação - Capacidade de ouvir ou perceber superiores, colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros, dar e receber feedback, bem como de se estabelecer entendimento, objetivando facilitar a integração entre as pessoas envolvidas e persuadir positivamente o ambiente de trabalho.
- ✓ Criatividade / Inovação - Capacidade de gerar novas ideias (Criatividade), bem como promover sua implementação (Inovação).

b) Atitudes (refere-se ao QUERER SER/ FAZER a partir da decisão e motivação pessoal.

Quadro 5- Demonstrativo de Atitudes

VARIÁVEIS	FREQUENCIA	%
Ética	11	78,6
Autoconfiante	10	71,4
Flexível	9	64,3
Responsável	9	64,3
Comprometida	9	64,3
Aprendiz / Educadora	9	64,3
Servidora / Cuidadora	8	57,1
Auto motivada	8	57,1
Visionária	7	50

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Referindo-se às atitudes destacou-se para as empreendedoras participantes da pesquisa a ética com 78,6% e autoconfiante com 71,4%.

#### 4.3 PRÁTICA GERENCIAL E VIDA PESSOAL

Parte I – O Quadro 6 revela as variáveis de maior relevância na percepção das empreendedoras sobre as implicações do tempo na busca por qualificação profissional e na dedicação à prática gerencial influenciando na vida pessoal.

Quadro 6 – Variáveis que favorecem a conciliação vida pessoal e profissional

VARIÁVEIS	FREQUENCIA	%
O diálogo, a relação franca e aberta entre os cônjuges.	9	64,3
Administração do tempo nas atividades realizadas no trabalho	7	50,0
Estabilidade na carreira.	6	42,9
Reflexão decorrente da maturidade e acúmulo de experiências.	4	28,6
Conciliação de interesses	4	28,6
Priorização da família em detrimento da ascensão profissional.	4	28,6
Adiamento dos sonhos pessoais como filhos e casamento.	4	28,6
Atenção diminuída aos filhos.	4	28,6
Atendimento às expectativas da organização e da família.	3	21,4
Aprender a dosar suas energias e atividades.	3	21,4

Fonte: Questionário aplicado às empreendedoras de N. S. do socorro/SE

Foi considerado com 64,3% de maior relevância para a conciliação da vida pessoal e profissional o diálogo, a relação franca e aberta entre os cônjuges, seguido da administração do tempo nas atividades realizadas no trabalho com 50%.

Parte II – Implicações do tempo despendido na busca por qualificação profissional e na dedicação à prática gerencial influenciando na vida pessoal e implicam na administração do tempo.

Figura 6 – Implicações do tempo



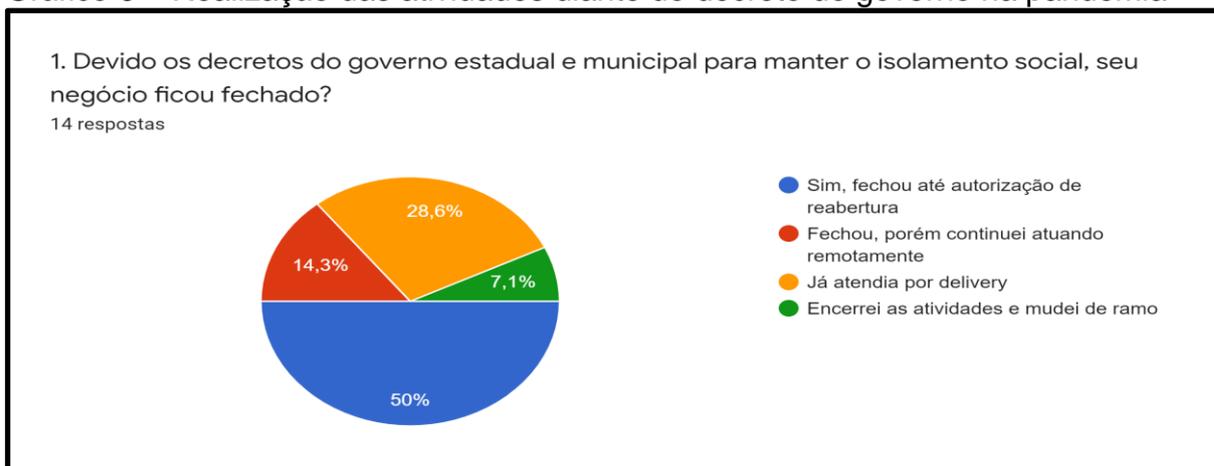
Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Dentro das variáveis abordadas a que foi relatada mais vezes com índice de 50%, mencionada sete (7) vezes foi acúmulo de tarefas e menos tempo para atividades pessoais, a segunda variável relatada cinco (5) vezes com 35,7% foi cansaço físico, falta de disposição e redução da concentração.

#### 4.4 ADVERSIDADES NA PANDEMIA

Quando perguntadas sobre as adversidades na pandemia, 50% das entrevistadas informaram que permaneceram neste período com as atividades suspensas, 42,9% continuaram as atividades atuando de forma remota ou por delivery e 7,1% encerrou as atividades e mudou de ramo.

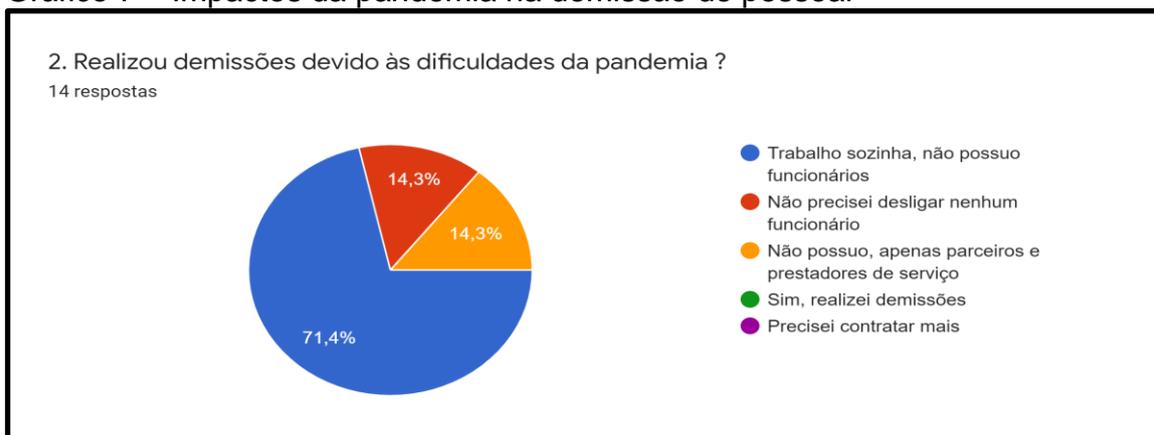
Gráfico 6 – Realização das atividades diante do decreto do governo na pandemia



Fonte: Elaborado pela Autora (2021)

Além disso, foi identificado neste contexto que entre as entrevistadas 71,4% das empreendedoras não possuem funcionários, trabalham sozinhas.

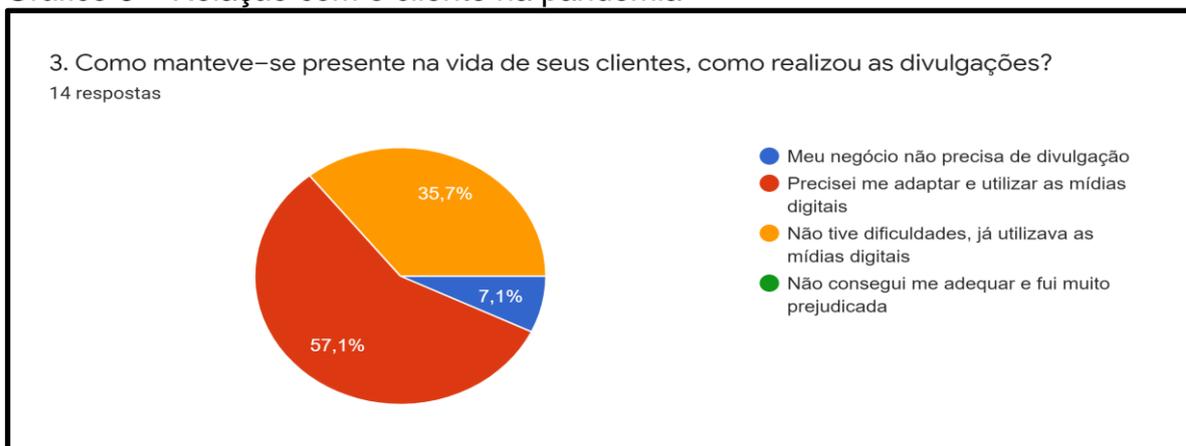
Gráfico 7 – Impactos da pandemia na demissão de pessoal



Fonte: Elaborado pela Autora (2021)

Os dados mostram que 57,1% das empreendedoras buscaram adaptar os meios utilizados para comunicação com o cliente na utilização das mídias digitais, 35,7% informou que já atuava na comunicação e divulgação nos meios digitais e 7,1% informou que o negócio não precisa de divulgação.

Gráfico 8 – Relação com o cliente na pandemia



Fonte: Elaborado pela Autora (2021)

Foi observado na pesquisa através do questionário aplicado, que o conhecimento em administração e finanças possui pouca relevância, sendo considerada por apenas duas (2) mulheres com índice de 14,3%. Sabe-se que um dos principais motivos para falência de negócios está na gestão das finanças e organização da documentação burocrática, neste aspecto dar-se a considerável importância para este indicador.

Observou-se também que nos indicadores comportamentais o planejamento, que compreende a capacidade de definir e compartilhar metas, estratégias e táticas referentes ao processo administrativo apresentou 28,6%, citado apenas por quatro (4) das entrevistadas. Mais um fator relevante para o sucesso e permanência no mercado dos empreendimentos, lembrando que a maioria possuem menos de cinco (5) anos de atuação no empreendedorismo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo estão sintetizados os resultados obtidos com este estudo que teve por objetivo compreender a percepção que mulheres empreendedoras e gestoras de negócios em Nossa Senhora do Socorro – Se, sobre seus perfis de competência no empreendedorismo e a conciliação da vida pessoal e profissional.

Seguem apresentadas as conclusões obtidas a partir desta pesquisa de caráter descritivo, com o objetivo de descrever as características de determinada população, com natureza qualitativa, em virtude da aplicação de questionário, visando apresentar o perfil, suas características pessoais, seus consideráveis níveis de conhecimento para a gestão de seus negócios e a correlação com suas vidas pessoais, mensurando dentro da amostra coletada os níveis e percentuais e por fim algumas sugestões que foram consideradas fundamentais para elaboração de estudos futuros nesta área.

Referente ao perfil sociodemográfico, o grupo entrevistado foi composto por quatorze (14) mulheres empreendedoras, proprietárias de seus empreendimentos com atuação predominante menor que cinco (5) anos, dividem-se entre casadas e solteiras, com apenas um (1) filho na sua maioria, formação predominante ensino médio completo, micro empreendedoras com dedicação exclusiva ou em tempo integral.

Através desta foi possível perceber que o conhecimento em informática possui considerável importância para os indicadores cognitivos, esta incidência deve-se que a maior parte da população economicamente ativa pertence à geração Y ou, mais conhecida como geração dos millenials (pessoas nascidas entre os anos 1982 a 2000). Também se deve a atuação dos negócios de forma online e remota uma vez que, todas as entrevistadas fazem uso das redes sociais como, Instagram, facebook e WhatsApp para captação de clientes, oferta e divulgação de seus produtos ou serviços, fechamento de venda com pagamentos realizados por transferência bancária, cartão de crédito ou boleto bancário garantindo o recebimento dos valores na maioria das vezes antes da entrega ou prestação do serviço. Esta prática tornou-se ainda mais importante no cenário da pandemia COVID-19 com a necessidade de isolamento social.

Nos indicadores de atitudes dentre as habilidades destacaram-se a liderança, comunicação e criatividade. Para Leite (1994), as mulheres ouvem mais as outras

peessoas, por serem adeptas da administração participativa, e se munem de argumentos antes de tomar decisão, neste aspecto apresentam maior lentidão na tomada de decisão, dando a entender a muitos que possuem temor em correr riscos. Estudos que comparam as atividades masculinas e femininas no trabalho revelam que o homem decide tempestivamente e se preocupa com a consequência da decisão tomada no curto prazo.

Quanto às atitudes se destacaram a ética e autoconfiança, percebe-se que consideram relevante a conduta diante dos parceiros e clientes através da ética e possuem uma característica importante para empreender que é autoconfiança, que lhes confere segurança e convicção para tomar as decisões necessárias para conduzir seus negócios.

A Variável que mais favorece a conciliação vida pessoal e profissional é o diálogo com o cônjuge para as casadas e companheiros ou familiares para as solteiras, seguida da administração do tempo, mostrando que é possível com a organização do tempo e das atividades pretendidas e diálogo com sua rede de apoio realizar os objetivos e demandas diárias.

Na pesquisa também foi possível identificar as variáveis que mais impactam na administração do tempo, destacando-se o acúmulo de tarefas e menos tempo para atividades pessoais, a segunda variável relatada foi cansaço físico, falta de disposição e redução da concentração. Percebe-se a sobrecarga devido a dupla jornada para as mulheres que atuam no mercado de trabalho com a administração de seus negócios, buscam capacitação seja na busca uma graduação, uma palestra, curso on-line, entre outros e cuidam dos afazeres da casa, família e sentem a necessidade de realizar atividades física para uma melhor qualidade de vida

Devido à necessidade de rigor com o isolamento social, protocolo adotado pela organização mundial da saúde para conter a disseminação do vírus da COVID-19, o governo aplicou decreto impondo que mantivessem as atividades apenas os estabelecimentos considerados essenciais, mesmo assim mantendo algumas medidas preventivas orientadas. Diante deste cenário, cinquenta por cento das empreendedoras entrevistadas tiveram seus negócios fechados e as demais permaneceram atuando de forma remota ou por delivery.

Para não cair no esquecimento do cliente, 57,1% das empreendedoras buscaram adaptar os meios utilizados para comunicação com o cliente na utilização das mídias digitais para que durante a pandemia com os negócios fechados e sem

poder fazer visitas aos domicílios e os clientes acabam se encantando pela concorrência.

Alguns aspectos foram considerados desfavoráveis para o melhor desenvolvimento da atuação das empreendedoras, que podem interferir no sucesso de seus negócios.

### 5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa apresenta algumas limitações que devem ser relacionadas:

- A amostra da pesquisa atingiu apenas mulheres empreendedoras que residem no complexo Taiçoca, sendo pequena a representatividade para o município estudado.
- A aplicação do questionário, mesmo com envio do link via redes sociais, no contato privado e grupos de whatsapp, nem todos os contactados responderam.

Diante de tais considerações, recomenda-se para trabalhos futuros um maior aprofundamento sobre o tema.

## REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Cláudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração. Guia completo de conteúdo e forma:** inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágio, MBA, dissertações e teses. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

ARAÚJO, Aniuska Paiva Cavalcanti Melo de. **Perfil de competência profissional da mulher gestora de academias de ginástica e a conciliação vida profissional e pessoal.** 2010. 102 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Potiguar, Natal, 2010.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 25-36, 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>. Acesso em: 28 jan. 2020.

BIANCO, Mônica de Fatima *et al.* Gestão de Pessoas por Competências: Estudo em uma Mineradora do Sudeste Brasileiro. In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO, 3., 2011, João Pessoa/PB. **Gestão de competências e gestão de desempenho: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto?** João Pessoa: Anpad, 2011. p. 1-17. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnGPR174.pdf>. Acesso em: 25 maio 2020.

BRANDÃO, Hugo Pena; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. GESTÃO DE COMPETÊNCIAS E GESTÃO DE DESEMPENHO: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto? **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 8-15, 2001. Jan./mar. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v41n1/v41n1a02.pdf>. Acesso em: 25 maio 2020.

BRINCKERHOFF, Peter C. **Social entrepreneurship – the art of mission-based venture development.** New York: Wiley, 2000.

CARREIRA, Suely da Silva *et al.* Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus - Revista de Gestão e Tecnologia**, Santa Catarina, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015. Abril-Junho. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350450617002>. Acesso em: 21 jan. 2021.

CARVALHO, Raimundo Nonato. **Diferenças e semelhanças entre o empreendedor e o administrador.** Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/diferencas-e-semelhancas-entre-o-empresendedor-e-o-administrador/74389/> Acesso em: 27 de jan. 2019.

COAN, Edivania. **O processo de expansão da participação feminina no mercado de trabalho Catarinense.** 2008. 81 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências

Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.  
Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Economia292162>. Acesso em: 16 abr. 2019.

COLAUTO, Romualdo Douglas; BEUREN, Ilse Maria. **Coleta, análise e interpretação dos dados**. In: BEUREN, Ilse Maria et al (Org.). Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Cap. 5. p. 117-144.

CORRÊA, Patrícia Santiago de Medeiros; CORREIA Liziane Pinto. Faces do desemprego no Brasil: Qual é a questão de gênero? In: **CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO & INOVARSE – RESPONSABILIDADE SOCIAL APLICADA**. 12.,13., 2016, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, set. 2016. p. 1-16,.

CISNEROS, M. E. E. (2015). **Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género**. Contaduría y Administración, v.60, n.2, 468-485.

DAL'BÓ, Reginaldo André. **As características e o perfil do empreendedor**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/as-caracteristicas-e-o-perfil-do-empresendedor/24327/>. Acesso em 24 de nov. 2018.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José. **Transformando ideias em negócios**. 6.ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução de Carlos J. Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1986.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. 13 reimpr. da 1 ed. Ed. de 1986. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

FARIA, Paula Amaral; FREITAS, Mariana Dias; BRUNO, Flávio da Silveira. **Empreendedorismo feminino**. Rev. Carioca de Prod., v. 1, p. recap. 2008-02,2008.

GELINSKI, Carmen R. Ortiz G; RAMOS, Ivoneti da Silva. **Mulher e Família em Mutação: onde estão os mecanismos de apoio para o trabalho feminino? Mulher e Trabalho**. Disponível em:<http://revistas.planejamento.rs.gov.br/index.php/mulheretrabalho/article/viewFile/2706/3028>. Acesso em: 24 de nov. 2018.

GEM. **Empreendedorismo No Brasil**. Disponível em: <https://empreender360.org.br/empreendedorismo-no-brasil-gem-2019/> Acesso: em 26 de jan. de 2021.

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

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil:**

**Relatório executivo 2017**. Disponível em:

[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf). Acesso em: 01 de junho de 2018.

GOVERNO DO BRASIL. **O que é COVID – 19**. Disponível em:

<https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-adoenca#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20Organiza%C3%A7%C3%A3o,dos%20quais%20aproximadamente%205%25%20podem> . Acesso em 15 de jan. de

2021

HAYNIE, J. M. et al. A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. **Journal of Business Venturing**, v. 25, p. 217-229, 2010.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Tradução:

Francisco Araújo da Costa. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

IBGE. **Estatísticas de gênero: responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho**. 2018. Disponível

em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em 29 de nov.,2018.

JUCESE – Junta Comercial do Estado de Sergipe. **Balanço 2018**. Disponível em:

<http://jucese.se.gov.br/index.php/2019/01/23/balanco-2018-abertura-de-empresas-cresce-11-em-sergipe/> Acesso em: 03 de fev. 2019.

JUCESE – Junta Comercial do Estado de Sergipe. **Em Sergipe, mais de 40 mil empresas ativas têm a participação feminina**. Disponível em:

<https://www.jucese.se.gov.br/index.php/2018/03/08/em-sergipe-mais-de-40-mil-empresas-ativas-tem-a-participacao-feminina/> Acesso em: 21 de jan. 2021.

KAUARK, Fabiana; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carlos Henrique.

**Metodologia da pesquisa: guia prático**. Itabuna: Via Litterarum, 2010. 88 p.

LAPOLLI, Édis Mafra; FRANZONI, Ana Maria Benciveni; SOUZA, Vitória Augusta Braga de. **Vitrine de talentos: notáveis empreendedores em Santa Catarina**.

Florianópolis: Pandion, 2010.

LEITE, C. L. P. **Mulheres: muito além do teto de vidro**. São Paulo: Atlas, 1994.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

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

MARQUES, José Roberto. **A mulher no mercado de trabalho**. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/mercado-trabalho/mulher-no-mercado-de-trabalho/> Acesso em: 03 de fev. 2019.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

MORILLO, Mirela Viersa; PRANDO, E Rodrigo Augusto. Empreendedorismo social e educação superior: um estudo exploratório acerca dos professores de empreendedorismo social. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2004, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2004. p. 1-21.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; CORRÊA, Victor Silva; ROSSETTO Eduardo. Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do COVID-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 1-12, abr. 2020. Quadrimestral.

PLATONOW, Vladimir. **Percentual de mulheres com nível superior é maior que o de homens, mostram dados do IBGE**. 2012. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2012-12-19/percentual-de-mulheres-com-nivel-superior-e-maior-que-de-homens-mostram-dados-do-ibge>. Acesso em: 24 de nov. 2018.

ZUINI, Priscila (Brasil). Os 9 tipos de empreendedores mais comuns no Brasil: do informal ao franqueado, veja os perfis mais encontrados no empreendedorismo brasileiro. **Exame**, [s. l], p. 1-1, 25 mar. 2014. Alterado em: 07/10/2020. Disponível em: <https://exame.com/pme/os-9-tipos-de-empreendedores-mais-comuns-no-brasil/>. Acesso em: 10 abr. 2019.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais**. In: BEUREN, Ilse Maria et al (Org.). Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Cap. 3. p. 76-97.

RESENDE, Ênio. **O livro das competências**. Rio de Janeiro: Qualimark, 2000.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O que é ser empreendedor**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em 26 de jan., 2019.

SEBRAE. **Crêterios de classifica o de empresas: MEI - ME - EPP**

Disponível em: <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>. Acesso em: 26 de jan. 2021.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elabora o de disserta o**. 3.ed. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de ensino a distância da UFSC, 2001.

VERGARA, S lvia C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administra o**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ZAMPIER, Marcia Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli W nsch. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos Ebape.Br**, [S.L.], v. 9, n. 1, p. 564-585, jul. 2011. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1679-39512011000600007>. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-39512011000600007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512011000600007). Acesso em: 21 jan. 2021.

ZAMPIER, M rcia Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wunsch; FERNANDES, Bruno Henrique. Sedimentando as bases de um conceito: as competências empreendedoras. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 101-130, abr. 2012. Jan/abril.

## APÊNDICE A

### QUESTIONÁRIO APLICADO

1. Identificação da empreendedora em gestão de negócios

Qual o nome do seu negócio (empreendimento)?

---

**Marque com um "X":**

2. Estado Civil:

Casada ( )

Solteira ( )

Divorciada ou separada ( )

Outra ( )

3. Possui filho(s)?

01 filho ( )

02 filhos ( )

Acima de 02 filhos ( )

Nenhum filho ( )

4. Cargo de gestão que ocupa atualmente:

Proprietária ( )

Gerente ( )

Coordenadora ( )

Outros ( )

5. Formação acadêmica:

Segundo grau completo ( )

Terceiro grau incompleto ( )

Terceiro grau completo ( )

Mais de uma graduação superior ( )

6. Em relação a renda familiar, os vencimentos da empreendedora representam quanto?

Mais de 30% ( )

De 30% a 50% ( )

De 50% a 80% ( )

Mais de 80% ( )

7. Tempo de atuação como empreendedora:

Menos de 5 anos ( )

De 5 a 10 anos ( )

De 10 a 15 anos ( )

Mais de 15 anos ( )

8. Média de horas por dia que acredite ser necessário dedicar para cumprir com as exigências do cargo ou função que exerce:

De 2 a 4 horas por dia ( )

De 4 a 7 horas por dia ( )

De 7 a 9 horas por dia ( )

Mais que 9 horas por dia ( )

9. Regime de trabalho:

Horista ( )

Meio expediente ( )

Integral ( )

Dedicação exclusiva ( )

k. Ramo de atuação do negócio que empreende:

Saúde e beleza ( )

Educação( )

Alimentos ( )

Serviços ( )

l. Média de faturamento anual:

Até 10 mil reais anual ( )

Maior que 10 mil e menor que 100 mil reais anual ( )

Maior que 100 mil e menor que 500 mil reais anual ( )

Maior que 500 mil reais anual ( )

2. Identificação do perfil de competência profissional da empreendedora:

Leia e analise as variáveis a seguir especificadas e escolha por meio de escala de 1 (menor importância) a 5 (máxima importância), assinalando cada nota (1, 2, 3, 4 e 5) sem repetir o peso.

Atenção: Para cada questão, as notas de 1 a 5 só poderão ser assinaladas uma única vez:

I – Indicador Cognitivo: conhecimentos (refere-se ao SABER teórico, conceitual, fundamental para orientar uma boa prática).

Variáveis	Definição	Nota
<b>1. Área / Setor de (política / legislação, sistema, mercado).</b>	Conhecimentos de cunho estratégico sobre o mercado/sociedade no qual o negócio se insere, incluindo clientes, concorrentes, fornecedores e parceiros.	
<b>2. Administração / Finanças</b>	Conhecimentos pertinentes às áreas de administração e finanças, incluindo custos bem como legislação, especialmente trabalhista e comercial.	
<b>3. Planejamento Estratégico e Operacional.</b>	Conhecimentos de Modelos e Processos de Planejamento, envolvendo desde o Diagnóstico, Definição de Propriedades até o Monitoramento/Avaliação, para orientar a adequada construção de Planos de Ação para a Organização.	
<b>4. Gestão de Pessoas.</b>	Conhecimentos sobre administração de recursos humanos (principais sistemas de pessoal, como: planejamento de RH, seleção/suprimento, treinamento e avaliação de desempenho).	

<b>5. Técnico Específico (RH, financeiro, etc.).</b>	Conhecimentos técnicos próprios de sua área de formação específica.	
<b>6. Informática.</b>	Conhecimento sobre o uso do computador, redes, internet, bem como dos principais softwares de sua área de atuação.	
<b>7. Processos de Tomada de Decisão.</b>	Conhecimentos de métodos e técnicas que facilitem a Tomada de Decisão.	
<b>8. Gestão de Qualidade.</b>	Conhecimento da teoria básica bem como dos Processos relacionados com o funcionamento de Sistema de Qualidade Total.	
<b>9. Psicologia Organizacional.</b>	Conhecimento sobre comportamento das pessoas dentro de uma Organização (comunicação interpessoal, administração de conflitos, negociação, motivação, formação de equipes).	
<b>10. Produto / Mercado de atuação da empresa.</b>	Conhecimento de nível mercadológico sobre os serviços e/ou produtos fornecidos pela Organização.	

II – Indicador Comportamental:

A) Habilidades (refere-se ao SABER FAZER, capacidade de aplicar os conhecimentos teóricos).

<b>Variáveis (habilidade)</b>	<b>Definição</b>	<b>Nota</b>
<b>1. Planejamento.</b>	Capacidade de definir e compartilhar metas, estratégias e táticas referentes ao processo administrativo.	
<b>2. Organização.</b>	Capacidade de gerenciar o processo administrativo, bem como de definir os diversos papéis dos membros da equipe, incluindo a distribuição de atividades, tarefas e responsabilidades.	
<b>3. Liderança.</b>	Capacidade de influenciar e mobilizar o grupo de trabalho, visando alcançar objetivos orientados para o bem comum.	
<b>4. Decisão.</b>	Capacidade de definir ações/tomar atitudes após análise de alternativas, e que levem à resolução do problema/situação examinada.	
<b>5. Comunicação / saber ouvir.</b>	Capacidade de escutar superiores, colaboradores, clientes, fornecedores e parceiros, dar e receber feedback, bem como de se fazer entender, visando facilitar a	

	integração entre as pessoas envolvidas e influenciar positivamente o ambiente de trabalho.	
<b>6. Análise e Síntese.</b>	Capacidade de criticar e sintetizar dados e informações sobre processos e pessoas, a fim de poder reunir elementos objetivos que permitam uma adequada tomada de decisão.	
<b>7. Trabalho em equipe.</b>	Habilidade pessoal que consiste na capacidade de relaciona-se facilmente com os demais membros da equipe e de converter-se em fator de integração do time como um todo.	
<b>8. Criatividade / Inovação</b>	Capacidade de gerar novas ideias (Criatividade), bem como promover sua implementação (Inovação).	
<b>9. Execução.</b>	Capacidade de pôr em prática os planos de ação elaborados, visando a efetiva consecução dos resultados pretendidos.	
<b>10. Inspiração e Motivação da Equipe.</b>	Capacidade (do líder) de criar condições propiciadoras de inspiração e motivação para sua equipe, na busca constante do moral elevado do grupo.	
<b>11. Administração de Conflito e Negociação.</b>	Capacidade de resolver conflitos interpessoais do grupo, alinhada a um elevado senso de negociação, de natureza prática.	
<b>12. Relações Interpessoais</b>	Capacidade de perceber a importância do bom relacionamento interpessoal e de trabalhar efetivamente junto à equipe para sua consecução.	

B) Atitude (refere-se ao QUERER SER/ FAZER a partir da decisão e motivação pessoal.

<b>Variáveis (ser...)</b>	<b>Definição</b>	<b>Nota</b>
<b>1. Ética.</b>	Respeito absoluto pelo outro, honestidade e justiça nas decisões, e coerência entre o discurso e a prática.	
<b>2. Auto confiante</b>	Consciência de suas próprias limitações (humildade) e de suas fortalezas (confiança), passando uma postura de segurança e equilíbrio para sua equipe	
<b>3. Flexível.</b>	Abertura para ouvir/aceitar opiniões diferentes, bem como para perceber as constantes transformações geradoras da necessidade de	

	mudanças organizacionais.	
<b>4. Responsável.</b>	Resposta, em nível ótimo, ao conjunto de atribuições do cargo, com elevado grau de correspondência às expectativas da organização em relação à sua pessoa.	
<b>5. Servidora / Cuidadora.</b>	Consciência da importância do servir/cuidar dos liderados e dos clientes/usuários.	
<b>6. Comprometida.</b>	Compromisso e envolvimento com a missão, negócio e resultados institucionais, bem como com as pessoas da organização.	
<b>7. Auto motivada.</b>	Entusiasmo em nível elevado, evidenciado na postura corajosa de superação dos desafios do dia a dia.	
<b>8. Visionária.</b>	Antevisão de cenários (sonhos) para onde deseja levar a organização e a equipe e disposição para compartilhar estes sonhos com seu grupo de trabalho.	
<b>9. Aprendiz / Educadora.</b>	Disponibilidade para querer aprender sempre (busca do autodesenvolvimento), bem como preocupação com o desenvolvimento de todos da equipe (papel educacional).	

### 3. Percepção das empreendedoras e a conciliação Vida Pessoal e Trabalho.

A) Após ler, analisar e escolher os 05 fatores mais importantes na conciliação entre vida pessoal e trabalho.

Classifique suas escolhas por meio de escala de 1(mínima importância) a 5(máxima importância), assinalando cada nota (1, 2, 3, 4 e 5) sem repetir o peso, conforme tabela abaixo.

<b>Categoria</b>	<b>Significados</b>	<b>Nota</b>
<b>Atitudes que favorecem Conciliação Vida Pessoal e Trabalho</b>	O diálogo, a relação franca e aberta entre os cônjuges.	
	Administração do tempo nas atividades realizadas no trabalho.	
	Atendimento às expectativas da organização e da família.	
	Reflexão decorrente da maturidade e acúmulo de experiências.	
	Aprender a dosar suas energias e atividades.	
	Estabilidade na carreira.	

	Conciliação de interesses.	
	Priorização da família em detrimento da ascensão profissional.	
	Adiamento dos sonhos pessoais como filhos e casamento.	
	Atenção diminuída aos filhos.	

B) Assinale a alternativa (marque com um “x”) que mais se adequa a sua percepção sobre as implicações do tempo na busca por qualificação profissional e na dedicação à prática gerencial influenciando na vida pessoal.

<b>Implicações do tempo despendido na busca por qualificação profissional e na dedicação à prática gerencial influenciando na vida pessoal</b>	<b>MARQUE COM “X”</b>
Reações emocionais (mágoa, angústia, irritação).	
Cansaço físico, falta de disposição e redução da concentração.	
Problemas de saúde (estresse, gastrite, insônia).	
Relações afetivas (conflitos entre os cônjuges, sentimento de culpa e insegurança).	
Reclamações, cobranças e pressões da família.	
Administro bem o tempo. Consigo conciliar trabalho e vida pessoal sem problema.	
Acúmulo de tarefas e menos tempo para atividades pessoais.	
Desenvolvimento pessoal e desenvolvimento de habilidades construtivas (auto realização, coragem, capacidade de assumir riscos).	
Desenvolvimento do espírito empreendedor.	

#### 4. Reflexos das adversidades (Pandemia – COVID 19)

Assinale a alternativa (marque com um “x”) a alternativa que mais identifica sua realidade vivida nos períodos de decretos e picos de casos da pandemia, em virtude do protocolo de “isolamento social”.

1. Devido aos decretos do governo estadual e municipal para manter o isolamento social, seu negócio ficou fechado?

Sim, fechou até autorização de reabertura ( )

Fechou, porém continuei atuando remotamente ( )

Já atendia por delivery ( )  
Encerrei as atividades e mudei de ramo ( )

2. Realizou demissões devido às dificuldades da pandemia ?

Trabalho sozinha, não possuo funcionários( )  
Não precisei desligar nenhum funcionário( )  
Não possuo, apenas parceiros e prestadores de serviço ( )  
Sim, realizei demissões ( )  
Precisei contratar mais ( )

3. Como manteve –se presente na vida de seus clientes, como realizou as divulgações?

Meu negócio não precisa de divulgação( )  
Precisei me adaptar e utilizar as mídias digitais( )  
Não tive dificuldades, já utilizava as mídias digitais ( )  
Não consegui me adequar e fui muito prejudicada ( )