

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

BRUNA AZEVEDO ROCHA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO SERGIPANO:
DESAFIOS E EXEMPLOS DE SUCESSO EM ARACAJU – SE**

**SÃO CRISTÓVÃO, SE
2018**

BRUNA AZEVEDO ROCHA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO SERGIPANO:
DESAFIOS E EXEMPLOS DE SUCESSO EM ARACAJU – SE**

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, para a obtenção da graduação em Administração.

Orientadora: Rosângela Sarmiento Silva

**SÃO CRISTÓVÃO, SE
2018**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO SERGIPANO:
DESAFIOS E EXEMPLOS DE SUCESSO EM ARACAJU – SE**

Bruna Azevedo Rocha

Aprovada em ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Nome Completo (orientador)

Titulação-Instituição

Nome Completo (orientador)

Titulação-Instituição

Nome Completo

Titulação-Instituição

CONCEITO FINAL: _____

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo, identificar o perfil da gestora feminina no município de Aracaju, além dos fatores que influenciam a saída da mulher, de sua posição de dona-de-casa, esposa e funcionária, para se tornarem empreendedoras de seu próprio negócio. Para tanto, foi desenvolvido um estudo qualitativo, com a aplicação de um questionário composto de 60 questões, sobre como as empreendedoras veem o modo como gerem suas empresas, conforme modelo de Yin (2010). O questionário foi aplicado a 06 empreendedoras do município de Aracaju e como resultado, certificou-se que os fatores analisados, de um modo geral, estão relacionados à saída da mulher, da função de funcionária, para empreendedora. Os fatores 'modo de gestão' e 'localização da empresa', foram os mais significativos para o grande êxito empresarial das gestoras aracajuanas.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, Pequenas Empresas, Desafios, Microempreendedor.

ABSTRACT

This research aims to identify the profile of the female manager in the city of Aracaju, in addition to the factors that influence the exit of the woman, from her position as housewife, wife and employee, to become entrepreneurs of their own business. For that, a qualitative study was developed, with the application of a questionnaire composed of 60 questions, about how entrepreneurs see how they manage their companies, according to Yin (2010) model. The questionnaire was applied to 06 entrepreneurs from the city of Aracaju and as a result, it was verified that the analyzed factors, in general, are related to the woman's exit from the function of employee to entrepreneur. The factors 'mode of management' and 'location of the company', were the most significant for the great business success of Aracaju managers.

Keywords: Women Entrepreneurship, Small Business, Challenges, Microentrepreneur.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho

EPC – Equipamento de Proteção Coletiva

EPI – Equipamento de Proteção Individual

EPP – Empresa de Pequeno Porte

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBQP – Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

ISI – *Inter-Services Intelligence*

ME - microempresa

ONG – Organização Não-Governamental

SBAC – Sociedade Brasileira de Análises Clínicas

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio Às Empresas.

SOFTEX – Sociedade para Promoção da Excelência do Software Brasileiro.

UFS – Universidade Federal de Sergipe

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Evolução dos estudos acerca do empreendedorismo.....	14
Gráfico 02: Rendimento mensal de um empreendedor no Brasil.....	18
Quadro 03: Tipos de personalidades das empreendedoras.....	23
Quadro 04: Perfil das entrevistadas.....	41
Quadro 05: Perfil das empresas.....	42
Quadro 06: Características gerenciais das empresas.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Número de empreendedores no Brasil até 2010.....	16
Gráfico 02: Rendimento mensal de um empreendedor no Brasil.....	17
Gráfico 03: Empreendedoras femininas como donas do próprio negócio.....	22

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
1.1 Problema de pesquisa.....	10
1.2 Objetivos.....	10
1.3 Justificativa.....	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Empreendedorismo.....	12
2.2 Empreendedorismo feminino.....	19
2.3 Gestão da mulher empreendedora.....	22
3 METODOLOGIA	25
3.1 Delineamento da pesquisa.....	25
3.2 Caracterização do estudo.....	26
3.3 Método da pesquisa.....	26
3.4 Entrevistas.....	27
3.5 Fontes de evidências.....	28
3.6 Critérios para escolha do caso.....	28
4 ANÁLISE E RESULTADOS	29
4.1 Caso 01: a empreendedora da relojoaria.....	29
4.2 Caso 02: a empreendedora da Lillac modas.....	31
4.3 Caso 03: a empreendedora da loja moda fitness e praia.....	33
4.4 Caso 04: a empreendedora da boutique By Gabi.....	35
4.5 Caso 05: a empreendedora da Pegadas Animais.....	37
4.6 Caso 06: a empreendedora da loja de celulares.....	39
4.7 Análise comparativa dos casos.....	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
5.1 Considerações finais.....	44
5.2 Dificuldades e limitações da pesquisa.....	46
5.3 Sugestão para pesquisas futuras.....	46
REFERÊNCIAS	47
APÊNDICE A: roteiro de entrevista	52

1 INTRODUÇÃO

A inserção de profissionais do gênero feminino nas mais diversas áreas do mercado de trabalho têm provocado mudanças que se estendem da esfera pessoal e profissional à própria sociedade (MENEZES; OLIVEIRA, 2013 p.427). Embora não se trate de um fenômeno recente, pois o empreendedorismo feminino segundo Gomes *et al.* (2014 p. 322) remonta-se à década de 1970. Até então apenas os homens eram objeto de pesquisa nos estudos sobre empreendedorismo. Um dos primeiros trabalhos sobre “empreendedorismo feminino” foi o de Schwartz (1976 *apud* GOMES *et al.* 2014), no qual a autora abordou aspectos relacionados à motivação, características de personalidade e dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras.

Schwartz (1976 *apud* GOMES *et al.* 2014 p. 322) concluiu, na ocasião, que os motivos que levavam mulheres a montar seu próprio negócio eram semelhantes aos dos homens. Além disso, ambos tinham “qualidades empreendedoras” parecidas. Suas diferenças eram mínimas. A pesquisadora detectou, no entanto, que as mulheres enfrentavam mais barreiras que impediam o sucesso de suas organizações, principalmente em função das dificuldades de obtenção de crédito.

No início da década de 1980, Hisrich e O'Brien (1981 *apud* GOMES *et al.* 2014 p.323) previram que, mesmo quando a presença das mulheres na atividade empreendedora ainda não fosse significativa, a participação delas cresceria em quase todas os setores. Não obstante, essa previsão atualmente corrobora com o relatório da pesquisa GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), que a presença feminina foi marcante no que tange o empreendedorismo no Brasil com idade entre 18 e 34 anos no ano de 2016, igualando-se ao masculino. Ou seja, a existência de um equilíbrio de gêneros na atividade empreendedora. Esse equilíbrio de gênero no empreendedorismo tende a qualificar melhor os negócios, pois leva em consideração a multiplicidade das experiências profissionais e pessoais das pessoas que sentem-se estimuladas a abrir um negócio (GEM, 2016 p. 15).

Esse levantamento da GEM (2016) aponta que o comportamento empreendedor e a atitude da mulher vêm mudando, e atualmente elas representam mais de 50% da população brasileira e gerem 1/3 das famílias, no que diz respeito à aplicação de renda.

O estudo mostra também que a mulher representa 52% dos trabalhadores brasileiros, exercendo forte influência em diversos setores e atividades comerciais.

De acordo com Naisbitt e Aburdene (1994), a mulher simboliza a força de trabalho do futuro e o empreendedorismo mundial caminha para valores considerados mais femininos. Para Gomes (2004), essa ideia indica que esse novo modelo de gestão das organizações modernas parece exigir um perfil de profissional mais flexível, sensível e cooperativo; valores considerados femininos. E isso só mostra que o empreendedorismo não é mais visto como um mundo dominado apenas pelo sexo masculino: agora ele faz jus ao universo feminino, que a cada dia renova ainda mais a sua qualidade, por meio de investimentos corajosos e desafios vencidos (OSÓRIO, 2012).

Portanto, em decorrência de fatores como a modernização, o aumento da formação educacional e mudanças culturais, as mulheres inseriram-se em vários setores da sociedade, destacando-se por sua voz ativa e atribuições desempenhadas no mundo dos negócios. Ou seja, o gênero feminino tem desempenhado papel ativo nas organizações, gerando emprego e renda em diversos setores de atuação. Esta entrada e participação da mulher no mercado de trabalho, bem como seu crescimento profissional assumindo cargos de liderança e gestão, tem tornado o empreendedorismo feminino uma temática de estudo que desperta o interesse de diversos autores (SANCHES *et al.* 2013 p.136).

Face ao exposto, o que impulsiona essa pesquisa, é que a mulher cada vez mais vem ocupando novos espaços no mercado de trabalho, um novo sujeito feminino no Brasil e no mundo começa a se formar, e não deve ser diferente com as mulheres empreendedoras sergipanas. Portanto, objetiva-se com essa pesquisa identificar o perfil da gestão feminina da mulher empreendedora de Aracaju, pois essa nova realidade amplia as possibilidades de investigação dos fenômenos influenciados por questões de gênero, já que o papel ocupado pela mulher ultrapassa nitidamente o espaço inicial definido para sua atuação, restrita à esfera da vida familiar, como esposa e mãe (MENEZES; OLIVEIRA, 2013 p.427). Em suma, essa pesquisa pode contribuir com resultados empíricos na área de ciências sociais aplicadas, a partir da apresentação de um panorama do perfil da mulher empreendedora no município de Aracaju.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

O empreendedorismo feminino cada vez mais tem sido um fator impulsionador no desenvolvimento econômico e social no Brasil e em países em desenvolvimento, como a África do Sul (GEM 2016). Portanto, entender a colocação da mulher no mercado empreendedor não é apenas essencial, é importante compreender quais são as características da mulher que empreende, o que a motiva a empreender, que tipos de empresa ela tende a iniciar e qual é o seu principal estímulo. Além disso, compreende-se então que é importante entender o empreendedorismo de forma local, surgindo assim, a problemática desta pesquisa: *qual o perfil da gestão feminina no município de Aracaju?*

1.2 OBJETIVOS

A presente pesquisa tem como objetivo geral analisar o perfil da gestão feminina no município de Aracaju. Não obstante, tem-se ainda os seguintes objetivos específicos:

- Traçar o perfil da mulher empreendedora;
- Identificar os principais desafios;
- Identificar o que leva a mulher sergipana empreender.

1.3 JUSTIFICATIVA

Atualmente, as relações de trabalho vêm ganhando novos significados e complexidades a partir da inserção feminina no espaço organizacional (CRAMER, *et al.*, 2012 p.54), em virtude da participação ativa das mulheres na geração de novos negócios (GEM, 2016), sendo que, têm buscado no empreendedorismo uma forma para complementar a renda familiar, tendo em vista, que cada vez mais elas vêm assumindo o sustento da família e ampliando desta forma, a sua participação na economia do país (CRAMER, *et al.*, 2012).

Além disso, há outras diversas razões que têm levado as mulheres empreenderem, tais como: dificuldade que encontram para ter acesso a escalões superiores nas organizações, maior flexibilidade de horário, conciliar a exigência do trabalho e da família, outras mulheres criam suas empresas por percepção de oportunidade de mercado

e pelo desejo de realização, bem como pela necessidade de manter o seio familiar (MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013).

Essas razões são mencionadas na literatura como motivadoras da criação de empresas por mulheres, mas é possível que razões adicionais contribuam para a decisão de ser empreendedora, como o desejo de independência financeira ou a necessidade de sobrevivência (MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013; GEM, 2016). Esses fatores impulsionadores para as mulheres empreenderem acabam impactando no desenvolvimento econômico e local de um país ou região, ou seja: o empreendedorismo influencia do ponto de vista social e econômico (GEM, 2016).

Portanto, do ponto de vista teórico essa pesquisa justifica-se, uma vez que, tem como foco o perfil da gestão feminina, já que diversos estudos tais como: Bourdieu, (2001); Gray e Finley-Hervey, (2005); Baron e Shane, (2007), Minniti e Nardone, (2007); Wagner, (2007), Machado, (2009), Barbosa *et al.*, (2011), têm focado os fatores e dificuldades da mulher empreendedora. Nos estudos de Machado, Gazola e Anez (2013), os autores focam a gestão feminina, foco desse estudo. Apesar das intensas pesquisas acerca do empreendedorismo feminino, poucos têm focado a gestão feminina, principalmente no município de Aracaju - SE.

A contribuição deste estudo está relacionada com as evidências empíricas do empreendedorismo do ponto de vista social e econômico (BOURDIEU, 2001; GRAY; FINLEY-HERVEY, 2005; BARON; SHANE, 2007; MINNITI, NARDONE, 2007; WAGNER, 2007; MACHADO, 2009; BARBOSA *et al.*, 2011; MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013), como também servirá como parâmetro de pesquisa norteador que demonstrará o perfil da mulher empreendedora sergipana e os principais desafios, bem como o que as levam empreender.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EMPREENDEDORISMO

“A palavra ‘empreendedor’ origina-se da palavra ‘entrepreneur’ que é francesa, literalmente traduzida, significa aquele que está entre ou intermediário.” (HISRICH, Robert. D., 2009, p.96). Essa definição foi evoluindo com o passar do tempo, devido às mudanças ocorridas na área econômica mundial tornando-se mais complexa. Quando chegou na idade média, os indivíduos que tinham participação ou administrava projetos de produção em grande escala eram chamados de empreendedor, porque “compravam a um preço certo e vendiam a um preço incerto, portanto operavam em riscos”. (BURR e IRWIN, 1985, p. 16-23).

Porém, ao longo de toda a Idade Média, essas circunstâncias sofreram alterações de modo brando e o conjunto de elementos que compõem o empreendedorismo evoluía baseado nas classes dos comerciantes e no crescimento das cidades. Durante este período, o vocábulo empreendedor "foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção" (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 28). De acordo com o pensamento de Landström e Benner (2010), essa discordância aconteceu após um grande período de paralisação imposto pelo sistema feudal na estrutura financeira da Europa, onde o direito de possuir uma propriedade era limitado e as mercadorias altamente estipuladas.

Embora para uma grande maioria a área de estudos relacionados ao empreendedorismo seja algo recente, as ideias precursoras sobre a expressão não são. De acordo com Landström, Harirchi, Aström (2012), é bastante provável que a função seja antiga, do mesmo modo que o intercâmbio e o comércio entre os indivíduos dentro da sociedade, este ponto de vista não era discutido. Apenas quando aconteceu a evolução dos mercados econômicos, os estudiosos passaram a se interessar pelo acontecimento.

Na visão de Murphy, Liao e Welsch (2006) o ato de empreender começou a se expandir ao longo dos séculos XVI e XVII com o estudo experimental, referente à teorias do conhecimento humano ou baseado nas competências práticas, transformando-se em funções instrumentais, para tentar melhorar as ineficiências ou gerar novas soluções, bens e serviços. Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009) nesta mesma época, a expressão era utilizada para falar sobre atividades específicas, à medida em que a evolução do termo foi se expandindo e a imagem da figura empreendedora foi ficando mais importante que

sua apropriação. E com a aplicação do conhecimento, a criação de oportunidades comerciais e a atividade empreendedora, os estudos se intensificaram no século XVIII.

No dizer de Bolton e Thompson (2000), a palavra empreendedorismo surgiu há 800 anos atrás, e é um termo derivado do verbo francês “entreprendre”, que em tradução literal significa fazer algo. Entretanto, ainda não existe um senso comum a respeito da definição da palavra empreendedor. Várias são as pesquisas que mostram as características e perfis relacionados ao termo, á medida que inúmeros estudiosos procuram uma definição exata do termo empreendedor e frisam algumas características importantes.

Já os estudos de Rocha e Freitas (2014) podemos encontrar que o perfil do empreendedor em geral, está delimitado nas dimensões de autorrealização, planejamento, inovação e tolerância à riscos. Neste quesito, o reconhecimento das características que constroem o perfil empreendedor beneficia a definição de uma síntese sobre o termo empreendedor, como também dos principais aspectos que colaboram para evitar a falência das empresas, proporcionando um aumento da sobrevivência dos empreendimentos, destacando a contribuição do presente trabalho.

Foi somente no século XX, que o termo empreendedor deu origem ao termo empreendedorismo, cujo estudo já no final do século, mais precisamente na década de 90, passou a ser assunto em pauta, de políticas públicas e de pesquisa entre docentes e discentes de ensino médio e superior do mundo todo. Isso aconteceu por causa do avanço tecnológico, que obrigou as pessoas daquele tempo a se prepararem para se reinventar ou criar algo novo, dando continuidade ou se tornando mais competitivas no mercado (SCHUMPETER, 1984).

Hoje em dia, três correntes de pensamento sobre empreendedorismo são defendidas. A primeira delas é de cunho econômico e relaciona o empreendedor à revolução, dando ênfase a Richard Cantillon (1680-1734) e Jean-Baptiste Say (1767-1832) e anos mais tarde, a Joseph A. Schumpeter (1883-1950). A segunda corrente possui fortes características culturais, tendo David C. McClelland (1917-1998) como seu principal pensador, que enfatiza a criatividade e a intuição. A terceira corrente é baseada em um modelo construtivista, que busca compreender a ação de empreender através das relações de interação que o indivíduo cria, ao interagir com o ambiente (BRUYAT; JULIEN, 2000).

Richard Cantillon, um dos criadores do termo empreendedorismo, enxergava na ação de comprar e vender, algo que causa incerteza do seu retorno (CANTILLON, 1755

apud HASHIMOTO, 2010). Say (2011) mostra que o empreendedorismo era baseado no repasse de capital financeiro, de uma atividade que não produz grandes bens para outra, sendo talvez possível adquirir uma maior rentabilidade. Para tanto, tinha-se o conceito de que os bens de pouco valor deveriam ser modificados em algo de que os indivíduos precisassem e estivessem dispostos a pagar o preço estabelecido para adquiri-los, desenvolvendo aí um senso de busca de oportunidades. Ainda de acordo com as ideias de Say, o empreendedor era um enorme agenciador de mudanças e um contribuinte ativo para com a sociedade, através do pagamento de impostos.

O primeiro grande grupo a realizar estudos sobre o empreendedorismo foi o *Small Business Administration Center* (SBAC), que fica localizado em Washington, Distrito de Columbia. Através de programas financeiros de apoio às universidades, dava incentivo à realização de ações e capacitações voltadas exclusivamente para transformar alunos em consultores de empresas (GUIMARÃES, 2002). No ano de 1994, aproximadamente 120.000 estudantes já eram frequentadores assíduos de cursos voltados ao empreendedorismo nos EUA e no ano de 2004, cerca de 5,6 milhões de jovens com até 34 anos, aplicavam seu capital de giro em seu primeiro empreendimento (KATZ, 2003; KURATKO, 2004).

Quadro 01: Evolução dos estudos acerca do empreendedorismo.

Evolução e fases de estudos acerca do empreendedorismo	Conceito
Primeira Fase Decolagem	Diz respeito aos estudos pioneiros sobre o tema, com pesquisas direcionadas para as características do empreendedor e sua personalidade, apoiada em princípios da psicologia, dada à novidade do campo.
Segunda Fase Crescimento	Está ligada à construção de uma infraestrutura e à fragmentação da pesquisa, com destaque nos anos de 1990 pelo enorme crescimento das investigações sobre empreendedorismo, o que ocasionou uma disseminação social ampla com o aumento do número de periódicos científicos, conferências, programas educacionais e cursos ligados à área.
Terceira Fase Maturidade	Os estudos sobre empreendedorismo ficaram mais heterogêneos, com subgrupos de estudos, movendo-se em direções diferentes.

Fonte: Adaptado de Vergas e Silva (2014 p.10-11)

É possível observar nas fases indicadas no Quadro 01, que na primeira, os estudos eram

voltados para os princípios psicológicos, nessa fase segundo Vergas e Silva (2014) era fácil para os pesquisadores de diferentes áreas realizarem pesquisas sem experimentar discussões mais analíticas. Na segunda, o foco passa para o crescimento dos estudos acerca do empreendedorismo no que se refere a ciência, programas educacionais e cursos ligados à área. Por fim a terceira, surge diversos enfoques sobre os estudos do empreendedorismo (VERGAS; SILVA, 2014).

Penrose (2006) também utiliza a expressão empreendedorismo para referir-se ao processo decisório de uma empresa, dividido entre expandir o seu processo de atuação ou simplesmente continuar com suas atividades correntes. Esse estudo passa de maneira lógica, por uma possível margem de lucro gerada pelo crescimento do empreendimento. O autor ainda ressalta que: “Esta é verdadeiramente a primeira decisão, e é provavelmente aqui que o espírito de empresa – ou um viés empresarial geral a favor do crescimento – adquire seu maior significado” (PENROSE, 2006, p. 74).

Sobre a expansão da falta de clareza sobre o conceito de empreendedorismo, Costa, Barros e Carvalho (2011), estudando o desenvolvimento do termo, esclarecem que, apesar da falta de um conceito, existem três abordagens distintas, que de forma geral podem se considerar integrantes da configuração do referido termo: a comportamental (relacionada ao perfil do empreendedor), a relacional (abordada como as competências/habilidades do empreendedor e a relação destas com a organização) e, por último, a abordagem econômica (relacionando o empreendedorismo com o fator econômico, por meio de processos de inovação e risco calculado).

Apresentando conhecimento semelhante, Gomes, Forte, Melo e Fontenele (2008) mostram que frente às dificuldades e indecisões, o avanço gradativo das organizações está fortemente ligado a pessoas empreendedoras capazes de atingir novos objetivos de negócio, apresentando previsão de fatos e promovendo novas habilidades para conquista de seus objetivos. Esta averiguação comprova a importância progressiva do estudo que envolve o desenvolvimento progressivo do empreendedor e suas particularidades. Vale, Corrêa, e Reis (2014) ressaltam que as causas que levam um indivíduo a empreender vão muito além da lógica binária de oportunidade versus necessidade. E isso inclui: características pessoais, mercado de trabalho, descontentamento com emprego, família e influência externa.

No Brasil, o empreendedorismo ergue-se de dentro das universidades em um período mais atual, devido às particularidades de uma industrialização lenta do país, que somente na década de 90 começou a constatar um elevado aumento dos cursos de

administração e, por conseguinte, do ensino e pesquisa sobre empreendedorismo. De acordo com Souza e Lopez Jr, (2005), o desenvolvimento de uma metodologia para a criação de competências empreendedoras, abrange muito mais que a aquisição de conhecimentos, mas o aprender a desenvolver, a existir, a criar e, principalmente a conviver. Isto mostra que se faz necessário, antes de tudo, entender as verdadeiras necessidades para que dessa forma seja possível criar uma metodologia que consiga atender tais princípios.

Gráfico 01: Número de empreendedores no Brasil até 2010.

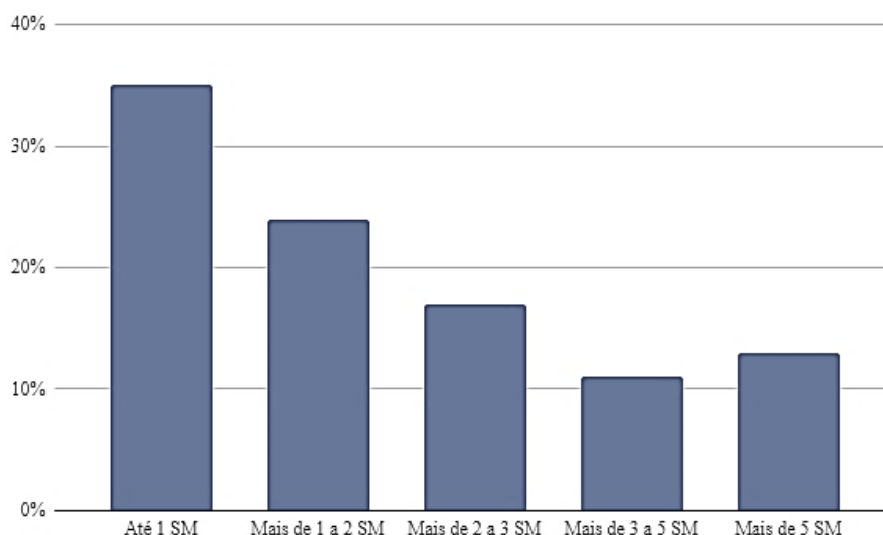


Fonte: IBGE (2016)

O gráfico mostra de maneira gradativa, o aumento de brasileiros que largaram seus empregos ou foram demitidos dos mesmos, que tiveram a iniciativa de começar um empreendimento, obtiveram sucesso e hoje estão inseridos novamente no mercado de trabalho. Dornelas (2005) discute que o movimento do empreendedorismo no Brasil começou na década de 1990 quando foram iniciadas as entidades Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex). A criatividade e inovação sempre estiveram presentes nos movimentos do empreendedorismo e suas diferentes abordagens resultando na figura de um indivíduo imerso em um ambiente em constante mudança.

Desta forma, considera-se o empreendedorismo um movimento metamórfico provocado pelo empreendedor. Este movimento é representado pelas características: acreditar na viabilidade do empreendimento, identificar as oportunidades nele contidas, agarrá-las e perseguir recursos para concretizá-las. Como sendo uma peça central, ter uma pessoa com criatividade, capaz de fazer sucesso com inovações, versátil e que possui as habilidades técnicas para saber produzir, capitalizar ao reunir recursos financeiros, organizar as operações internas e realizar as vendas de sua empresa.

Gráfico 02: Rendimento mensal de um empreendedor no Brasil.



Fonte: Pesquisa Sebrae 2016.

O gráfico mostra que entre 11 a 17% dos donos de empresas no país – o que equivale aos microempreendedores – declaram que seu rendimento mensal como empreendedor é de até três salários mínimos. Isso em valores atuais, equivalem a 2.811 reais. Na faixa de renda equivalente a cinco salários mínimos ou mais (4.770 reais em diante), estão apenas 12% dos empreendedores de todo o país. Já com relação ao salário dos microempreendedores, 34% fatura até mil reais por mês e 22% dos empreendedores faturam até dois salários mínimos. Os dados apresentados pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM), foram divulgados em 2017 pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e pelo Sebrae. O estudo, feito à base do recolhimento de dados de 65 países, apurou a atividade empreendedora no mundo, ao longo do ano de 2016. Aqui no Brasil, a pesquisa foi realizada entre setembro e novembro. Foram entrevistadas 2 mil pessoas em idade adulta e 93 especialistas em empreendedorismo (SEBRAE - 2017). O gráfico só confirma que:

Empreendedorismo designa os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. Empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução; principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços. [...] É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. Também é utilizado – no cenário econômico – para designar o fundador de uma empresa ou

entidade, aquele que construiu tudo a duras custas, criando o que ainda não existia (Giddens, 2002, p.17-38)

O Empreendedorismo é um tema bastante comentado entre acadêmicos de Administração, Economia e de outras ciências. Não custa muito encontrar dezenas de conceitos sobre o assunto em livros ou em sites da Internet. Em muitos desses conceitos é comum encontrar as ideias de Schumpeter (1984) embutidas em frases longas como se buscassem dizer de outra forma o que o grande mestre antecipara (DORNELAS, 2005).

Portanto, não basta apenas predisposição para obter sucesso em um empreendimento. Para Degan (1989, p. 20) é por meio da criatividade que o empreendedor começa a "associar as observações dos mais diversos tipos e formas de empreendimentos". A criatividade vai fazer com que ele faça adaptações, ou seja, adote a fórmula de sucesso de um tipo de negócio em outro negócio. São essas associações que podem transformar uma simples oportunidade em um grande sucesso empresarial.

Quadro 02: fatores que incentivam o empreendedorismo no Brasil.

Principais fatores	Países selecionados						
	Brasil	China	Alemanha	Índia	México	África do Sul	Estados Unidos
Apoio Financeiro	9,5	37,5	36,1	28,6	16,7	47,1	45,5
Políticas Governamentais	18,9	65,6	13,9	14,3	33,3	41,2	9,1
Programas Governamentais	13,5	9,4	83,3	10,2	36,1	14,7	31,8
Educação e Capacitação	14,9	21,9	19,4	36,7	38,9	14,7	31,8
Pesquisa e Desenvolvimento	5,4	3,1	5,6	18,4	33,3	8,8	13,6
Infraestrutura Comercial e Profissional	8,1	9,4	16,7	12,2	5,6	2,9	13,6
Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada	12,2	31,3	2,8	24,5	0,0	14,7	9,1
Acesso à Infraestrutura Física	2,7	0,0	8,3	6,1	2,8	5,9	0,0
Normas Culturais e Sociais	13,5	21,9	11,1	10,2	19,4	17,6	40,9
Capacidade Empreendedora	54,1	3,1	0,0	20,4	19,4	5,9	22,7
Clima Econômico	10,8	15,6	19,4	32,7	5,6	2,9	4,5
Características da Força de Trabalho	12,2	12,5	2,8	0,0	11,1	26,5	4,5
Composição da População Percebida	5,4	6,3	0,0	4,1	2,8	8,8	4,5
Contexto Político, Institucional e Social	4,1	37,5	2,8	14,3	8,3	5,9	0,0
Crise Internacional	4,1	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0	0,0
Corrupção	2,7	0,0	0,0	6,1	0,0	0,0	0,0
Diferenças Devidas ao porte da Empresa	12,2	0,0	0,0	8,2	2,8	5,9	0,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	0,0	0,0	0,0	4,1	0,0	0,0	0,0
Internacionalização	8,1	3,1	0,0	0,0	2,8	0,0	0,0
Informações	31,1	9,4	5,6	0,0	19,4	5,9	9,1

Fonte: GEM, 2016.

O quadro 02 mostra que o principal incentivo para que o empreendedor brasileiro deixe de ser funcionário e invista em seu próprio negócio é a sua capacidade empreendedora, ou seja: 54,1% dos empreendedores acreditam que podem largar a função de empregado e partir para o próprio negócio. Em segundo lugar vem as informações (custos de produção e manutenção em conta) sobre que tipo de empreendimento iniciar (31,1%), seguida das políticas governamentais, que nada mais

são, do que as várias formas de propor execuções do poder, estabelecendo e relacionando a liberdade de planejar e executar as atividades públicas (18,9%).

O fator educação e capacitação de novos empreendedores, aparece em quarto lugar, com 14,9%, seguido dos programas governamentais e normas socioculturais (13,5%). Em quinto lugar estão empatados os fatores abertura de mercado, características da força de trabalho e diferenças devidas ao porte da empresa, com 12,2% de percentual. O clima econômico no país, não é um fator decisivo para a abertura de empreendimentos próprios, mas possui 10,8% de influência, quando se refere à criação de micro e/ou pequenas empresas, seguida do apoio financeiro (9,5%).

Já os menores fatores que influenciam na hora de abrir o próprio negócio são a internacionalização e a infraestrutura comercial (8,1%); pesquisa e desenvolvimento e composição da população percebida (5,4%); a crise internacional e o contexto político (4,1%); o acesso à estrutura física e a corrupção (2,7%) e os custos de trabalho (0,0%) (GEM, 2016 – grifo meu).

2.2. EMPREENDEDORISMO FEMININO

Os padrões culturais femininos e de sua presença na sociedade vêm se modificando cada vez mais, pois até então eram conhecidas como “donas de casa”. A partir da década de setenta as mulheres começam a dar importância na sua qualificação, ou seja, começaram a perceber a importância da formação profissional. Atualmente vem ocupando diversos cargos e funções no mercado de trabalho e adiando a maternidade para investirem em suas carreiras (BARBOSA *et al.*, 2011).

O empenho em aprofundar os estudos para conhecer mais sobre a produção científica a respeito do empreendedorismo feminino causou um enorme interesse em pesquisadores como Moore (1990). O autor fez uma investigação acentuada nas pesquisas realizadas nos anos 90, sobre este tema. Moore apurou que as pesquisas disponíveis nesta área dão existência a um fenômeno relativamente recente.

Concomitantemente em que se desenvolve a ação empreendedora das mulheres, desenvolve-se no mesmo ritmo a predisposição ao lucro, na área científica. Mas mesmo o aumento das produções sendo visível até aquele momento não pode ser considerado numeroso, as pesquisas acerca do empreendedorismo feminino (MOORE, *et al.*, 1990).

As pesquisas apareciam recortadas e apontavam pequenas parcelas da atuação empreendedora feminina, de modo mais frequente do que o desenvolvimento de hipóteses

pesquisadas em outras áreas. O estudo analisou o número de pesquisas e variáveis hipotéticas utilizadas e apresentou uma descrição minuciosa da mulher empreendedora. O estudo também pontuou como forma de sugestão, novos direcionamentos de análise no campo das estratégias organizacionais, orientados para o estabelecimento de pesquisa de tipos humanos, além da definição de teorias e modelos (MOORE, *et al.*, 1990).

No tangente ao empreendedorismo feminino, além de Moore (1990), demais autores se preocuparam em analisar os estudos que tinham à disposição nesta área, buscando averiguar a veracidade de várias particularidades como, por exemplo, reconhecer e explorar teorias existentes, colocar em evidência os principais pensadores na área, apontar quais os autores mais mencionados nos estudos, entre outros. Cabe evidenciar os trabalhos de: Mirchandani (1999); Carter, Anderson e Shaw (2001); Davidsson e Wiklund (2001); Chandler e Lyon (2001); Busenitz *et al.* (2003); Schildt e Sillanpää (2004); Valência e Lamola (2005); Lituchy e Reavley (2004); Grégoire *et al.* (2006); e Filion e Rogers (2006).

Uma particularidade relativa aos estudos a respeito do empreendedorismo feminino é o conceito dos laços existentes entre atividade empreendedora e gênero, o modo como sua trajetória evoluiu, os obstáculos e desafios encarados pelas mulheres no mercado de trabalho, sem contar com a diferença de remuneração, entre outros. Com estudos publicados sobre estas temáticas, possuem destaque os seguintes autores: Ylinenpää e Chechurina (2000); Machado (2013); Scorzaface (2001), Johnatan (2005); Lages (2005a, 2005b); e Marlow e Patton (2005).

As consequências de algumas destas pesquisas relacionadas ao perfil do empreendedor, colocaram em evidência que as mulheres possuem características bastante aproximadas entre si. Mas de uma maneira geral, os estudos a respeito do empreendedorismo feminino que são apresentados, possuem uma atenção maior à empresas de pequeno e médio porte (IPEA, 2012).

De acordo com Cassol (2006), Silveira e Hoeltgebaum (2006, 2007), em pesquisas e estudos mais recentes, analisaram de modo metucioso, os artigos científicos com o título de empreendedorismo feminino, publicados em periódicos internacionais do campo da administração e de negócios, que são encontradas no índice de dados do Institute for Scientific Information (ISI), dos anos de 1997 a 2006. Os resultados finais desses estudos colaboram para expandir o conhecimento disponível a sobre o assunto, na medida em que os achados foram interpretados como indicadores desta temática no mundo.

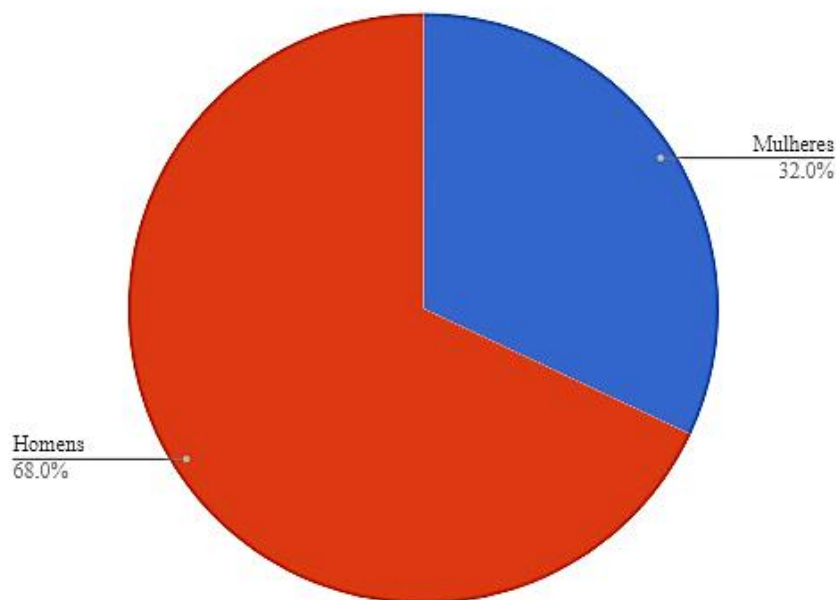
Já Bruin, Brush e Welter (2007), chegaram à conclusão que, embora os estudos relativos ao empreendedorismo feminino tenham se expandido, ainda existe muito para ser desenvolvido. Apesar da realidade atual, ser totalmente diferente do que era até poucos anos, o preconceito ainda é grande, quando são abordadas opiniões específicas, tais como financiamento bancário para empresas dirigidas por mulheres, cargos de direção para liderar uma equipe de maioria masculina, entre muitos outros. O tema que aborda métodos corporativos e perspectivas que envolvam ascensão e queda de empresas dirigidas por gestoras, é tema que merece ser estudado com cuidado, nos dias de hoje.

Nessa direção, Martins *et al.* (2010) destacam que apesar da entrada em larga escala da mulher no universo do empreendedorismo, a situação das empreendedoras ainda encontra-se muito distante de ser considerada confortável: “as mulheres teriam maiores dificuldades que os homens para iniciar uma atividade empreendedora, ocasionadas por preconceitos ainda arraigados na sociedade” (MARTINS *et al.*, 2010, p. 291).

Para muitas mulheres, o empreendedorismo representa uma única estratégia de sobrevivência, como no caso de mulheres que imigram de regiões subdesenvolvidas para economias desenvolvidas, buscando na ação empreendedora uma única forma de se sobressaírem (VITA; MARI; POGESSI, 2014). Acerca dos atributos pessoais, o trabalho de Martins *et al.* (2010) aponta como características comuns a empreendedoras: a determinação para perseguir objetivos, alcançar metas e superar dificuldades; o perfil inovador; o foco na construção do futuro; e a autonomia. A pesquisa também mostra que as empreendedoras têm uma clara tendência à organização e à extroversão, autoconfiança e bom autocontrole, abertura para o diálogo e capacidade de administrar conflitos.

Com relação ao empreendedorismo feminino no Brasil, segundo Gomes (2014), o crescimento significativo da presença das mulheres na esfera econômica, apresenta um movimento diferente daquele tradicionalmente visto pela sociedade até então. Não se trata apenas de episódios de ingresso no mercado de trabalho para complementar a renda familiar, embora essa motivação também esteja presente, especialmente quando se consideram as sucessivas crises da economia brasileira e as altas taxas de desemprego. Trata-se de uma mudança social de grandes proporções, pois envolve transformações nas expectativas de vida profissional, pessoais e nas relações familiares.

Gráfico 03: Empreendedoras femininas como donas do próprio negócio.



Fonte: Sebrae, 2016.

O gráfico mostra que de cada 100 Empreendedores Individuais, 32 são mulheres, o que ao todo e em números, representa 8% da população, o equivalente a 5,693 milhões de empreendedoras. Isso quer dizer que nas últimas décadas 32% das brasileiras estão deixando seus empregos e se tornando empreendedoras, para assim conseguirem mais independência financeira, controle do próprio destino, tempo com a família, trabalho com propósito e criatividade. Esses dados comprovam que até 2020 elas serão mais da metade dos empreendedores brasileiros (55%), o que representará 13 a 14 milhões de mulheres comandando suas próprias empresas, gerando um PIB no Brasil de 850 milhões de reais. (SEBRAE - 2016).

2.3. GESTÃO DA MULHER EMPREENDEDORA

Este trabalho é voltado ao estudo do modo comportamental e administrativo da mulher gestora. Portanto, cabe dissertar sobre as características da gestão feminina. O tempo de duração de instituições administradas por mulheres tem alcançado um tempo além dos padrões encontrados como tempos médios de sobrevivência de pequenos empreendimentos. Por causa dessas experiências prósperas, vários estudos têm salientado particularidades e características do estilo administrativo dessas empreendedoras, tais como encorajar a participação dos outros, partilhar o poder e a informação, assim como

estimular, valorizar e motivar os outros para o trabalho (OLIVEIRA; SOUZA NETO, 2010; GOMES, 2004).

Essas pesquisas feitas pelo SEBRAE (2013 - 2016) apontam também discordâncias de opiniões nas características, perfil e estilo empreendedor de homens e mulheres. Para Souza, Melo e Oliveira (2010), novos estudos relativos a gênero ainda podem ser desenvolvidos com o intuito de colaborar com os modelos apresentados de gestão dos empreendimentos e para a compreensão desta atividade inserida no âmbito social, econômico e político.

Segundo Machado (2013), no modo como as mulheres empreendem, há uma inclinação para que os propósitos sejam evidentes e disseminados entre todos da organização, numa tentativa de satisfazer à totalidade dos envolvidos. Por esse motivo, a estrutura organizacional dessas empresas assemelha-se a uma roda, na qual a proprietária se encontra no centro, conectada diretamente com seus empregados e estes, unidos um ao outro ao longo da borda.

No que diz respeito ao processo decisório, estudos revelam que as mulheres tendem a considerar mais detalhadamente as consequências de longo prazo de seus atos. Para elas, é muito importante o amplo envolvimento das pessoas na empresa. As mulheres valorizam as relações com os colaboradores da organização, especialmente se estas pessoas são do círculo familiar (SILVEIRA, 2008; GOMES, 2004).

Quadro 03: Tipos de personalidades das empreendedoras.

Empreendedoras perceptivas:	Sentem-se mais satisfeitas quando tomam decisões em que analisam os prós e os contras e demoram muito para agir. Ficam angustiadas quando tem de tomar uma decisão rápida. No geral, pensam muito antes de dar qualquer passo, pois possuem um medo profundo, de se arrepender.
Empreendedoras extrovertidas:	São sociáveis ao extremo. Adoram conversar e interagir com funcionários e clientes. Possuem coragem excessiva quando se trata de expor suas opiniões e são bastante comunicativas. Pois concentram sua força de vontade sempre com os pés no chão.
Empreendedoras pensadoras:	Julgam as pessoas ao redor e conduzem a empresa sempre baseadas na lógica, de modo geral, avaliando os prós e contras da situação em que se encontram, É bem difícil para essas empreendedoras, deixar os sentimentos influenciarem as decisões. Valorizam a lógica, a justiça e a igualdade entre funcionários e clientes.
Empreendedoras intuitivas:	São as empreendedoras que possuem um modo mais imaginativo de gerir seus negócios. Ao invés de recorrer a fatos concretos para obter a informação que precisam, preferem tirar as conclusões finais a partir da observação de suas próprias ideologias. No geral, são mulheres mais criativas e complexas.

Fonte: Adaptado de Gomes (2014 p. 319 - 342)

O quadro 03, mostra que o jeito feminino de administrar não é superior ou substituto do modelo masculino, mas complementar; portanto, ambos podem contribuir com suas habilidades naturais para o sucesso de uma organização (Gomes, 2014). Desse modo, os resultados podem ser usados no desenvolvimento de apoio educacional para o empreendedorismo feminino, ajudar as mulheres a entenderem seus pontos fortes e fracos, bem como despertar políticas mais específicas de desenvolvimento econômico (MITCHELMORE; ROWLEY, 2013).

3 METODOLOGIA

A metodologia relaciona-se aos meios e processos que tem como objetivo, definir certo problema com exatidão, desenvolver procedimentos e comportamentos ou produzir determinados objetos. É a forma na qual se atinge uma determinada meta (OLIVEIRA, 2002). A compreensão metodológica do tema será feita, especificamente, de maneira peculiar, buscando um melhor entendimento sobre o assunto em referência, angariando a maior quantidade possível de conhecimentos que comportem reflexões de fontes diversas de informações, assim como a coleta de dados específicos sobre o tema em apreço (COUTINHO, 2009).

3.1. DELINEAMENTO DA PESQUISA

A pesquisa de campo será desenvolvida sob os critérios metodológicos de pesquisa do tipo qualitativa. Portanto, existe uma relação entre o ambiente e o sujeito estudado que precisa ser analisado de forma indutiva. Este trabalho apresenta um estudo de caso múltiplo junto ao empreendedorismo feminino, cujos públicos abrangidos serão as empresárias do município de Aracaju, SE.

As respostas para que esse trabalho pudesse ser realizado, foram obtidas através de um questionário semiestruturado, utilizado para a entrevista pessoal, abordando questões qualitativas, descritivas, com o intuito de entender os fatores motivacionais e o comportamento desses colaboradores, sobre o começo do negócio e as dificuldades que as gestoras tiveram para ser firmar no mercado de trabalho (STAKE, 2000).

A relevância não está em compreender algum conceito teórico especulativo ou evento comum e muito menos a criação de hipóteses. Mas sim em entender um fenômeno específico, neste caso, o empreendedorismo feminino em Sergipe. O estudo de caso múltiplo mostra-se também adequado porque interessa preservar o caráter unitário do fenômeno com múltiplas unidades de análise.

Yin (2010), ressalta que a não preocupação com os critérios de amostragem confere uma condição de irrelevância. A quantidade está mais próxima do julgamento do pesquisador do que de critérios de significância. O que se estima é o nível de certeza (e incerteza) que o pesquisador tem sobre padrões homogêneos ou heterogêneos de

comportamento. Assim, o estudo de caso integrado apresenta-se como o delineamento mais adequado para o alcance dos objetivos propostos nesta pesquisa.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

O trabalho é composto também, por pesquisa bibliográfica exploratória abordando assuntos referentes ao empreendedorismo feminino. Esse tipo de pesquisa é desenvolvido com base em material já produzido, elaborado, principalmente, por livros e artigos científicos, cujo objetivo principal se além ao fato de permitir ao investigador, ter em mãos uma série de acontecimentos mais abrangente, do que aquela que poderia se pesquisar de modo indireto.

De acordo com Gil (2001) este tipo de pesquisa possibilita maior conhecimento sobre o problema da pesquisa. Na pesquisa exploratória pode-se ter o envolvimento da pesquisa bibliográfica e entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado, e geralmente a pesquisa exploratória assume a forma de pesquisa bibliográfica e os estudos de caso.

3.3 MÉTODO DA PESQUISA

Quanto à natureza, a pesquisa é aplicada, já que determina a geração de conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas próprios. Segundo Yin (2010) as técnicas utilizadas para coleta e análise dos dados ou evidências caracterizam o método de estudo como quantitativo.

As seis fontes de evidências que são comumente utilizadas nas pesquisas foram: entrevistas; documentos; registros em arquivos; observação direta; observação participante e artefatos físicos. Ele foi elaborado de modo epistêmico, por meio de análises em artigos, internet e documentos, entre outros meios que possam obter o melhor desempenho na pesquisa, que será de cunho explicativo, pelo qual se buscará entender e atingir todas as expectativas a respeito do tema “Empreendedorismo feminino”. De acordo com Oliveira (2005), dada as características da pesquisa, ela deve se categorizar como descritiva e de pesquisa bibliográfica.

A pesquisa bibliográfica é, como se vê, a fase da revisão de literatura, assim como é uma fase inicial para diversos tipos de pesquisa. O ciclo começa

com determinação e delimitação do tema e segue com o levantamento e a pesquisa bibliográfica. A partir desta é que se organiza a revisão que, segundo descrito anteriormente requer postura crítica, cotejo das diversas opiniões expressadas (OLIVEIRA, 2005, p.56).

O estudo da parte teórica refere-se à confirmação das teorias, salvo algumas prováveis revisões de legitimidade e abrangência, apesar das existentes áreas de conhecimento em que o estudo teórico do empreendedorismo feminino seja uma ferramenta autossuficiente e influente em áreas diversas, se transformando em algo palpável em complementaridade à empírica, sustentado através da apresentação de estudos de casos concretos de mulheres empreendedoras, que comprovam a importância e eficácia da teoria, ainda que o estudo teórico seja apresentado, independente de aplicação prática, vemos muita serventia para essas finalidades comprobatórias (MARCONI; LAKATOS, 2003).

3.4 ENTREVISTAS

Foram realizadas entrevistas com as empreendedoras aracajuanas Gabriela Santana Barbosa – By Gabi (Roupas); Larissa Mascarenhas Andrade – Loola Praia e Fitness (Roupas); Núbia Santana – Lillac (Roupas / Beleza); Maviane - Kcell Celulares (Eletrônicos); Pegadas Animais - Adrielle Moura da Silva (Petshop) e Relojoaria Azevedo - Claudia de Azevedo (Relojoaria).

De acordo com Yin (2010), a entrevista é aplicada com o intuito de se aproximar do entrevistado e assim corresponder aos objetivos de cunho investigativo. É de extrema primazia, que ela seja realizada de maneira espontânea (perceptiva), e para tanto tenha-se cautela com as influências entre pessoas.

Outro modelo de entrevista que será aplicada é a focada (direcionada). Ainda que ela seja sincera e descontraída, será adotado um conjunto de perguntas originadas no protocolo. Esta fonte de destaque é tida como crucial nesta pesquisa, uma vez que grande parte das perguntas, tratará de questões humanas.

Como parte da observação desta pesquisa, serão utilizadas as abordagens direta e participante. Será visitada as empresas das gestoras entrevistadas como observação direta. A origem dessa evidência ajudará no entendimento de todo o conjunto de circunstâncias sobre o empreendedorismo feminino a ser analisado, além das funções estruturais, socioculturais e funcionais da empresa. Os fatores positivos obtidos nesta fonte de dados

estão correlacionados à habilidade de captar eventos em tempo real, além de se referir diretamente ao contexto do evento (YIN, 2010).

Com relação a observação participante, a pesquisa não será realizada através de uma observação passiva, baseada apenas em estudos antropológicos. Pois com a entrevista pretende-se entender a realidade através do prisma de quem está inserido no empreendedorismo e não fora dele. Este tipo de observação apresenta maior habilidade de descobrir comportamentos e motivos pessoais, principalmente porque o pesquisador estará introduzido na situação.

3.5 FONTES DE EVIDÊNCIAS

Segundo Vergara (2009), todos os métodos possuem suas possibilidades e limitações. Deste modo, é relevante adiantar possíveis críticas dos leitores, deixando-os cientes sobre as limitações sofridas pelo estudo do tema que, entretanto, não invalidou em nenhum momento a sua realização. Por não se tratar de um estudo de caso único e o instrumento de coleta de dados terem sido através de pesquisas feitas em artigos, documentos e estudos feitos pelos principais institutos empresariais do país, os resultados obtidos se delimitaram apenas à coleta, não dando margem a outras fontes. Porém as análises e conclusões desse trabalho podem ser estendidas a outras organizações pelo fato do estudo não estar ligado apenas ao empreendedorismo.

3.6 CRITÉRIO PARA A ESCOLHA DO CASO

- Tempo no mercado: mínimo 5 anos
- Porte: pequeno com base nas indicações do sebrae (números de funcionários);
- na Lei Complementar nº 139/2011 (RFB, 2012), que considera como Microempresa (ME) as pessoas jurídicas com receita bruta anual de até R\$ 360 mil; e Empresas de Pequeno Porte (EPP), aquelas com receita bruta anual superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 3,6 milhões. Já a Lei nº 10.165/2000 (BRASIL, 2000), que considera empresas de Médio Porte as com receita bruta anual superior a R\$ 1,2 milhão e igual ou inferior a R\$ 12 milhões.

O tema teve como base documental as Pesquisas GEM 2016, o Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa 2014, II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres 2013 - 2015, além de pesquisas relacionadas ao assunto divulgadas em sites como: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, entre outros. Na abordagem dos dados, foi utilizado o

procedimento estatístico básico de distribuição de frequência, analisando de maneira absoluta e relativamente à frequência das características e dos fatos investigados.

4. ANÁLISE E RESULTADOS

Após a entrevista de seis gestoras que possuem empresas próprias procedeu-se à análise comparativa baseada nas categorias analíticas definidas na metodologia, utilizando a entrevista semiestruturada que está à disposição no apêndice.

4.1. Caso 1: A empreendedora da relojoaria.

A empreendedora proprietária da relojoaria é parda, tem entre 46 e 55 anos, abriu sua empresa há mais de vinte anos, possui Ensino Médio completo e não exerce nenhuma outra atividade profissional. Ela se empenha ao máximo para manter uma boa infraestrutura em sua empresa e acha que se a empresa estivesse firmada em uma localização mais privilegiada da cidade, sua clientela seria bem maior.

Mas apesar de todo esse empenho, a empresa não possui um quadro de funcionários suficientes dentro da empresa, sem contar que ela não possui de recursos financeiros para realizar atividades de cunho social. Isso sem contar que os lucros gerados pela mesma, são suficientes, além da mesma possuir material de limpeza e expediente, adequados para seu funcionamento, mesmo que em alguns meses eles cheguem a faltar antes do final do mês, não se tornando um transtorno para a mesma.

A relojoaria oferece também, condições de acessibilidade, segurança e boas instalações para clientes e funcionários, sem contar que estes últimos recebem o vale-alimentação, não precisando gastar de seu salário, mais do que o necessário. Porém os funcionários da relojoaria não possuem formação suficiente para suas funções. Isso quer dizer que grande parte do quadro de funcionários são apenas práticos em suas funções, no sentido de que a experiência e o tempo de serviço é quem garantem a função de cada um dentro da empresa. Eles também recebem todo os EPI's e EPC's necessários para o exercício de suas funções. Já o pagamento dos funcionários segue o ritmo normal exigido por lei, de ser realizado até o quinto dia útil de cada mês, podendo ser antecipado algumas vezes.

Os contadores possuem acesso a todas as informações sobre recursos e orçamentos da relojoaria, a fim de garantir que nenhuma das partes seja lesada, caso a empresa precise admitir ou demitir funcionários, além de que parte do lucro gerado é voltada para o crescimento interno da empresa.

Quanto à gestão, os gerentes da relojoaria, além de indicados pelos funcionários, também foram promovidos através do tempo e do bom desempenho dentro da relojoaria, que adota procedimentos adequados às suas necessidades. E por se tratar de uma empresa privada, Ministério Público e ONG's não participam de ações sociais promovidas pela mesma, cujas políticas de administração interna criadas pela dona, são fáceis de serem executadas pelos funcionários.

Além da política de cargos e salários ser satisfatória, também existe um canal de fácil comunicação entre funcionários e a dona da empresa, para a resolução de possíveis problemas internos. Isso sem contar que é por meio de entrevistas que os melhores profissionais são contratados, cujos cargos e cargas horárias semanais- são suficientes para atender a clientela, além do bom planejamento empresarial, realizado pela própria gestora, todas elas dentro do que está estabelecido dentro da CLT.

Já quanto a avaliação empresarial feita pela própria dona da relojoaria, as ações realizadas pelos gerentes possuem bons resultados financeiros, mesmo sendo neutra quanto as questões socioculturais dos funcionários, durante o planejamento empresarial. E apesar de realizar ações sociais visando a satisfação de seus funcionários e se adaptando aos funcionários com necessidades especiais, a clientela da mesma também participa das políticas de gestão empresarial, através de sugestões. E isso faz com que a empreendedora se mantenha em constante observância da melhoria dos serviços de sua relojoaria, tanto para clientes, quanto para funcionários.

A dona da relojoaria é neutra ao falar que a empresa onde hoje ela é dona é melhor do que quando ela era funcionária. Mas o pluralismo de ideias e ações empreendedoras, deixam a empresa em grande vantagem com relação às demais, apesar de faltar um pouco mais de disciplina e organização. Já com relação às ações que a deixam mais próxima da sociedade em geral, a empresária se mantém neutra, não participando ativamente, nem deixando de participar, sem contar que as condições financeiras dos funcionários muitas vezes dificultam o processo de crescimento financeiro da empresa.

Porém, mesmo com esse obstáculo a ser vencido, a dona da relojoaria realiza um bom trabalho como empreendedora. Ela também não realiza processos seletivos para avaliar o desempenho de seus funcionários, pois prefere fazer isso através da observação

e também se mantém neutra, quando percebe certas falhas nos funcionários que possuem mais tempo, se reservando a chamar-lhes a atenção sempre no reservado. E por último, os gestores do RH possuem autonomia para a contratação e demissão de funcionários, além de que a empreendedora considera de extrema importância que todas as empresas seguissem os padrões gerais estabelecidos pela CLT, para que todas buscassem a mesma qualidade na prestação de serviços, independentemente de sua localização.

4.2. Caso 02: A empreendedora da Lilac modas.

A empreendedora proprietária da Lilac Modas é parda, tem entre 25 e 35 anos, abriu sua empresa a quase dez anos, possui Ensino Superior Completo e não exerce nenhuma outra atividade profissional à parte sua loja. Ela se diz empenhada ao máximo para manter uma boa infraestrutura em sua empresa, pois a mesma se encontra em uma localização bastante privilegiada da cidade, onde a clientela é bastante exigente.

Além de todo esse empenho, a empresa possui um quadro de funcionários suficientes dentro da empresa, sem contar que os lucros gerados pela mesma, são suficientes para despesas e pagamentos de funcionários, além da mesma possuir material de limpeza e expediente, adequados para seu funcionamento durante todo o mês.

A boutique oferece também, condições de acessibilidade, segurança e boas instalações para clientes e funcionários. Porém, de acordo com a empreendedora, os funcionários da mesma não possuem formação suficiente para suas funções. Isso quer dizer que grande parte do quadro de funcionários são práticos em suas funções, no sentido de que a experiência e o tempo de serviço é quem garantem a função de cada um dentro da mesma. E com relação ao pagamento dos funcionários, ela segue o ritmo normal exigido por lei, de ser realizado até o quinto dia útil, podendo ser antecipado algumas vezes a depender do lucro da empresa dentro do corrente mês.

Os contadores possuem acesso a todas as informações sobre recursos e orçamentos da boutique, a fim de garantir que nenhuma das partes seja lesada, caso a empreendedora precise admitir ou demitir funcionários, além de que parte do lucro gerado é voltada para o crescimento interno, tanto da parte física, quanto da parte organizacional.

Quanto à gestão, os gerentes da boutique, além de escolhidos pelos funcionários através de indicações, também foram promovidos através do tempo e do bom desempenho dentro da mesma, que adota procedimentos adequados às suas necessidades. E por se tratar de uma empresa privada, Ministério Público e ONG's se mantém neutros,

com relação às ações sociais promovidas pela mesma, cujas políticas de administração interna criadas pela empreendedora, são fáceis de serem executadas por seus funcionários.

Além da política de cargos e salários ser satisfatória para ambas as partes, também existe um canal de fácil comunicação entre funcionários e a dona da empresa, para a resolução de possíveis problemas internos, pois a mesma se encontra na boutique quase todos os dias. Isso sem contar que é por meio de entrevistas que os melhores profissionais são contratados, cujos cargos e cargas horárias semanais são suficientes para atender a clientela, além do bom planejamento empresarial realizado pela própria gestora, todas elas dentro do que está estabelecido pela CLT.

Já quanto a avaliação empresarial feita pela própria dona da boutique, as ações realizadas pelos gerentes possuem bons resultados financeiros, concordando plenamente quanto as questões socioculturais dos funcionários, durante o planejamento empresarial. E apesar de realizar ações sociais visando a satisfação de seus funcionários e se adaptando aos funcionários com necessidades especiais, a clientela não participa das políticas de gestão empresarial, através de sugestões. Isso faz com que a empreendedora se mantenha em constante observância da melhoria dos serviços de sua boutique, tanto para clientes, quanto para funcionários.

A dona da boutique concorda plenamente ao falar que ser dona de uma empresa é muito melhor do que quando ela era funcionária. E o pluralismo de ideias e ações empreendedoras, deixam a empresa em grande vantagem com relação às demais, apesar de às vezes faltar um pouco mais de disciplina e organização. Já com relação às ações que deixam a empresa mais próxima da sociedade em geral, a empresária se mantém neutra, não participando ativamente, nem deixando de participar. Isso sem contar que as condições financeiras dos funcionários não dificultam o processo de crescimento financeiro de seu empreendimento.

Porém, mesmo com vários obstáculos a serem vencidos, a dona da boutique realiza um bom trabalho como empreendedora. Ela também realiza processos seletivos para avaliar o desempenho de seus funcionários, quando percebe certas falhas nos funcionários que possuem mais tempo, se reservando a chamá-los a atenção sempre no reservado. E por último, os gestores do RH possuem autonomia para a contratação e demissão de funcionários, além de que a empreendedora considera de extrema importância que todas as empresas seguissem os padrões gerais estabelecidos pela CLT,

para que todas buscassem a mesma qualidade na prestação de serviços, independentemente de sua localização.

4.3. Caso 03: A empreendedora da loja de Moda Fitness e Praia.

A empreendedora proprietária da boutique é branca, tem entre 25 e 35 anos, abriu sua empresa há quase cinco anos, possui Ensino Superior Completo com especialização na área e não exerce nenhuma outra atividade profissional à parte seu empreendimento. Como empresária, ela se empenha ao máximo para manter uma boa infraestrutura em sua boutique, além da mesma estar firmada em uma localização privilegiada da cidade, atendendo uma clientela bastante exigente com relação a variedades.

A boutique também possui um quadro de funcionários suficientes dentro da mesma, além de não dispor de recursos financeiros para realizar atividades de cunho social, mas os lucros gerados pela mesma são suficientes para seu funcionamento. Isso sem contar que a mesma possui material de limpeza e de expediente adequados para seu funcionamento, que duram exatamente o mês inteiro, não se tornando um transtorno para a mesma.

A boutique oferece também, condições de acessibilidade, segurança e boas instalações para clientes e funcionários, sem contar que a empreendedora permanece neutra, com relação aos funcionários receberem o vale-alimentação. Eles também – os funcionários – possuem formação escolar e profissional, suficientes para suas funções. Isso quer dizer que grande parte do quadro de funcionários são práticos em suas funções, no sentido de que a experiência e o tempo de serviço também são garantidos a eles pelo fato dos mesmos possuírem formação técnica para exercerem suas funções. Já o pagamento dos funcionários segue o ritmo normal exigido por lei, de ser realizado até o quinto dia útil de cada mês, podendo ser antecipado algumas vezes, dependendo do lucro mensal da boutique.

Os contadores possuem acesso a todas as informações sobre recursos e orçamentos da boutique, para garantir que nenhuma das partes seja lesada, caso a empreendedora precise admitir ou demitir funcionários, além de que uma parte considerável do lucro gerado é voltada para o crescimento interno da empresa.

Quanto à **gestão**, os gerentes da boutique foram promovidos através do tempo e do bom desempenho dentro da mesma, que adota procedimentos adequados às suas necessidades. E por se tratar de uma empresa privada, Ministério Público e ONG's não

participam de ações sociais promovidas pela mesma, cujas políticas de administração interna criadas pela empresária, são fáceis de serem executadas pelos funcionários, garantindo assim um bom funcionamento diário da mesma, gerando cargos e salários bastante satisfatórios.

E além da política de cargos e salários ser satisfatória, também existe um canal de fácil comunicação entre funcionários e a dona da empresa, para a resolução de possíveis problemas internos. Isso sem contar que é por meio de entrevistas que os melhores profissionais são contratados, cujos cargos e cargas horárias semanais são suficientes para atender a clientela, além do bom planejamento empresarial realizado pela própria empresária, sendo que todas elas estão dentro do que está estabelecido dentro da CLT.

Já quanto a **avaliação empresarial** feita pela própria dona da boutique, as ações realizadas pelos gerentes possuem resultados financeiros satisfatórios, mesmo sendo neutra quanto as questões socioculturais dos funcionários, durante o planejamento empresarial. E apesar de realizar ações sociais visando a satisfação de seus funcionários e se adaptando aos funcionários com necessidades especiais, a clientela da mesma também participa das políticas de gestão empresarial, através de sugestões feitas na própria boutique ou pelas redes sociais. E isso faz com que a empreendedora se mantenha em constante observância da melhoria dos serviços de sua boutique, tanto para clientes, quanto para funcionários.

A dona da boutique é objetiva ao falar que gerir a empresa onde hoje ela é dona é melhor do que quando ela era funcionária. E o pluralismo de ideias e ações empreendedoras, deixam a empresa em grande vantagem com relação às demais, não faltando disciplina e organização. Já com relação às **ações** que a deixam mais próxima da sociedade em geral, a empresária é neutra, não participando ativamente, nem deixando de participar. Isso sem contar que as condições financeiras dos funcionários não dificultam o processo de crescimento financeiro da empresa.

A dona da boutique realiza um bom trabalho como empreendedora, pois isso é refletido na clientela que sempre faz compras em sua loja. Ela também realiza processos seletivos para avaliar o desempenho de seus funcionários, além de fazer isso através da observação e também se mantém neutra, quando percebe certas falhas nos funcionários que possuem mais tempo, se reservando a chamar-lhes a atenção sempre no reservado. E por último, os gestores do RH não possuem autonomia para a contratação e demissão de funcionários, pois é a mesma quem admite ou demite, além de que a empreendedora considera de extrema importância que todas as empresas seguissem os padrões gerais

estabelecidos pela CLT, para que todas buscassem a mesma qualidade na prestação de serviços, independentemente de sua localização.

4.4. Caso 04: a empreendedora da boutique By Gabi.

A empreendedora proprietária da boutique é branca, tem entre 25 e 35 anos, abriu sua empresa há quase dez anos, possui Ensino Superior Completo e não exerce nenhuma outra atividade profissional à parte seu empreendimento. Ela se empenha ao máximo para manter uma boa infraestrutura em sua empresa, além da mesma estar firmada em uma localização não muito privilegiada da cidade, o que garante um bom fluxo de clientes em seu empreendimento.

Juntamente com todo esse empenho, a empresa possui um quadro de funcionários suficientes dentro da mesma, sem contar que ela se mantém neutra, quanto a possuir recursos financeiros para realizar atividades de cunho social, além dos lucros gerados pela mesma, serem suficientes para seu funcionamento. A empreendedora também se mantém neutra, quanto às condições de acessibilidade, segurança e boas instalações para clientes e funcionários, sem contar que os funcionários da boutique não recebem o vale-alimentação.

Eles também, os funcionários, possuem e não possuem formação suficiente para suas funções. Isso quer dizer que grande parte do quadro de funcionários são práticos em suas funções, no sentido de que a experiência e o tempo de serviço também são garantidos a eles pelo fato dos mesmos possuírem formação técnica para exercerem suas funções. Já o pagamento dos funcionários segue o ritmo normal exigido por lei, de ser realizado até o quinto dia útil de cada mês, sem antecipação.

Os contadores não possuem acesso a todas as informações sobre recursos e orçamentos da boutique, e isso pode fazer com que alguma das partes seja lesada, caso a empresa precise admitir ou demitir funcionários, pois essas informações são restritas apenas à dona, além de que parte do lucro gerado é voltada para o crescimento interno da empresa.

Quanto à **gestão**, os gerentes da boutique, foram promovidos e escolhidos pela empreendedora e não promovidos através do tempo e do bom desempenho dentro da mesma, mesmo adotando procedimentos adequados às suas necessidades. E por se tratar de uma empresa privada, Ministério Público e ONG's não participam de ações sociais

promovidas pela mesma, cujas políticas de administração interna criadas pela dona, não são nem fáceis, nem difíceis de serem executadas pelos funcionários.

De acordo com a empreendedora, a **política de cargos e salários** é neutra, considerada pela mesma como nem boa nem ruim, e não existe um canal de fácil comunicação entre funcionários e a mesma para a resolução de possíveis problemas internos, pelo fato da mesma sempre estar comprando produtos para repor o estoque. Isso sem contar que é por meio de entrevistas que os melhores profissionais são contratados, cujos cargos e cargas horárias semanais são suficientes para atender a clientela, dentro do que está estabelecido dentro da CLT.

Já quanto a **avaliação empresarial** feita pela própria dona da boutique, as ações realizadas pelos gerentes possuem resultados financeiros satisfatórios, mesmo sendo neutra quanto as questões socioculturais dos funcionários e os gerentes não terem autonomia para tomar decisões, durante o planejamento empresarial. E apesar de realizar ações sociais visando a satisfação de seus funcionários e sendo neutra ao se adaptar aos funcionários com necessidades especiais, a clientela da mesma também participa em partes, das políticas de gestão empresarial, através de sugestões que podem ou não, serem ouvidas pela mesma. E isso faz com que a empreendedora se mantenha em constante observância da melhoria dos serviços de sua boutique utilizando as melhores opiniões dadas, tanto para clientes, quanto para funcionários.

A dona da boutique é objetiva ao falar que a empresa onde hoje ela é dona, não é melhor nem pior, do que quando ela era funcionária. E concorda em partes com o pluralismo de ideias e ações empreendedoras, que deixam a empresa em grande vantagem com relação às demais, precisando mais disciplina e organização, mesmo estando satisfeita com as que tem. Já com relação às **ações** que a deixam mais próxima da sociedade em geral, a empresária concorda em partes, não participando ativamente, nem deixando de participar, sem contar que as condições financeiras dos funcionários não dificultam o processo de crescimento financeiro da empresa.

Mesmo com toda essa neutralidade, a dona da boutique realiza um bom trabalho como empreendedora. Ela também realiza processos seletivos para avaliar o desempenho de seus funcionários, além de fazer isso através da observação e também se mantém neutra, quando percebe certas falhas nos funcionários que possuem mais tempo, evitando chamar-lhes a atenção na frente dos clientes, se reservando a corrigir os erros deles sempre no reservado. E por último, os gestores do RH não possuem autonomia para a contratação e demissão de funcionários, pois é a mesma quem admite ou demite, além de

que a empreendedora ainda permanece neutra quanto ao fato de que todas as empresas seguissem os padrões gerais estabelecidos pela CLT, para que as mesmas buscassem uma melhor qualidade na prestação de serviços, independentemente de sua localização.

4.5. Caso 05: a empreendedora da Pegadas Animais

A empreendedora proprietária do petshops é branca, tem entre 46 e 55 anos, abriu sua empresa há mais de vinte anos, possui Graduação em Administração e também é Bacharel em Direito, mas exerce sua segunda atividade profissional apenas em empresas, pois não advoga. Ela se empenha ao máximo para manter uma boa infraestrutura em sua empresa, apesar de que se a empresa estivesse firmada em uma localização mais privilegiada da cidade, sua clientela seria muito maior.

Mas apesar de todo esse empenho, a empresa não possui um quadro de funcionários suficientes dentro da mesma, que também não dispõe de recursos financeiros extras, para realizar atividades de cunho social. Isso sem contar que os lucros gerados pela mesma, são suficientes, além da mesma possuir material de limpeza e expediente, adequados para seu funcionamento, durante todo o mês, não se tornando um transtorno para a mesma.

O petshops oferece também, algumas condições de acessibilidade, segurança e boas instalações para clientes e funcionários, além de um espaço para a prática opcional de esportes. Sem contar que os funcionários não recebem o vale-alimentação, tendo direito a duas horas de almoço, como previsto em lei. Outro ponto a frisar é que nem todos os funcionários do petshops possuem formação suficiente para suas funções. Isso quer dizer que grande parte do quadro de funcionários são apenas práticos em suas funções, no sentido de que a experiência e o tempo de serviço é quem garantem a função de cada um dentro da empresa. Eles também recebem todo os EPI's e EPC's necessários para o exercício de suas funções, pois muitas vezes precisam lidar com animais doentes. Já o pagamento dos funcionários segue o ritmo normal exigido por lei, de ser realizado até o quinto dia útil de cada mês, não sendo antecipado, nem atrasado.

Os contadores possuem acesso a quase todas as informações sobre recursos e orçamentos do petshops, a fim de garantir que nenhuma das partes seja lesada, caso a empreendedora precise admitir ou demitir funcionários, além de que parte do lucro gerado é voltada para o crescimento interno da empresa, pois a empreendedora busca melhorar sempre o atendimento e os serviços, constantemente.

Quanto à **gestão**, os gerentes do petshops, além de escolhidos pela empreendedora, também foram promovidos através do tempo e do bom desempenho dentro do mesmo, que adota procedimentos adequados às suas necessidades. E por se tratar de uma empresa privada, Ministério Público e ONG's não participam de ações sociais promovidas pela mesma, cujas políticas de administração interna criadas pela dona, são fáceis de serem executadas pelos funcionários.

Além da **política de cargos e salários** ser satisfatória, também existe um canal de fácil comunicação entre funcionários e a dona da empresa, para a resolução de possíveis problemas internos, sem contar que é por meio de entrevistas que os melhores profissionais são contratados, cujos cargos e cargas horárias semanais são suficientes para atender a clientela, além do bom planejamento empresarial, realizado pela própria gestora, todas elas dentro do que está estabelecido dentro da CLT.

Já quanto a **avaliação empresarial** feita pela própria dona do petshops, as ações realizadas pelos gerentes possuem bons resultados financeiros, mesmo sendo neutra, quanto as questões socioculturais dos funcionários, durante o planejamento empresarial. E apesar de realizar ações sociais visando a satisfação de seus funcionários e se adaptando aos funcionários com necessidades especiais, a clientela da mesma também participa das políticas de gestão empresarial em alguns momentos, através de sugestões. E isso faz com que a empreendedora se mantenha em constante observância da melhoria dos serviços de seu petshops, tanto para clientes, quanto para funcionários.

A dona do petshops é categórica ao afirmar que a empresa onde hoje ela é dona é melhor do que quando ela era funcionária. E o pluralismo de ideias e ações empreendedoras, deixam a empresa em grande vantagem com relação às demais, não faltando disciplina e organização. Já com relação às **ações** que a deixam mais próxima da sociedade em geral, a empreendedora participa ativamente, sem contar que as condições financeiras dos funcionários não dificultam o processo de crescimento financeiro da empresa.

Porém, mesmo com muitos obstáculos ainda a serem vencidos, a dona do petshops realiza um bom trabalho como empreendedora. Ela também se mantém neutra ao realizar processos seletivos para avaliar o desempenho de seus funcionários, pois prefere fazer isso através da observação e também se mantém neutra, quando percebe certas falhas nos funcionários que possuem mais tempo, se reservando a chamar-lhes a atenção sempre no reservado. E por último, os gestores do RH possuem certa autonomia para a contratação e demissão de funcionários, além de que a empreendedora considera em partes, ser de

extrema importância que todas as empresas seguissem os padrões gerais estabelecidos pela CLT, para que todas buscassem a mesma qualidade na prestação de serviços, independentemente de sua localização.

4.6. Caso 06: a empreendedora da loja de celulares.

A empreendedora proprietária da Kcell Celulares é parda, tem entre 25 e 35 anos, abriu sua empresa a quase dez anos, possui Ensino Superior Completo e não exerce nenhuma outra atividade profissional à parte seu empreendimento. Ela se empenha ao máximo para manter uma boa infraestrutura em sua empresa e a mesma se encontra em pontos bastante privilegiados da cidade.

Além de todo esse empenho, ela se mantém neutra ao afirmar que a empresa possui um quadro de funcionários suficientes. A loja de celulares oferece também, condições de acessibilidade, segurança e boas instalações para clientes e funcionários. Porém ela se manteve neutra com relação aos funcionários da mesma não possuem formação suficiente para suas funções, nem afirmando, nem negando.

Isso quer dizer que grande parte do quadro de funcionários são apenas práticos em suas funções, no sentido de que a experiência e o tempo de serviço é quem garantem a função de cada um dentro da empresa. Eles também recebem todo os EPI's e EPC's necessários para o exercício de suas funções, pois além de acessórios, a empresa oferece manutenção em celulares. Já o pagamento dos funcionários segue o ritmo normal exigido por lei, de ser realizado até o quinto dia útil de cada mês, não sendo antecipado, muito menos atrasado.

Os contadores possuem acesso a quase todas as informações sobre recursos e orçamentos da loja de celulares, a fim de garantir que nenhuma das partes seja lesada, caso a empresa precise admitir ou demitir funcionários, além de que parte do lucro gerado é voltada para o crescimento interno da empresa, que se expande de modo calmo e preciso, sendo até agora quatro lojas localizadas em locais estratégicos da cidade.

Quanto à **gestão**, os gerentes da loja de celulares, além de indicados pelos funcionários, também foram promovidos através do tempo e do bom desempenho dentro da mesma, que adota procedimentos adequados às suas necessidades. E por se tratar de uma empresa privada, Ministério Público e ONG's se mantém neutros, com relação às ações sociais promovidas pela mesma, cujas políticas de administração interna criadas pela dona, são fáceis de serem executadas pelos funcionários.

Além da **política de cargos e salários** ser satisfatória, também existe um canal de fácil comunicação entre funcionários e a dona da empresa, para a resolução de possíveis problemas internos. Isso sem contar que é por meio de entrevistas que os melhores profissionais são contratados, cujos cargos e cargas horárias semanais são suficientes para atender a clientela, além do bom planejamento empresarial realizado pela própria gestora, todas elas dentro do que está estabelecido pela CLT.

Já quanto a **avaliação empresarial** feita pela própria dona da loja de celulares, as ações realizadas pelos gerentes possuem bons resultados financeiros, concordando plenamente quanto as questões socioculturais dos funcionários, durante o planejamento empresarial. E apesar de realizar ações sociais visando a satisfação de seus funcionários e se adaptando aos funcionários com necessidades especiais, a clientela da mesma não participa das políticas de gestão empresarial, através de sugestões. E isso faz com que a empreendedora se mantenha em constante observância da melhoria dos serviços de sua loja de celulares, tanto para clientes, quanto para funcionários.

A dona da loja de celulares concorda plenamente ao falar que a empresa onde hoje ela é dona é melhor do que quando ela era funcionária. E o pluralismo de ideias e ações empreendedoras, deixam a empresa em grande vantagem com relação às demais, apesar de faltar mais disciplina e organização. Já com relação às **ações** que a deixam mais próxima da sociedade em geral, a empresária se mantém categórica, participando ativamente. Isso sem contar que as condições financeiras dos funcionários, não dificultam totalmente o processo de crescimento financeiro da empresa.

Porém, mesmo com vários obstáculos ainda a serem vencidos, a dona da loja de celulares realiza um bom trabalho como empreendedora. Ela também realiza processos seletivos para avaliar o desempenho de seus funcionários, quando percebe certas falhas nos funcionários que possuem mais tempo, se reservando também a chamar-lhes a atenção sempre no reservado, para não causar alarde entre clientes e demais funcionários da empresa.

Por último, os gestores do RH possuem autonomia para a contratação e demissão de funcionários, além de que a empreendedora considera de extrema importância que todas as empresas seguissem os padrões gerais estabelecidos pela CLT, para que todas buscassem a mesma qualidade na prestação de serviços, independentemente de sua localização, pois o que a mesma tem observado é que quando se coloca no papel de cliente, algumas empresas deixam brechas e demonstram falhas no atendimento.

4.7. ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS.

O quadro 04 apresenta uma síntese das principais características das empreendedoras aracajuanas, nos seis casos:

Quadro 04: Perfil das entrevistadas

	EMPREEN DEDORA 01	EMPREEN DEDORA 02	EMPREEN DEDORA 03	EMPREEN DEDORA 04	EMPREEN DEDORA 05	EMPREEN DEDORA 06
Idade	Entre 46 e 55 anos	Entre 25 e 35 anos	Entre 25 e 35 anos	Entre 25 e 35 anos	Entre 46 e 55 anos	Entre 25 e 35 anos
Escolaridade	Médio Completo	Superior Completo	Pós- Graduação	Superior Completo	Superior Completo	Superior Completo
Possui outra fonte de renda	Não	Não	Não	Não	Sim	Não
Negócio próprio	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sócia

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em informações das entrevistadas.

Em relação à faixa etária e a escolaridade apresentados pelas empreendedoras, os dados apresentados pelas mesmas não refletem o perfil geral traçado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016), no qual a faixa etária média das empreendedoras está entre 35 e 50 anos. Quanto ao nível educacional os resultados estão de acordo com a pesquisa GEM, pois 79% das empreendedoras possui Ensino Superior, dados que se refletem nas empreendedoras de 02 a 06. Apenas a empreendedora 01, se encontra na margem de 21% que equivalem às empreendedoras que possuem Ensino Fundamental e Médio.

Com relação à renda, todas estão de acordo com a pesquisa GEM (2016), no qual aponta que a média mensal de lucro das empreendedoras está acima de cinco salários mínimos, sendo que apenas a empreendedora 05 ultrapassa esse teto, por além da graduação em Administração, possuir bacharel em Direito, trabalhando nas duas áreas. E ainda de acordo com a pesquisa GEM (2016), as entrevistadas de 01 a 05 possuem negócio próprio e apenas a empreendedora 06 é sócia, sendo que a loja de celulares que empreende pertence ao seu marido.

Quadro 05: Perfil das empresas.

	EMPRESA 01	EMPRESA 02	EMPRESA 03	EMPRESA 04	EMPRESA 05	EMPRESA 06
Tempo de atuação no mercado	Mais de 20 anos	Quase 10 anos	Quase 05 anos	Quase 10 anos	Mais de 20 anos	Quase 10 anos
Atividade	Compras e Vendas	Vendas	Vendas	Vendas	Serviços	Vendas
Área	Relógios	Moda	Moda	Moda	Animais de estimação	Eletrônicos
Ramo de atuação	Relojoaria	Boutique	Boutique	Boutique	Petshops	Celulares
Localização privilegiada	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim
Quadro de funcionários suficientes	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em informações das entrevistadas.

No que concerne ao perfil das empresas que as gestoras comandam, no quadro 05 foi percebido que as empreendedoras 01 e 05, por terem mais idade, atuam no mercado a mais de vinte anos, nas atividades de compra, venda e serviços, mesmo com seus empreendimentos localizados em lugares não muito privilegiados da capital sergipana. Elas também reclamam que por causa da demanda dos serviços, não possuem um quadro de funcionários suficientes, devido ao fato de que atualmente se encontra em falta, pessoas que trabalhem nas áreas exigidas por suas empresas.

As gestoras 02 e 06 estão atuando há quase dez anos no ramo de vendas e o sucesso em seus empreendimentos se deve ao tempo em que estão no mercado e também na localização privilegiada em que decidiram se tornar donas de seus próprios negócios. Já a gestora de número 03 atua mais recente no ramo de vendas, mas mesmo com pouco tempo conseguiu se destacar em sua boutique, por estar sempre se inovando e por ter sido estratégica em fundar sua boutique em um ponto privilegiado da capital.

Quanto aos casos múltiplos, os desafios encontrados pelas gestoras 01, 02, 03, 04 e 06, são conciliar o trabalho com a família e a vida de esposa. Apenas a gestora 05 precisa conciliar o trabalho dela com o de mãe, esposa e também bacharel em Direito em outra empresa que trabalha, prestando assessoria jurídica. Já em se tratando de dificuldades

enfrentadas, todas foram unânimes em falar que possuem limitações na gestão de pessoas, principalmente quando se trata de admitir ou demitir funcionários.

Quadro 06: Características gerenciais das empresas.

	01	02	03	04	05	06
Políticas de administração interna fáceis de executar	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Fácil comunicação empresário / funcionário	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Cargos e salários suficientes	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Clientela participante através de sugestões	Sim	Não	Sim	Em partes	Sim	Não
Preocupação com melhoria dos serviços	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
RH autônomo	Sim	Sim	Não	Não	+ ou -	Sim
Segue os padrões da CLT	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em informações das entrevistadas.

O quadro 06 apresenta um resumo das características gerenciais das empreendedoras. Com relação às características gerenciais, todas as empreendedoras adotaram políticas de administração internas, bastante claras, precisas, concisas e bastante fáceis de serem executadas. Já a comunicação entre empreendedora e funcionários só encontra barreiras com a empreendedora 04, porque ela se impõe bastante como gestora e frisa que cada funcionário sabe seu papel dentro da empresa e não precisa ficar lembrando disso o tempo todo. Quanto à distribuição de cargos e pagamento dos salários, todas as empreendedoras foram unânimes em afirmar que eles são suficientes e estão dentro do que manda a CLT.

Já a relação cliente/empresa, a participação dos clientes através de sugestões só é bastante estudada na empresa 04, pois a empreendedora estuda cada sugestão para depois decidir se põe em prática ou não. Mas todas também foram unânimes em afirmar que sempre estão buscando melhorar os serviços oferecidos por seus empreendimentos. E no tocante, admissão / demissão, os técnicos de RH só não possuem autonomia plena para admitir ou demitir funcionários, nas empresas 03 e 04. Já a empresa 05 aceita assessoria do técnico de RH em alguns momentos, cabendo à empreendedora, a decisão final quando se trata de admitir e/ou demitir funcionários (GEM, 2016; YIN, 2010; VERGARA, 2009).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo está subdividido em três seções. A primeira seção trata das considerações finais a respeito da compreensão do comportamento da mulher como empreendedora, bem como os desafios e superações para o sucesso de seu empreendimento. A segunda seção apresenta algumas limitações e dificuldades encontradas no decorrer deste estudo. E por fim, a terceira seção trará algumas sugestões e indicações para futuras pesquisas.

5.1. Considerações finais

Neste trabalho, avaliamos a importância do empreendedorismo das mulheres, de uma visão macro, até chegarmos ao empreendedorismo aqui em Sergipe. De uma perspectiva municipal, analisamos as características do empreendedorismo feminino em Aracaju e vimos o quão desafiador ele é, tanto para a mulher, quanto para o mercado de trabalho, onde ainda se predomina o domínio masculino. Como as baixas taxas de empreendedorismo das mulheres no Brasil estão relacionadas ao status da mulher e ao status de empreendedorismo, sugerimos que é importante aumentar o incentivo das mulheres em participar da força de trabalho e, geralmente, melhorar a posição das mesmas na sociedade, como também aumentar a possibilidade envolver-se em empreendedorismo. Entretanto, é importante frisar que o estudo, análise do perfil das empreendedoras se concentraram a nível individual. Sendo assim, para chegarmos ao objetivo geral, três objetivos específicos foram estabelecidos e serviram como base para a análise proposta, realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, realizadas com as empreendedoras em seu local de trabalho, sendo estas seis entrevistadas, todas donas de seus empreendimentos.

O primeiro objetivo específico da pesquisa buscou **traçar o perfil da mulher empreendedora** de Aracaju/SE. Face aos dados coletados nas entrevistas foi possível verificar que de modo geral cerca de 60%, ou seja, a maioria, possuem entre 25 e 35 anos. No que tange ao grau de escolaridade, constatou-se que a maior parte, cerca de 90% (05 entrevistadas), possuem ensino superior completo e 30% possuem especialização em Administração e outras áreas. A preocupação com o impacto negativo com relação ao

crescimento financeiro dentro da família, pode ser também destacada como um perfil típico de empreendedoras.

O segundo objetivo desta pesquisa, buscou **identificar os principais desafios que levam as mulheres a empreender**. Dentre esses desafios as mulheres, cada vez mais, estão deixando seus empregos e se tornando empreendedoras, para assim conseguirem mais independência financeira para ajudarem em casa e não dependerem de seus companheiros o tempo todo, poderem controlar o próprio destino, para assim terem mais tempo com a família, além de trabalharem com mais propósito e criatividade.

Já o terceiro objetivo, buscou **identificar o que leva a mulher sergipana empreender**. Em quase todos os depoimentos das empreendedoras, o que as motiva a serem donas de seu próprio negócio é a liberdade de não serem mais funcionárias e sim donas de uma empresa onde elas possam crescer, tanto como pessoas quanto como empresárias. Elas não buscam apenas o retorno financeiro ou o status, mas também outros fatores, identificados nos estudos que desenvolveram a pesquisa, como a autonomia, a qualidade de vida e o equilíbrio entre o negócio e a família, além de se empenharem em prestar sempre, serviços cada vez maiores e melhores para seus clientes.

As pesquisas relacionadas ao empreendedorismo feminino, tem tido destaque por possuir uma gama de informações para estudiosos da área. Porém, é essencial entender que as concepções e atuações das agentes envolvidas no tema, podem variar de acordo com os fatores geográficos, econômicos e psicográficos do grupo estudado (OLIVEIRA, 2010). Consequentemente, essa pesquisa contribui para que se possa ampliar o leque de estudos sobre essas mudanças regionais que envolvem o empreendedorismo, principalmente quando nele se possui a força feminina.

Esta pesquisa também contribui com a academia, informando que as mulheres, ao visualizarem e avaliarem melhor a probabilidade de se tornarem donas do próprio negócio, optam por sair do patamar de funcionárias, donas-de-casa ou esposas, para enfrentar uma área predominantemente masculina e começar um empreendimento. Além disso, a contribuição acadêmica também se dá no sentido de disponibilizar informações ao poder público municipal e ao SEBRAE sobre as demandas da gestora aracajuana, e dessa forma, favorecer e fortalecer a atividade empreendedora na cidade.

5.2. Dificuldades e limitações da pesquisa

A pesquisa apresentou algumas dificuldades e limitações durante o seu desenvolvimento. Quanto à primeira dificuldade, ela existiu pelo fato de haver um acervo literário muito grande e rico de conhecimentos, que trate única e especificamente sobre o empreendedorismo feminino e tão pouco tempo para acessá-lo. Outra dificuldade foi à necessidade de ajuste do instrumento de coleta de dados ao tempo disponível das entrevistadas, visto que conforme apresentado, existiu desencontros muito grandes entre a entrevistadora de algumas entrevistadas, pelo fato delas resolverem grande parte financeira e de reposição de estoque de suas empresas e a entrevistada teve de voltar outras vezes até encontra-las com tempo livre. No que se refere à limitação, ela se deu pela amostra reduzida de dados para um tema tão extenso quanto o empreendedorismo.

5.3. Sugestões para pesquisas futuras

Como sugestão para possíveis pesquisas sobre o perfil da empreendedora sergipana:

- a) Realização de uma pesquisa quantitativa com um número maior de empreendedoras;
- b) Realização de um mapeamento do empreendedorismo feminino por ramo de atividade na capital sergipana;
- c) Realização de um estudo sobre as diferenças de comportamento entre as empreendedoras da capital e as empreendedoras dos municípios que fazem divisa com a mesma, visto que existem diferenças econômicas na grande Aracaju.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, F. C.; CARVALHO, C. F.; SIMÕES, C. F.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de caso múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. **Revista de Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista**, v.5, n.2, p-124-141, 2011.

BARON, R.; SHANE, S. **Empreendedorismo – uma visão do processo**. São Paulo: Thomson, 2007.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas Públicas para as Mulheres. **II Plano nacional de políticas públicas para as mulheres. Brasília, 2013 – 2015**. Disponível em: < <http://www.spm.gov.br/assuntos/pnpm/publicacoes/pnpm-2013-2015-em-22ago13.pdf>>. Acesso em: 24 de setembro de 2017.

BRUYAT, Christian; JULIEN, Pierre-André. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, p. 165-180, 2000.

BURR, Ridge JL; IRWIN, Richard D. **New Business Ventures and the Entrepreneurship**, 1985, p. 16-23

CRAMER, L.; CAPPELLE, M. C. A. ANDRADE, A. L. S. BRITO, M. J. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios, **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE**, v.1, n.1, p.53-71, 2012.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. **A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo**. RAC, Curitiba, v. 15, n. 2, art.1, p. 179–197, mar./abr. 2011.

COUTINHO, M. L. G. **Práticas de gestão de projetos em programas de qualidade de vida no trabalho**. 2009. 191 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-11092009110011/pt-br.php>>. Acesso em: 19 de setembro de 2017.

DOGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. 1 Ed. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. (2006). **O segredo de Luisa**. São Paulo: De Cultura. 2006.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores

Associados, 2012.

DURKHEIM, Emile. **As Regras do Método Sociológico**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

ELY, Richards T. and RESS, Ralf H. **Outline of economics**, 6° ed. 1937, p. 488.

ESTEVEZ, Ilton. **Objetivos**. Disponível em: <http://www.institutoiltonesteves.com.br/>. Acesso em: 04 de outubro de 2017.

GIDDENS, A. Apresentação; Os contornos da alta modernidade. In: **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, Ed. 2002, p.17-38.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C.. **Configuração empreendedora ou configurações empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg**. XXXII Encontro da ANPAD, 32, 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **GEM 2016 Global Report**. Disponível em: http://www.gemconsortium.org/about.aspx?page=pub_gem_global_reports Acesso em: 20 de setembro de 2017.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO., U. P.; MARTINS, G. M. F. Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa, **Revista. brasileira. Gestão. Negócio**. v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014.

GOMES, E. S. F., FORTE, J. A. P., MELO, G. H. O., & FONTENELE, R. E. S. (2008). **Preditores do perfil empreendedor dos discentes dos cursos de administração**. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, Brasil.

GRAY, K. R.; FINLEY-HERVEY, J. Women and entrepreneurship in Morocco: debunking stereo-types and discerning strategies. **International Entrepreneurship and Management Journal**, n. 1, p. 203-217, 2005.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do Intraempreendedorismo**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. **Brasileiras ocupam o décimo lugar entre as mais empreendedoras do mundo**. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/portal/home/index.php?id=22&pag=artigoEntrevistaDetalhe> . Acesso em: 24 de setembro de 2017.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e**

qualidade de vida. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set/dez, 2005. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso em: 26 de setembro de 2017.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. O preço da emancipação feminina - uma reflexão sobre o estresse gerado pela dupla jornada de trabalho. **Revista Estação Científica**, Juiz de Fora, 2005b.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade - **Fundamentos de metodologia científica** - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing. p. 15-45, 2010.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. **Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base**. Research Policy, v. 41, n. 7. p. 1154-1181, set. 2012.

LE GOFF. Jacques. **A Bolsa e a Vida**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1977.

MACHADO, H. P. V. et al . **O Processo de Criação de Empresas por Mulheres**. Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo. São Paulo, v. 2, n.2, p. 06-20, Jul/Dez. 2013.

MACHADO, H. P. V.; GAZOLA, S.; ANEZ, M. E. M. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em natal, Rio Grande do Norte. **Ram, Rev. Adm. Mackenzie**, v. 14, n. 5 p.177-200 2013.

MACHADO, H. V. **Identidades de mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.

MARTINS, C. B., Crnkovic, L. H., Pizzinatto, N. K., & Maccari, E. A. (2010) **Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas**. Revista de Administração da UFSM, v. 3, n. 2, art. 9, p. 288-302.

MENEZES, R. S. S.; OLIVEIRA, J. L. Análise do discurso de “mulheres de negócio” associadas à *business professional women*, **Revista REGE**, v. 20, n. 4, p. 425-440, 2013.

MINNITI, M.; NARDONE, C. Being in someone else’s shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. **Small Business Economics**, n. 28, p. 223-238, 2007.

MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. **A conceptual history of entrepreneurial thought**. Journal of Management History, v. 12, n. 1, p.12-35, 2006.

NAISBITT, J.; ABURDENE, P. **Mega-tendências para as mulheres**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994.

OLIVEIRA, Malu. **Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma

Análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João del-Rei, Minas Gerais. **VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD**. Florianópolis, SC, 23 a 25 maio 2010. Disponível em <http://www.anpad.org.br/ler_pdf.php?cod_edicao_trabalho=9616&cod_evento_edicao=40>. Acesso em: 18 dez. 2017.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratando de metodologia científica: projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

OLIVEIRA, Zilma Ramos de. **Educação infantil: fundamentos e Métodos**. 2ed. São Paulo: Cortez, 2005.

PENROSE, E. **A teoria do crescimento da firma**. Campinas: UNICAMP, 2006.

SANCHES, C. S.; SCHMIDT, C. M.; CIELO, I. D.; KÜHN, M. K. S. Empreendedorismo feminino: um estudo sobre sua representatividade no município de Toledo – Paraná. **Revista de Gestão e Secretariado – GeSec**, v. 4, n. 2, p 134-150, 2013.

SANTOS Anselmo Luís dos ; KREIN José Dari ; CALIXTRE Andre Bojikian: **Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicação para o desenvolvimento** – Rio de Janeiro: Ipea, 2012.

SANTOS, Josenice. **Boletim Interno – Especial do Dia Internacional da Mulher, nº 23 do Ministério do Trabalho e Emprego**. E-mail recebido por b.azevedo1790@gmail.com. 19 de setembro de 2017.

SAY, J.B. **Traité d'Économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses**. Paris: Institut Coppet, 2011.

SCHUMPETER, A. Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Trad. Sergio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

SEBRAE. **Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 30/05/2018.

SOUZA. M.J.; TRINDADE, F.M.; FREIRE, Robson. **Empreendedorismo sob o enfoque de diferentes perspectivas teóricas**. 2009.

STAKE, R. Case studies. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (eds.). **Handbook of qualitative research**. London: Sage, p. 435-454, 2000.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

VESPER, Karl. **New venture strategies**, 1975, p.2.

VRIES, Manfred F. R. Kets de. **Liderança na empresa - como comportamento dos**

líderes afeta a cultura interna. São Paulo: Atlas, 1997.

WAGNER, J. What a difference a y makes-female and male nascent entrepreneurs in germany. **Small Business Economics**, n. 28, p. 1-21, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010

APÊNDICE A.**ROTEIRO DE ENTREVISTA.**

Apresentação: Meu nome é Bruna Azevedo Rocha, sou aluna do curso de Administração de Empresas da Universidade Federal de Sergipe-UFS. Este questionário tem por objetivo investigar como a mulher empreendedora avalia sua importância no ambiente de trabalho.

Nesta entrevista não existem respostas certas ou erradas, somente aquelas que mais se aproximam de suas opiniões a respeito dos assuntos tratados. As informações dadas pelos entrevistados serão utilizadas genericamente, sem a identificação do professor (a). A pesquisa não tem nenhum caráter de fiscalização. Agradecemos pela sua ajuda.

Nome Completo:

Empresa:

V1: Etnia:

Branco . Pardo . Preto . Amarelo . Indígena .

V2: Faixa etária:

De 25 a 35 anos .

De 36 até 45 anos .

De 46 até 55 anos .

Acima de 55 anos .

V3: Quanto tem a sua empresa?

De 1 a 5 anos .

De 5 até 10 anos .

De 10 a 15 anos .

De 15 a 20 anos .

Acima de 20 anos .

V3: Formação:

Graduação

Especialização em outra área

Especialização na área de formação

Mestrado em outra área

Mestrado na área de formação

Doutorado em outra área

Doutorado na área de formação

V4: Você exerce outra atividade profissional, se sim, por quê? _____

Agora, você deve dar uma nota de um a cinco a cada uma das seguintes afirmativas que representarão sua percepção sobre os recursos oferecidos pela empresa onde você trabalha. Não existe resposta certa ou errada e você pode dar qualquer nota: quanto mais alta a nota, mais você está de acordo, quanto mais baixa a nota, mais você discorda com os as afirmativas sobre os recursos.

RECURSOS

Q1- Me esforço para manter a boa infraestrutura da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q2- A localização da empresa contribui para bons resultados.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q3- Existem quadros técnicos e de apoio suficientes, dentro da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q4- A empresa dispõe de recursos financeiros para realizar ações voltadas à assistência social.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q5- A empresa que empreendo, gera lucros suficientes para o seu funcionamento.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q6- Me empenho para dispor materiais de expediente e de limpeza, suficientes e adequados.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q7- A empresa que empreendo, possui equipamentos e materiais necessários para o mês inteiro.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q8- São garantidas condições de acessibilidade na empresa em que empreendo.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q9- A empresa que empreendo oferece instalações limpas e confortáveis para clientes e funcionários.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q10- A empresa que empreendo, possui boas instalações para a prática esportiva e de lazer.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q11- A empresa em que empreendo, oferece condições de segurança para clientes e funcionários.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo []

4-Concordo em parte []

5-Concordo totalmente []

Q12- A empresa que empreendo, oferece vale-alimentação aos funcionários.

1-Discordo totalmente []

2-Discordo em parte []

3- Não concordo nem discordo []

4-Concordo em parte []

5-Concordo totalmente []

Q13- Os funcionários possuem formação adequada para exercerem suas funções na empresa em que empreendo.

1-Discordo totalmente []

2-Discordo em parte []

3- Não concordo nem discordo []

4-Concordo em parte []

5-Concordo totalmente []

Q14- Na empresa em que empreendo, existem funcionários atuando em outra área que não seja a de sua formação.

1-Discordo totalmente []

2-Discordo em parte []

3- Não concordo nem discordo []

4-Concordo em parte []

5-Concordo totalmente []

Q15- Me empenho para proporciona formação e capacitação continuada para os funcionários.

1-Discordo totalmente []

2-Discordo em parte []

3- Não concordo nem discordo []

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q16- Não existe atraso pagamento salarial na empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q17- Os contadores não tem acesso a informações sobre recursos e orçamento da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q18- Os funcionários recebem EPI's e EPC's, suficientes para o exercício da sua função.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q19- As verbas destinadas ao investimento interno e crescimento da empresa são suficientes e bem utilizadas por sua gestão.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q20- Os funcionários precisaram desembolsar dinheiro para garantir que algumas funções sejam realizadas.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Agora, você deve dar uma nota de um a cinco a cada uma das seguintes afirmativas que representarão sua percepção sobre a gestão da empresa onde você trabalha. Não existe resposta certa ou errada e você pode dar qualquer nota: quanto mais alta a nota, mais você concorda, quanto mais baixa a nota, mais você discorda com as afirmativas sobre a gestão.

GESTÃO

Q21- Os gerentes da empresa foram eleitos pelos funcionários e não conquistaram sua função por tempo de empresa e experiência.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q22- A empresa adota procedimentos administrativos adequados às suas necessidades.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q23- Entidades como o Ministério Público e ONG's sempre participam de ações sociais na empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q24- As políticas de gestão empresarial são bem elaboradas e fáceis de executar.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q25- Os funcionários sempre participam da elaboração das políticas de gestão empresarial.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q26- Representantes dos funcionários são consultados para a elaboração de políticas gestão empresarial.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q27- Existe um canal aberto para gerentes e funcionários se comunicarem

com a dona da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q28- A política de cargos e salários adotada para a empresa é satisfatória.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q29- A forma de ingresso na empresa por meio de processo seletivo é a mais adequada para a prestação de melhores serviços.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q30- Os gerentes da empresa recebem formação e capacitação contínuas para melhor exercerem a função.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q31- Existe um projeto de continuidade nas ações das políticas de gestão, dentro da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q32- Além da gestora, a elaboração do planejamento empresarial tem a participação de técnicos e especialistas em administração.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q33- As intervenções propostas pelas políticas de gestão empresarial, levam em consideração as características socioculturais dos funcionários da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q34- Os gerentes têm autonomia para a tomada de decisões na implementação das políticas empresariais.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q35- A gestora, gerentes e funcionários procuram o poder público para resolver questões internas da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q36- Há cargos suficientes na empresa em que empreendo, para suprir a demanda da clientela.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q37- Os gerentes da empresa necessitam de formação específica para exercerem o cargo, independentemente do tempo de serviço.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q38- A carga-horária do funcionário, adotada pela empresa é ideal para a realização de um bom trabalho.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q39- Representantes do Ministério Público mantêm contato direto com a empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q40- As políticas públicas de gestão empresarial proporcionam vinculação entre trabalho e práticas sociais conforme o previsto na CLT.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Agora, você deve dar uma nota de um a cinco a cada uma das seguintes afirmativas que representarão sua percepção sobre a avaliação empresarial em que trabalha. Não existe resposta certa ou errada e você pode dar qualquer nota: quanto mais alta a nota, mais você concorda, quanto mais baixa a nota, mais você discorda com as afirmativas sobre avaliação empresarial.

AValiação Empresarial

Q41- As ações empresariais dos gerentes têm bons resultados financeiros.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q42- A empresa que empreendo, realiza ações voltadas à assistência social para garantir a satisfação do funcionário na mesma.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q43- A clientela se interessa em participar de ações propostas pelas políticas de gestão empresarial, através de sugestões.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q44- O planejamento empresarial considera como importantes, as questões socioculturais dos funcionários.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q45- Como empreendedora, sempre observo melhoras contínuas na qualidade dos serviços.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q46- A empresa consegue adaptar-se aos funcionários com necessidades especiais e vice-versa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q47- A atual estrutura de gestão, proporciona bons resultados empresariais, tanto para clientes, quanto para funcionários.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q48- As provas aplicadas para a contratação de funcionários, são eficientes para subsidiar a formulação de políticas empresariais.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q49- A empresa que empreendo atualmente é melhor do que era quando eu era funcionário.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q50- O pluralismo de ideias e ações empreendedoras, deixam a empresa sempre em vantagem com relação às demais.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q51- Faltam disciplina e organização na empresa onde empreendo.1-Discordo totalmente 2-Discordo em parte 3- Não concordo nem discordo 4-Concordo em parte 5-Concordo totalmente **Q52- A empresa que empreendo, realiza ações que a aproximam da sociedade em geral.**1-Discordo totalmente 2-Discordo em parte 3- Não concordo nem discordo 4-Concordo em parte 5-Concordo totalmente **Q53- As condições sociais dos funcionários, são empecilhos para o processo de crescimento financeiro da empresa.**1-Discordo totalmente 2-Discordo em parte 3- Não concordo nem discordo 4-Concordo em parte 5-Concordo totalmente **Q54- Realizo um bom trabalho empreendedor, na empresa.**1-Discordo totalmente 2-Discordo em parte 3- Não concordo nem discordo 4-Concordo em parte 5-Concordo totalmente **Q55- Em geral, a empresa que empreendo prioriza o processo seletivo, visando uma boa formação profissional dos funcionários.**1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q56- Analiso sempre as provas do processo seletivo que não atingiram a pontuação mínima e proporciona ações para a melhoria dos resultados.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q57- O processo seletivo é o melhor indicador de bens profissionais dentro da empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q58- Percebo falhas na formação profissional dos funcionários que possuem mais tempo na empresa.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q59- Os gestores de RH têm autonomia na avaliação, contratação e demissão dos funcionários.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente

Q60- Seria importante que as empresas seguissem padrões gerais estabelecidos pela CLT, para que todas buscassem a mesma qualidade na prestação de serviços, independentemente de sua localização.

1-Discordo totalmente

2-Discordo em parte

3- Não concordo nem discordo

4-Concordo em parte

5-Concordo totalmente