



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

MONALISA MOSCONI

**EMPREENDEDORISMO FEMININO:
COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS QUE COMPÕE O PERFIL DE EMPRESÁRIAS
NO MUNICÍPIO DE SEARA-SC**

**CHAPECÓ
2018**

MONALISA MOSCONI

**EMPREENDEDORISMO FEMININO:
COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS QUE COMPÕE O PERFIL DE EMPRESÁRIAS
NO MUNICÍPIO DE SEARA-SC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof^ª Dra. Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta

CHAPECÓ

2018

PROGRAD/DBIB - Divisão de Bibliotecas

Mosconi, Monalisa

Empreendedorismo Feminino: Competências empreendedoras que compõe o perfil de empresárias no município de Seara - SC/ Monalisa Mosconi. -- 2018. 76 f.

Orientador: Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta. Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Administração , Chapecó, SC, 2018.

1. Mulheres. 2. Competências Empreendedoras. 3. Empreendedorismo. I. Tosta, Kelly Cristina Benetti Tonani, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

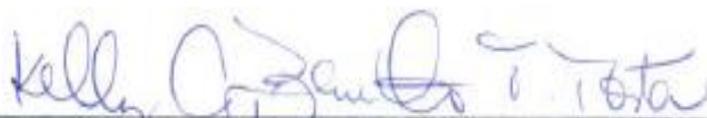
MONALISA MOSCONI

EMPREENDEDORISMO FEMININO: COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS
QUE COMPÕE O PERFIL DE MICROEMPRESÁRIAS NO MUNICÍPIO DE SEARA
- SC

Trabalho de Conclusão do Curso de Administração apresentado como requisito para a obtenção de grau de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS.

Orientador (a) Prof.(a): KELLY CRISTINA BENETTI TONANI TOSTA – UFFS

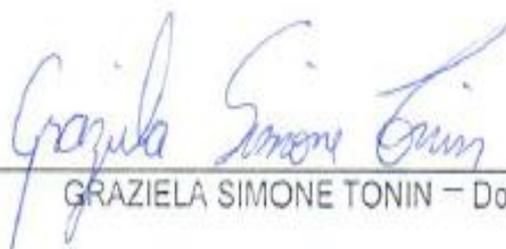
Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca na data de:
29 de Outubro de 2018.



KELLY CRISTINA BENETTI TONANI TOSTA – Doutora



HUMBERTO TONANI TOSTA – Doutor



GRAZIELA SIMONE TONIN – Doutora

À Deus, à minha família e ao Eduardo, com quem amo partilhar a vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer à Deus, pelo dom da vida e pela proteção e oportunidade de chegar até aqui.

Agradecer a Universidade Federal da Fronteira Sul e a todos os professores que ao longo desses cinco anos de graduação contribuíram para meu crescimento pessoal e profissional. Grata por todos os ensinamentos e orgulhosa por fazer parte da história dessa linda Universidade.

Às mulheres empresárias do município de Seara – SC, por me permitirem concretizar este estudo, disponibilizando tempo e informações necessárias para aplicação da pesquisa de competências empreendedoras.

À professora, Dr^a. Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta por ter aceitado este desafio comigo. Grata por toda a atenção, dedicação, paciência e disponibilidade durante o período de elaboração deste estudo. Obrigada por todo o conhecimento repassado.

Aos meus pais, Neudi e Terezinha pelos exemplos de força, honestidade, fé e amor. Pelo incentivo, apoio e compreensão em todos os momentos da minha vida. Agradecer também minha irmã Andressa, meu cunhado Marcos, pelo presente mais lindo que poderiam me dar nos últimos meses, a princesa Emanuéli. Vocês são pessoas fundamentais em minha vida. Amo vocês, obrigada por tudo.

Ao meu amor Eduardo, que me acompanhou diariamente nessa conquista. Obrigada pelos conselhos, palavras de apoio e compreensão da minha ausência e preocupações excessivas nesse período. Obrigada também por ser meu companheiro de vida e me ensinar a ser melhor a cada dia. Você para mim é um exemplo de força, humildade e amor ao que se faz. Sou eternamente grata por ter você ao meu lado, te amo.

Aos meus colegas da turma de Administração 2013/2 e a todos os outros que conheci durante essa caminhada. Especialmente à minha amiga Andreza que dividiu comigo todas as alegrias e frustrações e que com certeza participará de outras conquistas além da universidade.

À todos os meus amigos e colegas de trabalho que deram força e coragem para eu seguir firme nessa caminhada. Em especial a Roseli, que além de amiga e colega de trabalho, é minha irmã de coração, que nunca mediu esforços para me ajudar nessa conquista.

São muitas as pessoas que de alguma forma contribuíram nessa caminhada de cinco anos de graduação. Obrigada a todos os envolvidos nesta etapa, vou guardá-los pra sempre em meu coração.

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível”.

(Charles Chaplin)

RESUMO

Historicamente, as relações estabeleciam que os homens trabalhassem fora e sustentavam a casa enquanto a mulher tinha a única função de cuidar do lar e dos filhos. Mais tarde, ocorreram lentamente mudanças em relação a esse contexto e aos poucos foram desfazendo esta construção histórica desigual, refletindo no cenário atual. O empreendedorismo que nos anos passados era estritamente voltado aos homens, hoje não tem mais a mesma concepção. As mulheres estão cada vez mais, assumindo o papel de liderança nas organizações ou abrindo seu próprio empreendimento. Cada vez mais estudos estão surgindo para analisar o que faz com que as mulheres ocupem tal posição. Diante disso, a presente pesquisa, teve como objetivo analisar as competências empreendedoras de mulheres empresárias do município de Seara – SC. Para isso, a abordagem desta pesquisa, caracteriza-se como quantitativa classificada quanto aos fins como descritiva e aplicada, e quanto aos meios classifica-se como de campo, com análise estatística. A coleta de dados se deu por meio de questionário aplicado via *Google Forms*, com 94 respostas coletadas. Para o questionário utilizou-se do modelo de estudo de Cooley (1990), que elenca 10 competências empreendedoras e 30 comportamentos que permitem identificar essas competências. Em relação a análise dos resultados, as informações obtidas por meio do questionário, foram analisados conforme Escala Likert, com pontuação de 1 à 5, variando de “nenhuma dificuldade” a “muito alta dificuldade”, respectivamente. Os resultados obtidos mostram que a maioria das respondentes sente baixa dificuldade em realizar, planejar e atribuir poder ao seu empreendimento, esses que são conjuntos de ações que fundamentas as competências empreendedoras.

Palavras-chave: Mulheres. Competências Empreendedoras. Empreendedorismo.

ABSTRACT

Historically, relationships established that men worked outside and supported the home while the woman had the sole function of caring for the home and children. Later, there were slowly changes in relation to this context and little by little they were undoing this uneven historical construction, reflecting in the current scenario. The entrepreneurship that in the last years was strictly aimed at men, today no longer has the same conception. Women are increasingly taking the leadership role in organizations or opening up their own enterprise. More and more studies are underway to analyze what makes women occupy such a position. The data collection was done through a questionnaire applied through Google Forms, with 94 responses collected. For the questionnaire, was used the Cooley study model (1990), which lists 10 entrepreneurial skills and 30 behaviors that allow us to identify these competencies. Regarding the analysis of the results, the information obtained through the questionnaire was analyzed according to the Likert Scale, with a punctuation from 1 to 5, varying from "no difficulty" to "very high difficulty", respectively. The results obtained show that the majority of respondents find it difficult to carry out, plan and assign power to their enterprise, which are sets of actions that underpin entrepreneurial skills.

Keywords: Women. Entrepreneurial Skills. Entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Distribuição de Empreendedores na Sociedade.....	23
Figura 2: As três dimensões da competência.....	28

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Motivações para criar um negócio próprio.....	22
Quadro 2: Tendências do comportamento gerencial por parte de mulheres empreendedoras..	25
Quadro 3: Competências Empreendedoras.....	31
Quadro 4: Definição de porte de estabelecimentos segundo o número de empregados.....	44
Quadro 5: Ilustração da escala utilizada.....	48
Quadro 6: Conjunto Realização – Escala de Dificuldade.....	53
Quadro 7: Conjunto Planejamento – Escala de Dificuldade.....	56
Quadro 8: Conjunto Poder – Escada de Dificuldade.....	59

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Perfil das respondentes – Quanto à idade e estado civil.....	40
Tabela 2: Perfil das respondentes – Grau de Instrução.....	41
Tabela 3: Perfil das respondentes – Quantidade de filhos.....	42
Tabela 4: Características do Empreendimento – Pai e Mãe donos de Negócio Próprio.....	43
Tabela 5: Características do Empreendimento – Ramo de Atividade.....	43
Tabela 6: Características do Empreendimento – Porte e Quantidade de Colaboradores.....	44
Tabela 7: Características do Empreendimento – Tempo de Funcionamento.....	45
Tabela 8: Características do Empreendimento – Faturamento Bruto Anual.....	46
Tabela 9: Características do Empreendimento – Considera-se empreendedora.....	46
Tabela 10: Características do Empreendimento – Cursos de Empreendedorismo.....	47
Tabela 11: Medidas de Posição – Busca de oportunidade e iniciativa.....	49
Tabela 12: Medidas de Posição – Correr riscos calculados.....	50
Tabela 13: Medidas de Posição – Exigência de qualidade e eficiência.....	51
Tabela 14: Medidas de Posição – Persistência.....	51
Tabela 15: Medidas de Posição – Comprometimento.....	52
Tabela 16: Medidas de Posição – Busca de informações.....	54
Tabela 17: Medidas de Posição – Estabelecimento de metas.....	55
Tabela 18: Medidas de Posição – Planejamento e monitoramento sistemáticos.....	56
Tabela 19: Medidas de Posição – Persuasão e rede de contatos.....	57
Tabela 20: Medidas de Posição – Independência e autoconfiança.....	58

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	OBJETIVOS	17
1.1.1	Objetivo Geral	17
1.1.2	Objetivos Específicos.....	17
1.2	JUSTIFICATIVA	18
2	REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1	EMPREENDEDORISMO	20
2.2	EMPREENDEDORISMO FEMININO	24
2.3	COMPETÊNCIAS	27
2.3.1	Competências Empreendedoras.....	30
3	METODOLOGIA.....	35
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	35
3.2	POPULAÇÃO E AMOSTRA	36
3.3	TÉCNICA DE COLETA DE DADOS	37
3.4	PROCEDIMENTO DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS	38
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	40
4.1	PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS MULHERES MICROEMPRESÁRIAS.....	40
4.2	CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS GERIDOS POR MULHERES 42	
4.3	COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS DAS MULHERES MICROEMPRESÁRIAS	48
4.3.1	Conjunto Realização	48
4.3.2	Conjunto Planejamento	53
4.3.3	Conjunto Poder.....	57
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
5.1	LIMITAÇÕES E PROPOSTAS DE ESTUDOS.....	62

REFERÊNCIAS.....	62
APÊNDICE II – Instrumento de coleta de dados – Questionário.....	68
APÊNDICE I- Termo de Consentimento.....	70

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo é um assunto que vem conquistando cada vez mais espaço no cenário mundial. Dornelas (2012, p.28) define o empreendedorismo como o “envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades”. Ainda de acordo com Dornelas (2012), o Brasil está cada vez mais envolvido em empreender e umas das principais causas é a grande competitividade entre as empresas atuantes no país.

O processo de criar algo novo com valor, assumindo riscos e recompensas é a definição de empreendedorismo dada pelos autores Hisrich, Peters e Shepherd (2009). Segundo eles, o empreendedorismo demanda tempo e esforço considerando riscos sociais, psíquicos e financeiros, resultando em recompensas de satisfação pessoal e independência financeira.

O termo empreender ganha destaque principalmente pelo cuidado que as empresas têm, nos dias de hoje, de manter um negócio efetivo e sustentável. Visto que a concorrência está cada vez mais forte e presente, as organizações buscam por se manterem ativas e estáveis.

Para atuar com sucesso em uma determinada profissão e ainda ser bom empreendedor depende muito das características pessoais de cada indivíduo, bem como sua inserção no ambiente de trabalho. Um empreendedor bem sucedido, além de características de administrador, têm atributos pessoais que somados a características ambientais e sociológicas, permitem a criação de uma ideia inovadora. Eles precisam ser visionários, saber tomar decisões, explorar as oportunidades e ser determinados e dinâmicos. (DORNELAS, 2012).

Os empreendedores precisam contar com uma grande variedade de habilidades sociais para conduzir um novo empreendimento de forma bem-sucedida. Essas se referem a um conjunto de competências (habilidades isoladas) que permite aos indivíduos interagir uns com os outros (DIAS, NARDELLI E VILAS BOAS, 2008). Por isso da importância em desenvolver competências. Elas possibilitam que as práticas gerenciais sejam direcionadas de forma mais efetiva e conseqüentemente, leva à vantagem competitiva em relação aos concorrentes.

Nesse cenário, a mulher ganha cada vez mais espaço no contexto empreendedor. Mas nem sempre foi assim. O empreendedorismo, em tempos atrás, era fortemente vinculado ao homem e somente após a Revolução Industrial que as mudanças começaram a acontecer lentamente. Aumentou o número de mulheres em empresas, pois na época, a produtividade era necessária, apesar da jornada de trabalho e o salário serem desiguais em relação aos

homens. Com o passar dos anos, iniciaram algumas reivindicações sobre igualdade de gênero, direitos trabalhistas e afins e cada vez mais a mulher foi ganhando espaço no mercado de trabalho, conseguindo conciliar a empresa com funções do lar. (AMORIM; BATISTA, 2011).

Segundo o GEM – Global Entrepreneurship Monitor – (2017), que é o responsável por demonstrar as taxas de empreendedorismo no Brasil, em 2016, a taxa total de empreendedores correspondia ao percentual de 36%, portanto, a cada 100 habitantes brasileiros, aproximadamente 20 estão envolvidos com atividades empreendedoras. Ainda no Brasil, a taxa específica de empreendedorismo inicial (TEA) é de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens, sendo em sua maioria microempresas.

Um empreendedor é apaixonado pela organização ou por um novo empreendimento e não mede esforços para garantir sua sobrevivência e crescimento. Ele combina esforços, recursos e materiais e introduz inovações (HISRICH, PETERS; SHEPHERD, 2009). Independentemente do tamanho da organização, o ato de empreender está voltado à postura e a forma de ver o mundo.

Levando em consideração a perspectiva do empreendedorismo voltado às mulheres, percebe-se a necessidade de explorar as competências que compõe o perfil empreendedor feminino, a fim de verificar a aplicação dessas competências e a contribuição destas, na gestão de microempresas. Neste sentido pergunta-se: **Quais são as competências que compõe o perfil empreendedor das mulheres empresárias situados no município de Seara – SC?**

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

- Analisar as competências empreendedoras das mulheres empresárias de Seara- SC.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar os empreendimentos geridos por mulheres em Seara – SC.
- Descrever o perfil socioeconômico das mulheres empresárias de Seara- SC.
- Apresentar o perfil empreendedor das mulheres empresárias.
- Mensurar a presença das competências empreendedoras nas mulheres empresárias.

1.2 JUSTIFICATIVA

Este estudo justifica-se pela importância das mulheres empresárias no âmbito econômico e conseqüentemente pelo caráter empreendedor que apresentam. As mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho na condição de empreendedora. O empreendedorismo feminino é fundamental para o crescimento e desenvolvimento econômico de uma região. Para tanto, é necessário que as mulheres percebam quais são suas competências e que possam aprimorá-las ainda mais, para buscar a excelência de sua gestão.

A inserção de mulheres no mercado como empreendedoras não se trata somente de complementação de renda, trata-se também de uma grande mudança social e cultural e de um modelo tradicional que está sendo rompido cada vez mais (GOMES, 2004).

Com o desenvolvimento econômico, a atuação das mulheres no conceito empreendedor foi favorecida. Segundo o SEBRAE (2013) atualmente no Brasil o número de mulheres empreendedoras quase chega na casa dos 8 milhões. Em Santa Catarina não poderia ser diferente, estado marcado por municípios interioranos e que encontram no microempreendedorismo a oportunidade de transformar sonhos em realidade.

Visto que a região oeste de Santa Catarina tem o microempreendedorismo como uma das principais atividades econômicas, o estudo mostra-se valioso pela oportunidade de contribuição para com as mulheres empresárias voltar os olhos às suas empresas e verificarem que se trata de uma verdadeira riqueza e que precisa ser gerenciada da melhor forma para conquistar ainda mais produtividade e gerar cada vez mais empregos.

Outro ponto relevante a considerar é a viabilidade do estudo, através da disponibilidade de dados e informações e contato direto com mulheres empresárias, além de focar em um tema em ascensão no mercado, o empreendedorismo. A pesquisa volta-se a verificar as competências empreendedoras das mulheres empresárias, que permitem a geração de maior renda e empregos. A identificação dessas características permite o encaminhamento das atividades desenvolvidas pelas mulheres empresárias rumo a um processo de gestão mais capacitado, para que sobrevivam as demandas de mercado.

Para maior compreensão e entendimento do presente estudo, sua estrutura será dividida em cinco sessões. A primeira sessão apresenta a introdução do estudo, com a descrição de contexto do tema e problema de pesquisa, o objetivo geral, objetivos específicos, e por fim, a justificativa do trabalho. Na segunda sessão será apresentado o referencial teórico que embasa e fundamenta o estudo, apresentando conceitos de diferentes autores sobre o tema estudado. Serão apresentados conceitos teóricos sobre empreendedorismo e

empreendedorismo feminino. Em seguida, serão abordados assuntos relacionados as competências e as competências empreendedoras.

A terceira sessão é fundamentada pelos procedimentos metodológicos, sua abrangência, classificação da pesquisa, população e amostra, além dos instrumentos que serão utilizados na coleta, análise e interpretação dos dados. Na quarta sessão serão apresentadas as análises dos resultados encontrados. E por fim, na quinta sessão são apresentadas as considerações finais e sugestões para estudos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A base teórica é de extrema importância para a estrutura do trabalho, pois é a partir dela que se consegue desenvolver o projeto e conseqüentemente alcançar os objetivos. Para Lakatos e Marconi “é imprescindível correlacionar a pesquisa com o universo teórico, optando-se por um modelo teórico que sirva de embasamento à interpretação do significado dos dados e fatos colhidos ou levantados” (2010, p. 207). Em seguida, são apresentados assuntos relacionados ao empreendedorismo, empreendedorismo feminino, competências e competências empreendedoras.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Derivado do francês “entre” e “prende”, o empreendedorismo tem significado próximo a “estar no mercado entre o fornecedor e o consumidor”. O responsável pelo aparecimento dessa noção é o francês Richard Cantillon. No século XVIII este economista descreve o empreendedor como uma pessoa que paga um determinado preço para ter um produto que será vendido a um preço incerto, tornando isso um risco empresarial e fazendo com que o empreendedor tenha que tomar decisões por obter e usar recursos (SARKAR, 2008).

Um empreendimento surge de diferentes maneiras, podendo advir do ato de observar, perceber e analisar atividades, tendências e desenvolvimentos de diferentes regiões em âmbitos culturais, sociais e de consumo. Um empreendimento nasce da necessidade e demanda dos consumidores em relação a algum setor do mercado. Resulta da percepção, habilidade ou gosto de pessoas que criam formas de negócio para suprir a carência do mercado (BERNARDI, 2012).

Dornelas (2012) considera que o primeiro uso do termo empreendedorismo seja creditado a Marco Polo, quando o mesmo tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Na época, Marco Polo assinou um contrato com um homem de poder aquisitivo para quem vendia suas mercadorias, esse homem assumia os riscos de forma passiva enquanto Marco Polo corria riscos físicos e emocionais de forma ativa.

Ainda segundo Dornelas (2012), antes de Richard Cantillon, ainda na Idade Média, manifestou-se outra utilização do termo empreendedor. O termo era usado para aquele que gerenciava grandes projetos de produção, este que não corria riscos excessivos, apenas utilizava os recursos disponíveis provindos do governo do país. Tempo depois Cantillon propôs seu conceito de empreendedor, possibilitando que os conceitos fossem continuamente

aperfeiçoados com o passar do tempo e permanece constante nos dias atuais.

O empreendedorismo é uma das causas de prosperidade de diferentes comunidades. É considerado um dos pilares do desenvolvimento econômico e social de diversas nações, promove bem-estar aos indivíduos pois a partir dele que se tem maior inovação, geração de novas oportunidades, emprego e renda (LAGO et. al., 2017).

Sarkar (2008, p. 26) define empreendedorismo como “o processo de criação e/ou a expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas”. O autor compreende que o empreendedorismo não se limita a projetos inovadores, pode surgir da possibilidade de assimetria de informações. Destaca que existem diferentes formas de empreendedorismo: por necessidade, ético, de capital, eletrônico, familiar, comunitário, municipal, estatal, local, na terceira idade e em jovens.

Um empreendedor é aquele que cria um negócio diferenciado, novo, capaz de mudar a transformar valores. Lago et. al. (2017) destaca em seu artigo que tornar-se um empreendedor é uma decisão pessoal que pode ser influenciada por fatores externos. Conforme o Quadro 1 para abrir um negócio, pode-se citar as seguintes motivações:

Quadro 1 – Motivações para criar um negócio próprio

Motivações	Características
Rompimento do status social.	Observar se a decisão for emocional e passageira.
Realização de um sonho.	É o primeiro passo do realizador, combustível da realimentação.
Atendimento das expectativas dos outros.	Ter clara as verdadeiras expectativas, pois essas devem ser atendidas e determinantes.
Desejo de ser agente e não apenas paciente das transformações.	Ter um conjunto de valores, contribuição que deseja prestar a sociedade na qualidade de empresário inteligente.
Busca de realização pessoal.	O negócio precisa ser fonte de realização para os que se aliam a você.
Contribuição para melhoria da sociedade em que se vive.	Preparar-se para enfrentar os desafios de criar e abrir um empreendimento, o salário não deve ser fonte de compensação.
Negócio como alternativa para a família.	Compreender que nenhum negócio é perfeito a ponto de ser a única forma de realização profissional e financeira.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Bernhoeft (1996).

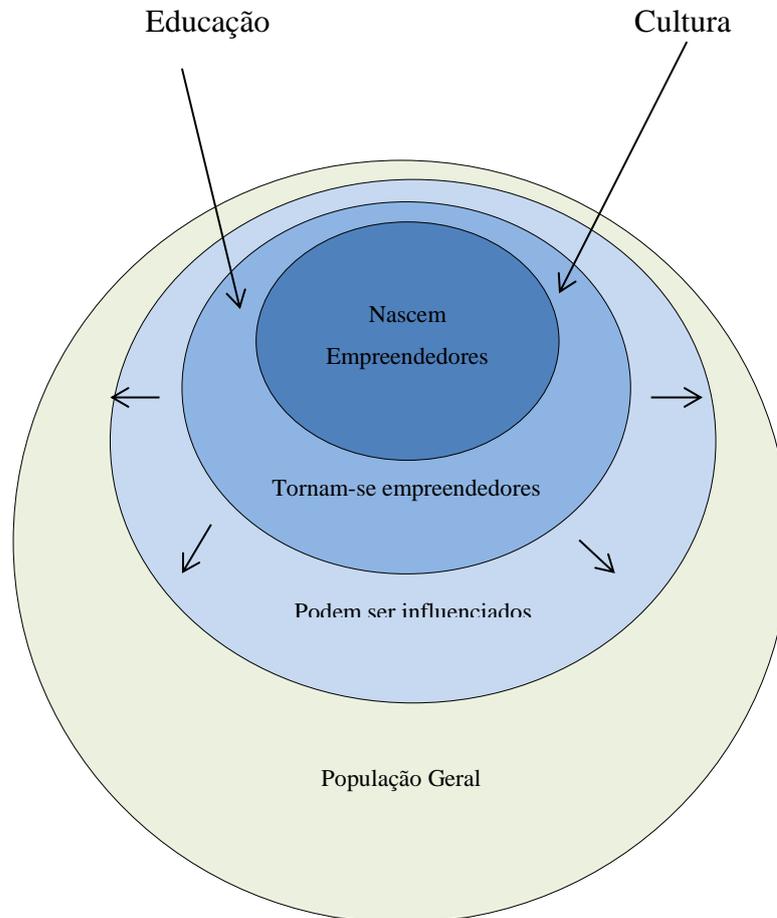
Para Degen (2009, p. 10) o empreendedor precisa assumir quatro papéis para iniciar seu próprio negócio e também para seu crescimento e desenvolvimento. É necessário ser empreendedor, empresário, executivo e empregado, “ninguém deve desenvolver um negócio se não estiver disposto a assumir, no início, os quatro papéis ou se não dominá-los, [...] caso contrário, é um convite ao fracasso do empreendimento”.

Nem todas as pessoas tem a mesma disposição para assumir riscos. Os riscos fazem parte de qualquer atividade empreendedora e é preciso saber administrá-los. O empreendedor precisar estar preparado e ter conhecimento para desenvolver seus negócios e outros interesses. É preciso ter autoconfiança para iniciar um negócio próprio, além de conhecimento acumulado com a experiência do passar dos anos (DEGEN, 2012).

Na visão de Sarkar (2008) para ser ou não um empreendedor é necessário verificar se é inovador e se nasce com essa condição ou ela é formada ao longo da vida. Um empreendedor que inova, é um empreendedor diferenciado pois possuem maior desejo de sucesso,

criatividade, pensamento próprio, capacidade de trabalhar arduamente e de criar uma equipe de sucesso. Na figura 1 é possível notar o pensamento do autor acerca dos empreendedores:

Figura 1 – Distribuição de Empreendedores na Sociedade



Fonte: Sarkar (2008, p. 62).

O autor afirma que uma parte das pessoas nasce com capacidades empreendedoras intrínsecas, enquanto outra parte é influenciada por fatores extrínsecos e pode ser influenciada pela cultura e pela educação. A população geral é o restante da população que não pode ser empreendedora. A fração de pessoas que se torna empreendedora por influência da cultura e da educação pode aumentar, por isso o terceiro círculo, mostrando que podem existir mais pessoas influenciadas por esses fatores (SARKAR, 2008, p. 62).

A partir da contextualização apresentada nota-se que o empreendedor precisa apresentar particularidades empreendedoras para o sucesso de seu negócio. Este trabalho

busca diagnosticar quais são esses atributos, tornando essencial um aprofundamento relacionado ao empreendedorismo feminino.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Dornelas (2012) determina algumas características de empreendedores de sucesso. Para ter maior sucesso, um empreendedor precisa ter visão do futuro do seu negócio e também de sua vida, precisa saber tomar decisões corretas na hora certa, e também explorar ao máximo as oportunidades. O empreendedor precisa fazer a diferença transformando ideias abstratas, em concretas. Além de ser dedicado, criativo, determinado, dinâmico, independente e organizado. E mais, precisam planejar constantemente cada passo do seu negócio.

No mundo do empreendedorismo é cada vez mais frequente a participação de mulheres a frente de negócios. A presença constante de mulheres na esfera econômica atual, se mostra distinto do tradicional de algum tempo atrás. Ocorre uma grande mudança social, quando se fala em expectativa de vida, relações pessoais e demandas de serviço público, pois o desenvolvimento econômico de várias localidades colaborou para o ingresso da mulher no mercado de trabalho em diferentes posições, como empregada mas também como empregadora (GOMES, 2004).

Nos dias de hoje, o velho ditado “lugar de mulher é em casa” perdeu a força. Mas nem sempre foi assim. As mulheres começaram a trabalhar fora de casa após a Revolução Industrial, lentamente foram inseridas no mercado de trabalho, mas apesar de se fazer presente no trabalho fabril, havia uma grande desigualdade entre homens e mulheres, principalmente em relação a salário e jornada de trabalho. Com o passar do tempo iniciaram algumas reivindicações para igualdade no trabalho, luta por direitos trabalhistas e aos poucos as mulheres conquistaram carteira assinada e tiveram alguns direitos iguais aos homens. Além da jornada fabril, as mulheres não abandonaram seus lares e funções domésticas (AMORIM; BATISTA, 2011).

Foi no século XX que as mulheres entraram fortemente no mercado de trabalho. Após as duas Guerras Mundiais, as mulheres passaram a realizar funções antes cometidas somente por homens, visto que muitos deles foram enviados ao combate e outros foram mortos. Como consequência, as mulheres ganharam maior destaque no mercado de trabalho, até que em 1988, a mulher ganhou juridicamente a igualdade aos homens através da Constituição Federal (AMORIM; BATISTA, 2011).

Segundo dados do GEM (2016), o Brasil é um dos países com maior potencial

empreendedor. No quesito gênero, existe um equilíbrio na Taxa Específica de Empreendedorismo (TEA). Em 2016, o percentual de mulheres empreendedoras era de 19,9% enquanto 19,2% eram homens.

Outro dado muito importante estabelecido pelo GEM, é a Taxa Específica de Empreendimentos Estabelecidos (TEE). Em 2016, o Brasil alcançou uma TEE, em relação ao gênero, 19,6% entre homens e 14,3% entre as mulheres. Isso quer dizer que, a taxa de empreendimentos com mais de 42 meses de funcionamento é mais alta entre os homens. O que mostra a recente inserção de mulheres no mundo empreendedor e ainda está atrelada a condições como o preconceito de gênero no mundo dos negócios, que tradicionalmente é associado aos homens.

De acordo com o SEBRAE (2016), em 2014 o número de mulheres empreendedoras era de quase 8 milhões, aumento de quase 25% em relação ao ano de 2003, quando 6,3 milhões de mulheres eram empreendedoras. Destas mulheres, 15,8% possuem nível superior completo e 71,5% delas atuam nos setores de comércio e serviços.

A forma como as mulheres associam o contexto que vivem com as organizações, é um dos aspectos empreendedores mais vistos entre elas. As mulheres são capazes de considerar que a organização é formada por pessoas, e conseqüentemente, é um lugar cheio de emoções. Bem como, conseguem lidar com o poder, autoridade e com estrutura formal de maneira informal. Elas são capazes de integrar outras pessoas nas atividades que realizam (MACHADO, 2012).

Quadro 2: Tendências do comportamento gerencial por parte de mulheres empreendedoras

Objetivos	Estrutura	Estratégia	Estilo de Liderança
<ul style="list-style-type: none"> • Culturais e sociais • Segurança e satisfação no trabalho • Satisfação dos clientes • Responsabilidade social 	<ul style="list-style-type: none"> • Ênfase na cooperação • Baixo grau de formalismo • Busca de integração e de boa comunicação • Descentralização 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo inovativa • Busca de qualidade • Busca de sobrevivência e de satisfação geral • Conciliação trabalho e família 	<ul style="list-style-type: none"> • Poder compartilhado • Motivar os outros • Valorizar o trabalho de todos • Atenção às diferenças individuais

Fonte: Machado (2002, p.88).

O quadro mostra quais são as tendências gerenciais das mulheres empreendedoras, ilustrando as características de maior impacto percebidas pela autora, mostrando que a mulher por instinto, pensa mais no coletivo, com processos humanizados e não em um processo sistemático, pensando somente no bem-estar da empresa.

Uma empreendedora de sucesso, com um desenvolvimento diferenciado e inovador, precisa ter um bom relacionamento com clientes, colaboradores e a comunidade. Essas características são naturais das mulheres. A vontade de ajudar o próximo, a empatia e o comprometimento garantem êxito nos empreendimentos liderados por mulheres (AMORIM E BATISTA, 2011).

Gouvêa e Silveira (2008) estabeleceram em seu artigo, um estudo sobre empreendedorismo feminino. Nele revelaram quatro dimensões estratégicas a cerca deste tema, com base no estudo literário de William Gartner de 1985. As quatro dimensões do empreendedorismo feminino são: Individual, Ambiente, Organização e Processo.

Na dimensão Individual, a característica dominante foi a luta que as mulheres buscam para equilibrar a vida pessoal com a profissional. Para tanto, adotam algumas estratégias que diminuem a sobrecarga sobre elas e que ao mesmo tempo contribuem para o desenvolvimento da empresa, que é a delegação e a disseminação da visão entre os colaboradores. Ser mãe, dona de casa, esposa e empreendedora são habilidades características femininas, embora por vezes, seja estressante, pois deixam de dar atenção pros filhos. Contudo, as mulheres acreditam que empreender oferece algumas vantagens como realização, autonomia, liberdade e independência financeira, bem como a satisfação da atividade empreendedora em suas vidas (GOUVÊA; SILVEIRA, 2008).

Na dimensão Ambiente, a principal desvantagem no âmbito do empreendedorismo, diz respeito a função gênero. É visível a distinção e a inferioridade em relação aos homens, até mesmo no acesso a recursos financeiros para seu empreendimento. Comportamento este, que tem ligação direta a aspectos sociais e culturais. Contudo, segundo Amorim e Batista (2011), as mulheres estão cada vez mais assumindo características que antes eram somente comuns aos homens, como a liderança, a competitividade, a capacidade de assumir riscos, a ambição, a aceitação de mudanças e pensamento objetivo e analítico.

A dimensão Organização revela que os métodos escolhidos pelas mulheres tem relação direta no funcionamento de uma organização. As pessoas são a peça-chave em uma empresa. A valorização dos colaboradores e a relação com essas pessoas é de extrema importância para as mulheres. Além destas, preocuparem-se com custos e benefícios da expansão de suas empresas e a busca constante pelo equilíbrio na tomada de decisões. Amorim e Batista (2011)

complementam que a mulher consegue dar aos colaboradores uma sensação maior de acolhimento, respeito ao próximo, conseqüentemente melhorando o ambiente interno, que reflete no atendimento e na satisfação dos consumidores.

Na última dimensão Processo, é possível notar que as mulheres tem uma forma particular de interagir e agir com o mundo dos negócios. Elas adotam medidas próprias e não convencionais para começar um empreendimento. Elas, diferentes dos homens, tendem a não seguir uma sucessão de ações como: verificar a oportunidade de mercado, definir objetivos, obter recursos, comercialização de produtos e serviços e estruturar a empresa. As mulheres agem de maneira individual e característica. Segundo Amorim e Batista (2011, p.06) “essa capacidade dá às mulheres um ponto positivo rumo ao sucesso do empreendimento. Elas demonstram esse estilo peculiar de administrar, utilizando diferentes formas para conquista da sintonia entre a vida pessoal e a profissional”.

Amorim e Batista (2011, p.07) ainda finalizam que “a evolução dos tempos deixa cada vez mais evidente na mulher a mudança de suas necessidades, dando a ela uma motivação diferente, para atitudes a serem tomadas”. Para quem utiliza o empreendedorismo como fonte de renda e sustento, precisa de capacitação, apoio e motivação para buscar seu objetivo.

2.3 COMPETÊNCIAS

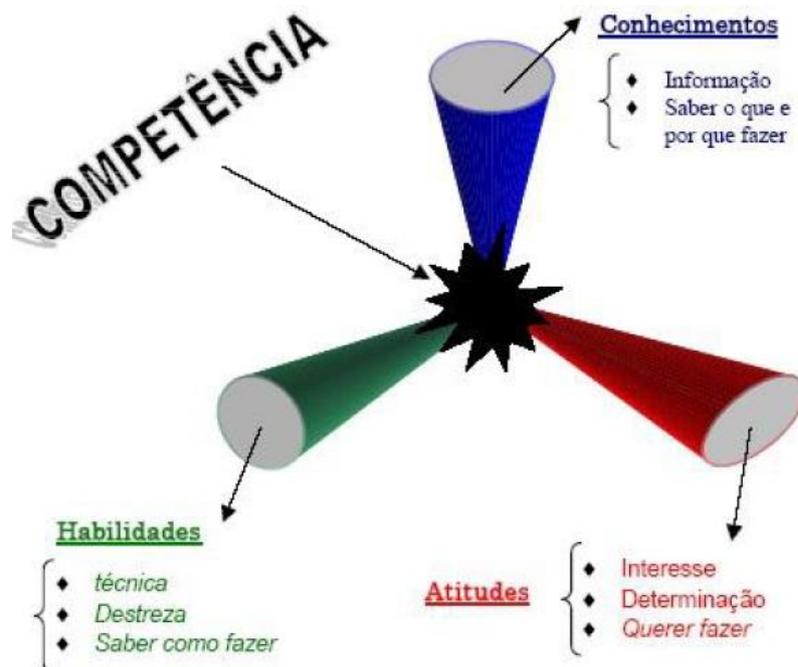
A definição de competência no âmbito organizacional teve seu início idealizado sob a perspectiva do homem. Em 1973, nos Estados Unidos, McClelland publicou o artigo “Testing for competence rather than intelligence”, que deu início ao debate sobre o assunto. De acordo com McClelland, a competência é uma característica implícita a uma pessoa, que pode estar relacionada com o desempenho superior em uma determinada situação ou na realização de uma tarefa. (FLEURY E FLEURY, 2004).

Saber ter atitudes em um contexto profissional, responder com legitimidade as situações que aparecem no dia a dia e ter *expertise* são atributos para quem tem competência:

Para que haja competência, é necessário colocar em ação um repertório de recursos conhecimentos, capacidades cognitivas, capacidades integrativas, capacidades relacionais, etc., as quais são colocadas à prova em desafios oriundos da concepção de novos projetos, dos problemas mais complexos, dos incidentes, das panes, etc., ou seja, através de situações-chaves é que o indivíduo pode colocar em prática os recursos da competência, e a partir daí aprender a utilizá-los de forma a ampliar as suas possibilidades de realização, tornando-se, portanto, mais apto (MEDEIROS E OLIVEIRA, 2009, p.03).

Oliveira (2015) acrescenta que a competência é exercida através do reflexo do próprio trabalho, deve-se trabalhar com pensamento crítico das ações realizadas. Cada eventualidade demanda a combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes específicas. Nesta mesma linha Fleury e Fleury (2004) trazem em seu estudo a visão de McClelland, que em 1973 segmentou as competências em três dimensões: competências de atitudes, de habilidades e de conhecimentos. Conforme figura abaixo:

Figura 2: As três dimensões da competência



Fonte: (Durand 1999 apud Fleury e Fleury 2004)

Ainda de acordo com os autores, a dimensão Atitude está ligada aos aspectos afetivos e sociais ligados ao trabalho, é o comportamento em relação a eventos e pessoas que determinam a direção de uma ação pessoal. A dimensão Habilidade são demonstrações de talentos pessoais na prática, é saber fazer algo produtivo com o conhecimento adquirido para atingir um objetivo específico. Já a dimensão Conhecimento é a união de uma série de informações estruturadas por um indivíduo, que permite que ele possa desempenhar uma tarefa.

Na visão de Carvalho et al (2008) o conceito de competência está focado em um conjunto de saberes:

Um atributo que se aplica a pessoas ou a organizações, em função de sua capacidade de realizar algo em conformidade com um determinado padrão de qualidade, requerendo a mobilização de saberes diversos – saber, saber fazer, e saber ser. É um atributo variável em espécie e intensidade. Existem diferentes competências (espécie), e cada uma delas pode ser maior ou menor (intensidade). Além disso, competências são relativas, uma vez que dependem não apenas de variáveis externas, situacionais (CARVALHO et. al., 2008, p. 42).

Para Dutra et.al. (2001) o conceito de competência pode ser atribuído a diferentes elementos. Um desses elementos é a organização. Para os autores as competências da organização originam-se do processo de desenvolvimento organizacional e concretiza-se no seu patrimônio de conhecimento, estabelecendo as vantagens competitivas da organização. Outro elemento são as pessoas, que possuem um conjunto de competências que podem ou não estar sendo utilizadas pela organização.

Para Fleury e Fleury (2004, p.45) o conceito de competência “é pensado como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que justificam um alto desempenho, na medida em que há também um pressuposto de que os melhores desempenhos estão fundamentados na inteligência e na personalidade das pessoas”.

Complementar a isso, Carletto, Francisco e Kovalski (2005, p.3252) acrescentam que a competência, portanto, “não se limita a uma quantidade de conhecimentos adquiridos pelo indivíduo, mas refere-se à capacidade da pessoa assumir a iniciativa, ir além das expectativas, ser hábil em entender e dominar novas situações no ambiente de trabalho, ser responsável e reconhecido por suas atitudes”.

A competência pode ser relacionada a um estoque de recurso detida pelos indivíduos e sua avaliação é feita com referência na posição ocupada pela pessoa e as tarefas que exerce. (FLEURY E FLEURY, 2004). Além do que, os indivíduos tem capacidade de desenvolver e aprimorar suas competências, na prática, repetindo, errando e acertando, ou ainda, por meio de treinamento (CARLETTO, FRANCISCO e KOVALESKI, 2005).

Na prática organizacional são as pessoas que transferem os conhecimentos à organização, adequam o contexto e concretizam as competências organizacionais. Para aprimorar o conhecimento da organização, os indivíduos devem validar e implementar ações, de maneira consciente, a fim de agregar valor e permitir vantagem competitiva a organização com o passar do tempo (DUTRA et.al., 2001).

Para finalizar, Oliveira (2015) reitera que a competência é vista na forma de trabalho do indivíduo. Para tanto, é necessário que ele utilize toda sua base de conhecimento para contestar os modos tradicionais de trabalho e aprimore o trabalho como um todo.

2.3.1 Competências Empreendedoras

Quando o assunto é empreendedorismo, remete a ideia de uma nova organização. Para se obter sucesso em um novo empreendimento, é necessário que na administração da empresa esteja uma pessoa preparada para o novo mercado e que tenha competências para dar andamento ao novo negócio. De acordo com Dornelas (2012) as habilidades necessárias para um empreendedor são classificadas como técnicas, gerenciais e pessoais.

Segundo o autor, nas habilidades técnicas o empreendedor precisa destacar-se no conhecimento técnico sobre a sua área de atuação, captação de informações, liderança, oratória e trabalho em equipe. Em relação as habilidades gerenciais, o empreendedor precisa saber lidar com finanças, marketing, produção, logística, tomada de decisões e negociação. Além de características pessoais como disciplina, habilidade de correr riscos, persistência, ser inovador e outras características específicas de cada indivíduo.

De acordo com Lenzi (2008, p. 45) “os estudos da área de administração vêm buscando incorporar as considerações acerca do perfil empreendedor ao contexto das competências”. Ainda não há estudo que confirmam se o indivíduo nasce com esse perfil ou se ele adquire ao longo do tempo por meio da aplicação diária de suas competências.

A pesquisa de Lenzi (2008) retrata alguns estudos feitos por autores sobre as competências empreendedoras. Um deles foi reproduzido por Dolabela em 1999, onde são elencadas atividades, características, competências e aprendizagens necessárias para que um empreendedor consiga atingir seus objetivos. Apesar de Dolabela apontar algumas competências empreendedoras como, concepção e pensamento sistemático, visão, ação, adaptação às pessoas e circunstâncias, ele não faz nenhuma referência sobre o método utilizado para chegar a essas competências e nem a fonte de seu estudo (MORALES, 2004).

Tanto Lenzi (2008) quanto Morales (2004) dão destaque para a pesquisa de Cooley, que foi realizada em 1990 com empreendedores independentes, que foi desenvolvido e apresentado aos fundadores de empresas do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento de Empreendedores (EMPRETEC).

Durante a fase da pesquisa do estudo feito por Cooley, para elaborar as competências:

[...] uma investigação inicial revelou que houve poucas tentativas rigorosas para identificar as CCE's³², particularmente no contexto de países em desenvolvimento. Consequentemente, tomou-se a decisão de conceder uma ênfase considerável à pesquisa da McBer³³ como fonte de CCE's para o programa de treinamento. Reconheceu-se também que existiam dificuldades e limitações inerentes envolvidas na pesquisa conduzida pela McBer. Por conseguinte, decidiu-se incluir CCE's identificadas pela pesquisa da McBer somente quando estas mesmas CCE's haviam

sido identificadas independentemente por outros autores, bem como conservar a opção de incluir CCE's por provas suficientes, ainda que essas CCE's não figurassem no resultados da McBer (COOLEY, 1990, p. 74 apud MORALES, 2004, p. 85).

A pesquisa de Specer (McBer Co.) era composta por 20 características básicas. Colley inicialmente incluiu mais 3 competências e por fim, consolidou para 10 competências, em razão de unir ou eliminar combinações de características (MORALES, 2004). Assim Colley (1990) define as seguintes competências empreendedoras:

Quadro 3: Competências Empreendedoras

CONJUNTO	COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO
Realização	Busca de oportunidade e iniciativa	Faz coisas antes de solicitado, antes de ser forçado pelas circunstâncias
		Age para expandir o negócio em novos mercados e produtos
		Aproveita oportunidades para começar um negócio, adquirir recursos financeiros e materiais
	Correr riscos calculados	Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente
		Age para mitigar riscos ou controlar os resultados
		Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados
	Exigência de qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor e/ou mais rápido e/ou mais barato
		Busca fazer coisas que satisfaçam ou excedam padrões de excelência
		Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar satisfação de expectativas de entrega, quanto a prazo e padrão de qualidade
	Persistência	Age diante de obstáculos
		Age repetidamente ou muda de estratégia para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo
		Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos
	Comprometimento	Faz sacrifícios pessoais ou despende esforços maiores que o comum para complementar tarefas

		Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, quando necessário para terminar algum trabalho
		Esforça-se para manter os clientes satisfeitos e prefere a boa vontade em longo prazo ao lucro em curto prazo
Planejamento	Busca de Informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes.
		Investiga pessoalmente sobre como fabricar um produto ou fornecer um serviço
		Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial
	Estabelecimento de metas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que tem significado pessoal
		Define metas em longo prazo, claras e específicas
		Estabelece metas em curto prazo que sejam mensuráveis
	Planejamento e monitoramento sistemáticos	Planeja dividindo tarefas de grande porte em tarefas menores com prazos definidos
		Revisa constantemente seus planos levando em consideração os resultados obtidos e mudanças de cenário.
		Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomada de decisões
Poder	Persuasão e rede de contatos	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros
		Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus objetivos
		Atua para desenvolver e manter relações comerciais
	Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controles externos
		Mantém seu ponto de vista mesmo diante de resultados inicialmente desanimadores e opiniões alheias
		Manifesta confiança em sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio

Fonte: Cooley (1990 apud Lenzi 2008).

No quadro, pode-se verificar que as competências estão divididas em três conjuntos de ações: realização, planejamento e poder. Esses conjuntos de ações indicam uma sequência de competências reconhecidas por comportamentos expressos pelo empreendedor diante dos

obstáculos enfrentados diariamente na organização (LENZI, 2008).

O primeiro conjunto diz respeito à Realização. Ele é formado das competências: busca de oportunidades e iniciativa, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, persistência e comprometimento. Na competência de busca de oportunidades e iniciativa, o empreendedor precisa ser proativo e procurar meios de expansão do negócio, bem como desenvolver capacidade para prognosticar os fatos que ocorrem na empresa, a fim de aplicar com efetividade as oportunidades que surgirem. Quando se fala em correr riscos calculados, o empreendedor precisa assumir desafios e responder por eles. É fundamental que ele busque e filtre o maior número de alternativas para tomar uma decisão com o menor índice de erros (ENDRES, 2015).

A competência de exigência de qualidade e eficiência exige do empreendedor que busque a melhor forma de realizar as ações. É preciso exceder padrões de excelência e fazer as coisas da forma mais barata e mais rápida, assegurando que o trabalho seja concluído a tempo e na qualidade igual ou até superior do que havia sido proposto inicialmente para com os clientes (PÔNCIO, 2016).

A competência de persistência está voltada ao desenvolvimento de habilidades do empreendedor em superar dificuldades para alcançar o sucesso da organização. É necessário que o empreendedor constantemente reavalie e insista em mudar o que foi planejado por ele anteriormente, para solucionar desafios que impeçam o atingimento de seus objetivos. Se comprometer envolve sacrifício pessoal, cuidado com clientes e colaboradores. A última competência desse grupo é percebida quando o empreendedor assume responsabilidades sobre seu sucesso ou fracasso, tem bom relacionamento com clientes e instiga a sua equipe para a conquista dos resultados (ENDRES, 2015).

O segundo conjunto de ações se refere a busca de informações, estabelecimento de metas e planejamento e monitoramento sistemáticos. A primeira competência desse grupo exige do empreendedor, dedicação para obter informações essenciais ao negócio. É preciso investigar qual a melhor maneira de fabricar um produto ou prestar um serviço. Para tanto o empreendedor tem a necessidade de interagir com o mercado e se preciso ouvir opiniões de especialistas (PÔNCIO, 2016).

O mesmo autor ainda fala da segunda competência desse conjunto, o estabelecimento de metas. Segundo Pôncio (2016) o empreendedor precisa saber aonde que chegar e de preferência registrar tudo o que precisa ser feito. As metas impulsionam o empreendedor. Este que precisa ter objetivos claros e específicos de longo e curto prazos. A última competência desse conjunto de ações é o planejamento e monitoramento sistemáticos. O empreendedor que

tiver tarefas desenvolvidas de maneira clara, objetiva e com prazos definidos, busca ter resultados mensurados e avaliados a fim de garantir a melhor tomada de decisão para sua empresa (ENDRES, 2015).

Por fim, o terceiro conjunto de ações relata as competências de persuasão e rede de contatos e independência e autoconfiança. Quanto a competência de persuasão e rede de contatos, o empreendedor precisa identificar capacidades em outras pessoas e trazer ela para sua rede de contatos, a fim de manter suas relações comerciais. Ter um bom networking é essencial á um bom empreendedor para auxiliar no atingimento de seus objetivos e desenvolvimento da organização (PÔNCIO, 2016). A última competência é a independência e autoconfiança. O empreendedor que despende dessa competência tem maior confiança em suas próprias opiniões do que nas das outras pessoas, ele é determinado e otimista e transmite confiança de sua capacidade (ENDRES, 2015).

São 10 as competências empreendedoras indicadas na pesquisa de Cooley. Um empreendedor que tem essas competências bem desenvolvidas tem maior habilidade e facilidade em perceber oportunidades de negócio, seja criando um negócio novo ou reinventado ou inovando um já existente (ENDRES, 2015).

Complementar a isso, Lenzi (2008, p. 48) afirma que as competências empreendedoras “devem ter um foco bem definido na busca de resultados por parte do profissional em prol da empresa. Embora nada possa garantir a assertividade na obtenção destes resultados, desenvolvê-las pode facilitar esse processo”. Os empreendedores podem ser considerados agentes transformadores de valores até mesmo de uma sociedade, por isso da importância de analisar a força das competências empreendedoras em pessoas ativas nessa função.

3 METODOLOGIA

Essa seção trata da apresentação e descrição dos procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento deste estudo, procurando atender o problema de pesquisa e seus objetivos, por meio de técnicas e métodos específicos.

Para Marconi e Lakatos (2010, p. 65) “o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

Sendo assim, os procedimentos adotados para essa pesquisa estão divididos em quatro etapas, sendo: classificação da pesquisa, população, técnica de coleta de dados e por fim, procedimento de análise e interpretação dos dados.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A classificação da pesquisa realizada no presente estudo é caracterizada como quantitativa. A pesquisa quantitativa mensura dados baseados em grandes amostras que geralmente envolvem alguma forma de análise estatística. Os achados por meio da pesquisa podem ser considerados conclusivos e auxiliam na recomendação de um curso final de ações (MALHOTRA, 2011).

Zamberlan et al. (2014) corrobora dizendo que a abordagem quantitativa considera tudo o que pode ser quantificável. Por meio de técnicas estatísticas, é possível traduzir em números, opiniões e informações, para poder serem classificados e analisados. O método quantitativo auxilia na investigação de relações de causa e efeito entre fenômenos e variáveis, sendo utilizado para descrever os fenômenos e sua explicação.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é caracterizada como uma pesquisa descritiva. Para Freire (2013, p. 56) a pesquisa descritiva “tem o objetivo de levantar as características conhecidas sobre elementos de análise para descrever em detalhes os componentes do fenômeno. É feita na forma de levantamento ou observação sistemáticos do fenômeno escolhido”. Na mesma linha, Gil (2010) complementa que esta pesquisa tem como objetivo descrever as características de uma população específica, buscando identificar relações entre os indivíduos e as variáveis em estudo.

Quanto aos meios a pesquisa é classificada como pesquisa de campo pois o objeto de estudo é abordada em seu próprio ambiente, tem cunho mais analítico e a coleta de dados é

feita onde o fenômeno ocorre e em suas condições naturais sem intervenção ou manuseio por parte do pesquisador (SEVERINO, 2007).

Para Vergara (2009) a pesquisa de campo refere-se a investigação de informações ou conhecimentos sobre um problema. Além de ser aplicada para obter informações e/ou conhecimentos sobre um determinado problema, para o qual se busca uma resposta (MARCONI; LAKATOS, 2010). Cabendo perfeitamente na pesquisa do referido estudo que teve sua coleta de dados por meio de questionários e entrevistas com mulheres empreendedoras.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

O universo ou população de uma pesquisa depende do assunto a ser investigado. É o conjunto de seres que possuem pelo menos uma característica em comum. Quando da necessidade de descobrir alguma característica específica de um grande grupo de indivíduos, faz-se necessário analisar somente parte dessa população ou universo (LAKATOS; MARCONI, 2011). Assim sendo, o universo ou população do presente estudo compreenderá as mulheres microempresárias da cidade de Seara – SC. De acordo com a Prefeitura Municipal de Seara, atualmente existem 1.610 empresas com CPNJ ativo e atuante.

A pesquisa é voltada ao empreendedorismo feminino da cidade de Seara – SC, mas como a busca pela informação de mulheres na gestão de empresas no referido município é restrita e no momento de inacessível obtenção, optou-se por calcular uma amostra sobre o número total da população.

Para melhor alcance dos objetivos propostos pelo estudo, será contatado um percentual dessa população, denominada amostra. Lakatos e Marconi (2010, p. 147) definem amostra como a “parcela convenientemente selecionada do universo (população), é o subconjunto do universo”. A amostra é a escolha de uma parte dentro do universo para representar o todo. A presente pesquisa utilizou uma amostra probabilística finita, visto que a população era conhecida e diferente de zero (GIL, 2010).

O estudo foi elaborado em duas fases. A primeira fase remete as mulheres empreendedoras no município de Seara – SC e é caracterizada como intencional, pelo propósito da pesquisa em caracterizar elementos de uma população. Na segunda fase, foi utilizado do método por acessibilidade, que não é estatístico, mas os elementos são selecionados pela facilidade de aproximar-se dos dados e procedimentos (VERGARA, 2009).

A amostra do estudo foi calculada por meio de probabilidade, para que se conseguisse obter uma amostra que representasse o número total de empresas no município de Seara – SC.

É evidente que número de empresas utilizado para calcular a amostra não é, em sua totalidade, gerido por mulheres, mas intencionalmente se utilizará desse dado, a fim de encontrar a amostra, pelo critério de acessibilidade. Assim, abaixo demonstra-se a fórmula para determinação do tamanho da amostra (n) com base na estimativa da proporção populacional de acordo com Martins (2011):

$$n = \frac{N \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2}{\hat{p} \cdot \hat{q} \cdot (Z_{\alpha/2})^2 + (N - 1) \cdot E^2}$$

Onde:

n = número de indivíduos na amostra

N = tamanho da população

$Z_{\alpha/2}$ = nível de confiança

p = estimativa de proporção

q = 1 - p

E = erro amostral

Do tamanho populacional de 1.610 empresas atuantes, foi utilizado um nível de confiança de 95% para se chegar a amostra, que representa em $Z_{\alpha/2}$ valor de 1,96. A estimativa de proporção (p) foi de 0,5 bem como o q e o erro amostral (E) utilizado foi de 10%. Resultando em 91 indivíduos na amostra para mensurar as competências empreendedoras nas mulheres microempresárias de Seara – SC.

3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados é a etapa da pesquisa que parte da aplicação de instrumentos e técnicas elaborados e selecionados, com a finalidade de coletar os dados previstos. É uma das partes que toma maior tempo do pesquisador. É necessário que o pesquisador seja rigoroso no controle da aplicação dos instrumentos para evitar possíveis erros (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Para este estudo, a coleta de dados foi realizada por meio de questionários. O questionário é um instrumento constituído por perguntas abertas ou fechadas ou de múltipla

escolha, que devem ser respondidas sem a presença do entrevistador (LAKATOS; MARCONI, 2010).

O questionário foi aplicado as mulheres empreendedoras por meio da plataforma eletrônica *Google Forms* devido a maior garantia e rapidez na obtenção das respostas, visto que de acordo com o perfil do público alvo o meio on-line é o que obtém maior sucesso. O questionário aplicado na presente pesquisa foi dividido em duas etapas. A primeira etapa é constituída de 14 perguntas de múltipla escolha, a fim de identificar o perfil das mulheres microempresárias, bem como de seu empreendimento.

A outra etapa do questionário consiste em pontuar 30 comportamentos, a fim de identificar a frequência que cada comportamento contribui para alcançar as competências empreendedoras e qual é a dificuldade que as mulheres têm para praticar essas competências. A pontuação utilizada para tratamento e análise de dados foi de 1 a 5, por meio da escala Likert. A escala terá variáveis de “nenhuma dificuldade”, “baixa dificuldade”, “média dificuldade”, “alta dificuldade” até “muito alta dificuldade”, respectivamente para mensuração dos dados obtidos a partir das respostas das microempresárias.

Negreiros (2011) destaca que a escala de Likert é baseada em uma ordem numérica de concordância ou discordância em relação às variáveis relacionadas ao objeto de estudo. Quanto maior o resultado, maior o grau em que o valor ou prática organizacional mensurada encontra-se presente na empresa avaliada.

3.4 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Análise e interpretação são atividades distintas, porém relacionadas. Enquanto a análise evidencia as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores, a interpretação procura dar um significado mais amplo às respostas, vinculando-as a outros conhecimentos (LAKATOS; MARCONI, 2010).

As autoras ainda complementam que a análise é realizada em três níveis: interpretação, explicação e especificação. É verificadas as relações entre as variáveis, depois é esclarecido sobre a origem das variáveis e por fim, explicitado sobre até que ponto as relações entre as variáveis são válidas. Já a interpretação, está voltada a dois aspectos importantes: construção de tipos, modelos e esquemas e ligação com a teoria. Primeiramente são determinadas as relações entre as variáveis de acordo com o problema e em seguida pressupõe-se uma definição em relação as alternativas disponíveis de interpretação da realidade social.

Nesse sentido a análise e interpretação dos dados da pesquisa se voltará a análise

correlacionada aos indicadores e competências das empresárias respondentes, utilizando resumos estatísticos, por meio de gráficos, tabelas e números e tomada de decisão através de conclusões sobre a amostra (MORAIS, 2005).

Por se tratar de uma pesquisa quantitativa, a análise dos dados foi feita com uso da estatística, não como um fim, mas como um instrumento para interpretação de dados. Foi utilizado de planilhas de Excel, a fim de distribuir frequências e encontrar medidas de posição, estas que são procedimentos para reduzir dados. As medidas de posição utilizadas nessa pesquisa foram, média, moda e mediana.

Lakatos e Marconi (2011) definem média como a soma de valores dividida pelo número total de valores distribuídos, é a medida de posição mais utilizada. A moda é o valor mais frequente em uma distribuição e a mediana é o valor central da distribuição.

Após a metodologia do estudo, são abordados na seção seguinte, os resultados e discussões.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta etapa são apresentados e analisados os resultados da pesquisa realizada. De acordo com os dados obtidos por meio do questionário aplicado à mulheres empresárias da cidade de Seara – SC, que mensurou por Escala Likert as competências empreendedoras dessas empresárias, por meio do modelo de Cooley do ano de 1990, a fim de responder aos objetivos propostos. O capítulo é composto da seguinte estrutura: perfil socioeconômico das mulheres empresárias, caracterização dos empreendimentos geridos por mulheres e competências empreendedoras nas mulheres empresárias do município de Seara – SC.

4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS MULHERES EMPRESÁRIAS

Para melhor visualização do perfil socioeconômico das mulheres empresárias do município de Seara – SC, foram elaboradas tabelas com descrições das características encontradas. Apresenta-se a seguir a Tabela 1, onde encontram-se dados sobre idade e estado civil das mulheres respondentes. A pergunta a respeito de gênero não foi questionada, visto que a pesquisa era voltada à mulheres. As perguntas de idade e estado civil foram realizadas em categorias para melhor análise das variáveis.

Tabela 1: Perfil das respondentes – Quanto à idade e estado civil

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
IDADE		
Até 18 anos	7	7,4%
Entre 19 a 24 anos	19	20,2%
Entre 25 a 34 anos	18	19,1%
Entre 35 a 44 anos	23	24,5%
Entre 45 a 54 anos	15	16,0%
55 anos ou mais	12	12,8%
TOTAL	94	100%
ESTADO CIVIL		
Casada	24	25,5%
Solteira	26	27,7%
Viúva	7	7,4%
União Estável	26	27,7%
Divorciada	11	11,7%
TOTAL	94	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

Na variável idade, o maior percentual se deu entre mulheres de 35 à 44 anos (24,5%), mas o número não é tão ascendente, visto que idades entre 19 a 24 anos corresponderam a 20,2% e idades entre 25 a 34, 19,1%. Podendo fundamentar o que diz a teoria, que afirma que mulheres estão no ambiente empreendedor há pouco tempo, por isso a maioria das respondentes está tem idades entre 19 e 44 anos (63,8%). Mulheres com idade acima de 55 anos correspondem a 12,8%, idades entre 45 a 54 anos, 16% e abaixo de 18 anos 7%. Dessas mulheres, 50 respondentes são casadas ou vivem em união estável (53,2%), apenas 7,4% são viúvas, 27,7% solteiras e 11,7% divorciadas.

Quanto ao grau de instrução, visto na Tabela 2 a seguir, a maioria das respondentes diz ter o ensino médio completo, 28 respondentes que representam 29,8%, seguido de ensino superior incompleto, 24,5% representando 23 respondentes. Um dado bastante positivo em relação ao grau de instrução é o baixo percentual de mulheres com ensino fundamental incompleto, somente 2,1% das respondentes não tem o 1º grau completo.

Tabela 2: Perfil das respondentes – Grau de Instrução

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
GRAU DE INSTRUÇÃO		
Ensino Fundamental Incompleto	2	2,1%
Ensino Fundamental Completo	6	6,4%
Ensino Médio Incompleto	19	20,2%
Ensino Médio Completo	28	29,8%
Ensino Superior Incompleto	23	24,5%
Ensino Superior Completo	13	13,8%
Pós Graduação	3	3,2%
TOTAL	94	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

A seguir, apresenta-se a tabela 3, onde consta o número de mulheres que possuem filhos e quantos filhos elas têm. A minoria das mulheres respondentes possuem filhos. Das reponpondentes 59,6% não tem filhos, enquanto 40,4% têm. Das 38 mulheres que tem filhos, 11 tem somente 1 filho (28,9%), 10 tem 2 filhos (26,3%) e 8 tem 3 filhos (21,1%). As outras 9 mulheres tem 4, 5 e 6 filhos, representando o menor percentual da categoria, característica das atuais famílias brasileiras.

Tabela 3: Perfil das respondentes – Quantidade de filhos

CATEGORIA	N° DE RESPOSTAS	%
TEM FILHOS		
Sim	38	40,4%
Não	56	59,6%
TOTAL	94	100%
SE SIM, QUANTOS?		
1	11	28,9%
2	10	26,3%
3	8	21,1%
4	4	10,5%
5	3	7,9%
6	2	5,3%
TOTAL	38	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

Mulheres jovens, comprometidas, com ensino médio completo e outras fazendo graduação, em sua maioria sem filhos, é o perfil das empresárias do município de Seara – SC. A seguir, são apresentadas as características dos empreendimentos geridos por essas mulheres, para depois analisar as suas competências empreendedoras.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS GERIDOS POR MULHERES

Em relação a caracterização dos empreendimentos geridos por mulheres no município de Seara – SC, a primeira pergunta do questionário procurava saber se o pai, a mãe, ambos ou nenhum deles, já foram ou são donos de um negócio próprio. A pergunta foi realizada com a intensão de saber se as empreendedoras femininas tinham algum tipo de influência familiar para abrirem seu próprio empreendimento.

De acordo com a resposta obtida, 50% das mulheres disseram que nem seu pai e nem sua mãe foram donos de algum empreendimento próprio. Já 27,7% das repostas que corresponde a 26 respostas, afirmaram que ambos – pai e mãe – já tiverem seu próprio negócio. Das respondentes positivas em relação a pergunta, 57,4% (27 mulheres) não trabalharam nos negócios da família. O que percebe-se é a vontade das mulheres em abrir seu próprio empreendimento, na maioria das vezes, sem influência da família ou sem ligação aos negócios da família, optando por ter seu empreendimento específico e particular.

Tabela 4: Características do Empreendimento – Pai e Mãe donos de Negócio Próprio

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
SEU PAI OU MÃE É OU FORAM DONOS DE NEGÓCIO PRÓPRIO		
Pai	13	13,8%
Mãe	8	8,5%
Ambos	26	27,7%
Nenhum	47	50,0%
TOTAL	94	100%
EM CASO POSITIVO, JÁ TRABALHOU NOS NEGÓCIOS DA FAMÍLIA		
Sim	20	42,6%
Não	27	57,4%
TOTAL	47	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

A categoria a seguir, diz respeito ao ramo de atividade de empresas de mulheres empreendedoras. No município de Seara – SC, as empresas de prestação de serviços são as que predominam 47,9%, representando 45 respostas. As empresas prestadoras de serviço são em sua maioria salões de beleza, clínicas de estéticas, costureiras e donas de pet shop. Logo em seguida, com 40 respostas (42,6%) vem o setor comercial, constituído em sua maioria por lojas de confecções, calçados e supermercados. E por fim o setor industrial, demonstrado aqui por 9 respostas (9,6%) e constituído principalmente por padarias.

Tabela 5: Características do Empreendimento – Ramo de Atividade

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
RAMO DE ATIVIDADE DA EMPRESA		
Industrial	9	9,6%
Comercial	40	42,6%
Prestação de Serviços	45	47,9%
TOTAL	94	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

No que diz respeito ao porte da empresa, as mulheres respondentes classificaram suas empresas conforme a percepção de cada uma, demonstrada na Tabela 6. Das respostas, 31 mulheres (33%) classificaram sua empresa como microempresa, 30 respostas (31,9%) como média empresa e 29 respostas (30,9%) como pequena empresa.

Tabela 6: Características do Empreendimento – Porte e Quantidade de Colaboradores

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
PORTE DA EMPRESA		
Microempresa	31	33,0%
Pequena	29	30,9%
Média	30	31,9%
Grande	4	4,3%
TOTAL	94	100%
QUANTIDADE DE COLABORADORES		
Nenhum	12	12,8%
Até 1 colaborador	19	20,2%
Entre 2 a 4 colaboradores	35	37,2%
Entre 5 a 7 colaboradores	18	19,1%
Entre 8 a 10 colaboradores	6	6,4%
Entre 11 a 15 colaboradores	1	1,1%
Entre 16 a 19 colaboradores	1	1,1%
Mais de 20 colaboradores	2	2,1%
TOTAL	94	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

Outra categoria questionada e apresentada na Tabela 6, foi referente a quantidade de colaboradores que cada empresa possui. As respondentes afirmaram que 70,2% das empresas possui até 4 colaboradores, 25,5% das empresas têm até 10 colaboradores, 2,2% possuem até 19 colaboradores e somente 2,1% tem mais de 20 colaboradores.

De acordo com o Sebrae, é possível definir o porte da empresa por meio do número de empregados. O Quadro 4, visto a seguir, revela a quantidade de funcionários necessária para definir o porte de um estabelecimento de acordo com cada setor – Comércio, Serviços e Indústria.

Quadro 4: Definição de porte de estabelecimentos segundo o número de empregados

Porte	Comércio e Serviços	Indústria
Microempresa (ME)	Até 9 empregados	Até 19 empregados
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	De 10 a 49 empregados	De 20 a 99 empregados
Empresa de médio porte	De 50 a 99 empregados	De 100 a 499 empregados
Grandes empresas	100 ou mais empregados	500 ou mais empregados

Fonte: SEBRAE (2013, p.17).

Por meio do quadro acima, é possível perceber uma distração nas respostas de algumas mulheres microempresárias. Em relação ao número de empregados da empresa, mesmo que fossem indústrias com mais de 20 colaboradores, o porte da empresa se encaixaria em Empresas de Pequeno Porte. Isso ocorre pelo desconhecimento de algumas mulheres em relação ao assunto, mas não as torna mais incapacitadas ou impossibilitadas de mudarem a visão perante a situação.

Além do número de funcionários, foi questionado as respondentes também, o tempo de funcionamento da empresa, que pode ser visto na Tabela 7. Poucas empresas têm menos de um ano de funcionamento e poucas também tem mais de mais de 10 anos. O maior número de empresas, 22,3% tem entre 25 a 36 meses, 15 empresas (16%) tem até 4 e até 5 anos, 14 empresas(14,9%) tem entre 6 e 10 anos e 10 empresas (10,6%) tem até 2 anos.

Tabela 7: Características do Empreendimento – Tempo de Funcionamento

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
TEMPO DE FUNCIONAMENTO		
Menos de 6 meses	5	5,3%
Entre 07 a 12 meses	4	4,3%
Entre 13 a 24 meses	10	10,6%
Entre 25 a 36 meses	21	22,3%
Entre 37 a 48 meses	15	16,0%
Entre 49 a 60 meses	15	16,0%
Entre 06 a 10 anos	14	14,9%
Entre 11 a 15 anos	3	3,2%
Entre 16 a 20 anos	6	6,4%
Mais de 20 anos	1	1,1%
TOTAL	94	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

Na Tabela 8 são apresentados resultados decorrentes da questão sobre faturamento da empresa das mulheres microempresárias de Seara – SC. Para melhor análise ele foi dividido em categorias de respostas. O faturamento bruto anual das empresas questionadas corresponde ao percentual de 77,6% de empresa com faturamento entre R\$ 10.000,01 a R\$ 100.000,00.

Tabela 8: Características do Empreendimento – Faturamento Bruto Anual

CATEGORIA	N° DE RESPOSTAS	%
FATURAMENTO BRUTO ANUAL		
Até R\$ 10.000,00	6	6,4%
Entre R\$ 10.000,01 a R\$ 25.000,00	19	20,2%
Entre R\$ 25.000,01 a R\$ 40.000,00	19	20,2%
Entre R\$ 40.000,01 a R\$ 60.000,00	18	19,1%
Entre R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00	17	18,1%
Entre R\$ 100.000,01 a R\$ 200.000,00	10	10,6%
Entre R\$ 200.000,01 a R\$ 360.000,00	4	4,3%
Mais de R\$ 360.000,01	1	1,1%
TOTAL	94	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

Das empresas questionadas, também, 14 delas tem de R\$ 100.000,01 a R\$ 360.000,00, 6 delas tem menos de R\$ 10.000,00 e somente 1 tem faturamento maior que R\$ 360.000,00. Isso demonstra que as mulheres do município de Seara – SC possuem empresas em sua maioria de comércio e prestação de serviços, empresas há pouco tempo no mercado, micro e pequenas empresas que refletem no faturamento. Correspondendo ao que diz a teoria, as mulheres estão inseridas no meio empreendedor a cada vez mais buscam seu espaço nesse ambiente.

Ainda referente ao questionário, a Tabela 9, retrata a seguinte pergunta feita às mulheres empreendedoras: Você se considera uma empreendedora? Nas respostas a grande maioria disse sim, 94,7% (89 respondentes) consideram-se empreendedora.

Tabela 9: Características do Empreendimento – Considera-se empreendedora

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
CONSIDERA-SE EMPREENDEDORA		
Não	5	5,3%
Sim	89	94,7%
TOTAL	94	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

A última pergunta voltada ao empreendimento foi se a empreendedora fez algum curso voltado ao empreendedorismo, visando melhorar seu desempenho e conseqüentemente da empresa. Pouco mais da metade das respondentes (53,2%) disse que não possui nenhum curso realizado, voltado ao empreendedorismo. Das 44 respondentes (46,8%) que possuem cursos voltados ao empreendedorismo, 21 mulheres (47,7%) fizeram o curso a menos de 5 anos. Outras 25% realizaram o curso antes de 2002, 18,2% entre 2003 e 2008 e as outras 9,1% responderam que o curso foi realizado entre 2009 e 2013, como pode ser visto na Tabela 10.

Tabela 10: Características do Empreendimento – Cursos de Empreendedorismo

CATEGORIA	Nº DE RESPOSTAS	%
POSSUI ALGUM CURSO VOLTADO AO EMPREENDEDORISMO		
Sim	44	46,8%
Não	50	53,2%
TOTAL	94	100%
SE SIM, QUANDO FOI?		
Antes de 2002	11	25,0%
De 2003 até 2008	8	18,2%
De 2009 até 2013	4	9,1%
De 2013 até 2018	21	47,7%
TOTAL	44	100%

Fonte: Dados primários, 2018.

Assim como a inserção das mulheres no meio empreendedor é recente, a busca por qualificação na área segue o mesmo parâmetro. Vindo ao encontro do grau de escolaridade que as mulheres empreendedoras apresentam. O número de respondentes com ensino superior completo, incompleto ou com pós-graduação é muito próximo ao número de respondentes com cursos na área.

4.3 COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS DAS MULHERES EMPRESÁRIAS

O questionário aplicado às mulheres empresárias do município de Seara – SC, continha em sua última parte, questões voltadas às competências empreendedoras, com base no estudo de Cooley de 1990. No total são 10 competências empreendedoras e cada competência é composta por três comportamentos que remetem a competência em questão. Cooley (1990) dividiu o seu modelo em três conjuntos de ação: Realização, Planejamento e Poder.

As respondentes classificaram de 1 à 5 as competências, de acordo com a Escala Likert variando as respostas entre: 1 - “nenhuma dificuldade”, 2 – “baixa dificuldade”, 3 – “média dificuldade”, 4 – “alta dificuldade” e 5 - “muito alta dificuldade”. Para melhor análise das competências, as tabelas apresentam dados de medidas de posição, conforme o quadro a seguir:

Quadro 5: Ilustração da escala utilizada

5	4	3	2	1
Muito Alta Dificuldade	Alta dificuldade	Média dificuldade	Baixa dificuldade	Nenhuma dificuldade

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

4.3.1 Conjunto Realização

O primeiro conjunto de ação, Realização, tem como primeira competência a busca de oportunidade e iniciativa. Conforme visto na Tabela 11, os comportamentos de uma empreendedora que remete a essa competência são: Fazer as coisas com antecipação, agir para expandir o negócio e aproveitar oportunidades para expansão do negócio.

Tabela 11: Medidas de Posição – Busca de oportunidade e iniciativa

		NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	5	4	3	2	1				
Busca de oportunidade e iniciativa	Faz coisas antes de solicitado, antes de ser forçado pelas circunstâncias	0	5	29	37	23	94	2,2	2	2
	Age para expandir o negócio em novos mercados e produtos	0	9	26	29	30	94	2,1	2	1
	Aproveita oportunidades para começar um negócio, adquirir recursos financeiros e materiais	2	6	21	35	30	94	2,1	2	2

Fonte: Dados primários, 2018.

Analisando a tabela 11 percebe-se que a média mais alta na competência busca de oportunidade e iniciativa, compete ao comportamento de fazer as coisas antes do solicitado e de ser forçado pelas circunstâncias com valor de 2,2.

Pôncio (2016) destaca que um bom empreendedor precisa antecipar-se aos fatos, propor soluções inovadoras e criar novas oportunidades de negócio antes de ser forçado por circunstâncias. Para ele, o empreendedor precisa ter coragem de encarar o desconhecido.

No comportamento, agir para a expansão do negócio em mercado e produtos, a escala que mais se repetiu entre as mulheres foi de nenhuma dificuldade. No geral, as medidas de posição calculadas para a competência de oportunidade e iniciativa, ficaram próximas a escala 2, que corresponde a baixa dificuldade que as mulheres sentem em dispor dessa competência.

Ainda no conjunto Realização, a segunda competência analisada refere-se a correr riscos calculados. Esta competência tem como comportamentos, avaliar alternativas e calcular riscos, agir para diminuir e controlar riscos e colocar-se em situações com risco moderado.

A média de respostas da escala ficou entre 2,2 a 2,4, com o maior valor no comportamento de avaliar alternativas e calcular riscos. Moda e mediana nessas competências obtiveram valor igual a 2, conforme observadas na Tabela 12.

Agir para controlar resultados, expor-se somente em situações que o risco é controlado e avaliar as alternativas para tomar decisões, são comportamentos necessários de um bom empreendedor. Tomar atitudes de forma pensada sem colocar tudo a perder, assumir desafios e responder por eles, são atitudes fundamentais que um empreendedor deve ter (PÔNCIO, 2016).

As medidas de posição calculadas para a competência de riscos calculados, geraram resultados próximos, que correspondem a escala de avaliação 2. As mulheres empreendedoras sentem baixa dificuldade em calcular os riscos que suas empresas correm, acreditando terem como controladas as situações de exposição ao risco.

Tabela 12: Medidas de Posição – Correr riscos calculados

COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Correr riscos calculados	Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente	1	16	24	27	26	94	2,4	2	2
	Age para mitigar riscos ou controlar os resultados	0	9	22	43	20	94	2,2	2	2
	Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados	4	13	20	30	27	94	2,3	2	2

Fonte: Dados primários, 2018.

Novamente no conjunto Realização, a terceira competência avaliada é a exigência de qualidade e eficiência. Esta competência tem três comportamentos característicos, encontrar maneiras de fazer as coisas da melhor forma, buscar coisas com padrões de excelência e desenvolver ou utilizar procedimentos que assegurem satisfação de entrega, prazo e qualidade.

Tabela 13: Medidas de Posição – Exigência de qualidade e eficiência

COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Exigência de qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor e/ou mais rápido e/ou mais barato	1	11	18	38	26	94	2,2	2	2
	Busca fazer coisas que satisfaçam ou excedam padrões de excelência	2	9	14	36	33	94	2,1	2	2
	Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar satisfação de expectativas de entrega, quanto a prazo e padrão de qualidade	0	4	16	25	49	94	1,7	2	1

Fonte: Dados primários, 2018.

Na Tabela 13 pode-se perceber as medidas de posição, média moda e mediana da

competência de qualidade e eficiência. O número que mais chama a atenção nessa tabela é a média de respostas, que o comportamento que envolve o desenvolvimento de procedimentos, satisfação nos quesitos entrega, prazo e qualidade. A média correspondente a esse comportamento é 1,7. Percebe-se que a maioria das mulheres respondentes não sente ou sente baixa dificuldade em exigir qualidade e eficiência em relação ao seu empreendimento.

Um empreendedor precisa estar disposto a fazer sempre mais e melhor. Ter ou fazer produtos e serviços que satisfaçam as expectativas do cliente, cumprir prazos e atender a um preço acessível são características que precisam ser melhoradas continuamente pelos empreendedores (ENDRES, 2015).

Na medida moda, a resposta que aparece mais vezes em um dos comportamentos da competência foi a escala 1. Fazendo perceber que, as mulheres, não sentem dificuldade em exigir qualidade, eficiência e satisfação em relação a entrega, prazo e qualidade de seus produtos e serviços.

A penúltima competência do conjunto Realização é a persistência. Ela tem como comportamentos específicos, agir diante dos obstáculos, agir para enfrentar desafios e superar obstáculos e assumir responsabilidades para o atingimento de metas e objetivos.

Tabela 14: Medidas de Posição – Persistência

COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Persistência	Age diante de obstáculos	1	8	21	38	26	94	2,1	1	2
	Age repetidamente ou muda de estratégia para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo	1	10	15	36	32	94	2,1	2	2
	Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos	1	6	18	30	39	94	1,9	2	1

Fonte: Dados primários, 2018.

Por meio da Tabela 14, é possível notar que valores correspondentes ao valor da média ficaram entre 1,9 e 2,1. A média mais alta foi percebida em dois comportamentos e condizem a alguma ação perante obstáculos e desafios. Ambos os comportamentos também tiveram valores iguais de moda, 2.

Pôncio (2016) afirma que o empreendedor precisa enfrentar desafios e obstáculos para buscar o sucesso da organização. Mudar estratégias e assumir responsabilidades requerem esforço de um empreendedor, pois ele precisa de diferentes formas alcançar seus objetivos.

É baixa a dificuldade encontrada pelas mulheres empreendedoras em agir diante de um desafio e assumir responsabilidades. A resposta mais vista em relação a competência da persistência, corresponde a escala 2 da avaliação das competências.

Por fim, a última competência do conjunto Realização, é o comprometimento. Este abrange três comportamentos essenciais, fazer sacrifícios pessoais ou esforços maiores para complementar tarefas, colaborar com os empregados para concluir algum trabalho, se esforçar para manter clientes satisfeitos, preferindo a boa vontade a longo prazo do que o lucro em curto prazo.

Tabela 15: Medidas de Posição - Comprometimento

		NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	5	4	3	2	1				
Comprometimento	Faz sacrifícios pessoais ou despense esforços maiores que o comum para complementar tarefas	1	13	7	22	51	94	1,8	2	1
	Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, quando necessário para terminar algum trabalho	0	7	15	38	34	94	1,9	1	2
	Esforça-se para manter os clientes satisfeitos e prefere a boa vontade em longo prazo ao lucro em curto prazo	0	11	10	30	43	94	1,9	2	1

Fonte: Dados primários, 2018.

A competência comprometimento, pode ser analisada por meio da Tabela 15 mostrada acima. A média resultante da pesquisa são 1,8 e 1,9 visto em dois comportamentos. Nessa competência, a escala 1 é percebida com mais frequência, visto que ela aparece em dois dos comportamentos, o de fazer sacrifícios para completar tarefas e o de esforço para manter a satisfação dos clientes.

Pôncio (2016) mostra a partir da teoria que, um bom empreendedor cumpre com seus compromissos, despense esforços, faz sacrifícios e colabora com seus funcionários para manter seus clientes satisfeitos e ganhar cada vez mais mercado.

Nessa competência, foi possível perceber que grande parte das mulheres não sente

nenhuma dificuldade em ceder um esforço a mais em prol de sua empresa, em ficar até mais tarde no trabalho, em dividir funções com os colaboradores e cumprir com o que promete.

A seguir, o Quadro 6 permite identificar as escalas de maior frequência no que se refere o primeiro conjunto de competências empreendedoras:

Quadro 6: Conjunto Realização – Escala de dificuldade

CONJUNTO	COMPETÊNCIA	ESCALA DE DIFICULDADE
Realização	Busca de Oportunidade e Iniciativa	Baixa Dificuldade
	Correr Riscos Calculados	Baixa Dificuldade
	Exigência de Qualidade e Eficiência	Baixa Dificuldade
	Persistência	Baixa Dificuldade
	Comprometimento	Nenhuma Dificuldade

Fonte: Elaborado pela autora, 2018

As mulheres empreendedoras do município de Seara – SC, por meio das respostas obtidas pelo questionário, garantem ter baixa e por vezes nenhuma dificuldade em praticar os comportamentos necessários que envolvem as competências empreendedoras. Os resultados obtidos até o momento são bem definidos, visto que o maior índice sempre se mantinha entre essas duas escalas, sendo que as outras escalas obtinham poucas respostas.

4.3.2 Conjunto Planejamento

O conjunto Planejamento é o segundo conjunto de ações, proposto pelo modelo de Colley (1990). Esse conjunto tem como primeira competência a busca de informações. Assim como as competências citadas anteriormente, essa competência também é caracterizada por três comportamentos, dedicação pessoal para a obtenção de informações de clientes, fornecedores e concorrentes, investigação pessoal sobre fabricação de um produto ou fornecimento de um serviço e consultar especialistas para obtenção de assessoria técnica ou comercial.

A Tabela 16 apresenta dados de média, moda e mediana das respostas obtidas através do questionário. Na medida média, os valores que apareceram ficaram entre 2,0 e 2,4, na mediana em todos os comportamentos o valor foi 2 e na moda em dois comportamentos o valor foi 2 e em outro 3.

Endres (2015) diz que a competência da busca de informações envolve a constante

atualização de dados sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio. O empreendedor precisa se envolver pessoalmente na investigação de mercado, a fim de conhecer novos produtos e serviços.

Tabela 16: Medidas de Posição – Busca de informações

COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Busca de Informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes.	2	9	22	32	29	94	2,2	2	2
	Investiga pessoalmente sobre como fabricar um produto ou fornecer um serviço	0	8	16	41	29	94	2,0	2	2
	Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial	2	12	29	27	24	94	2,4	2	3

Fonte: Dados primários, 2018.

A média mais alta corresponde ao comportamento que indica a consulta de especialistas e assessoria técnica ou comercial, a média nesse comportamento teve valor de 2,4. Bem como na média, na moda esse comportamento também teve valor mais alto. A escala de média dificuldade foi repetida mais vezes nas respostas fornecidas pelas mulheres. Em geral, é baixa a dificuldade das mulheres em buscar informações para melhorar seu empreendimento.

A segunda competência do conjunto de ações Planejamento é o estabelecimento de metas. Esta competência é caracterizada por três comportamentos, Estabelecimento de metas e objetivos desafiantes e com significado pessoal, definição de metas claras e específicas em longo prazo e estabelecimento de metas mensuráveis em curto prazo.

As médias percebidas nessa competência foram 2,3 para o primeiro comportamento, 2,4 para o segundo e 2,2 para o terceiro comportamento. O comportamento de definir metas em logo prazo claras e específicas foi o que teve maior média entre as mulheres respondentes.

O empreendedor precisa estabelecer objetivos claros para a empresa na visão de curto e médio prazo. Esses objetivos precisam ser desafiantes e capazes de mensurar com indicadores de resultado, para a empresa ter um propósito para alcançar (ENDRES, 2015).

A mediana teve valor igual (2) para todos os comportamentos, bem como a moda.

Pode-se compreender que as mulheres empreendedoras do município de Seara – SC, tem baixa dificuldade em estabelecer metas em seus empreendimentos.

Tabela 17: Medidas de Posição – Estabelecimento de metas

		NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	5	4	3	2	1				
Estabelecimento de metas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que tem significado pessoal	3	14	17	35	25	94	2,3	2	2
	Define metas em longo prazo, claras e específicas	2	14	23	32	23	94	2,4	2	2
	Estabelece metas em curto prazo que sejam mensuráveis	5	6	20	43	24	98	2,2	2	2

Fonte: Dados primários, 2018.

A terceira e última competência desse conjunto, refere-se ao planejamento e monitoramento sistemáticos. Esta competência tem três comportamentos específicos, planejamento de divisão de tarefas grandes em menores com prazos definidos, revisão de planos levando em consideração possíveis mudanças de cenário e resultados e manutenção de registros financeiros para utilizá-los na tomada de decisão.

Começando pela moda, os valores apresentados nos três comportamentos foi o mesmo (2), assim como a mediana que apresentou valor 2 em todos os comportamentos. demonstrando que, a partir dessas medidas, as respondentes sentem baixa dificuldade em planejar e monitorar sistemas.

Tabela 18: Medidas de Posição – Planejamento e monitoramento sistemáticos

COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Planeja dividindo tarefas de grande porte em tarefas menores com prazos definidos	0	6	28	34	26	94	2,1	2	2
	Revisa constantemente seus planos levando em consideração os resultados obtidos e mudanças de cenário.	1	16	22	28	27	94	2,3	2	2
	Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomada de decisões	1	5	19	40	29	94	2,0	2	2

Fonte: Dados primários, 2018.

Pôncio (2016) corrobora com a teoria dizendo que o planejamento é o mapa do empreendedor. É necessário planejar tarefas grandes em subtarefas com prazo estabelecido para alcançar um resultado mais preciso. O planejamento segundo ele é uma das competências mais difíceis de ser executadas por ser uma função conservadora.

A média mais alta percebida nessa competência é 2,3 e corresponde ao comportamento de revisão constante do planejamento, indo ao encontro do que o autor acima cita. Apesar da resposta da maioria das mulheres ser considerada baixa dificuldade em realizar o planejamento, o comportamento que mais teve valor de média mais alto confirma o mencionado na teoria.

A seguir, o Quadro 7 resume a escala de dificuldade de maior frequência no que tange o segundo conjunto de competências empreendedoras:

Quadro 7: Conjunto Planejamento – Escala de Dificuldade

CONJUNTO	COMPETÊNCIA	ESCALA DE DIFICULDADE
Planejamento	Busca de Informações	Baixa Dificuldade
	Estabelecimento de Metas	Baixa Dificuldade
	Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	Baixa Dificuldade

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

As mulheres empreendedoras do município de Seara – SC, por meio das respostas obtidas pelo questionário, garantem ter baixa dificuldade em praticar os comportamentos

necessários que envolvem as competências empreendedoras. Os resultados obtidos no conjunto Planejamento permitem notar que, consoante o primeiro conjunto, o que predomina é a escala de baixa dificuldade em praticar as competências empreendedoras, bem como as demais escalas obtiveram poucas respostas.

4.3.3 Conjunto Poder

O último conjunto de ações proposto pelo modelo de Cooley (1990), é formado por duas competências: persuasão e rede de contatos e independência a autoconfiança. A primeira dessas competências é caracterizada por três comportamentos, utilização de estratégias para influenciar e persuadir os outros, utilização de pessoas chave para o atingimento dos objetivos e atuação para desenvolver e manter relações comerciais.

Nessa competência, em relação a moda, o valor referente ao comportamento de utilização de estratégias para influenciar os outros, corresponde a 3, bem como o comportamento de utilização de pessoas chave para atingir objetivos. O último comportamento dessa competência, a atuação para desenvolver relações comerciais, tem 1 como valor de moda, conforme visto na Tabela 19:

Tabela 19: Medidas de Posição – Persuasão e rede de contatos

COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Persuasão e rede de contatos	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros	1	13	30	29	21	94	2,4	2	3
	Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus objetivos	0	13	31	25	25	94	2,3	2	3
	Atua para desenvolver e manter relações comerciais	3	4	28	28	31	94	2,1	2	1

Fonte: Dados primários, 2018.

Endres (2015) diz que o empreendedor precisa criar estratégias de relacionamento com pessoas chave para alcançar os objetivos de seu negócio e para conseguir apoio aos seus projetos. É necessário ter boa relação comercial e desenvolver a rede de contatos.

A mediana nos três comportamentos da competência de persuasão e rede de contatos

teve valor 2. Já a média teve valores de 2,4 no primeiro comportamento, 2,3 no segundo comportamento e 2,1 no terceiro comportamento. Em relação a média as mulheres empreendedoras respondentes possuem baixa dificuldade em persuadir as pessoas e formar uma rede de contatos.

Por fim, a última competência analisada, do conjunto Poder, é a independência e autoconfiança. Esta competência é caracterizada também, por três comportamentos: buscar autonomia em relação a norma e controles externos, manter seu ponto de vista diante de resultados desanimadores e opiniões alheias e manifestar confiança em sua própria capacidade quando completar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio.

A Tabela 20 reflete os resultados obtidos segundo a competência de independência e autoconfiança. Com base na média é possível perceber que a menor média, que tem valor 2,0, corresponde ao comportamento de manutenção de ponto de vista mesmo diante de resultados não muito bons. Na sequência, a manifestação de autoconfiança em completar uma tarefa, tem valor de média de 2,1 e, por fim, a o comportamento de buscar autonomia em relação a normas e controles externos, tem média com valor 2,2.

Tabela 20: Medidas de Posição – Independência e autoconfiança

		NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
COMPETÊNCIA	COMPORTAMENTO	5	4	3	2	1				
Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controles externos	0	9	21	42	22	94	2,2	2	2
	Mantém seu ponto de vista mesmo diante de resultados inicialmente desanimadores e opiniões alheias	1	7	17	37	32	94	2,0	2	2
	Manifesta confiança em sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio	1	15	13	27	38	94	2,1	2	1

Fonte: Dados primários, 2018.

Pôncio (2016), reitera que o empreendedor precisa manter o ponto de vista diante de resultados desanimadores. Ele precisa expressar confiança em sua capacidade pessoal de completar uma tarefa difícil e se manter sempre otimista.

A mediana teve valor 2 em todos os comportamentos e a moda teve valor 2 nos dois

primeiros comportamentos e valor 1 no terceiro comportamento. Em geral, as mulheres responderam em sua maioria, a partir do questionário, que sentem baixa dificuldade em ser independentes e autoconfiantes.

No Quadro 8 a seguir, é possível perceber a escala que teve maior frequência, no que se refere o terceiro e último conjunto de competências empreendedoras:

Quadro 8: Conjunto Poder – Escada de Dificuldade

CONJUNTO	COMPETÊNCIA	ESCALA DE DIFICULDADE
Poder	Persuasão e Rede de Contatos	Média e Baixa Dificuldade
	Independência e Autoconfiança	Baixa Dificuldade

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

As mulheres empreendedoras do município de Seara – SC, por meio das respostas obtidas pelo questionário, afirmam ter média e baixa dificuldade em praticar os comportamentos necessários que demandam as competências empreendedoras. Os resultados obtidos no conjunto Poder, possibilitam compreender que, acordante aos outros dois conjuntos de ações, a escala predominante é a de baixa dificuldade em praticar as competências empreendedoras.

É possível perceber também que as escalas de alta e muito alta dificuldades, tiveram em todas as competências o menor índice de respostas. As medidas de posição (média, moda e mediana), permitiram maior compreensão na análise dos resultados, possibilitando que as respostas decorrentes do questionário fossem discutidas e explanadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ambiente empreendedor atual tem como base uma construção histórica que predominou a desigualdade de gêneros. A mulher sempre teve sua imagem voltada ao lar, ao cuidado com a casa e com os filhos. Lentamente essa concepção foi sendo modificada e atualmente sente os reflexos dessa mudança.

O empreendedorismo ganha cada vez mais espaço no cenário mundial e consiste em transformar ideias em oportunidades, envolvendo pessoas e processos. O ato de empreender dá a noção de que algo novo será criado, remetendo a riscos e também recompensas por essa prática. O empreendimento precisa ser algo sustentável, sólido e efetivo devido a alta competitividade atual das empresas.

Um bom empreendimento necessariamente precisa de um bom empreendedor. Um empreendedor de sucesso precisa ter habilidades isoladas e também saber trabalhar em grupo. É imprescindível que o empreendedor tenha visão de seu negócio e do mercado em que está inserido, seja inovador e autoconfiante.

Atualmente o universo empreendedor está sendo ocupado, cada vez mais, por mulheres. Elas estão assumindo postos e abrindo suas empresas com uma frequência cada dia maior e mudando a visão ultrapassada que antes era tida sobre elas.

Diante disso, a presente pesquisa teve como objetivo analisar as competências empreendedoras das mulheres empresárias de Seara- SC. A fim de atender o objetivo principal a pesquisa teve caráter quantitativo desenvolvida por meio de questionário aplicado às mulheres com base no modelo desenvolvido por Cooley (1990). Este modelo elenca três conjuntos de ações formados por dez competências empreendedoras e cada competência empreendedora é caracterizada por três comportamentos.

A pesquisa foi respondida por 94 mulheres, destas 63,8% tem idades entre 19 a 44 anos, 53,2% delas são casadas ou vivem em união estável e 38,3% tem ensino superior completo ou está cursando. Das mulheres respondentes 59,6% não tem filhos. As que possuem, representam 55,2% e tem no máximo 2 filhos. Respondendo assim, os objetivos específicos da pesquisa, apresentar e descrever o perfil empreendedor das mulheres empresárias de Seara – SC.

A fim de responder mais um dos objetivos específicos, o questionário contou com perguntas fechadas e de múltipla escolha, com a intenção de caracterizar os empreendimentos geridos por mulheres empreendedoras do município de Seara – SC. De acordo com as respostas obtidas, 47,9% das empresas atuam no setor de prestação de serviços, 42,6% no

setor comercial e 9,6% no setor industrial. Quando ao porte das empresas pesquisadas, as mulheres respondentes classificaram suas empresas da seguinte maneira: 33% como microempresas, 31,9% como média empresa e 30,9% como pequena empresa. Dessas respostas, 70,2% das empresas e constituída por até 4 colaboradores.

Em contrapartida a isso, um estudo do Sebrae (2013) voltado ao porte da empresa segundo o número de empregados, comprova que as empresas de médio porte, no setor de serviço e comércio, precisam ter entre 50 a 99 empregados e no setor da indústria entre 100 a 499 empregados, revelando o pequeno equívoco de percepção das respondentes. Em relação ao tempo de funcionamento, 22,3% das empresas está em atividade entre 25 a 36 meses, 16% entre 4 e 5 anos, 14,9% entre 6 e 10 anos e 10,6% está em funcionamento em até 2 anos. Das empresas questionadas, 77,6% possuem faturamento entre R\$10.000,01 e R\$ 100.000,00.

Quando questionadas se consideram- se empreendedoras 94,7% foram positivas na resposta. Entre elas 46,8% já fez algum curso voltado ao empreendedorismo e desse percentual 47,7% realizou o curso há menos de cinco anos. Sobre ter influência familiar na criação de um novo empreendimento 50% das mulheres afirmam que nem o pai e nem a mãe já tiveram negócio próprio e 27,7% dizem que tanto o pai quanto a mãe, tem ou já tiveram seu próprio negócio. Das que disseram ter pai ou mãe com empreendimento, 57,4% nunca trabalharam nos negócios da família, optando por ter seu empreendimento particular e específico.

Para cumprimento e verificação do último objetivo específico, foram analisadas as competências empreendedoras das mulheres empresárias do município de Seara – SC, por meio de questionário com base no estudo de Cooley (1990). São dez competências empreendedoras, divididas em três conjuntos de ação e cada competência possui três comportamentos. No total foram 30 variáveis que foram classificados pelas respondentes de acordo com Escala Likert, variando de 1 a 5, sendo 1 nenhuma dificuldade, 2 baixa dificuldade, 3 média dificuldade, 4 alta dificuldade e 5 muito alta dificuldade.

O primeiro conjunto, de Realização, é composto por cinco competências empreendedoras: busca de oportunidade e iniciativa, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, persistência e comprometimento. As escalas de dificuldade mais apuradas nesse conjunto foram baixa e nenhuma dificuldade, demonstrando que, as mulheres questionadas, não sentem dificuldades expressivas no que se refere a realização de ações em prol de seu empreendimento.

O segundo conjunto, de Planejamento, é composto por cinco competências empreendedoras: busca de informações, estabelecimento de metas e planejamento e

monitoramento sistemáticos. As escalas de dificuldade exclusivamente constatadas nesse conjunto foram baixa dificuldade, fazendo compreender que além de não sentir dificuldades em realizar ações para seu empreendimento, as mulheres não sentem dificuldades também, em planejar ações que melhorem seu empreendimento.

Por fim, o último conjunto, o de Poder, é composto por duas competências empreendedoras: persuasão e rede de contatos e independência e autoconfiança. As escalas de dificuldade verificadas nesse conjunto de ações foram média e baixa dificuldade em atribuir poder ao seu empreendimento, possibilitando compreender que as mulheres microempresárias conseguem sem significativa dificuldade realizar, planejar e atribuir poder ao seu empreendimento.

Enfim, com a presente pesquisa foi possível notar que as mulheres empresárias do município de Seara – SC tiveram a escala de baixa dificuldade como escala predominante. Constatando que é notória a luta diária pela inserção de mulheres no ambiente empreendedor e que elas possuem competências suficientes e determinantes para ter um empreendimento de sucesso. Cada vez mais, a mulher se torna livre e independente e capaz de mostrar o seu potencial. O preconceito da mulher no ambiente de trabalho, ocupando cargos máximos ou ainda sendo empreendedora, é presente, mas cada vez mais vai perdendo a força. A capacidade de um ser humano não pode ser mensurada pelo seu gênero, mas sim das competências que ele apresenta.

5.1 LIMITAÇÕES E PROPOSTAS DE ESTUDOS

No decorrer do trabalho foram encontradas algumas limitações que ocorreram na fase de coleta de dados. A pesquisa utilizou somente o método de Colley (1990) para analisar as competências empreendedoras das mulheres. Por não haver abertura para outras perguntas nesse estudo, as respostas foram limitadas, não aprofundando em outros pontos específicos e respostas compostas por opiniões diferentes em relação ao tema abordado.

A partir da realização da presente pesquisa sugere-se que novos estudos sobre o tema sejam realizados em regiões diferentes, com o propósito de explorar a realidade de outros municípios. Sugere-se também que a pesquisa seja realizada com outro gênero a fim de comparar os resultados, pretendendo saber se o gênero influencia nas competências empreendedoras.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento**. 2011. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 25 maio 2018.

ANDRADE, Aurea Lucia Silva; GONTIJO, Carla Matias; FRANÇA, Paula de Barcelos. **Gestão do Agronegócio Familiar: Estudo de Caso da Fazenda Paraíso**. Revista Brasileira de Gestão e Engenharia. Número III 2011. Disponível em <http://www.periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia> Acesso em 22 abr. 2018

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

CARLETTO, Balduir; FRANCISCO, Antonio Carlos de; KOVALESKI, João Luiz. Competências essenciais: contribuições para o aumento da competitividade. **Xxv Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, Porto Alegre, out./nov.2005, p.3250-3257.

CARVALHO, Ieda Maria Vecchioni; PASSOS, Antônio Eugênio Valverde Mariani; SARAIVA, Suzana Barros Corrêa. **Recrutamento e seleção por competências**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

CELLA, Daltro. **Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso de um empreendedor rural**. 2002. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

CRESWELL, John W.. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010. 296 p. Tradução: Magda França Lopes; Consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição Dirceu da Silva.

DIAS, T. R. F. V.; NARDELLI, P. M.; VILAS BOAS, A. A. **Competências empreendedoras: Um estudo sobre os empreendedores ganhadores do prêmio TOP Empresarial**. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E

GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 5, 2008. São Paulo. **Anais...** São Paulo/SP: EGEPE, 2008.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor:** Empreender como uma opção de carreira. São Paulo: Pearson, 2009.

DREHER, Marialva Tomio; SCHMIDT, Carla Maria. Cultura Empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. **Revista de Gestão Usp**, São Paulo, v. 15, n. 1, p.1-14, jan./ mar. 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 260 p.

DUTRA, Joel Souza et al. **Gestão por Competências:** um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas. 10. ed. São Paulo: Gente, 2001. 130 p.

ENDRES, Veridiane. **As 10 Características de um Empreendedor de Sucesso, segundo ONU e SEBRAE.** 2015. Disponível em: <<http://www.digai.com.br/2015/07/10-caracteristicas-de-um-empresendedor-de-sucesso-segundo-onu-e-sebrae/>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

ESPINHA, Pedro Guena; MACHADO, Hilka Vier. Empreendedorismo e Franchising: uma combinação que garante a sobrevivência?. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 4, p.131-153, jul./ago. 2010.

FLEURY, A ., FLEURY, M. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. São Paulo: Atlas, 2001. _____;_____. Alinhando estratégia e competências. **Revista RAE**, São Paulo, v. 44, n.1, p.44-57, 2004.

FREITAS, Ernani Cesar de; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do Trabalho Científico:** Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2. ed. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013. 277 p.

GOMES, Almiralva Ferraz. O Perfil Empreendedor de Mulheres que Conduzem seu Próprio

Negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista - BA. **Revista Alcance**, Bahia, v. 11, n. 2, p.207-226, mai./ago. 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil - 2016**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzka de; SILVEIRA, Amélia. Empreendedorismo Feminino: Mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração Faces Journal**, Minas Gerais, v. 7, n. 3, p.124-138, jul/set.

Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194016885008>>. Acesso em: 25 maio 2018.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A.. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 664 p. Tradução de: Teresa Cristina Felix de Sousa.

LAGO, Adriano et al. Potencialidades e espaços ao empreendedorismo. **Revista do Departamento de Ciências Econômicas, do Departamento de Ciências Administrativas e do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade de Santa Cruz do Sul.**, Santa Cruz do Sul, n. 45, p.78-101, jan./jun. 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de Pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LENZI, Fernando César. **Os Empreendedores Corporativos nas Empresas de Grande Porte dos Setores Mecânico, Metalúrgico e de Material Elétrico/Comunicação em Santa Catarina**: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências. 2008. 126 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

LIMA, Charles Carminati de et al. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: O caso das agroindústrias familiares em Rondônia. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, São Paulo, v. 5, n. 2, p.49-74, maio/ago. 2015.

MACHADO, Hilka Vier. **Identidade Empreendedora de Mulheres no Paraná**. 2002. 192 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/84447>>. Acesso em: 25 maio 2018.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: foco na decisão**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 134 p.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing: metodologia/ planejamento**. 6. ed. – 4. reimpressão. São Paulo: Atlas, 2011.

MEDEIROS, Ana Carolina Peixoto; OLIVEIRA, Lucia Maria Barbosa de. Análise das Competências de Ensino Relevantes ao Bom Desempenho Docente: Um Estudo de Caso. In: XXXIII ENCONTRO DA ANPAD, 33., 2009, São Paulo. **Análise das Competências de Ensino Relevantes ao Bom Desempenho Docente**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1 - 16.

MORAIS, Carlos. **Escalas de medida, estatística descritiva e inferência estatística**. Bragança: Escola Superior de Educação, 2005. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/7325>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

MORALES, Sandro Afonso. **Relações entre Competências e Tipos Psicológicos Junguianos nos Empreendedores**. 2004. 199 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

NEGREIROS, Daniel Pinto. **A cultura organizacional identificada através dos valores e das práticas organizacionais**. 2011.86 f. Dissertação (Mestrado em Administração)- Universidade Potiguar, Rio Grande do Norte, 2011.

OLIVEIRA, Clarissa Araújo de. **Empreendedoras Natalenses: competências, conhecimentos, habilidades e atitudes**. 2015. 70 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/2768>>. Acesso em: 25 maio 2018.

OLIVEIRA, José Roberto Cajaíba de; SILVA, Wendel Alex Castro; ARAÚJO, Elisson Alberto Tavares. Características comportamentais empreendedoras em proprietários de MPES longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha/MG. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v.15, n. 5, p.102-139, set./out. 2014.

PÔNCIO, Rafael José. **As 10 CCEs - Características Comportamentais do Empreendedor**. 2016. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/empreendedorismo/as-10-cces-caracteristicas-comportamentais-do-empreendedor/98830/>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

RUAS, Roberto Lima. Gestão por competências: uma contribuição à estratégia das organizações. In: RUAS, Roberto Lima, ANTONELLO, Claudia Simone, BOFF, Luiz Henrique (org.). **Aprendizagem organizacional e competências**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SANTOS, D.c.l.p. et al. Empreendedorismo Sustentável: Perfil dos produtores da feira agroecológica da orla de Olinda - PE. **Holos**, Pernambuco, v. 2, n. 29, p.148-160, abr. 2013.

SARKAR, Soumodip. **O empreendedor individual: Faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elseiver, 2008.

SCHMIDT, Carla Maria et al. O empreendedorismo coletivo no contexto do turismo rural sustentável: uma experiência do Sul do Brasil. **Pasos: Revista de Turismo e Patrimônio Cultural**, Espanha, p.1116-1174, out. 2016.

SEBRAE. **Anuário no trabalho da micro e pequena empresa**. 6. ed. São Paulo: Dieese, 2013. 288 p. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/Anuario do Trabalho Na Micro e Pequena Empresa_2013.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf)>. Acesso em:

10 jun. 2018.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

ZAMBERLAN; Luciano (org.) et al. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2014.

ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Org.). **Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Pioneira, 2000.

APÊNDICE I- TERMO DE CONSENTIMENTO

ANÁLISE DAS COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS DE MICROEMPRESÁRIAS DO MUNICÍPIO DE SEARA – SC

Prezada Empreendedora,

Você está convidada para participar da pesquisa “Empreendedorismo Feminino: Competências que Compõe o Perfil Empreendedor de Microempresárias situadas no município de Seara - SC”, coordenado pela Profª Drª Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta. O referido estudo compõe o meu Trabalho de Conclusão de Curso para a obtenção do título de Bacharel em Administração pela Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), campus Chapecó.

O objetivo central do estudo é analisar quais são as competências que compõe o perfil empreendedor, tanto assertivamente quanto negativamente, das mulheres microempresárias do município de Seara - SC. Sua participação não é obrigatória e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar. Você não receberá remuneração e nenhum tipo de recompensa nesta pesquisa, sendo voluntária sua cooperação.

A participação consistirá em responder um questionário. As informações obtidas durante essa pesquisa serão analisadas de modo coletivo e é assegurado o sigilo sobre sua participação, em nenhum momento do questionário será perguntado questões que divulguem sua função ou identidade, preservando ao máximo a imagem da empreendedora.

Logo abaixo constam e-mail e telefone da pesquisadora. Com eles, você pode tirar dúvidas sobre sua participação, agora ou a qualquer momento.

Caso tenha interesse em participar da pesquisa, favor assinalar o campo abaixo “Sim, estou ciente e desejo participar”, passando desta forma para a próxima tela onde estarão as perguntas a serem respondidas. Do contrário, caso não queira fazer parte do referido estudo, favor assinalar o campo “Não desejo participar”.

Desde já agradeço a sua colaboração!

Chapecó- SC, junho de 2018

Monalisa Mosconi

Graduanda em Administração pela UFFS, campus Chapecó.

Contato Tel: (49) 9 8816-9202

E-mail: monalisa.mosconi@hotmail.com

Você aceita participar da pesquisa?

Sim, estou ciente e aceito participar.

Não desejo participar.

APÊNDICE II – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS - QUESTIONÁRIO

Seguindo o modelo adaptado de questionário do autor LENZI (2008), doutor formado pela Universidade de São Paulo, com base nos estudos feitos por Cooley (1990). A pesquisa identificará o perfil de competências empreendedoras das microempresárias e também da personalidade destas mulheres.

Toda a pesquisa será sigilosa e resultado nenhum individual será divulgado. Apenas a respondente terá acesso ao resultado individual no fim de toda a pesquisa.

PARTE 1: QUESTIONÁRIO INDIVIDUAL - DADOS GERAIS

Olá!

Este questionário tem o objetivo de identificar o grau de Competências Empreendedoras das Mulheres Microempresárias do Município de Seara – SC. As frases abaixo referem-se ao seu perfil socioeconômico e seu comportamento resultante das ações das competências empreendedoras.

Indique a opção que reflita da melhor maneira as suas características individuais:

Faixa etária?

- () Até 18 anos
- () Entre 19 a 24 anos
- () Entre 25 a 34 anos
- () Entre 35 a 44 anos
- () Entre 45 a 54 anos
- () 55 anos ou mais

Estado civil?

- () Casada
- () Solteira
- () Viúva
- () União Estável
- () Divorciada
- () Outros

Tem filhos?

- Sim. Quantos: _____
- Não

Seu grau de instrução?

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação

Seu Pai ou Mãe é ou foram donos de Negócio Próprio?

- Pai
- Mãe
- Ambos
- Nenhum

Em caso positivo, já trabalhou nos negócios da família?

- Sim
- Não

Qual é o ramo de atividade de sua empresa?

- Industrial
- Comercial
- Prestação de Serviços
- Outros

Qual é o porte de sua empresa?

- Microempresa
- Pequena
- Média
- Grande

Há quanto tempo sua empresa está em funcionamento?

- Menos de 6 meses
- Entre 07 a 12 meses
- Entre 13 a 24 meses
- Entre 25 a 36 meses
- Entre 37 a 48 meses
- Entre 49 e 60 meses
- Entre 6 a 10 anos
- Entre 11 a 15 anos
- Entre 16 a 20 anos
- Mais de 20 anos

Quantos colaboradores a sua empresa possui?

- Nenhum
- Até 1 colaborador
- Entre 2 a 4 colaboradores
- Entre 5 a 7 colaboradores
- Entre 8 a 10 colaboradores
- Entre 11 a 15 colaboradores
- Entre 16 a 19 colaboradores
- Mais de 20 colaboradores

Em média, qual o faturamento bruto anual da empresa:

- Até R\$ 10.000,00
- Entre R\$ 10.000,01 a R\$ 25.000,00
- Entre R\$ 25.000,01 a R\$ 40.000,00
- Entre R\$ 40.000,01 a R\$ 60.000,00
- Entre R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00
- Entre R\$ 100.000,01 a R\$ 200.000,00
- Entre R\$ 200.000,01 a R\$ 360.000,00
- Mais de R\$ 360.000,01

Considera-se uma empreendedora? Sim Não**Já participou de algum curso voltado a formação empreendedora?** Sim Não**Em caso positivo, quando foi? _____ (ano)****PARTE 2: QUESTIONÁRIO SOBRE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS**

Indique o seu grau de dificuldade em realizar ações que mensurem as competências empreendedoras, completando os campos abaixo com o número correspondente à afirmação que a descreve, sendo:

- 1- Nenhuma dificuldade
- 2- Baixa dificuldade
- 3- Média dificuldade
- 4- Alta dificuldade
- 5- Muito alta dificuldade

PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
BUSCA DE OPORTUNIDADE E INICIATIVA					
Faz coisas antes de solicitado, antes de ser forçado pelas circunstâncias					
Age para expandir o negócio em novos mercados e produtos					
Aproveita oportunidades para começar um negócio, adquirir recursos financeiros e materiais					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
CORRER RISCOS CALCULADOS					

Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente					
Age para mitigar riscos ou controlar os resultados					
Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA					
Encontra maneiras de fazer as coisas melhor e/ou mais rápido e/ou mais barato					
Busca fazer coisas que satisfaçam ou excedam padrões de excelência					
Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar satisfação de expectativas de entrega, quanto a prazo e padrão de qualidade					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
PERSISTÊNCIA					
Age diante de obstáculos					
Age repetidamente ou muda de estratégia para enfrentar um desafio ou superar um obstáculo					
Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
COMPROMETIMENTO					
Faz sacrifícios pessoais ou despense esforços maiores que o comum para complementar tarefas					
Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, quando necessário para terminar algum trabalho					
Esforça-se para manter os clientes satisfeitos e prefere a boa vontade em longo prazo ao lucro em curto prazo					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
BUSCA DE INFORMAÇÕES					
Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes.					
Investiga pessoalmente sobre como fabricar um produto ou fornecer um serviço					
Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
ESTABELECIMENTO DE METAS					

Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que tem significado pessoal					
Define metas em longo prazo, claras e específicas					
Estabelece metas em curto prazo que sejam mensuráveis					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICOS					
Planeja dividindo tarefas de grande porte em tarefas menores com prazos definidos					
Revisa constantemente seus planos levando em consideração os resultados obtidos e mudanças de cenário.					
Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomada de decisões					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS					
Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros					
Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus objetivos					
Atua para desenvolver e manter relações comerciais					
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1
INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA					
Busca autonomia em relação a normas e controles externos					
Mantém seu ponto de vista mesmo diante de resultados inicialmente desanimadores e opiniões alheias					
Manifesta confiança em sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.					