



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANGELINA MALACARNE NESPOLO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DAS EMPREENDEDORAS DO
RAMO PET SHOP NA CIDADE DE CHAPECÓ**

CHAPECÓ

2019

ANGELINA MALACARNE NESPOLO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DAS EMPREENDEDORAS DO
RAMO PET SHOP NA CIDADE DE CHAPECÓ**

Trabalho de conclusão de curso de graduação
apresentado como requisito parcial para obtenção
do grau de Bacharel em Administração da
Universidade Federal da Fronteira Sul.

Orientador: Prof. Dra. Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta

CHAPECÓ

2019

ANGELINA MALACARNE NESPOLO

Empreendedorismo feminino: perfil das empreendedoras do ramo pet shop na cidade de Chapecó

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: 26 de Junho de 2019.


KELLY CRISTINA BENETTI TONANI TOSTA – Doutora


GRAZIELA SIMONE TONIN – Doutora


ENISE BARTH – Doutora

RESUMO

O empreendedorismo feminino está em evidência no cenário mundial, entretanto, ainda é associado ao trabalho doméstico e uma mulher empreendedora sofre conflitos entre o trabalho e a família, tendo assim uma dupla jornada. Além disso, também enfrentam o preconceito em relação a questão de gênero, que surgiu antigamente e perdura até os dias de hoje, porém, dentre todas as dificuldades, mantiveram-se persistentes em busca de seus direitos. Assim sendo, o presente estudo, teve como objetivo analisar o perfil empreendedor de mulheres empresárias do ramo pet shop na cidade de Chapecó/SC. A abordagem desta pesquisa tem abordagem quantitativo classificada quanto aos fins como descritiva e aplicada, e quanto aos meios como de campo, documental, bibliográfica e ex post facto, fazendo uso da estatística descritiva para resumir e descrever os dados obtidos. A coleta de dados se deu por meio de questionário aplicado via Google Forms, com 32 respostas coletadas. Utilizou-se no questionário o teste de perfil empreendedor elaborado por Dornelas (2015), o qual aborda 30 características empreendedoras. No que diz respeito a análise dos resultados obtidos por meio do questionário, foram analisados de acordo com a Escala Likert, com pontuação de 1 à 5, variando de “insuficiente” a “excelente”, respectivamente. Após a análise dos dados, constatou-se que a maioria das empreendedoras possuem as características do perfil empreendedor traçado pelo autor, principalmente no que se refere ao comprometimento, determinação, motivação, superação e liderança, sendo atributos importantes para o desenvolvimento de um negócio. Assim sendo, não há dúvidas em relação a capacidade de empreender das mulheres em busca de reconhecimento e crescimento pessoal, profissional e financeiro.

Palavras-chave: Mulheres. Perfil Empreendedor. Empreendedorismo. Pet Shop

ABSTRACT

Female entrepreneurship is in perspective on the world stage, however, it is still associated with domestic work and an enterprising woman suffers conflicts between work and family, thus having a double journey. In addition, she also faced prejudice in relation to a gender issue, which has arisen in the past and has continued to this day, but all difficulties remained persistent in pursuit of her rights. Therefore, the present study aimed to analyze the entrepreneurial profile of women entrepreneurs in the pet shop branch in the city of Chapecó - SC. The approach of this research has a quantitative character classified for purposes as descriptive and applied, and the means is classified as field, documentary, bibliographical and ex post facto, making use of descriptive statistics to summarize and describe the data obtained. The data collection was done through a questionnaire applied through Google Forms, with 32 responses collected. The entrepreneurial profile test developed by Dornelas (2015) was used in the questionnaire, which addresses 30 entrepreneurial characteristics. Regarding the analysis of the results obtained through the questionnaire, they were analyzed according to the Likert Scale, with scores ranging from 1 to 5, ranging from "insufficient" to "excellent", respectively. After analyzing the data, it was verified that the majority of entrepreneurs have the characteristics of the entrepreneurial profile traced by the author, mainly regarding commitment, determination, motivation, overcoming and leadership, being important attributes for the development of a business. Therefore, there is no doubt about the ability to undertake women in search of personal, professional and financial recognition and growth.

Keywords: Women. Profile Entrepreneur. Entrepreneurship. Pet Shop.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Histórico do Empreendedorismo no Brasil	16
Quadro 2 - Intensidade da atividade empreendedora segundo estratos da população (taxas específicas) – Brasil – 2017.....	23
Quadro 3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados – 2016.....	32
Quadro 4 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países selecionados – 2016.....	33
Quadro 5 – Síntese dos resultados obtidos por meio do questionário aplicado	68

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Taxas da população de 18 a 64 anos (em%) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2017.....	20
Figura 2 - Empreendedorismo por oportunidade e necessidade como proporção (em%) da taxa de empreendedorismo inicial- Brasil - 2002:2017	21
Figura 3 - Taxa de atividade da população de 16 anos ou mais de idade, por sexo e cor/raça. Brasil, 2004 a 2014.....	31
Figura 4 - Taxa de desocupação da população com 16 anos ou mais de idade, por sexo e cor/raça. Brasil, 2004 a 2014.....	32
Figura 5 - Média de horas dedicadas aos cuidados de pessoas e/ou afazeres domésticos por pessoas ocupadas, por sexo (horas semanais)	36
Figura 6 - Proporção de ocupados em trabalho por tempo parcial, na semana de referência, por sexo (%).....	37
Figura 7 - Rendimento habitual médio mensal de todos os trabalhos e razão de rendimentos, por sexo	38
Figura 8 - População de 25 anos ou mais de idade com ensino superior completo, por sexo, segundo os grupos de idade (%).....	38
Figura 9 - População de 25 anos ou mais de idade com ensino superior completo, por sexo e cor ou raça (%)	39
Figura 10 - Cargos gerenciais, por sexo, segundo os grupos de idade e cor ou raça (%)	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Taxas da população de 18 a 64 anos (em %) e estimativas (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil – 2017	20
Tabela 2 - Motivação dos empreendedores iniciais: taxas da população de 18 a 64 anos (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA (em %), estimativas (em unidades) e razão oportunidade e necessidade - Brasil – 2017	21
Tabela 3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo as características relacionadas à inovação dos produtos e serviços produzidos pelos seus empreendimentos - Brasil – 2017	22
Tabela 4 - Perfil das respondentes – Idade e estado civil	48
Tabela 5 - Perfil das respondentes – Grau de instrução	49
Tabela 6 - Perfil das respondentes – Quantidade de filhos.....	49
Tabela 7 - Relação com o ramo de atividade – Tempo de atividade da empresa.....	50
Tabela 8 - Relação com o ramo de atividade – Financiamento para abertura da empresa.....	51
Tabela 9 - Relação com o ramo de atividade – Ampliação do negócio	51
Tabela 10 - Relação com o ramo de atividade – Motivações para criar um negócio	52
Tabela 11 - Relação com o ramo de atividade – Empreendedores na família.....	53
Tabela 12 - Relação com o ramo de atividade – Carga horária.....	53
Tabela 13 - Relação com o ramo de atividade – Flexibilidade de horário	54
Tabela 14 - Relação com o ramo de atividade – Possuem babá ou empregada doméstica	54
Tabela 15 - Relação com o ramo de atividade – Problema de saúde e estresse	55
Tabela 16 - Relação com o ramo de atividade – Lazer	56
Tabela 17 - Relação com o ramo de atividade – Obstáculos enfrentados para empreender	57
Tabela 18 - Perfil Empreendedor – Conjunto Comprometimento e Determinação	59
Tabela 19 - Perfil Empreendedor – Conjunto Obsessão pelas Oportunidades.....	60
Tabela 20 - Perfil Empreendedor – Conjunto Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas	61
Tabela 21 - Perfil Empreendedor – Conjunto Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação	62
Tabela 22 - Perfil Empreendedor – Conjunto Motivação e Superação	63
Tabela 23 - Perfil Empreendedor – Conjunto Liderança.....	64
Tabela 24 - Perfil Empreendedor – Médias	65

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Apresentação do Tema e do Problema de Pesquisa	10
1.2	Objetivos.....	12
1.2.1	Objetivo Geral	12
1.2.2	Objetivos Específicos	12
1.3	Justificativa.....	12
1.4	Estrutura do Trabalho	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	Empreendedorismo	15
2.1.1	Análise histórica do empreendedorismo.....	15
2.1.2	Conceito de empreendedorismo	16
2.1.3	Atividade empreendedora no Brasil	18
2.1.4	Perfil Empreendedor.....	24
2.2	Empreendedorismo Feminino	29
2.2.1	Resgate histórico do empreendedorismo feminino	29
2.2.2	Participação da mulher no mercado de trabalho e no empreendedorismo	30
2.2.3	O conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino	34
2.2.4	Dificuldades enfrentadas em razão de gênero	35
2.3	O Mercado de Pet Shops	40
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
3.1	Categorização e Tipo de Estudo	43
3.2	População e Amostra	45
3.3	Técnica de Coleta de Dados	46
3.4	Análise dos Dados	47
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	48
4.1	Perfil Socioeconômico das Empreendedoras	48
4.2	Relação com o Ramo de Atividade	50
4.3	Teste do Perfil Empreendedor	58
4.3.1	Conjunto Comprometimento e Determinação	58
4.3.2	Conjunto Obsessão pelas Oportunidades	60
4.3.3	Conjunto Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas.....	61
4.3.4	Conjunto Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação.....	62
4.3.5	Conjunto Motivação e Superação.....	63

4.3.6	Conjunto Liderança	64
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
5.1	Limitações e Propostas de Estudos.....	69
	REFERÊNCIAS	70
	APÊNDICE - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS – QUESTIONÁRIO	73

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA E DO PROBLEMA DE PESQUISA

Conforme o constante processo de globalização avança, nos deparamos diante do crescimento considerável de empresas empreendedoras no mundo, inclusive no Brasil. Por conta da crise que afetou muitos brasileiros, o empreendedorismo se tornou um assunto muito discutido, além de ser uma alternativa realizável para aqueles que almejam empreender a fim de voltar ao mercado de trabalho. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2017) nos últimos dez anos foram criadas 9,1 milhões de novas empresas no Brasil.

Além da crise, o desejo de ser dono de seu próprio negócio e a relevância das micro e pequenas empresas no país despertaram discussões acerca do tema empreendedorismo. Os empreendedores são pessoas motivadas e amam o que fazem, querem ser reconhecidas e admiradas. O momento atual pode ser chamado de era do empreendedorismo, pois os empreendedores estão quebrando barreiras comerciais e culturais, buscando inovações para auxiliar a sociedade, gerar novos empregos e contribuir para a economia do país (DORNELAS, 2012). Com esse movimento, surge o ingresso das mulheres no mercado empreendedor em busca de independência econômica e social.

Nota-se que o gênero feminino vem conquistando seu espaço e segundo a revista Exame (2018), vem destacando-se por características empreendedoras como a capacidade de trabalhar em grupo, liderar equipes, versatilidade e por estarem mais abertas às tecnologias inovadoras.

Entretanto, para conquistar o mercado de trabalho e ter o seu próprio negócio, a mulher enfrenta algumas dificuldades que decorrem por atuarem em um cenário empreendedor no qual mundialmente a sua maioria é masculina. Segundo dados da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016) apenas o Brasil e o México são as exceções em relação ao gênero no desenvolvimento de novos empreendimentos, apresentando taxas mais equilibradas em relação aos outros países.

Portanto, segundo dados da GEM (GEM, 2016) no Brasil a TEA (Taxas específicas de empreendedorismo inicial) é de 19,9% para mulheres e de 19,2% para homens.

Este dado mostra que as mulheres brasileiras conseguem criar novos negócios na mesma proporção que os homens, porém enfrentam mais dificuldades para fazer seus empreendimentos prosperarem. Tal fenômeno pode estar associado às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldades para conciliar demandas da família e do empreendimento. (Empreendedorismo no Brasil 2016, 2016).

A partir dos dados e estatísticas publicadas nos últimos relatórios da GEM, pode-se verificar que as mulheres estão cada vez mais garantindo seu espaço em busca de maior liberdade, auto realização, autonomia e independência financeira, além da satisfação com a atividade empreendedora sobre suas vidas. Onde, as mulheres que tem a percepção de possuir os conhecimentos e habilidades necessárias estão mais propensas a iniciar novos negócios (SILVEIRA; GOUVÊA, 2008).

O mercado pet está em constante crescimento, devido ao fenômeno de humanização dos animais de estimação, onde os donos encontram-se preocupados com a alimentação e bem-estar de seus pets. Inclusive o setor não sofreu quedas nem nas fases mais agudas da crise econômica. Os pets shops estão constantemente apresentando novas tendências, como o serviço de cremação quando o animal vier à falecer e até marmitta própria para os pets (FORBES, 2019).

Os diversos conceitos de empreendedorismo existentes não fazem distinção de gênero, entretanto, para as mulheres empreenderem acabam enfrentando muitas dificuldades em relação a essa questão, que às vezes se tornam a causa da não longevidade do negócio. Analisar o perfil da mulher empreendedora colabora para compreender melhor sua forma de empreender e ao mesmo tempo lidar com a multiplicidade de papéis que é imposta pela sociedade.

De acordo com a temática apresentada, o presente estudo teve como questão central: Como se define o perfil empreendedor das mulheres proprietárias de pet shops na cidade de Chapecó?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o perfil empreendedor das mulheres proprietárias de pet shops em Chapecó – SC.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Entender as razões que levam as mulheres a empreender neste ramo de atividade;
- b) Caracterizar as gestoras quanto à trajetória profissional e de formação;
- c) Listar os principais desafios que as gestoras enfrentaram para empreender no ramo de atividade;
- d) Relacionar os desafios enfrentados à questão de gênero.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo justifica-se pela importância do gênero feminino no cenário econômico e pelo perfil empreendedor que apresenta. A cada dia que passa, as mulheres persistem na igualdade de gênero no âmbito do empreendedorismo, pois para estar à frente de um negócio, as mulheres enfrentam muitos obstáculos econômicos e sociais. O empreendedorismo feminino contribui com o desenvolvimento econômico, ou seja, na geração de empregos e na expansão da economia. Portanto, é necessário que as mulheres percebam quais são características de seu perfil empreendedor para que possam aperfeiçoá-las ainda mais visando o sucesso do negócio.

Segundo dados divulgados pelo Sebrae (2019), as mulheres à frente de uma empresa no Brasil somam 9,3 milhões, representando 34% de todos os donos de negócios do país. Quase metade dos microempreendedores individuais (MEI) existentes no país são formados por mulheres (48%). As quais empreendem pela necessidade de aumentar a renda ou pelo desejo de independência. Os dados demonstram que as empreendedoras em sua maioria são jovens e têm um nível de escolaridade 16% maior que os homens, porém, ainda continuam ganhando 22% a menos que os homens. A desvantagem também ocorre em relação ao acesso à financiamentos. As mulheres tem acesso à financiamentos cujo valor é R\$ 13 mil a menos que os homens.

A participação masculina vem continua bem acima da feminina. Em 2014, os homens apresentaram taxas de atividade de 80%, enquanto as mulheres de não alcançaram 60%. Ou seja, de cada 10 mulheres, 4 não conseguem se inserir no mercado de trabalho. Faz-se necessário uma investigação mais aprofundada do perfil destas mulheres inativas, para assim compreender melhor as barreiras que as separam do mercado de trabalho e desenvolver políticas mais efetivas para combater esta desigualdade (IPEA, 2016).

De acordo com o Sebrae (2018), a região de Santa Catarina é reconhecida pelo microempreendedorismo, desse modo, surge a oportunidade de analisar o perfil empreendedor das mulheres de Chapecó, mais especificamente, as proprietárias do ramo Pet Shop. O negócio de Pet Shop chama atenção pelo fato de que, apesar de toda a crise enfrentada pelas empresas, as quais só estão se recuperando recentemente, o setor que representa serviços e produtos para animais de estimação, não retraiu em nenhum momento.

Conforme a Revista Forbes (2019), há alguns anos atrás, os animais de estimação viviam para fora de casa e se alimentavam de restos de comida, hoje em dia, passamos por um momento denominado “humanização dos pets”, os quais passam a ser considerados membros da família. Esse fato contribui para o constante crescimento do mercado pet no país.

A disponibilidade dos dados e o contato direto com estas empreendedoras, além do tema que as envolve, o empreendedorismo, faz com que o estudo se torne viável. Sendo possível verificar quais as características do perfil empreendedor mais desenvolvidas e quais as que ainda precisam ser aprimoradas. A identificação destas características, faz com que as mulheres possam cada vez mais se sobressaírem na gestão do seu negócio, a fim de conquistarem independência e reconhecimento, tanto profissional, quanto pessoal.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está dividido em cinco partes. A primeira apresenta a introdução ao tema sua contextualização e problema de pesquisa, objetivos gerais e específicos e a justificativa do estudo.

A segunda parte refere-se ao referencial teórico que serve como base do estudo do tema, aborda o empreendedorismo e seus conceitos, empreendedorismo feminino e o seu constante crescimento e o mercado de Pet Shops.

A terceira parte tem como objetivo explicar a metodologia utilizada no estudo, o conjunto de técnicas e processos que foram aplicados para o desenvolvimento da pesquisa.

A quarta parte apresenta a análise dos resultados da pesquisa. E por fim, as considerações finais, referências bibliográficas e anexos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As seções a seguir foram abordadas por terem sido consideradas como essenciais para que a pesquisa fundamente-se em uma base bibliográfica, visando à contextualização e o embasamento do estudo.

2.1 EMPREENDEDORISMO

A palavra empreender tem origem francesa, *Entrepreneur*, a qual significa “aquele que está entre”, ou seja, se refere a todos os hábitos, costumes e comportamentos do empreendedorismo. São vários os conceitos acerca desse tema, inclusive os primeiros a aparecer foram na Idade Média (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Entretanto, no Brasil, na área da gestão, os estudos mais aprofundados acerca do tema empreendedorismo são recentes. Autores indicam que este fenômeno vem crescendo cada vez mais tanto em nível local quanto global, demonstrando um aumento de pessoas que investem em uma administração inovadora e diferenciada. Inclusive, essa característica empreendedora acaba sendo fundamental para um profissional no mercado atual (SANTOS; ACOSTA, 2011).

A subseção seguinte resgatará o contexto histórico no qual o empreendedorismo surgiu, como o conceito foi evoluindo no decorrer dos anos e vem ganhando espaço no cenário empresarial.

2.1.1 Análise histórica do empreendedorismo

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) afirmam que o termo “empreendedor” surgiu na Idade Média o qual descrevia tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção, como castelos, abadias, catedrais, dentre outros. O indivíduo não corria nenhum risco, apenas administrava o projeto utilizando os recursos fornecidos pelo governo. A correlação entre risco e empreendedorismo surgiu no século XVII, onde o empreendedor firmava um acordo contratual com o governo, a fim de desempenhar um serviço ou fornecer

produtos, portanto, todos os lucros ou perdas resultantes eram do empreendedor. Segundo os autores, Richard Cantillon, escritor e economista do século XVII, é considerado um dos criadores do termo empreendedorismo, pois diferenciava o empreendedor (aquele que assumia riscos) do capitalista (aquele que fornecia capital).

No século XVIII, o empreendedor e o capitalista foram oficialmente diferenciados, devido à industrialização na época, pois vários inventores não tinham recursos para financiar suas invenções. No final do século XIX e início do século XX, não havia distinção entre gerentes e empreendedores, pois os mesmos eram analisados de um ponto de vista econômico, pois os mesmos organizam, planejam, dirigem e controlam as organizações, porém sempre a serviço do capitalista. Em meados do século XX, o empreendedor passa a ser considerado inovador, o qual tem a capacidade de criar, conceber e entender as forças do ambiente (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Quadro 1 - Histórico do Empreendedorismo no Brasil

A Época	O termo “Empreendedor”
Idade Média	O indivíduo não assumia riscos, apenas gerenciava projetos.
Século XVII	Primeiras relações entre riscos e empreendedorismo. Diferenciações entre capitalista e empreendedor.
Século XVIII	O capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados.
Século XIX e XX	Sob o ponto de vista econômico, empreendedores são confundidos com gerentes e administradores.
Meados do Século XX	O empreendedor passa a ser considerado inovador.

Fonte: Hisrich, Peters e Shepherd (2009).

A próxima subseção apresenta os conceitos de autores acerca do empreendedorismo.

2.1.2 Conceito de empreendedorismo

Uma das mais antigas e melhores definições de empreendedorismo é a do economista austríaco Joseph Schumpeter. Pois para o autor, o empreendedor é responsável por revolucionar um padrão de produção ou explorar uma tecnologia para criar ou reformar um bem ou serviço, utilizando a inovação a seu favor (SARKAR, 2008 apud SCHUMPETER, 1942). De acordo com Schumpeter (1949 apud DORNELAS, 2012), o empreendedor é aquele

que cria negócios, mas também, pode buscar a inovação dentro de negócios já existentes, sendo possível empreender dentro de uma empresa já formada.

O empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, o qual tem valor tanto para o empreendedor quanto para o público. Esse processo exige tempo e esforço para criar algo novo e torna-lo operacional. Assumir riscos é necessário, pois o futuro é desconhecido e o sucesso de algo inovador é incerto. Entretanto, após essa etapa, se obtido o sucesso, introduz-se a satisfação pessoal, a recompensa econômica e a independência. O empreendedorismo é considerado o método mais eficiente para ligar a ciência e o mercado, o qual cria novas empresas ou leva produtos e serviços novos ao mercado. Todo esse processo de empreender afeta positivamente a economia, além de gerar mais empregos (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

A pessoa capaz de transformar problemas ou oportunidades em um negócio viável, que tem a iniciativa e a capacidade de resolver seus problemas ou começar algo novo e que sente motivado com o que faz, pode ser classificado como empreendedor (SANTOS; ACOSTA, 2011).

Para Oliveira Filho (2010), empreender é mais do que simplesmente fundar uma empresa, é um processo. Ou seja, é um processo que se desenvolve ao longo do tempo, são eventos que ocorrem desde a ideia de algo novo até o seu funcionamento e constante evolução, pois há a necessidade de administrar este novo negócio obter recursos e torna-lo rentável.

“Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso” (DORNELAS, 2012, p. 28).

O termo empreendedorismo é utilizado para classificar o indivíduo que possui uma forma inovadora de realizar as atividades de administração e execução, principalmente na transformação de conhecimentos e bens, gerando novos métodos a partir de seu conhecimento. Além de ser reconhecido como inovador, o empreendedor também pode ser o fundador de uma empresa, a qual a construiu com muito trabalho e criou algo que ainda não existia (OLIVEIRA FILHO, 2010).

Bulgacov (2006), explica que o empreendedorismo estimula o desenvolvimento de novos empreendimentos ou o espírito empreendedor em quem não possui negócio próprio, mas que atua em organizações.

Os empreendedores usufruem do surgimento de oportunidades para suprir o vazio de um produto, por exemplo. Os mesmos exploram estas oportunidades, que podem até ser pequenas, para gerar ou desenvolver empresas. São utilizados todos os recursos necessários, como capital, gestão e estratégia, para transformar uma ideia em realidade e consequentemente se assumem riscos, que apesar de serem calculados na estratégia, podem fazer uma ideia fracassar. Faz-se necessário mudar essa percepção de fracasso, onde o indivíduo não deve ter medo do risco ou precisa aprender a tolerar o fracasso (SARKAR, 2008).

É considerado como empreendedor aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, tendo em mente dos riscos que pode estar assumindo. Empreender envolve ter iniciativa, utilizar os recursos disponíveis para transformar o ambiente onde vive e aceitar que existe o risco ou até mesmo o fracasso (DORNELAS, 2012).

Outra característica muito presente no empreendedorismo é a do indivíduo não se conformar com a situação atual das coisas e por isso almejar mudanças. Isso mostra como empreendedores inconformados com produtos ou serviços podem dessa forma buscar a inovação (DEGEN, 2009).

A subseção seguinte abordará a atividade empreendedora no Brasil, como o perfil empreendedor predominante e as taxas do país relacionadas ao empreendedorismo.

2.1.3 Atividade empreendedora no Brasil

O empreendedorismo no Brasil começou na década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) foram criadas. Antes disso, ninguém comentava sobre empreendedorismo. Esse fato se deve ao ambiente econômico e político não ser favorável e o empreendedor não conseguia obter informações para auxiliá-lo nesse processo. O Sebrae foi um órgão criado com o intuito de auxiliar o pequeno empresário brasileiro, prestando suporte e consultoria para iniciar empresas e resolver pequenos problemas. Já a Softex levava as

empresas de software do país para o mercado externo por meio de programas, assim, junto a incubadoras de empresas e universidades com cursos de ciências da computação, o empreendedorismo começou a despertar a curiosidade dos brasileiros. Desde então, o Brasil vem desenvolvendo programas de ensino de empreendedorismo, como: programas de capacitação empreendedora do Sebrae, Empretec e Jovem empreendedor; enorme crescimento de incubadoras no Brasil; evolução da legislação em prol das micro e pequenas empresas; aumento do número de professores com mestrado e doutorado em temas relacionados ao empreendedorismo; programas de apoio a criação de novos negócios como Finep, CNPq, BNDES, entre outros (DORNELAS, 2012).

Infelizmente o custo de empreender no Brasil sempre foi considerado alto, devido a complicações burocráticas, impostos excessivos e infraestrutura deficiente, fatores os quais inibem as pessoas de empreender. A estatização e o excesso de regulamentação acabam criando privilégios e corrupção, inibindo a concorrência. A corrupção, por sua vez, permite que pequenos grupos de empresas dominem o mercado com seus bens ou serviços, sem permitir a entrada de novos concorrentes, inibindo o processo de destruição criativa. São forças que fazem o consumidor pagar mais caro por produtos ou serviços que são menos eficientes e que conseqüentemente fazem com que os produtos brasileiros percam a competitividade no mercado mundial (DEGEN, 2009).

Dornelas (2012) afirma que os últimos anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo, principalmente após a leitura do resultado do primeiro relatório executivo do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) do ano de 2000. Naquele ano, o Brasil apareceu com a melhor relação entre o número de habitantes adultos que começaram um negócio e o total da população, sendo um em cada oito adultos.

Segundo o relatório executivo da GEM em 2017, a taxa de empreendedorismo total (TTE), que é formada por todos os indivíduos que de alguma forma estão envolvidos em atividades empreendedoras, foi de 36,4% (tabela 1), o que significa que a cada 100 brasileiros e brasileiras adultos (18 a 64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, na criação de um novo negócio ou na manutenção de um negócio já estabelecido. Ou seja, 50 milhões de brasileiros que já empreendem ou empreenderam em 2017.

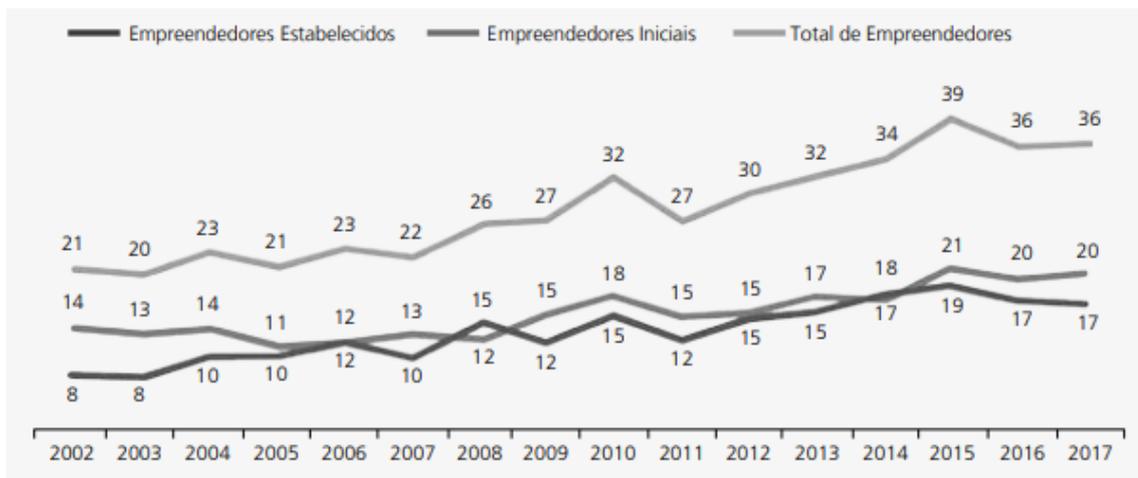
Tabela 1 - Taxas da população de 18 a 64 anos (em %) e estimativas (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil – 2017

Estágio	Taxas	Estimativa
TOTAL DE EMPREENDEDORES	36,4	49.332.360
Iniciais	20,3	27.482.078
Novos	16,3	22.093.966
Nascentes	4,4	6.010.858
Estabelecidos	16,5	22.337.649

Fonte: Adaptado de GEM Brasil 2017.

Comparado aos anos anteriores pode-se dizer que não houve grande variação nas taxas gerais de empreendedorismo inicial e estabelecido no Brasil (figura 1).

Figura 1 - Taxas da população de 18 a 64 anos (em%) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2017



Fonte: GEM Brasil 2017.

O segundo agrupamento de taxas gerais que a GEM elabora (tabela 2), refere-se às taxas de empreendedorismo segundo a motivação do empreendedor, ou seja, quais fatores o levaram a se envolver com atividades empreendedoras, se por oportunidade ou por necessidade.

O empreendedorismo de oportunidade é aquele em que o empreendedor sabe onde quer chegar, acredita no crescimento do negócio e visando a geração de lucros e empregos, ou seja, tem um planejamento e está ligado ao desenvolvimento econômico do país. O empreendedorismo por necessidade é aquele em que o indivíduo encontra-se sem oportunidades de trabalho e conseqüentemente arrisca-se em criar um negócio, porém sem

nenhum planejamento, são informais e fracassam rapidamente, o que não acaba gerando desenvolvimento econômico, além de agravar as taxas de mortalidade das empresas (DORNELAS, 2012).

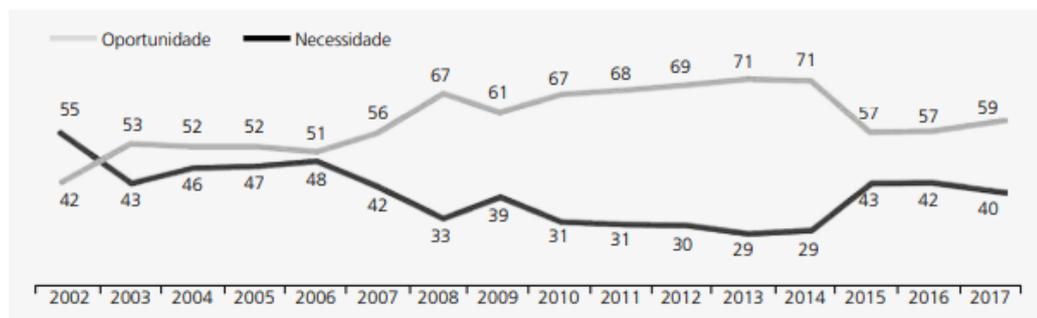
Tabela 2 - Motivação dos empreendedores iniciais: taxas da população de 18 a 64 anos (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA (em %), estimativas (em unidades) e razão oportunidade e necessidade - Brasil – 2017

Motivação	Taxas	Percentual da TEA	Estimativas
Oportunidade	12,1	59,4	16.313.253
Necessidade	8,1	39,9	10.965.755
Razão oportunidade/necessidade		1,5	

Fonte: Adaptado de GEM Brasil 2017.

A característica “empreendedorismo por necessidade” ainda está acima da proporção registrada em 2014 (29%), ano anterior à intensificação da crise econômica brasileira (figura 2).

Figura 2 - Empreendedorismo por oportunidade e necessidade como proporção (em%) da taxa de empreendedorismo inicial- Brasil - 2002:2017



Fonte: GEM Brasil 2017.

Existe uma clara correlação direta entre a expectativa de crescimento do negócio e a inovação, portanto, a GEM (2017) apresenta alguns dados que se relacionam com a temática da inovação na atividade empreendedora (quadro 4). Inicialmente, em torno de 25% dos empreendedores, iniciais ou estabelecidos, indicam que o produto ou serviço são ou serão novos para seus clientes, totalizando aproximadamente 13 milhões de empreendedores. Os empreendedores iniciais que afirmam que possuem pouco ou nenhum concorrente no seu setor são de 45,7% esse elevado percentual é consequência de um conhecimento ainda iniciante do seu mercado de atuação, pois os empreendedores estabelecidos, na proporção

bem menor de 33,9%, reconhecem a ausência ou a existência de número reduzido de concorrentes.

Entretanto, nota-se que quase não há planejamento e ações em relação à tecnologia dos negócios e sua inserção internacional, sendo quase insignificantes aqueles que utilizam tecnologias mais atuais e empreendem com foco no mercado internacional, conforme os dados da tabela a seguir:

Tabela 3 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais e estabelecidos segundo as características relacionadas à inovação dos produtos e serviços produzidos pelos seus empreendimentos - Brasil – 2017

Características do empreendimento	Empreendedores Iniciais (%)	Empreendedores estabelecidos (%)
Produto/serviço novo para alguns ou para todos	25,0	26,4
Poucos ou nenhum concorrente	45,7	33,9
Tecnologia com menos de 5 anos	1,4	0,3
Consumidores no exterior	0,7	0,5

Fonte: Adaptado de GEM Brasil 2017.

O relatório da GEM (2017) também traz taxas específicas da população empreendedora, como escolaridade, faixa etária, gênero, entre outros segmentos da população. O quadro seguinte (quadro 2) traz o aglomerado destes dados divididos nos grupos empreendedores iniciais e estabelecidos:

Quadro 2 - Intensidade da atividade empreendedora segundo estratos da população (taxas específicas) – Brasil – 2017

Estratos da população que se destacam pelos níveis mais altos de atividade empreendedora em estágio inicial.	Estratos da população que se destacam pelos níveis mais altos de atividade empreendedora em estágio estabelecido.
Mínima diferença entre homens e mulheres, ligeira prevalência do empreendedorismo feminino.	Os homens são mais ativos que as mulheres.
Os mais ativos são os indivíduos de 25 a 34 anos. Os menos ativos encontram-se na faixa de 55 a 64 anos.	Indivíduos na faixa etária de 45 a 54 anos são os mais ativos. Na faixa dos 18 a 24 anos encontram-se os menos ativos.
Os mais ativos são aqueles que possuem apenas o ensino fundamental completo. Os menos ativos possuem o ensino superior completo.	Os mais ativos são aqueles que possuem o ensino fundamental incompleto. Os menos ativos possuem o ensino fundamental completo.
Indivíduos na faixa de renda de até um SM são os mais ativos. Os com renda superior a seis SM os menos ativos.	Indivíduos na faixa de renda superior a seis SM são os mais ativos. Os com renda de até um SM os menos ativos.

Fonte: Adaptado de GEM Brasil 2017.

Por último, cabe estabelecer alguns aspectos limitantes e outros favoráveis a empreender no Brasil. Segundo a GEM (2017), especialistas relatam que os principais fatores limitantes para criar ou manter um negócio são: políticas governamentais e programas (tributação e da desburocratização); apoio financeiro (dificuldades à disponibilização e acesso a recursos financeiros) e o contexto político e clima econômico (crise internacional e corrupção). Em relação aos fatores mais favoráveis para se empreender no Brasil em 2017 especialistas mencionam: aspectos relacionados às características da população brasileira, sua capacidade de realização e superação de desafios (diversidade étnica e cultural); o Brasil, para 50% dos especialistas é reconhecido como sendo um território que impõe poucas barreiras para a abertura de novos negócios e ao passo que os especialistas avaliam os programas e políticas governamentais como um fator que limita o empreendedorismo, também apontam esse mesmo fator como um aspecto favorável (MEI- Microempreendedor Individual).

Entretanto, apesar desses avanços do Governo Federal, existe a necessidade de políticas duradouras quanto à consolidação do empreendedorismo no país. As consolidações do capital de risco e do investidor anjo aos poucos já estão se tornando realidade também. Além de que, um fator que deve ser desmitificado é o não reconhecimento de homens e mulheres empreendedores, pelo fato de serem vistas como pessoas de sorte ou que atingiram o sucesso por outros meios que não se referem a sua competência (DORNELAS, 2012).

O empreendedorismo tem sido importante para o desenvolvimento econômico, pois não se trata apenas de aumento de produção e renda per capita, trata-se de iniciar e implantar mudanças, tanto no negócio quanto na sociedade. A inovação é um fator significativo para o crescimento econômico, não somente na criação de novos produtos ou serviços, como também no estímulo para se investir em novos empreendimentos. Existem as inovações comuns, aquelas com pouca tecnologia ou peculiaridade. E existem as inovações tecnológicas e inovações incrementais, porém são escassas a medida que aumenta a tecnologia envolvida (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Porém, Degen (2009), elucida que este impacto no crescimento econômico, depende da motivação da atividade empreendedora. Muitos economistas, no passado, afirmavam que era somente necessário incentivar o empreendedorismo para acabar com a pobreza e promover desenvolvimento econômico. Ainda de acordo com o autor, empreendedores motivados por oportunidade, certamente tem mais impacto econômico, pois há planejamentos nos negócios voltados a tecnologia e inovação, gerando assim, mais empregos e riqueza. Enquanto os empreendedores por necessidade tem pouco impacto sobre o país, pelo fato de serem desenvolvidos negócios sem tecnologias ou inovação, assim, não gerando empregos e nem riquezas.

Segundo Degen (2009), dentre os fatores que promovem o empreendedorismo por oportunidade no país, são a educação e treinamento empreendedor, centros de pesquisa e tecnologia, disponibilidade de capital de risco, existência de uma legislação facilitadora a empreender no país.

Na subseção seguinte, serão apresentadas as principais características do perfil empreendedor segundo a visão de alguns autores.

2.1.4 Perfil Empreendedor

Para Bernardi (2012), as características da personalidade de um empreendedor devem ser as seguintes: senso de oportunidade; dominância; agressividade e energia para realizar; autoconfiança; otimismo; dinamismo; independência; persistência; flexibilidade e resistência a frustrações; criatividade, propensão ao risco; liderança carismática; habilidade de equilibrar

“sonho” e realização; habilidade de relacionamento. São essas as características necessárias para o progresso de um empreendimento.

O empreendedorismo é resultado de uma pessoa com habilidades criativas, a qual possui um comportamento inovador e uma postura estratégica. Portanto, o empreendedor deve possuir: iniciativa; autoconfiança; aceitação do risco; perder o medo do fracasso; decisão e responsabilidade; energia; automotivação e entusiasmo; controle; voltado para a equipe; otimismo; persistência. São características que um empreendedor deve possuir para arriscar a empreendedora no mundo atual com a instabilidade da economia (OLIVEIRA FILHO, 2010).

Conforme Bulgacov (2006), o perfil típico de um empreendedor envolve alguns pontos críticos, como: responsabilidade, possuir uma responsabilidade pessoal pelo resultado do negócio; riscos moderados, preferência por riscos previamente calculados; confiança, ser otimista em relação a sua habilidade para o sucesso; feedback, gostar de receber um retorno de como está se saindo; energia, possuir um nível elevado de energia para o trabalho árduo no início de uma empresa; orientação para o futuro, busca oportunidades e olha para frente ao invés de se preocupar com o passado; sabe se organizar para escolher as pessoas e os recursos certos; tem a visão de que o dinheiro é um símbolo do sucesso e não o objetivo principal.

O perfil de empreendedor escolhido para este estudo foi o modelo proposto por Dornelas, devido à seus estudos aprofundados acerca do tema. Um estudo posterior realizado por Dornelas (2015), identificou mais de cinquenta características atribuídas ao empreendedor em livros de referência e periódicos internacionais, no período de 1972 a 2005, dentre as mais citadas aparecem: correr riscos, autonomia, inovador, realização, autocontrole, criativo, dentre outras características as quais são:

- a) São visionários: tem habilidade para prever o futuro do seu negócio e sua vida, e ainda, conseguir implementar seus sonhos.
- b) Sabem tomar decisões: são rápidos para tomada de decisões e não se sentem inseguros quanto a elas.
- c) São indivíduos que fazem a diferença: sabem agregar valor aos serviços ou produtos disponibilizados ao mercado consumidor.
- d) Sabem explorar ao máximo as oportunidades: conseguem transformar algo que nem todos podem identificar como uma boa ideia, em uma oportunidade. São ótimos exploradores de oportunidades, curiosos e atentos a informações a fim de adquirir mais conhecimento.

- e) São determinados e dinâmicos: implementam as ações com comprometimento, sabem superar obstáculos e não gostam de rotina.
- f) São dedicados: completamente dedicados ao seu negócio, não se importam em comprometer relacionamentos ou até a própria saúde. São incansáveis e amam seu trabalho.
- g) São otimistas e apaixonados pelo que fazem: por amar o que fazem, os mantêm animados, autodeterminados e otimistas, pois sempre enxergam o sucesso ao invés do fracasso.
- h) São independentes e constroem seu próprio destino: querem ser independentes, estar à frente das mudanças, ter controle sobre seu destino, gerar empregos e abrir seus próprios caminhos.
- i) Ficam ricos: não é o principal objetivo, mas é uma consequência do sucesso de suas ações no negócio.
- j) São líderes e formadores de equipe: possuem um forte perfil de liderança, sendo respeitados e adorados por seus colaboradores, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los. Sabem recrutar pessoas competentes para formar uma ótima equipe de profissionais.
- k) São bem relacionados: sabem criar uma rede de contatos para auxiliar no ambiente externo.
- l) São organizados: sabem alocar os recursos de forma racional em prol do melhor desempenho do negócio.
- m) Planejam: realizam o planejamento desde a criação do negócio até a apresentação do plano aos investidores.
- n) Possuem conhecimento: entendem que o conhecimento acerca do seu negócio auxilia de forma importante para o sucesso. O conhecimento pode vir de ações práticas, livros, cursos ou até mesmo de conselhos de pessoas no mesmo ramo do negócio.
- o) Assumem riscos calculados: considerada a principal característica dos empreendedores, pois eles assumem os riscos calculados e sabem gerencia-los de certa forma para uma estimulante jornada ao êxito.
- p) Criam valor para a sociedade: utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, gerando empregos e buscando soluções para melhorar a vida das pessoas.

Dornelas (2015), explica que não há muita variação das características mais marcantes ao decorrer das décadas, sendo as características dos empreendedores de sucesso acima supracitadas as principais.

Ainda em conformidade com Dornelas (2015), existem vários tipos de empreendedores, os quais serão citados a seguir:

- a) Empreendedor informal: mais conhecido como empreendedor de necessidade, pois cria um negócio por não ter alternativa no mercado de trabalho. O empreendedor informal é considerado um problema social, pois apesar de seu trabalho, ele não contribui para o desenvolvimento econômico do país. Na realidade, são vítimas do sistema capitalista em vista que os mesmos não têm acesso aos recursos necessários para empreender.
- b) Empreendedor cooperado: é o indivíduo que se associa aos demais empreendedores do mesmo ramo para suprir uma demanda ou ganhar escala e poder negociar suas vendas. É um caminho para deixar de ser empreendedor por necessidade.
- c) Empreendedor individual: é o empreendedor informal legalizado, possui empresa, contrata colaboradores, visa o crescimento para tornar-se proprietário de um negócio maior.
- d) Empreendedor franqueado: aquele que inicia uma empresa com base em uma marca já criada por um franqueador, o qual deseja divulgar sua marca e ganhar escala no mercado consumidor.
- e) Empreendedor social: tem como objetivo de transformar o mundo em um lugar melhor para as pessoas. Geralmente criam organizações sem fins lucrativos para executar causas sociais, a fim de disponibilizar oportunidades a quem não tem acesso a elas.
- f) Empreendedor corporativo: são colaboradores de empresas já estabelecidas, os quais trazem ideias e projetos visando o crescimento da mesma. Vem se tornando muito comum pela necessidade das empresas em se renovar e inovar. São ambiciosos, assumem riscos, além de hábeis comunicadores para vender suas ideias, pois não possuem autonomia total na empresa.
- g) Empreendedor público: ao contrário do que muitas pessoas pensam, há muitos empreendedores públicos que buscam fazer a diferença para um país mais justo

e igualitário. São pessoas que se comprometem ao coletivo, mesmo sabendo da estabilidade do emprego que possuem.

- h) Empreendedor do conhecimento: aquele que prepara suas ações com dedicação, planeja estratégias para o melhor desempenho possível e executa com êxito todo o caminho planejado.
- i) Empreendedor do negócio próprio: busca autonomia, apesar de ser arriscado, pretende criar algo duradouro e que mude o mundo, sua região ou sua cidade.

Além dos tipos de empreendedores, existem também, segundo Dornelas (2015), cinco subtipos de empreendedores, os quais serão listados a seguir:

- a) Empreendedor nato: empreendedores muito conhecidos, com histórias incríveis onde geralmente começaram seu negócio do nada. São visionários, hábeis para negociar, otimistas e aclamados. Seus exemplos são valores familiares ou religiosos.
- b) Empreendedor que aprende: é o subtipo mais comum. Refere-se ao indivíduo que se deparou com uma oportunidade de negócio quando menos esperava. Nunca pensou em empreender e assumir riscos, portanto demora a empreender pelo fato de ter medo de perder o emprego.
- c) Empreendedor serial: é aquele apaixonado por empreender. É dinâmico, participa de eventos, motiva e monta equipes e o principal, ama desafios, pois são eles que o mantem motivado.
- d) Empreendedor herdeiro: é considerado o indivíduo que recebe a função de levar a empresa da família adiante. São empreendedores que geralmente assumem jovens, podendo ser conservadores ou inovadores, existe os dois extremos.
- e) Empreendedor normal: aquele que realiza um planejamento com o objetivo de minimizar riscos, elaborar metas e obter uma visão clara do futuro do negócio. É considerado normal, pois é o que se espera de um empreendedor, porém não é uma regra, pois muitos não se enquadram neste subtipo.

Cada empreendedor tem suas razões e fatores motivacionais para empreender, Dornelas (2015), explica que o comportamento empreendedor pode surgir em cada um deles, independente do setor que atua. Os tipos e subtipos de empreendedor não são estáticos, ou seja, uma pessoa pode evoluir e mudar para outro tipo durante sua vivência. O objetivo em comum é a autonomia e a satisfação pessoal.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Desde os princípios da civilização a mulher sofre com o preconceito e a exploração sob uma condição submissa em virtude de aspectos econômicos e culturais impostos pela sociedade. A mulher encontrou no empreendedorismo o reconhecimento profissional, pessoal e financeiro (AMORIM; BATISTA, 2011). Portanto, na subseção seguinte, serão apontados alguns registros importantes que impulsionaram a evolução da mulher na história.

2.2.1 Resgate histórico do empreendedorismo feminino

Por um longo período na história, justificou-se a desigualdade entre homens e mulheres, por meio de questões biológicas. Ou seja, era muito comum ouvir dizer que os genes dos homens eram “melhores” do que o das mulheres. Portanto, eram consideradas como menos competentes para trabalhos fora de casa, sendo a única alternativa os afazeres domésticos. Contudo, com a Revolução Industrial, o número de mulheres empregadas aumentou significativamente, pois eram necessárias quando a produção aumentava. Entretanto, a jornada de trabalho e o salário ainda eram desiguais. Após reivindicações por direitos iguais, as mulheres passaram a ser assalariadas nas indústrias, e conseqüentemente, passaram a ter jornada dupla, pois não podiam abandonar as tarefas domésticas (AMORIM; BATISTA, 2011).

As condições de trabalho ainda eram precárias para as mulheres, tanto que em 08 de março de 1857, operárias de uma fábrica nos Estados Unidos organizaram uma reivindicação por melhores condições, as quais não foram aceitas de forma violenta, pois trancaram as mulheres dentro da fábrica e atearam fogo. Este fato desumano tirou a vida de várias mulheres, o que fez a ONU (Organização das Nações Unidas) decretar o dia 08 de março como Dia Internacional da Mulher (PERES, 2014).

O fator que se pode considerar como impulsionador da inserção da mulher no mercado de trabalho foi com a I Guerra Mundial (1914-1918) e a II Guerra Mundial (1939-1945), no século XX. Esse fator deve-se a ausência dos homens enviados para a guerra, e posteriormente, a morte de muitos deles. Assim, foi necessária a contratação de mulheres para tarefas que eram exclusivamente para homens, as quais demonstraram com êxito que podiam

desempenhar qualquer função. Nessa época, começaram a surgir os movimentos feministas em busca dos direitos e igualdade das mulheres. Deste modo, foi na década de 80, que as mulheres começaram a ganhar mais visibilidade dentro do mercado de trabalho (AMORIM; BATISTA, 2011).

Nesse aspecto, Raposo e Astoni (2007, p. 36-37 apud SILVA, 2013, p. 18) ressaltam que:

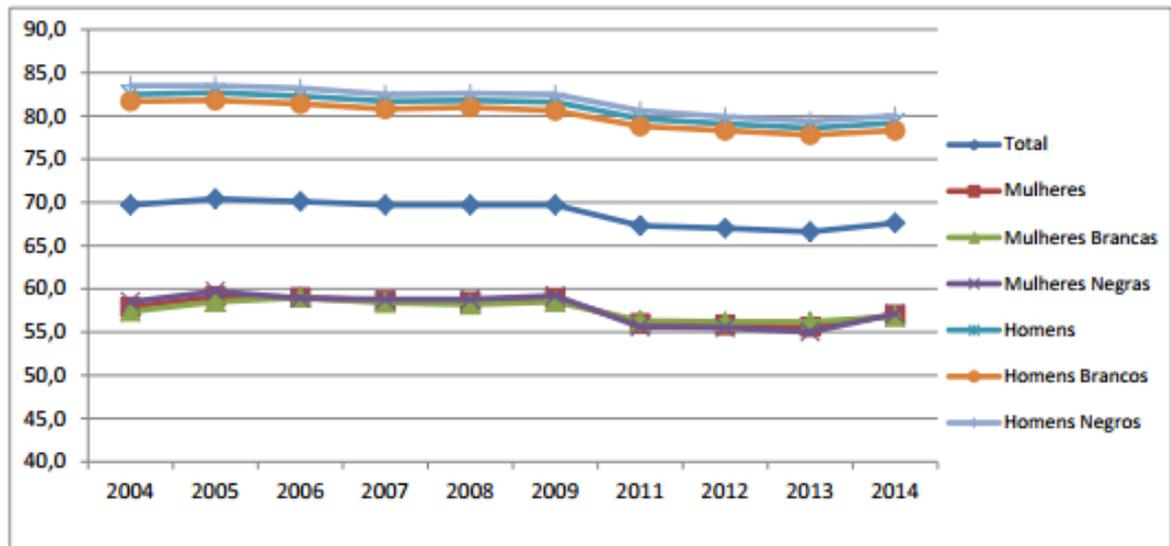
Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina.

O século XX foi marcado por importantes acontecimentos, os quais permitiram às mulheres do mundo inteiro lutar por seus devidos direitos e melhores condições de vida.

2.2.2 Participação da mulher no mercado de trabalho e no empreendedorismo

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) traz dados econômicos e financeiros do país, sendo a participação feminina no mercado de trabalho um deles conforme o gráfico a seguir:

Figura 3 - Taxa de atividade da população de 16 anos ou mais de idade, por sexo e cor/raça. Brasil, 2004 a 2014

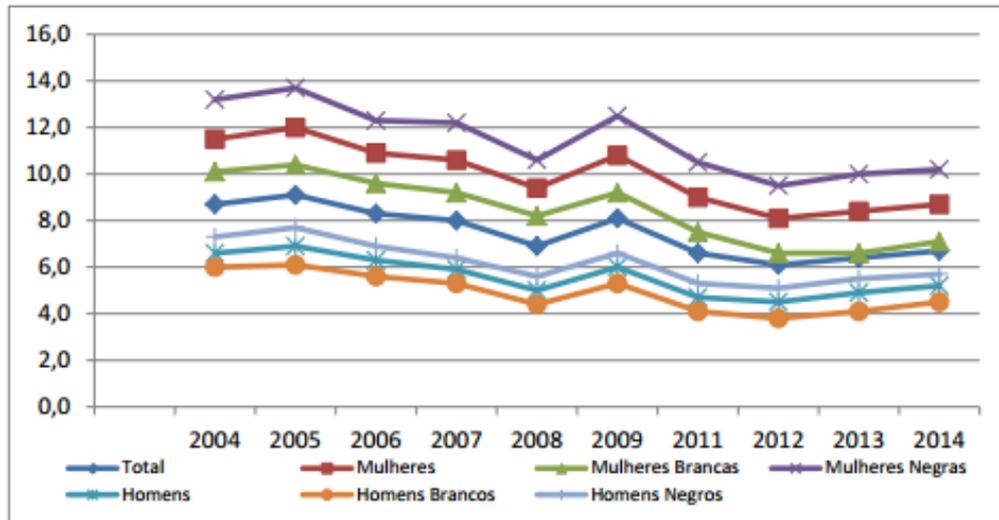


Fonte: IPEA, 2016.

A participação masculina vem caindo, mas continua bem acima da feminina. O gráfico demonstra que independente da raça, em 2014, os homens apresentam taxas de atividade de 80%, enquanto as mulheres de ambos os grupos raciais não alcançam 60%. Ou seja, de cada 10 mulheres, 4 não conseguem se inserir no mercado de trabalho. Resultando em 26,8 milhões de inativas e 9,2 milhões de inativos. Nota-se também que a taxa de atividade feminina oscilou pouco, sendo a taxa mais alta alcançada em 2005, com 59%. No ano de 2014 a taxa foi de 57%, sendo que em 1995 a taxa era de 54,3%, menos de 3 pontos percentuais apenas da taxa de 2014, o que parece indicar um limite de inserção das mulheres no mercado de trabalho. Faz-se necessário uma investigação mais aprofundada do perfil destas mulheres inativas, para assim compreender melhor as barreiras que as separam do mercado de trabalho e desenvolver políticas mais efetivas para combater esta desigualdade (IPEA, 2016).

Em relação às taxas de desocupação, segue o gráfico na página a seguir:

Figura 4 - Taxa de desocupação da população com 16 anos ou mais de idade, por sexo e cor/raça. Brasil, 2004 a 2014



Fonte: IPEA, 2016.

O gráfico apresenta que no ano de 2014 as taxas de desocupação dispuseram de uma pequena elevação, porém ainda mantendo as mulheres negras no topo das taxas de desocupação em todos os anos. As mulheres aparecem no topo, quando comparadas aos homens, sendo assim mais suscetíveis ao desemprego. Em 2014, a taxa de desocupação para homens brancos é de apenas 4,5%, enfatizando a desigualdade de gênero e raça que ainda atravessa as relações de trabalho (IPEA, 2016).

Em relação às mulheres no empreendedorismo, o quadro 6 apresenta os resultados da GEM de 2016:

Quadro 3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados – 2016

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	19,2	19,9	19,6
África do Sul	8,0	5,9	6,9
Alemanha	6,0	3,1	4,6
China	11,8	8,6	10,3
Estados Unidos	14,8	10,5	12,6
Índia	13,5	7,6	10,6
México	9,3	10,0	9,6
Rússia	6,9	5,7	6,3

Fonte: GEM, 2016.

Os dados demonstram que a maior parte dos países apresenta uma supremacia masculina no desenvolvimento de novos empreendimentos. No Brasil a TEA é de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens, sendo considerada bem equilibrada. A Índia e a Alemanha merecem destaque pela maior desigualdade entre gêneros (GEM, 2016).

Em relação às taxas de empreendimentos estabelecidos, foram apresentados os seguintes dados:

Quadro 4 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero - Países selecionados – 2016

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	19,6	14,3	16,9
África do Sul	3,8	1,2	2,5
Alemanha	9,6	4,4	7,0
China	8,5	6,4	7,5
Estados Unidos	10,9	7,6	9,2
Índia	5,7	3,4	4,6
México	8,7	6,5	7,5
Rússia	6,0	4,6	5,3

Fonte: GEM, 2016.

A igualdade de gênero diminui com o resultado das taxas específicas de empreendimentos estabelecidos (TEE). Em todos os países listados, a taxa dos empreendimentos com mais anos de funcionamento é mais alta entre os homens. No Brasil, as taxas de empreendedorismo estabelecido segundo o gênero alcançaram 19,6% entre os homens e 14,3% entre as mulheres. A diferença que era de apenas 0,7 pp em relação aos empreendimentos iniciais (TEA), sobe para 5,3 pp nos empreendimentos estabelecidos (TEE). Fica evidente que as mulheres brasileiras conseguem criar novos negócios na mesma proporção que os homens, porém o ambiente para mulheres empreenderem ainda lhes é desfavorável devido à questão de gênero e isso afeta a longevidade dos seus negócios. Para equilibrar a TEE, é necessário dar suporte e maiores investimentos às empreendedoras (GEM, 2016).

2.2.3 O conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino

Dentro do empreendedorismo feminino, o principal empecilho é o conflito trabalho-família, pois a família acaba influenciando na hora de empreender, muitas vezes por pressão do marido ou dos filhos.

O gênero feminino ainda é associado a tarefas domésticas, as quais são consideradas mais “femininas”, enquanto para os homens cabe a responsabilidade profissional. Essa visão tradicional social injusta ainda é muito comum (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

A busca da liberdade e autonomia encontradas no empreendedorismo, às vezes vem acompanhado de descontentamento, devido à falta de tempo para as exigências do negócio e os interesses dos filhos. A experiência empreendedora feminina, ocasionalmente, ostenta alguns aspectos negativos, o que gera sentimento de culpa, tensões, bem-estar emocional, estresse, falta de energia e conflitos que advêm sobre o papel tradicional da mulher imposto pela sociedade (MCGOWANA, P. et al., 2012 apud ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2013).

Os estudos que tratam do conflito trabalho-família são semelhantes, chegando ao consenso de que o indivíduo que decide conciliar os negócios e a família, irá sofrer pressão e estresse, geralmente por falta de tempo para ambos. As empreendedoras que geralmente são atingidas por este conflito, são as proprietárias de pequenas empresas, pois a fronteira do trabalho, vida pessoal e família ainda não é bem definida. Alguns dos conflitos gerados pelo trabalho-família são: muitas horas dedicadas ao trabalho e poucas à família, estresse devido a problemas financeiros da empresa, brigas familiares e indefinição de horários, todos esses fatos resultam em falta de motivação, falta de ânimo e mau humor. As empreendedoras buscam ações para remediar esses conflitos como o controle das emoções, tarefas domésticas compartilhadas com os demais membros da família, controle do tempo dedicado ao trabalho e o bom convívio com o parceiro em busca de apoio e diálogo (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

As mulheres enfrentam nas organizações o dilema de conseguir equilibrar as demandas dos negócios e as demandas da família, ser mãe, dona-de-casa, esposa e empreendedora. Portanto, a estratégia de disseminar e delegar tarefas aos colaboradores faz com que elimine um pouco da sobrecarga sobre si mesma. As mulheres acreditam que,

embora não ter tempo para os filhos, empreender traz consigo vantagens como mais liberdade, autonomia e independência financeira (SILVEIRA; GOUVÊA, 2008).

Os conflitos trabalho-família também foram investigados por Jonathan (2005). O estudo realizado com 49 empreendedoras que atuam em diferentes ramos da economia com o objetivo de revelar suas experiências com o empreendedorismo. As empreendedoras revelaram que não sentem medo para empreender e quando esse sentimento é existente, refere-se ao medo financeiro, às condições sociopolítico-econômicas do país, bem como com a satisfação dos clientes e a sobrevivência da empresa. Em relação ao conflito trabalho-família, algumas se sentem vitoriosas por terem conseguido o equilíbrio entre as demandas, outras, aos poucos, estão conseguindo lidar com os desafios encontrados e a realidade de algumas é a constante busca de estratégias de conciliação. Embora existam essas inquietações e inseguranças, as empreendedoras entrevistadas se sentem reconhecidas, vitoriosas, orgulhosas e vencedoras no desempenho de seus múltiplos papéis (JONATHAN, 2005).

Constata-se que, para muitas empreendedoras, sempre haverá um conflito entre o trabalho e a família. Nota-se também que a mulher vem encontrando novas e criativas estratégias a fim de conciliar as demandas existentes e lidar com a multiplicidade de papéis, levando ao homem a fazê-lo também, pois seu suporte em casa é tão necessário quanto o da mulher.

2.2.4 Dificuldades enfrentadas em razão de gênero

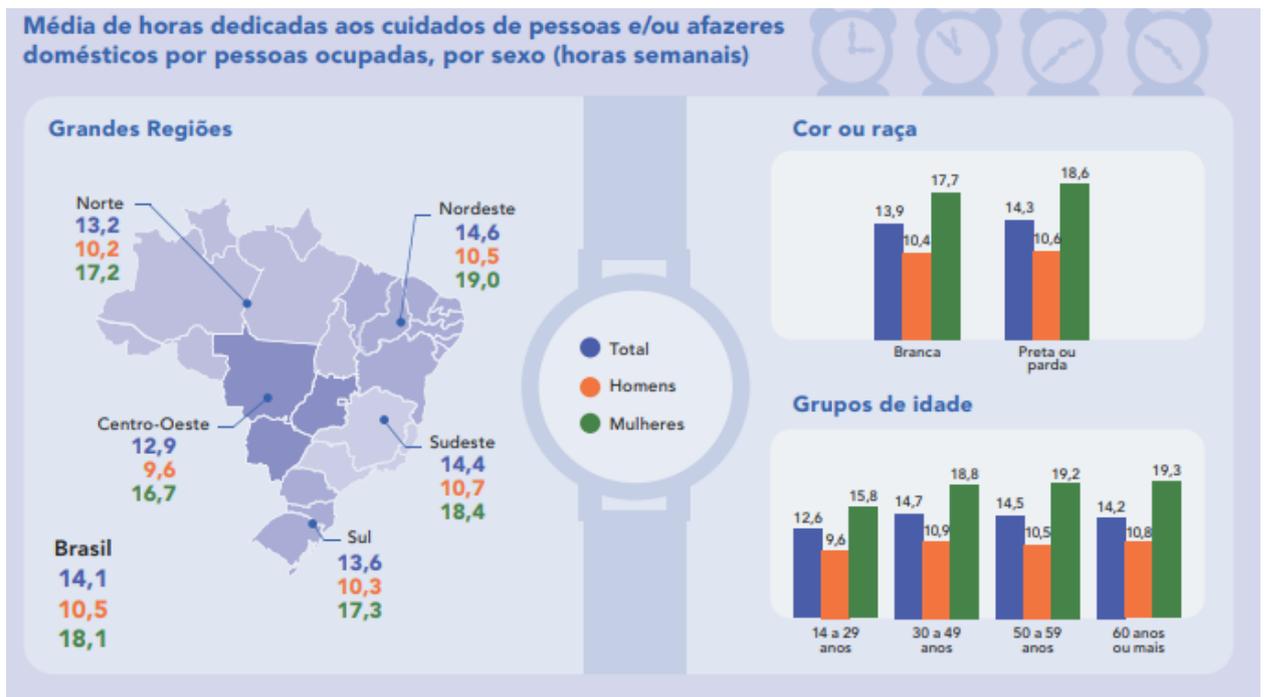
Além da estressante busca pela conciliação entre ser mãe, esposa, empreendedora e dona-de-casa, as mulheres ainda enfrentam desvantagem no mercado de trabalho por questões de gênero. O estereótipo de inferioridade ao sexo masculino implica ao acesso a recursos financeiros para o desenvolvimento da empresa (SILVEIRA; GOUVÊA, 2008).

Natividade (2009), afirma que a desigualdade de gênero causa várias consequências para as mulheres, como: salários inferiores aos dos homens, mesmo ocupando o mesmo cargo; participação no mercado informal; trabalho não remunerado; má qualidade das condições de trabalho; dentre outras.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulga publicações constantes sobre as estatísticas do Brasil, inclusive sobre os indicadores de gênero, com o

objetivo de trazer mais informações acerca do tema. Na sociedade atual ainda há diferenças e desigualdades entre mulheres e homens no que diz respeito às funções e responsabilidades atribuídas, acesso e controle sobre os recursos e oportunidades de tomada de decisão. O primeiro indicador a ser tratado, é o indicador em relação ao tempo dedicado aos cuidados de pessoas ou tarefas domésticas (IBGE, 2018).

Figura 5 - Média de horas dedicadas aos cuidados de pessoas e/ou afazeres domésticos por pessoas ocupadas, por sexo (horas semanais)

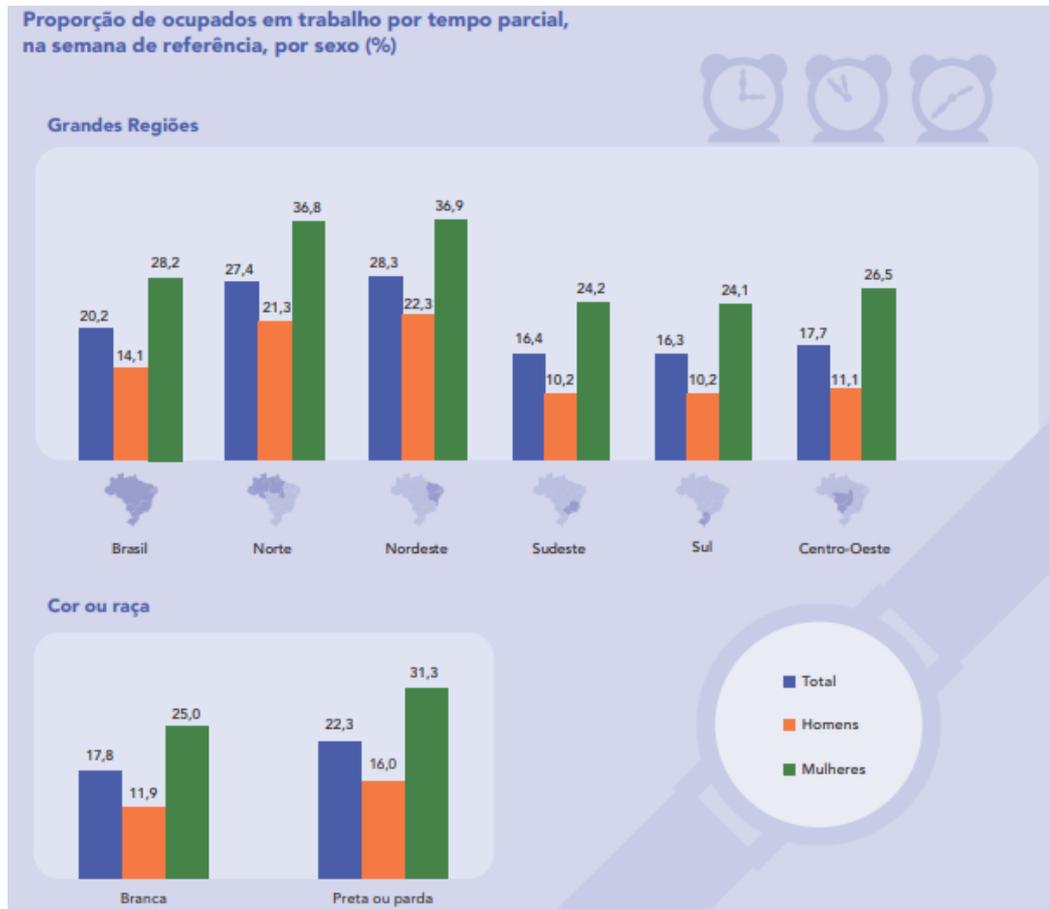


Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016.

No ano de 2016, no Brasil, as mulheres dedicaram aos cuidados de pessoas e/ou afazeres domésticos cerca de 73% a mais de horas do que os homens, pois são 18,1 horas contra 10,5 horas. Essas horas, quando divididas por região, constata-se que a maior desigualdade está na Região do Nordeste, onde as mulheres dedicam cerca de 80% a mais de horas do que os homens, alcançando 19 horas semanais. A divisão por cor ou raça indica que as mulheres negras ou pardas são as que mais se dedicam aos cuidados de pessoas e/ou aos afazeres domésticos, com o registro de 18,6 horas semanais em 2016. O indicador pouco varia para os homens quando se considera a cor ou raça ou região do país. Mesmo após tantas conquistas para as mulheres no mercado de trabalho, as mulheres ainda dedicam boa parte de seu tempo às tarefas domésticas e cuidados, inclusive essa diferença aumenta no quesito idade (IBGE, 2018).

Essas informações nos levam ao próximo indicador, a proporção de ocupados em trabalho por tempo parcial, ou seja, meio período.

Figura 6 - Proporção de ocupados em trabalho por tempo parcial, na semana de referência, por sexo (%)

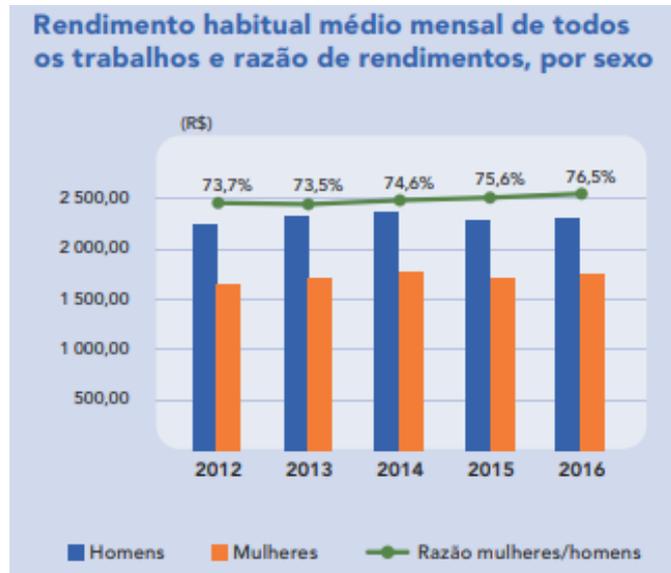


Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016.

Portanto, como foi abordado no indicador anterior, mulheres que precisam conciliar o trabalho com os afazeres domésticos e cuidados com a família, acabam por optar a trabalhar em empresas com carga horária reduzida. Corroborando com o indicador anterior, observa-se que se concentra um maior número de mulheres que trabalham em tempo parcial nas Regiões Norte e Nordeste. Outro fato evidenciado é de que mulheres negras ou pardas as que mais exerceram ocupação por tempo parcial, alcançando 31,3% do total, enquanto 25,0% das mulheres brancas se ocuparam desta forma, em 2016 (IBGE, 2018).

O próximo indicador refere-se ao rendimento habitual médio mensal de todos os trabalhos e razão de rendimentos.

Figura 7 - Rendimento habitual médio mensal de todos os trabalhos e razão de rendimentos, por sexo

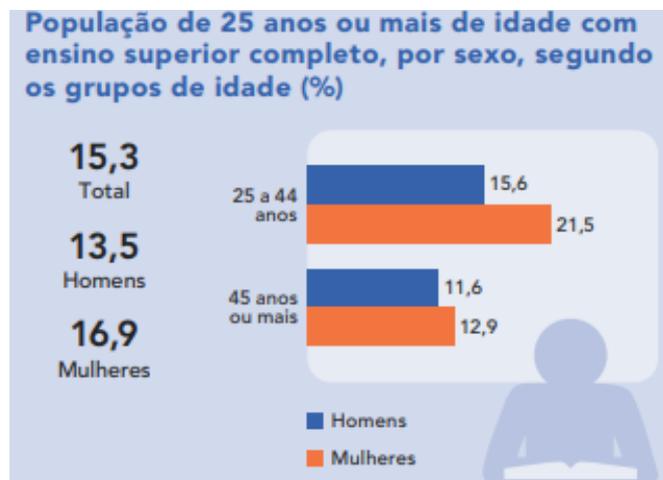


Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2012-2016.

Em relação aos rendimentos médios do trabalho as mulheres seguem recebendo cerca de $\frac{3}{4}$ do que os homens recebem. Esse resultado explica-se pelo fato da proporção de mulheres que se dedicam ao trabalho em tempo parcial. Porém, também é efeito da discriminação salarial das mulheres no mercado de trabalho (IBGE, 2018).

No tocante a educação, os indicadores demonstram que as mulheres superam os homens no quesito educação.

Figura 8 - População de 25 anos ou mais de idade com ensino superior completo, por sexo, segundo os grupos de idade (%)



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

O indicador demonstra que as mulheres atingem em média um nível de instrução superior ao dos homens, o percentual de homens que completou a graduação foi de 15,6%, enquanto o de mulheres atingiu 21,5%, indicador 37,9% superior ao dos homens.

Figura 9 - População de 25 anos ou mais de idade com ensino superior completo, por sexo e cor ou raça (%)

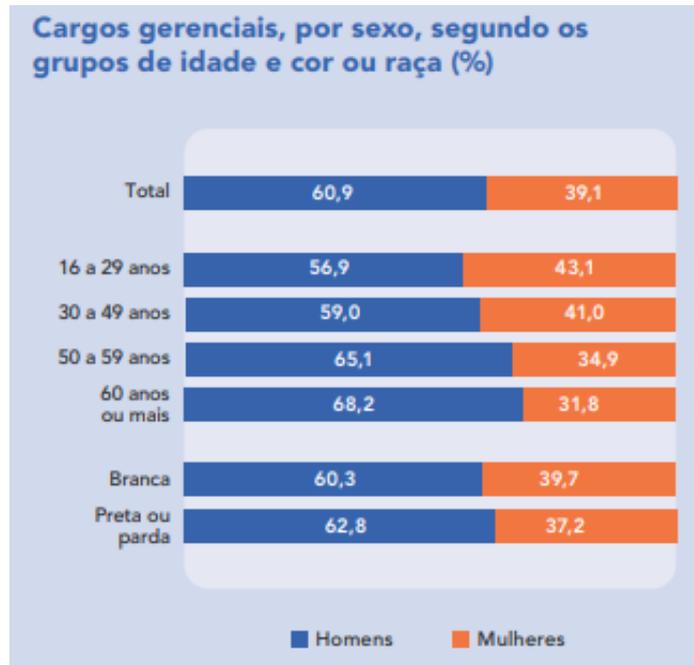


Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016.

Entretanto, constata-se desigualdade entre mulheres por cor ou raça. As mulheres brancas com ensino superior completo são mais do que o dobro para as mulheres negras ou pardas, isso demonstra que a cor ainda é um fator para a desvantagem educacional (IBGE, 2018).

O próximo indicador aborda a inserção das mulheres em posições de liderança tanto no setor público quanto no setor privado.

Figura 10 - Cargos gerenciais, por sexo, segundo os grupos de idade e cor ou raça (%)



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

Este indicador colabora para a compreensão da desigualdade de rendimentos entre homens e mulheres, cujo foi apresentada anteriormente.

No ano de 2016, 60,9% dos cargos gerenciais eram ocupados por homens e somente 39,1% pelas mulheres. Observa-se que em todas as faixas etárias existe uma maior proporção de homens ocupando os cargos gerenciais, se agravando nas faixas etárias mais elevadas (IBGE, 2018).

O estudo do IBGE (2018) busca evidenciar, por meio de indicadores, a desigualdade de gênero ainda presente entre homens e mulheres no Brasil. O caminho em direção à igualdade de direitos e oportunidades independentemente do gênero, ainda é longo para as mulheres, principalmente, para negras ou pardas.

2.3 O MERCADO DE PET SHOPS

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de produtos para animais de estimação (Abinpet, 2018, n.p) “O setor pet é o segmento do agronegócio relacionado com o desenvolvimento das atividades de criação, produção e comercialização de animais de estimação”.

Acredita-se que a o ser humano e seus animais de estimação começaram a se relacionar a cerca de 25.000 e 50.000 anos atrás com finalidade apenas de proteção ou caça. Ao longo dos séculos, esta relação se tornou mais intensa. Hoje, os donos de animais de estimação preocupam-se com os cuidados específicos que eles necessitam. Portanto, surgiram lojas a fim de suprir essa demanda por produtos e serviços para animais de estimação, mais conhecidos como Pet Shops. Essas lojas comercializam alimentos, roupas, brinquedos, acessórios, remédios e uma grande variedade de serviços, como por exemplo, banho e tosa (SEBRAE, 2014).

De acordo com pesquisas realizadas pelo Sebrae (2014), o mercado de Pet Shops no Brasil cresce 17% ao ano e movimenta cerca de 14 bilhões de reais. Existem aproximadamente 100 mil pontos de venda de produtos direcionados aos bichos de estimação no Brasil, deste total, 40 mil são lojas Pet Shops. Esse crescimento deve-se também às indústrias de rações que investiram em publicidade e aprimoramento dos canais de distribuição. No país, atualmente, há 32 milhões de cães, 19,5 milhões de pássaros, 16 milhões de gatos, 7,5 milhões de peixes, sendo o segundo país com a maior população de pets do mundo. O gasto médio dos donos de animais de estimação com produtos e serviços per capita/ano é de R\$ 390,00 para raças pequenas a R\$ 760,00 para raças grandes, que no total representam R\$ 14 bilhões de faturamento para o setor. Todos esses dados levantados conduzem o Brasil, mundialmente, ao segundo lugar em população de animais de estimação, segundo em volume de produção e o sétimo em faturamento.

Segundo a revista Forbes (2019), apesar deste crescimento no setor nos últimos anos, o mercado pet no Brasil ainda se encontra imaturo, e a tendência é a profissionalização do setor. No país, o número de lojas pequenas de pet shop é grande em relação às redes de varejo, a rede Petland, uma das maiores, tem 93 lojas em sistema de franquia. Ainda pouco em comparação ao tamanho do setor. Lojas pequenas não conseguem negociar bem devido ao volume de suas compras, entende-se que há um grande espaço para profissionalização, pois a cada dez pet shops que abrem no país, sete fecham a cada dois anos. Devido à crise econômica ter afetado outros setores, como concessionárias de carros e incorporadoras de imóveis, surgiu a oportunidade de grandes lojas de pet conseguirem pontos melhores e estratégicos, ou seja, estão começando a se expandir pelo país.

Os dados divulgados pelo Sebrae são impressionantes, pois é um mercado que, mesmo com a crise, continua em constante crescimento. Mas o que explica este crescimento em um período de corte de gastos? Segundo a Revista Você S/A (2016), a resposta é a humanização

dos pets como membros da família. Nos últimos anos, os animais de estimação passaram a conviver dentro das casas e ganharam o status de membros da família, portanto precisam estar mais bem cuidados para conviverem no mesmo ambiente que seus donos. Essa transformação de perfil do consumidor do mercado pet, fez com que as empresas investissem mais nesse ramo devido a seu potencial de crescimento, principalmente na área da saúde animal. As empresas estão inovando cada vez mais a fim de conquistar os donos exigentes. Mesmo com valores altos, as empresas fabricantes de rações medicamentosas, que auxiliam no tratamento de doenças renais, cardíacas e de pele, não sofrem com a estagnação nem queda nesse segmento. Os tutores estão cada vez mais preocupados com a saúde de seu pet, e com a medicina veterinária mais cara por conta dos avanços, o plano de saúde pet tem se tornado uma alternativa atraente.

São várias as tendências para o setor nos próximos anos, como consumidores mais conectados, pois as mídias sociais e sites das empresas serão cruciais não apenas para o e-commerce, mas para a imagem da marca. Cresce a procura do consumidor por produtos mais saudáveis para animais de estimação, com mais nutrientes e menos processados. O e-commerce vem se tornando um instrumento de estratégia e uma tendência também, pelo fato de reduzir custos. Hotéis, hospitais, marmitas saudáveis para pets, dispositivos de rastreamento, são também tendências do setor. Inclusive, o processo de humanização dos pets chegou ao segmento de luto. No Brasil, existem empresas que realizam a cremação de animais de estimação, disponibilizando vários tipos de urna, de acordo com cada raça, para entregar as cinzas. A evolução do setor deve seguir caminhando na contramão da crise (FORBES, 2019).

A seção seguinte abordará a metodologia escolhida para a realização desta pesquisa, bem como os processos e métodos utilizados para obter o melhor resultado da mesma.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente seção aborda os procedimentos metodológicos utilizados para realizar o estudo em questão, os quais auxiliaram a obter o máximo de confiabilidade para a pesquisa.

Inicialmente faz-se necessário expor os principais conceitos que englobam a metodologia, a fim de obter um melhor entendimento sobre os métodos e técnicas utilizados. De acordo com Lakatos e Marconi (2010, p. 139) “A pesquisa, portanto, é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”.

O objetivo do método científico é descobrir a veracidade dos fatos, sendo necessário determinar as técnicas e procedimentos intelectuais que auxiliaram a atingir a verificação de determinado conhecimento, para que assim, o mesmo possa ser considerado científico. O objetivo da pesquisa é encontrar respostas para problemas utilizando métodos científicos (GIL, 2010).

Os dados podem ser classificados como qualitativos e quantitativos. Os qualitativos incluem rótulos ou nomes para identificar cada elemento, enquanto os quantitativos necessitam de valores numéricos (ANDERSON; SWEENEY; WILLIAMS, 2016).

No decorrer desta subseção será detalhado o tipo de pesquisa e as técnicas utilizadas para este estudo.

3.1 CATEGORIZAÇÃO E TIPO DE ESTUDO

A abordagem deste estudo é caracterizada de cunho quantitativo. O método quantitativo tem como propósito mostrar dados, indicadores e tendências observáveis, ou produzir modelos teóricos abstratos com elevada aplicabilidade prática. As averiguações dos dados obtidos comprovam a regularidade dos fenômenos (MINAYO, 2010).

Em relação ao tipo de estudo, se classificou a partir dos dois critérios básicos de distinção definidos por Vergara (1998), como sendo quanto aos fins e quanto aos meios. Para a realização desta pesquisa, a mesma foi classificada quanto aos fins como descritiva e aplicada.

A pesquisa descritiva revela características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre as variáveis e na definição de sua natureza, entretanto, não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve. A pesquisa aplicada, por sua vez, é essencial para resolver problemas concretos, pois sua finalidade é prática, proporcionando assim uma maior compreensão acerca do tema em questão (VERGARA, 1998). Portanto, o presente estudo auxiliará a analisar o perfil empreendedor de mulheres proprietárias de pet shop, bem como compreender os principais desafios enfrentados pelas mesmas acerca do universo estudado.

Quanto aos meios de investigação, os tipos de estudo definidos por Vergara (1998), podem ser: pesquisa de campo, de laboratório, telematizada, documental, bibliográfica, experimental, *ex post facto*, participante, pesquisa - ação ou estudo de caso. Para o estudo em questão, foram utilizadas a pesquisa de campo, documental, bibliográfica e *ex post facto*.

A pesquisa de campo tem como objetivo conseguir informações acerca de um problema, a fim de encontrar uma resposta ou apenas para comprovar um fenômeno. Consiste na observação dos fatos, no registro das variáveis consideradas relevantes e por fim, a análise das mesmas (LAKATOS; MARCONI, 2010). De modo que vai ao encontro do proposto no presente estudo, pois para atingir os objetivos da mesma, foram aplicados questionários às empreendedoras do ramo pet, o qual abordou questões relevantes para o estudo.

A investigação documental é realizada em documentos de domínio público, privado e inclusive pessoal. São documentos como: registros, regulamentos, ofícios, memorandos, fotografias, cartas pessoais, dentre outros (VERGARA, 1998). No presente estudo, utilizou-se de relatórios disponibilizados pela Prefeitura Municipal de Chapecó – S/C a fim de obter conhecimento de quantos Pets Shops estão ativos e atuantes na cidade.

A pesquisa bibliográfica refere-se a toda a bibliografia já publicada em relação ao tema estudado, como jornais, artigos, livros, revistas, teses, monografias, dentre outras. Seu objetivo consiste em apresentar ao pesquisador, tudo o que já foi dito, escrito ou filmado sobre determinado assunto (LAKATOS; MARCONI, 2010). A pesquisa bibliográfica é realizada a partir das contribuições de autores acerca do tema abordado, tornando-se imprescindível para a melhor compreensão acerca do universo a ser estudado.

Por último, a investigação também é caracterizada como *ex post facto*, a qual consiste em fatos que já aconteceram. Ou seja, é quando um investigador não consegue manipular ou controlar as variáveis encontradas, pois as mesmas já ocorreram (VERGARA, 1998). O

estudo abordado trata de um fenômeno que já ocorreu, o qual contribui para compreender as dificuldades que as mulheres enfrentam para empreender.

Na próxima subseção será abordada qual técnica foi escolhida para a coleta de dados.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Universo ou população é um conjunto de elementos com determinadas características. O subconjunto do universo, onde também se estabelecem características, é denominado de amostra (GIL, 2010).

“A amostra é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p.147).

Realizou-se um censo de quantos Pet Shop’s se encontram na cidade de Chapecó, o qual de acordo com a Prefeitura Municipal de Chapecó, atualmente existem 58 Pet Shop’s ativos e atuantes. Dentre eles, os quais 47 são geridos pelo gênero feminino.

Para a aplicação do questionário, utilizou-se o método de amostragem probabilística pela amostragem aleatória simples. Barbetta (2007) propõe que a definição da amostra deverá ser calculada através das seguintes fórmulas:

$$n_0 = 1 / E^2 \quad n = N \cdot n_0 / N + n_0$$

O autor explica que a primeira fórmula é possível calcular um tamanho inicial da amostra, com uma população desconhecida, onde “n₀” é uma primeira aproximação para o tamanho da amostra e “E” é o erro amostral tolerável, que nesse caso é de 10%, com um nível de confiança de 95%. A segunda fórmula calcula o tamanho da amostra, “n”, utilizando o tamanho da população, “N” e também aproximação do tamanho da amostra, calculado na primeira fórmula. A partir destas fórmulas, obteve-se a seguinte estimativa:

$$n_0 = 1 / (0,10)^2 = 100 \quad n = 47 \cdot 100 / 47 + 100 = 31,97=32$$

Mediante este cálculo de amostragem finita, definiu-se uma amostra mínima de 32 participantes para analisar o perfil empreendedor das proprietárias de Pet Shop na cidade de Chapecó.

3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados de uma pesquisa é a etapa que aplica os instrumentos elaborados e técnicas selecionadas a fim de coletar os dados previstos. Exige do pesquisador cautela para registrar os dados e um rigoroso controle na aplicação dos instrumentos de pesquisa, com o intuito de evitar possíveis erros na análise da pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 2010).

A coleta de dados do presente estudo foi realizada por meio de questionários. Conforme Vergara (1998), o questionário é caracterizado por uma série de perguntas apresentadas ao respondente, podendo ser aberto ou fechado. No questionário aberto, as respostas do respondente são livres, já no fechado, o respondente escolhe entre alternativas apresentadas. Deve ter o número suficiente de perguntas para a obtenção de respostas ao problema investigado, evitando que o questionário se torne cansativo ao respondente.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi um questionário online, aplicado através da plataforma Google Forms devido a maior praticidade e rapidez na obtenção das respostas. O questionário foi dividido em duas etapas. A primeira etapa é constituída de 19 perguntas de múltipla escolha, a fim de identificar o perfil das mulheres empreendedoras.

A segunda etapa do questionário consiste em pontuar 30 comportamentos segundo o método de Dornelas, a fim de identificar a frequência que cada comportamento contribui para constituir o perfil das empreendedoras. A pontuação utilizada para tratamento e análise de dados desta etapa foi de 1 a 5, por meio da escala Likert. Segundo Gil (2010), as perguntas que fazem uso da escala Likert, objetivam medir a concordância ou discordância em relação a um enunciado através de opções de alternativas variando de uma resposta mais negativa para uma mais positiva, onde o indivíduo deve optar por uma apenas. A escala conta com as variáveis de “insuficiente”, “fraco”, “regular”, “bom” até “excelente”, respectivamente, para mensuração dos dados obtidos a partir das respostas das empreendedoras.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise de dados, de acordo com Minayo (2010), é a etapa onde os dados coletados na etapa anterior são submetidos ao exercício de análise, na tentativa de obter-se as respostas pretendidas, buscando um sentido mais explicativo dos resultados da pesquisa.

Após a obtenção dos dados da pesquisa, faz-se necessário analisá-los e interpretá-los. A análise dos dados é a tentativa de esclarecer as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores. Já a interpretação dos mesmos tem como propósito ampliar os conhecimentos sobre o fenômeno, vinculando-os a outros conhecimentos (LAKATOS; MARCONI, 2010).

O instrumento utilizado para descrever os dados obtidos, por se tratar de uma pesquisa de cunho quantitativo, foi o uso da estatística descritiva. Foram utilizadas planilhas no Excel para distribuir as frequências e encontrar a média, moda e mediana, são medidas de posição as quais tem o objetivo de reduzir um conjunto de dados em um único número a fim de representar um dado frequente na pesquisa. A média é a soma de todos os dados dividida pelo número de dados. A moda é o número mais frequente do conjunto. A mediana é o número central, encontrado quando ordenado todos os dados e escolhendo o que está no centro.

Após a descrição da metodologia utilizada para o presente estudo, o próximo capítulo irá abordar os resultados obtidos.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Inicialmente será apresentado o perfil das participantes da pesquisa. Posteriormente apresenta-se a relação das participantes com o ramo de atividade exercido, fatores que as levaram a empreender e obstáculos enfrentados. Por fim, é apresentado o perfil empreendedor das participantes de acordo com o teste de Dornelas.

4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS EMPREENDEDORAS

Com o objetivo de conhecer melhor o perfil socioeconômico das empreendedoras que participaram da pesquisa, foram elaboradas tabelas a fim de melhor visualizar as características encontradas. A seguir, apresenta-se a tabela 4, onde constam os dados sobre idades das participantes.

Tabela 4 - Perfil das respondentes – Idade e estado civil

		Idade
Média		35,375
Mediana		33,5
Moda		30
Estado Civil	Nº de Respostas	%
Solteira	6	19%
Casada ou União Estável	24	75%
Divorciada ou Viúva	2	6%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

As participantes estão na faixa de idade entre 30 a 40 anos, percebe-se assim que essas empreendedoras são consideradas jovens e estão no ambiente empreendedor há pouco tempo. Destas mulheres 75% são casadas ou vivem em união estável, 19% são solteiras e apenas 6% são divorciadas ou viúvas.

Em relação ao grau de instrução, identificaram-se os seguintes dados:

Tabela 5 - Perfil das respondentes – Grau de instrução

Grau de instrução	Nº de Respostas	%
Ensino fundamental completo	2	6%
Ensino médio incompleto	1	3%
Ensino médio completo	4	13%
Ensino superior incompleto	5	16%
Ensino superior completo	3	9%
Pós-graduação	17	53%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

De acordo com a tabela apresentada, pode-se afirmar que, quanto ao grau de instrução, 17 respondentes, ou seja, 53% das participantes possuem pós-graduação. Seguido de 16% com ensino superior incompleto, 13% com ensino médio completo, 9% com o ensino superior completo, 6% com ensino fundamental completo e 3% com ensino médio incompleto. Portanto, percebe-se que a maioria tem um grau de instrução eminente, o qual pode ter influenciado as participantes a empreender no ramo e auxiliado nas tomadas de decisões do negócio.

Estes dados que demonstram que a maior parte das participantes possuem alto nível de instrução corroborando com os dados divulgados pelo IBGE (2018), os quais demonstram que as mulheres atingem em média um nível de instrução superior ao dos homens, sendo o percentual de homens que completaram a graduação de 15,6%, enquanto as mulheres atingiram o percentual de 21,5%.

A próxima tabela a ser apresentada indica se a participante possui ou não filhos:

Tabela 6 - Perfil das respondentes – Quantidade de filhos

Possui filhos	Nº de Respostas	%
1	11	34%
2	8	25%
3 ou mais	4	13%
Não	9	28%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

A maioria das empreendedoras possuem filhos, sendo que 34% possuem 1 filho, 25% possuem 2 filhos e 13% possuem 3 ou mais filhos. Apenas 28% das mulheres não possuem filhos. Optar por ter menos filhos é uma característica cada vez mais presente nas famílias brasileiras, onde além das questões financeiras, o aumento da escolaridade das mulheres também influencia.

Logo, pode-se apurar que as empreendedoras participantes em sua maioria são mulheres jovens, em relacionamentos sérios, possuem filhos, embora poucos, com pós-graduação ou cursando o ensino superior. Podemos considerar este o perfil da mulher proprietária de Pet Shop em Chapecó. Ou seja, corrobora os dados do Sebrae (2019), os quais as empreendedoras são geralmente novas e com alto nível de instrução.

Em seguida, serão apresentados os dados referentes à relação das participantes com o ramo de atividade exercido, os fatores que as levaram a empreender e obstáculos enfrentados.

4.2 RELAÇÃO COM O RAMO DE ATIVIDADE

A fim de saber se são negócios recentes ou antigos, a tabela a seguir traz os dados levantados sobre o tempo de atividade da empresa:

Tabela 7 - Relação com o ramo de atividade – Tempo de atividade da empresa

	Tempo de atividade da empresa (anos)
Média	6,5
Mediana	4,5
Moda	1

Fonte: Dados primários, 2019.

A maioria das empresas possui menos de 10 anos de funcionamento, sendo a média encontrada de 6,5 anos. Uma parte considerável das participantes possui apenas 1 ano ou poucos meses de empresa. Portanto, pode-se dizer que em relação ao tempo de funcionamento dos Pet Shops, são empresas recentes no mercado, as quais ainda correm riscos externos ou internos. Externos como crises econômicas e internos relativos à habilidade da gestora em contornar situações de risco e elaborar estratégias de negócio. Além de todos os conflitos que giram em torno do empreendedorismo feminino já citados, como a dificuldade de conciliar o trabalho com a família.

Referente à necessidade de financiamento bancário na abertura da empresa, encontraram-se os seguintes dados:

Tabela 8 - Relação com o ramo de atividade – Financiamento para abertura da empresa

Recorreu a algum financiamento bancário na abertura da empresa?	Nº de Respostas	%
Sim	8	25%
Não	24	75%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

Para iniciar e manter uma empresa, o ideal é já ter o capital necessário, recorrer a um financiamento é uma saída, entretanto aumenta o risco do negócio não dar certo. A maioria das empreendedoras não recorreram a financiamentos bancários para iniciar o negócio, sendo 75% das participantes. O restante das participantes, ou seja, 25% sentiram a necessidade do mesmo. Segundo a revista Exame (2018), as mulheres enfrentam mais dificuldades em relação a financiamentos para abertura da empresa, precisando investir recursos próprios ou da família.

Conforme o Sebrae (2019), as mulheres acessam à um valor médio de aproximadamente R\$ 13 mil a menos que os homens em linhas de financiamento, sendo que os homens apresentam um indicador de 4,2% de inadimplência, enquanto as mulheres apresentam 3,7%.

A categoria a seguir refere-se à intenção de ampliar o negócio, compreendendo as seguintes respostas:

Tabela 9 - Relação com o ramo de atividade – Ampliação do negócio

Pretende ampliar seu negócio?	Nº de Respostas	%
Sim	18	56%
Não	1	3%
Talvez	13	41%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

Das respostas coletadas, 18 mulheres (56%) tem intenção de ampliar seu negócio e 13 mulheres (41%) talvez irão ampliá-lo. Apenas 1 respondente (3%) não tem intenção de ampliar a empresa. Embora a maioria dos negócios encontra-se em funcionamento há pouco

tempo, como visto anteriormente, ter o intuito de ampliar o negócio é um ponto positivo, pois demonstra que as empreendedoras já estão se sentindo consolidadas no mercado e passam a considerar uma expansão.

As razões que levam uma pessoa a empreender são muitas, entretanto, segundo Dornelas (2009), existem alguns motivos que são os mais citados em pesquisas com empreendedores. Portanto, foi questionado às empreendedoras quais desses motivos a levaram a criar um negócio. A pergunta era aberta, ou seja, a participante poderia escolher mais de uma opção e, além disso, havia a possibilidade de mencionar outro fator.

Tabela 10 - Relação com o ramo de atividade – Motivações para criar um negócio

Motivações para criar um negócio	Nº de Respostas	%
Auto realização	18	56%
Desejo de independência	16	50%
Autonomia para tomar decisões	11	34%
Aumento da renda	14	44%
Busca de novos desafios	9	28%
Falta de alternativa (perda do emprego)	1	3%
Outras		
Necessidade de oferecer um serviço especializado para os felinos da região	1	3%

Fonte: Dados primários, 2019.

A auto realização foi um dos principais motivos citados, sendo 56% das mulheres sendo motivadas por este fator, seguido pelo desejo de independência o qual conta com 50% das respostas. O aumento da renda aparece com 44% das respostas, a autonomia para tomar decisões com 34%, busca de novos desafios com 28% e a falta de alternativa com 3%. Apenas uma mulher (3%) descreveu outro fator, sendo a necessidade de oferecer um serviço especializado em felinos da região.

De acordo com os dados obtidos em relação aos estímulos para empreender, podemos constatar que a maioria das mulheres são empreendedoras por oportunidades, pois são ousadas, possuem conhecimento em relação ao mercado por conta do grau de instrução alto, além de investirem suas reservas financeiras naquilo que acreditam ser uma oportunidade de crescimento.

A fim de explorar se há empreendedores na família, com o intuito de saber se as participantes sofreram alguma influência familiar para empreender, e em caso afirmativo, quem seria este familiar, foram coletados os seguintes dados:

Tabela 11 - Relação com o ramo de atividade – Empreendedores na família

Existem empreendedores na família?	Nº de Respostas	%
Sim	19	59%
Não	13	41%
TOTAL	32	100%
Em caso afirmativo, quem?	Nº de Respostas	%
Pai	4	17%
Mãe	2	9%
Ambos	5	22%
Irmãos/Irmãs	5	22%
Cônjuge	2	9%
Avó/Avô	2	9%
Tios/Tias	3	13%

Fonte: Dados primários, 2019.

Foi possível constatar que 59% das mulheres possuem empreendedores na família e os outros 41% não tem nenhum familiar que seja considerado empreendedor. Das respostas afirmativas, a maioria tem ligação próxima com o empreendedor, sendo pai e mãe com 22%, irmãos ou irmãs com 22% e pai com 17%. Logo, é possível que as participantes que afirmaram têm na família empreendedores tenham sido influenciadas, pois é um fato que ocorre em seu ciclo de convivência. Hisrich, Peters e Shepherd (2009), esclarecem que a família são influenciadores do perfil empreendedor, sendo os pais que atuam por conta própria tenderem a ser um fator de inspiração.

Em relação a carga horária de trabalho, obteve-se as seguintes respostas:

Tabela 12 - Relação com o ramo de atividade – Carga horária

Quantas horas trabalha por dia?	Nº de Respostas	%
08 horas	4	13%
Mais que 08 horas	28	88%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

A maioria das empreendedoras (88%) trabalha mais que oito horas por dia e o restante (13%) trabalha oito horas, considerada a carga horária comum. A jornada de trabalho excessiva acaba ocasionando danos existenciais, como a limitação da vida pessoal do indivíduo. Essas consequências foram investigadas a seguir:

Tabela 13 - Relação com o ramo de atividade – Flexibilidade de horário

Tem flexibilidade de horário para resolver problemas pessoais?	Nº de Respostas	%
Raramente	4	13%
Às vezes	15	47%
Frequentemente	5	16%
Sempre	8	25%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

A flexibilidade de horário é um fator importante para o equilíbrio da vida pessoal e profissional. Quase metade das empreendedoras (47%) às vezes tem flexibilidade de horário para resolver problemas pessoais, 25% sempre tem tempo, 16% frequentemente e 13% raramente. Podemos perceber que embora a maioria delas tem uma carga de horário maior que 8 horas, ainda assim buscam flexibilizar o possível o tempo para conseguir resolver seus problemas sociais.

Foi questionado na tabela seguinte, se as empreendedoras possuem alguma ajuda nos afazeres domésticos, como uma babá ou empregada doméstica:

Tabela 14 - Relação com o ramo de atividade – Possuem babá ou empregada doméstica

Tem empregada doméstica ou babá em casa?	Nº de Respostas	%
Sim	10	31%
Não	22	69%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

De acordo com a tabela apresentada, a maioria das mulheres, sendo 69%, não possuem babá ou empregada doméstica em casa e apenas 31% diz possuir. Ou seja, a maioria delas além de trabalhar mais que 8 horas por dia e buscar flexibilidade de horário para resolver problemas pessoais, ainda devem se preocupar com os afazeres domésticos da casa.

O IBGE (2018), apresenta dados em que no ano de 2016, as mulheres dedicaram aos afazeres domésticos cerca de 73% a mais de horas do que os homens, ou seja, mesmo após tantas conquistas no mercado de trabalho, as mulheres ainda dedicam boa parte de seu tempo aos cuidados e afazeres domésticos.

A saúde das empreendedoras muitas vezes é afetada pela sobrecarga de trabalho. A mulher, devido à dupla jornada de trabalho, está mais propensa ao estresse, o qual foi investigado a seguir:

Tabela 15 - Relação com o ramo de atividade – Problema de saúde e estresse

Já teve algum problema de saúde relacionado com este trabalho?	Nº de Respostas	%
Sim	10	31%
Não	22	69%
TOTAL	32	100%
Sente-se estressada?	Nº de Respostas	%
Raramente	2	6%
Às vezes	20	63%
Frequentemente	8	25%
Sempre	2	6%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

Analisando os resultados obtidos, 69% das participantes não tiveram problema de saúde relacionado ao trabalho em que se encontram e 31% já tiveram algum tipo de problema de saúde relacionado. Em relação ao estresse, 63% sentem-se estressadas às vezes, 25% frequentemente, 6% sempre e 6% raramente.

Verifica-se que a maioria das participantes possui sobrecarga de tarefas, as quais contribuem para o estresse e conflitos entre trabalho e família. As mulheres dedicam muitas horas diárias ao trabalho, fato esse decorrente da flexibilidade de horário por serem donas do próprio negócio, pois se sentem responsáveis pelo sucesso ou fracasso do empreendimento (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

A fim de reduzir o estresse, o lazer se torna uma importante fonte de relaxamento para aliviar as sobrecargas resultantes do trabalho excessivo, o qual foi investigado a seguir:

Tabela 16 - Relação com o ramo de atividade – Lazer

Têm momentos de lazer?	Nº de Respostas	%
Raramente	3	9%
Às vezes	17	53%
Frequentemente	9	28%
Sempre	3	9%
TOTAL	32	100%
Nos momentos livres prefere:	Nº de Respostas	%
Ficar com a família	26	81%
Ficar sozinha	1	3%
Praticar atividades físicas	1	3%
Passear	4	13%
TOTAL	32	100%

Fonte: Dados primários, 2019.

Conforme as tabelas apresentadas, a maioria das participantes possuem momentos de lazer às vezes, sendo 53% delas. Seguido de 28% com momentos de lazer frequentes, 9% sempre e 9% raramente. Em relação ao oque as empreendedoras preferem fazer nestes momentos livres, obteve-se como resultado que 81% preferem ficar com a família, 13% preferem passear, 3% praticar atividades físicas e 3% ficar sozinha. Assim, apesar da alta carga horária de trabalho e afazeres domésticos, as empreendedoras buscam o possível para ter momentos de lazer, principalmente junto da família.

No que diz respeito aos obstáculos enfrentados para empreender, obteve-se os seguintes dados:

Tabela 17 - Relação com o ramo de atividade – Obstáculos enfrentados para empreender

Você enfrentou algum obstáculo para estar à frente de seu empreendimento?	Nº de Respostas	%
Dificuldade de conciliar o negócio com as tarefas domésticas	12	38%
Dificuldades financeiras	14	44%
Insegurança de que o negócio não desse certo	17	53%
Falta de apoio dos familiares e/ou amigos	2	6%
Preconceito pelo fato de ser mulher	1	3%
Não enfrentou nenhum obstáculo	2	6%
Outras		
Dificuldade em exercer papel de mãe, esposa, estudante e empresária.	1	3%
Dificuldade burocrática de documentação	1	3%

Fonte: Dados primários, 2019.

A questão era aberta, ou seja, a participante poderia escolher mais de uma opção e, além disso, havia a possibilidade de mencionar outro fator. Portanto, o principal obstáculo enfrentado, indicado por 53% das participantes, foi a insegurança de que o negócio não desse certo. Seguido por dificuldades financeiras (44%), dificuldade de conciliar o negócio com as tarefas domésticas (38%), falta de apoio dos familiares e/ou amigos (6%), não enfrentaram nenhum obstáculo (6%) e apenas 3% enfrentou preconceito pelo fato de ser mulher. Além disso, foram apontados dois outros fatores, como a dificuldade em exercer papel de mãe, esposa, estudante e empresária. (3%) e a dificuldade burocrática para conseguir a documentação necessária (3%).

Para transformar uma ideia de negócio em realidade, conseqüentemente, se assumem riscos, que apesar de todo o planejamento prévio, podem fazer uma ideia fracassar (SARKAR, 2008). Desse modo, é comum que a insegurança do negócio não dar certo ser considerado o principal obstáculo enfrentado pelas empreendedoras. Além das dificuldades financeiras também, que foi bastante apontado, pois para começar um negócio novo é investido muito capital no mesmo, e como foi possível verificar, a maioria das empreendedoras investiram capital próprio, sendo perfeitamente comum enfrentarem dificuldades financeiras.

Em relação a dupla jornada, como abordado anteriormente, foi também considerado um dos obstáculos, pois as empreendedoras trabalham mais que 8 horas e não possuem auxílio de uma empregada doméstica nos afazeres da casa.

A seguir, serão apresentados os dados coletados referente ao teste de perfil empreendedor aplicado as participantes deste estudo.

4.3 TESTE DO PERFIL EMPREENDEDOR

Em relação ao perfil empreendedor das empresárias, com base no método de análise de perfil determinado por Dornelas em 2015, o teste é composto por 30 questões. Estas não foram analisadas individualmente, pois a análise foi organizada entre 6 variáveis em que as questões foram categorizadas. Após, realizou-se o somatório das escalas utilizadas nas questões para assim, obter-se o perfil empreendedor das participantes.

As respondentes classificaram de 1 à 5 as características empreendedoras abordadas, de acordo com a Escala Likert variando as respostas entre: 1 - “insuficiente”, 2 – “fraco”, 3 – “regular”, 4 – “bom” e 5 - “excelente”.

4.3.1 Conjunto Comprometimento e Determinação

O primeiro conjunto a ser analisado é o de comprometimento e determinação, sendo questões de 1 a 6 abordando características que remetem ao mesmo: proatividade na tomada de decisão; tenacidade, obstinação; disciplina, dedicação; persistência em resolver problemas; disposição ao sacrifício para atingir metas e imersão total nas atividades que desenvolve. Assim, obtiveram-se os seguintes resultados:

Tabela 18 - Perfil Empreendedor – Conjunto Comprometimento e Determinação

CONJUNTO	CARACTERÍSTICA	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Comprometimento e Determinação	Proatividade na tomada de decisão	11	17	4	0	0	32	4,22	4	4
	Tenacidade, obstinação	8	19	5	0	0	32	4,09	4	4
	Disciplina, dedicação	16	13	3	0	0	32	4,41	4,5	5
	Persistência em resolver problemas	22	8	2	0	0	32	4,63	5	5
	Disposição ao sacrifício para atingir metas	17	13	2	0	0	32	4,47	5	5
	Imersão total nas atividades que desenvolve	18	11	3	0	0	32	4,47	5	5

Fonte: Dados primários, 2019.

De acordo com a tabela, a média mais alta no conjunto comprometimento e determinação, compete à persistência em resolver os problemas com média de 4,63. Nas características disciplina e dedicação, persistência em resolver problemas, disposição ao sacrifício para atingir metas e imersão total nas atividades que desenvolve a escala que mais se repetiu nas respostas foi a 5 – “excelente”. Não se obteve nenhuma resposta com escala 1 ou 2, a maioria das características ficaram com média entre 4 e 5. Isso demonstra que as participantes estão comprometidas e determinadas ao máximo com o seu negócio para fazê-lo prosperar.

Conforme Dornelas (2012), o empreendedor não se sente inseguro, pois sabe tomar decisões corretas quando necessário, principalmente em situações complicadas, sendo assim uma característica importante para o sucesso do negócio. Além de tomar decisões corretas, são proativos para implementá-las rapidamente com total comprometimento.

4.3.2 Conjunto Obsessão pelas Oportunidades

As questões de 7 a 9 correspondiam ao conjunto obstinação pelas oportunidades, o qual apresentou os seguintes dados:

Tabela 19 - Perfil Empreendedor – Conjunto Obsessão pelas Oportunidades

CONJUNTO	CARACTERÍSTICA	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Obsessão pelas Oportunidades	Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes	17	14	1	0	0	32	4,50	5	5
	É dirigido pelo mercado (<i>market driven</i>)	4	12	13	2	1	32	3,50	3,5	3
	Obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes	13	15	4	0	0	32	4,28	4	4

Fonte: Dados primários, 2019.

A média mais alta encontrada, conforme a tabela, foi na característica de procurar ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes, sendo o valor de 4,50. Nesta característica, também se encontrou o maior número de respostas com escala 5 – “excelente”. Obsessão em criar valor e satisfazer os clientes também obteve ótimas escalas, ficando entre 4 e 5. Ou seja, as participantes se demonstram preocupadas em atender as necessidades dos clientes e satisfazê-los. Obteve-se escalas mais baixas em relação ao *market driven*, ou seja, as participantes não têm o costume de realizar pesquisas de marketing do mercado de Pet Shop a fim de elaborar estratégias, sendo então uma característica “regular” das empreendedoras a qual obteve a média 3,50.

Desse modo, Dornelas (2012), explica que as boas ideias estão explícitas para todas as pessoas, porém, apenas os empreendedores conseguem identificar algo prático para transformá-las em oportunidades, fazendo uso de dados e informações.

4.3.3 Conjunto Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas

No conjunto tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas constam as questões 10 a 14, as quais apresentam os seguintes dados coletados:

Tabela 20 - Perfil Empreendedor – Conjunto Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas

CONJUNTO	CARACTERÍSTICA	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Tolerância ao Risco, Ambiguidade e Incertezas	Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir)	8	8	15	1	0	32	3,72	3,5	3
	Procura minimizar os riscos	11	14	7	0	0	32	4,13	4	4
	Tolerância às incertezas e falta de estrutura	3	14	14	1	0	32	3,59	4	3
	Tolerância ao estresse e conflitos	2	15	12	3	0	32	3,50	4	4
	Hábil em resolver problemas e integrar soluções	7	18	7	0	0	32	4,00	4	4

Fonte: Dados primários, 2019.

De acordo com os resultados apurados, a característica com a média mais alta foi a procura por minimizar riscos, com média de 4,13, a qual indica que as participantes tem incertezas e medos de arriscar em alguns momentos. A média destas características ficaram entre 3 e 4, ou seja, “regular” e “bom”.

Neste conjunto, observa-se que a escala 5 não aparece com tanta frequência, principalmente em relação à tolerância ao estresse e conflitos, a qual tem a média mais baixa, 3,50. A tolerância ao estresse se faz importante na tomada de decisões, pois uma pessoa que detém essa característica é mais racional e menos impulsiva, sendo, consequentemente, mais assertiva em suas decisões. A característica de tomar riscos calculados também ficou com maior frequência de respostas sendo “regular”. Dornelas (2012), afirma que esta característica é a mais conhecida dos empreendedores, pois o verdadeiro empreendedor assume riscos calculados e sabe gerenciá-los, além de avaliar a possibilidade de sucesso.

4.3.4 Conjunto Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação

As questões aplicadas de 15 a 19 tratavam sobre criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação, as quais constatou-se que:

Tabela 21 - Perfil Empreendedor – Conjunto Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação

CONJUNTO	CARACTERÍSTICA	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação	Não-convencional, cabeça aberta, pensador	8	19	5	0	0	32	4,09	4	4
	Não se conforma com o status quo	5	17	9	1	0	32	3,81	4	4
	Hábil em se adaptar a novas situações	13	16	3	0	0	32	4,31	4	4
	Não tem medo de falhar	7	12	11	2	0	32	3,75	4	4
	Hábil em definir conceitos e detalhar ideias	8	16	6	2	0	32	3,94	4	4

Fonte: Dados primários, 2019.

A habilidade em adaptar-se a novas situações foi a característica com média mais alta neste conjunto, sendo o valor 4,31. A adaptação é uma variável importante pelo fato de que o ambiente de negócios e os fatores que os afetam estão em constante mudança e o empreendedor deve estar preparado para enfrentar estes desafios diários.

A escala 4 – “bom”, é a mais frequente no conjunto das características, ou seja, as participantes se julgam criativas, autoconfiantes e hábeis a adaptações. Oliveira Filho (2010), afirma que a autoconfiança faz com que o empreendedor arrisque mais, ouse mais e se desafie sempre.

A criatividade nos empreendedores está em transformar algo abstrato em algo concreto e funcional, transformando o que é possível em realidade. Estão sempre atentos e curiosos a informações, portanto identificam oportunidades e inovam com ideias criativas (DORNELAS, 2012).

4.3.5 Conjunto Motivação e Superação

Em relação a motivação e superação, foram elaboradas as questões de 20 a 25 as quais os resultados estão apresentados na tabela a seguir:

Tabela 22 - Perfil Empreendedor – Conjunto Motivação e Superação

CONJUNTO	CARACTERÍSTICA	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Motivação e Superação	Orientação a metas e resultados	7	18	6	1	0	32	3,97	4	4
	Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados	17	15	0	0	0	32	4,53	5	5
	Não se preocupa com status e poder	11	11	7	3	0	32	3,94	4	4
	Autoconfiança	11	17	4	0	0	32	4,22	4	4
	Ciente de suas fraquezas e forças	13	14	5	0	0	32	4,25	4	4
	Tem senso de humor e procura estar animado	16	13	3	0	0	32	4,41	4,5	5

Fonte: Dados primários, 2019.

A característica que se refere a crescer e atingir melhores resultados obteve a maior média do conjunto, cujo valor é 4,53. Em geral o conjunto apresentou escalas altas, entre 4 e 5. A escala 5 – “excelente” apareceu com maior frequência em duas características: crescer e atingir melhores resultados e ter senso de humor e procurar estar animado. Dornelas (2012), explica que o amor pelo trabalho faz com que o empreendedor se mantenha animado e determinado, o otimismo os leva a enxergar o sucesso ao invés do fracasso. E isto, acaba colaborando para o empreendedor sentir-se motivado a crescer e buscar sempre superar seus resultados e metas. Logo, pode-se dizer que as participantes se julgam boas e excelente no que tange a motivação e superação, sendo características de um empreendedor, pois é necessário ser capaz de lidar com possíveis fracassos sem se desmotivar.

4.3.6 Conjunto Liderança

Por fim, das questões 26 a 30, explorou-se sobre as características relacionadas a liderança das empreendedoras, sendo obtido como resultado:

Tabela 23 - Perfil Empreendedor – Conjunto Liderança

CONJUNTO	CARACTERÍSTICA	NÚMERO DE RESPOSTAS					TOTAL	MÉDIA	MEDIANA	MODA
		5	4	3	2	1				
Liderança	Tem iniciativa	18	12	2	0	0	32	4,50	5	5
	Poder de autocontrole	8	19	5	0	0	32	4,09	4	4
	Transmite integridade e confiabilidade	21	11	0	0	0	32	4,66	5	5
	É paciente e saber ouvir	15	12	5	0	0	32	4,31	4	5
	Sabe construir times e trabalhar em equipe	18	12	2	0	0	32	4,50	5	5

Fonte: Dados primários, 2019.

Transmitir integridade e confiabilidade foi a característica com a média mais alta deste conjunto, sendo 4,66. Pode-se constatar que este foi o conjunto com escalas mais altas dentre todos os apresentados, onde a escala 5 – “excelente” obteve a maior frequência. Este é um conjunto importante, pois liderança e empreendedorismo andam juntos. O líder consegue desenvolver e trabalhar muito bem as habilidades dos empregados, constituindo assim, equipes que se sobressaem na medida do possível. O líder também é aquele capaz de conhecer melhor seus funcionários, colaborando para uma boa convivência no ambiente de trabalho.

Sendo assim, as empreendedoras se consideram líderes formadores de equipes que estão sempre voltadas a conquistas e resultados em prol do sucesso. Procuram criar um clima organizacional agradável, buscando compreender cada funcionário, suas capacidades e ideias.

Os empreendedores que possuem senso de liderança, certamente são mais respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los. Estão cientes de que para se obter sucesso no negócio, precisam de uma equipe de profissionais competentes, onde os mesmos são alocados em funções de acordo com suas principais habilidades (DORNELAS, 2012).

De acordo com os dados coletados, no quadro a seguir, apresenta-se as características com maior média e as com menor média encontradas:

Tabela 24 - Perfil Empreendedor – Médias

Características	Médias
Médias altas	
Transmite integridade e confiabilidade	4,66
Persistência em resolver problemas	4,63
Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados	4,53
Médias baixas	
Tolerância às incertezas e falta de estrutura	3,59
É dirigido pelo mercado (market driven)	3,5
Tolerância ao estresse e conflitos	3,5

Fonte: Dados primários, 2019.

Verificou-se que algumas destas características se sobressaíram em relação às outras, como transmitir integridade e confiabilidade, persistência em resolver problemas e dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados, essas características fazem parte dos conjuntos comprometimento e determinação, motivação e superação e liderança, os quais apresentaram as maiores médias. Segundo a Revista Exame (2018), as mulheres são líderes e formadoras de equipes melhores, pois possuem habilidades tais como comunicação, cooperação e compartilhamento.

Em relação a motivação e superação, as empreendedoras, apesar de todas as dificuldades para estar à frente de um negócio, procuram manter-se animadas e autoconfiantes a fim de enxergar o sucesso ao invés do fracasso. É uma característica importante, pois assim as mulheres se sentem motivadas a crescer, superando todos os conflitos decorrentes de ser uma mulher empreendedora, pois as conquistas e metas atingidas lhes dão motivos para continuar no ramo. Assim, conseqüentemente, comprometimento e determinação também apresentaram as médias mais altas, pois as participantes se julgavam determinadas a fazer com que o negócio prospere, além do comprometimento com as atividades que desenvolve. Percebe-se que as principais características estão relacionadas ao progresso do negócio, pois as empreendedoras se demonstraram determinadas a enfrentar qualquer obstáculo em prol do sucesso do empreendimento.

Tolerância ao estresse e conflitos foi uma das características com média mais baixa, possivelmente pela dupla jornada que as mulheres enfrentam, pois além de empreendedoras,

são mães e esposas, portanto, a sobrecarga de tarefas às levam ao estresse e conflitos entre trabalho e família. Marken driven também apresentou média baixa, ou seja, as empreendedoras não têm o hábito de realizar pesquisas de marketing, sendo então uma característica a ser melhorada, pois a mesma às auxiliaria a elaborar estratégias de mercado a fim de tornar o negócio mais competitivo. As participantes se julgaram regulares quanto à tolerância às incertezas, ou seja, não se sentem seguras quanto ao incerto, gerando inquietação e estresse, preferem soluções imediatas. Sendo então uma característica a ser melhorada, pois às vezes algumas soluções dependem de tempo para serem definidas. Portanto, considera-se característica do empreendedor, entender que chegar a respostas concretas e definitivas é difícil, sendo necessário com o tempo estar atento a cada fato que surgir para compreender o que está ocorrendo.

Diante dos resultados do teste aplicado às mulheres empreendedoras do ramo pet shop em Chapecó, de acordo com a classificação de Dornelas (2015), 69% das participantes obtiveram a somatória das características entre 120 a 150 pontos, ou seja, possuem as características comuns do perfil empreendedor. Já 31% das mulheres apresentaram a somatória de 90 a 119 pontos, as quais possuem muitas características do perfil empreendedor, entretanto, se faz necessário equilibrar os pontos mais fracos com os pontos fortes do perfil. O uso das medidas de posição, as quais são média, mediana e moda, colaboraram para uma melhor análise e visualização dos dados obtidos. Dessa forma, podemos constatar que as participantes do questionário aplicado, são empreendedoras e possuem características do perfil elaborado pelo autor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo está cada vez mais presente no cenário mundial, se tornando fundamental para o desenvolvimento econômico do país. O empreendedor é o indivíduo que possui características extras, além dos atributos do administrador, como o comportamento inovador, assumem riscos, dinâmicos, líderes, sabem trabalhar em equipe, dentre outras características. Para obter sucesso, o empreendedor deve atingir estas características de perfil.

Historicamente, a mulher vivenciou desigualdades de gêneros em relação ao empreendedorismo, desigualdades estas que perduram até os dias atuais. A mulher, na concepção antepassada, devia ficar em casa, cuidando dos afazeres domésticos e dos filhos. Entretanto, no presente, as mulheres estão se inserindo cada vez mais no cenário empreendedor.

De acordo com dados publicados anualmente na Global Entrepreneurship Monitor (GEM), nota-se o aumento das mulheres na abertura de empresas, obtendo taxas bem equilibradas com o gênero masculino em relação a outros países. Estas taxas somente ficam distantes quando se tratam de empreendimentos estabelecidos, ou seja, as mulheres tem mais dificuldade em se consolidar no mercado, este fator se deve principalmente às dificuldades de assumir muitas tarefas.

Diante do exposto, o presente estudo teve como objetivo analisar o perfil empreendedor das mulheres proprietárias de pet shop na cidade de Chapecó. Para atingir os objetivos elencados, a pesquisa teve caráter quantitativo por meio da aplicação de questionário online às mulheres empreendedoras, com base no teste de perfil empreendedor elaborado por Dornelas (2015). Diante do exposto, obteve-se os seguintes resultados:

Quadro 5 – Síntese dos resultados obtidos por meio do questionário aplicado

Características	Resultados
Perfil socioeconômico	<ul style="list-style-type: none"> • 30 a 40 anos de idade; • Casadas ou vivem em união estável; • Possuem pós-graduação; • Possuem filhos, porém poucos.
Relação com o ramo de atividade	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de 10 anos de funcionamento; • Não recorreram a financiamentos; • Há intenção de ampliar o negócio; • Principais motivos para empreender: auto realização, o desejo de independência e o aumento da renda; • Possuem empreendedores na família; • Trabalham mais que oito horas por dia; • Às vezes possuem flexibilidade de horário; • Não possuem babá ou empregada doméstica em casa; • Não tiveram problema de saúde relacionado ao trabalho; • Sentem-se estressadas às vezes; • Têm momentos de lazer às vezes os quais dedicam à família; • Principais obstáculos para empreender: insegurança de que o negócio não desse certo, dificuldades financeiras e dificuldade de conciliar o negócio com as tarefas domésticas.
Perfil Empreendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Conjunto comprometimento e determinação: persistência em resolver problemas (maior média); tenacidade, obstinação (menor média); • Conjunto obsessão pelas oportunidades: procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes (média alta); dirigido pelo mercado (market driven) (média baixa); • Conjunto tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas: procura minimizar os riscos (média alta); tolerância ao estresse e conflitos (média baixa); • Conjunto criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação: hábil em se adaptar a novas situações (média alta); não tem medo de falhar (média baixa); • Conjunto motivação e superação: dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados (média alta); não se preocupa com status e poder (média baixa); • Conjunto liderança: transmite integridade e confiabilidade (média alta); poder de autocontrole (média baixa).

Fonte: Dados primários, 2019.

Dessa forma, constata-se com os resultados obtidos, que as mulheres proprietárias de negócios do ramo pet shop em Chapecó, são empreendedoras e possuem características do perfil empreendedor traçado por Dornelas em 2015. Algumas destas características se sobressaíram em relação às outras, como: comprometimento, determinação, motivação, superação e liderança, sendo atributos importantes para o desenvolvimento de um negócio.

O empreendedorismo feminino é uma conquista recente, não sendo fácil para as mulheres alcançarem a própria independência e reconhecimento. Mesmo que o gênero feminino ainda esteja associado ao trabalho doméstico e realiza a maior parte dele, é evidente o crescimento do número de empreendimentos geridos por mulheres. Portanto, o conflito trabalho-família acaba se tornando inevitável. A maioria das mulheres enfrentam obstáculos para iniciar o negócio, porém, em meio às dificuldades, elas persistem e buscam alcançar um equilíbrio entre demandas pessoais, familiares e do trabalho. Não há dúvidas em relação a capacidade empreendedora das mulheres e na sua contribuição para o desenvolvimento econômico do país.

5.1 LIMITAÇÕES E PROPOSTAS DE ESTUDOS

Em relação ao empreendedorismo feminino, observa-se que a maioria dos estudos publicados se relacionam aos motivos que levam uma mulher a empreender e as dificuldades decorrentes disto. Entretanto, no que se refere aos benefícios do empreendedorismo feminino para a sociedade, pouco tem sido explorado.

A partir da realização do presente estudo, sugere-se que novos estudos podem vir a ser desenvolvidos aproveitando desta temática, com o propósito de explorar outras regiões ou ramos de atividades a fim de verificar quais impõe mais barreiras para a mulher estar à frente de um empreendimento. Assim, obtendo-se um comparativo entre as diversas áreas atuantes do gênero feminino.

REFERÊNCIAS

- ABINPET. **Mercado Pet Brasil 2018**. 2018. Disponível em: <http://abinpet.org.br/mercado/>. Acesso em: 15 nov 2018.
- ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. **Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida**. Florianópolis: 2013. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n40p221/pdf_45. Acesso em: 17 nov 2018.
- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: Razão do Empreendimento**. São Paulo: 2011. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 18 nov 2018.
- ANDERSON, David R.; SWEENEY, Denis J.; WILLIAMS, Thomas A. **Estatística Aplicada à administração e economia**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 7. ed., rev. Florianópolis: UFSC, 2007.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- BULGACOV, Sergio. **Manual de gestão empresarial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DORNELAS, José. **Descubra sua motivação para criar o próprio negócio**. Disponível em: <https://www.josedornelas.com.br/blog/descubra-sua-motivacao-para-criar-o-proprio-negocio>. Acesso em: 30 mar 2019.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.
- EXAME. **A revolução da mulher no empreendedorismo**. 2018. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/a-revolucao-da-mulher-no-empreendedorismo/>. Acesso em: 15 maio 2019.
- FORBES. **Conheça principais players do mercado pet brasileiro**. 2019. Disponível em: <https://forbes.uol.com.br/negocios/2019/04/conheca-principais-players-do-mercado-pet-brasileiro/>. Acesso em: 15 maio 2019.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2016**. Disponível em: <http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AF-GEM-Nacional-BAIXA.pdf>. Acesso em: 09 set 2018.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2017**. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 17 nov 2018.
- GIL, Antônio C. **Método e técnicas em pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009

IBGE. **Estatísticas de gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 38. ed. 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf. Acesso em: 15 nov 2018.

IPEA. **Mulheres e trabalho: breve análise do período 2004-2014**. n. 24. Ipea: 2016. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/nota_tecnica/160309_nt_24_mulher_trabalho_marco_2016.pdf. Acesso em: 15 nov 2018.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p.373-382, dez. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso em: 17 nov 2018.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina de A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p.231-256, fev. 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122009000100011. Acesso em: 17 nov 2018.

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

PERES, Caroline dos Santos. **Empreendedorismo feminino: das dificuldades ao sucesso na gestão das organizações**. 2014. 102 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Santa Rosa, 2014. Disponível em: http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2840/TCC_Caroline%20Peres%20_2014%20%28para%20biblioteca%29.pdf?sequence=1. Acesso em: 17 nov 2018.

SANTOS, Adécio Machado dos; ACOSTA, Alexandre. **Empreendedorismo: teoria e prática**. Caçador: UNIARP, 2011.

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

SEBRAE. **Como montar uma loja de animais ou pet shop**. 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-animais-ou-pet-shop,88187a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 15 nov 2018.

SEBRAE. **Como Santa Catarina tem desenvolvido um ecossistema empreendedor**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/sebrae/empreendedorismo-que-transforma/noticia/2018/11/29/como-santa-catarina-tem-desenvolvido-um-ecossistema-empendedor.ghtml>. Acesso em: 02 jul 2019.

SEBRAE. **Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** 2019.

Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 31 mar 2019.

SEBRAE. **Relatório especial:** Os impactos do simples Nacional. SEBRAE: Brasília, julho de 2013. Disponível em:

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1513cca8cf40729aa779c2d6d1885252/\\$File/7733.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1513cca8cf40729aa779c2d6d1885252/$File/7733.pdf). Acesso em: 09 set 2018.

SILVA, Wankleber de Farias. **Empendedorismo feminino no Município de Picos Piauí.**

2013. 68 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Piauí,

Picos, 2013. Disponível em:

<http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/Wankleber%20-%20TCC%20concluido.pdf>. Acesso em: 09 set 2018.

SILVEIRA, Amélia; GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzka de. **Empendedorismo**

feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração Faces Journal**, Minas Gerais, v. 7, n. 3, p.124-138, set. 2008. Disponível em:

<http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/127/124>. Acesso em: 17 nov 2018.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **Empendedorismo**

feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração - Rausp**, São Paulo, v. 49, n. 1, p.59-76, mar. 2014. Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/rausp/v49n1/a06v49n1.pdf>. Acesso em: 18 nov 2018.

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

VOCE S/A. Mercado pet cresce graças a mudanças no comportamento dos donos de animais de estimação. **Revista Você S/A.** 223. ed. 2016. Disponível em:

<https://exame.abril.com.br/carreira/mercado-pet-cresce-gracas-a-mudancas-no-comportamento-dos-donos-de-animais-de-estimacao/>. Acesso em: 17 nov 2018.

APÊNDICE - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS – QUESTIONÁRIO

Prezada,

Este questionário é o instrumento utilizado para a realização de uma pesquisa de TCC com o seguinte tema: “Empreendedorismo Feminino: Perfil das Empreendedoras do ramo Pet Shop na cidade de Chapecó”. O objetivo deste estudo é analisar o perfil empreendedor das mulheres proprietárias de pet shops em Chapecó.

Todos os dados informados serão tratados com total confidencialidade pela pesquisadora e pela Universidade. Os resultados serão apresentados sem qualquer possibilidade de identificação de informações de cada participante da pesquisa. Sua participação não é obrigatória e a qualquer momento você pode parar de responder as questões.

A sua participação é fundamental para o sucesso desta pesquisa. Grata.

Declaro que compreendi o propósito da pesquisa e concordo participar

Sim concordo em participar.

Não concordo em participar.

PERFIL SOCIOECONÔMICO

1. Idade

2. Grau de instrução

Ensino fundamental incompleto

Ensino fundamental completo

Ensino médio incompleto

Ensino médio completo

Ensino superior incompleto

Ensino superior completo

Pós-graduação

3. Estado civil

Casada ou União Estável

Solteira

Divorciada ou Viúva

4. Possui filhos

- 1
- 2
- 3 ou mais
- Não

RELAÇÃO COM O RAMO DE ATIVIDADE

5. Qual o tempo de atividade da empresa?

6. Recorreu a algum financiamento bancário na abertura da empresa?

- Sim
- Não

7. Pretende ampliar seu negócio?

- Sim
- Não
- Talvez

8. Segundo Dornelas (2009), existe vários fatores que levam uma pessoa a criar um negócio. Quais das motivações abaixo se aplicam ao seu caso?

- Auto realização
- Desejo de independência
- Autonomia para tomar decisões
- Aumento da renda
- Busca de novos desafios
- Falta de alternativa (perda do emprego)

Outros: _____

9. Existem empreendedores na família?

- Sim. Quem? ____
- Não

10. Quantas horas trabalha por dia?

- 04 horas
- 06 horas
- 08 horas
- Mais que 08 horas

11. Tem flexibilidade de horário para resolver problemas pessoais?

- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Frequentemente
- Sempre

12. Tem empregada doméstica ou babá em casa?

- Sim
- Não

13. Já teve algum problema de saúde relacionado com este trabalho?

- Sim
- Não

14. Sente-se estressada?

- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Frequentemente
- Sempre

15. Têm momentos de lazer?

- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Frequentemente
- Sempre

16. Nos momentos livres prefere:

- Ficar com a família
- Ficar sozinha
- Trabalhar
- Praticar atividades físicas
- Passear
- Outros: _____

17. Você enfrentou algum obstáculo para estar à frente de seu empreendimento? (Mais de uma resposta)

- Dificuldade de conciliar o negócio com as tarefas domésticas
- Dificuldades financeiras
- Insegurança de que o negócio não desse certo
- Falta de apoio dos familiares e/ou amigos Preconceito pelo fato de ser mulher
- Não enfrentou nenhum obstáculo
- Outros: _____

TESTE DE PERFIL EMPREENDEDOR

Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir, sendo:

- 1- Insuficiente
- 2- Fraco
- 3- Regular
- 4- Bom
- 5- Excelente

	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente
Características	5	4	3	2	1
Comprometimento e determinação					
1. Proatividade na tomada de decisão.					
2. Tenacidade, obstinação.					
3. Disciplina, dedicação.					
4. Persistência em resolver problemas.					
5. Disposição ao sacrifício para atingir metas.					
6. Imersão total nas atividades que desenvolve.					
Obsessão pelas oportunidades					
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes.					
8. É dirigido pelo mercado (market driven).					
9. Obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes.					
Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas					
10. Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir).					
11. Procura minimizar os riscos.					
12. Tolerância às incertezas e falta de estrutura.					
13. Tolerância ao estresse e conflitos.					
14. Hável em resolver problemas e integrar soluções.					
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação					
15. Não-convencional, cabeça aberta, pensador.					
16. Não se conforma com o status quo.					
17. Hável em se adaptar a novas situações.					
18. Não tem medo de falhar.					
19. Hável em definir conceitos e detalhar ideias.					
Motivação e superação					
20. Orientação a metas e resultados.					
21. Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados.					
22. Não se preocupa com status e poder.					
23. Autoconfiança.					
24. Ciente de suas fraquezas e forças.					
25. Tem senso de humor e procura estar animado.					
26. Tem iniciativa.					
27. Poder de autocontrole.					
28. Transmite integridade e confiabilidade.					
29. É paciente e saber ouvir.					
30. Sabe construir times e trabalhar em equipe.					