



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA
GOIÁS
Câmpus Anápolis

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLOGIA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE GOIÁS -
CÂMPUS ANÁPOLIS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

Genilson Rodrigues do Nascimento

**EMPREENDEADORISMO FEMININO NO COMÉRCIO VAREJISTA NOS
BAIRROS PRÓXIMOS AO INSTITUTO FEDERAL DE GOIÁS – CÂMPUS
ANÁPOLIS**

Anápolis

2022

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLOGIA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE GOIÁS -
CÂMPUS ANÁPOLIS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

Genilson Rodrigues do Nascimento

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO COMÉRCIO VAREJISTA NOS
BAIRROS PRÓXIMOS AO INSTITUTO FEDERAL DE GOIÁS – CÂMPUS
ANÁPOLIS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Logística do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia - Campus Anápolis-, como requisito parcial para a obtenção do grau de tecnólogo em Logística.

Orientadora: Profª Drª Selma Maria da Silva

Anápolis

2022

FICHA CATALOGRÁFICA

N244e	NASCIMENTO, Genilson Rodrigues do Empreendedorismo feminino no comércio varejista nos bairros próximos ao Instituto Federal de Goiás – Câmpus Anápolis / Genilson Rodrigues do Nascimento – – Anápolis: IFG, 2022. 37 p. Orientadora: Prof. Dra. Selma Maria da Silva Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Logística, Instituto Federal de Goiás, Campus Anápolis, 2022. 1. Empreendedorismo feminino. 2. Empresas – Gerenciamento. 3. Anápolis – GO. I. SILVA, Selma Maria da orien.. II. Título.
CDD 658	

Ficha catalográfica elaborada pelo Bibliotecário Matheus Rocha Piacenti CRB1/2992
Biblioteca Clarice Lispector, Campus Anápolis
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás



INSTITUTO FEDERAL
Goiás

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE GOIÁS
CÂMPUS ANÁPOLIS

FOLHA DE APROVAÇÃO DE TCC

Genilson Rodrigues do Nascimento

Empreendedorismo feminino no comércio varejista nos bairros próximos ao Instituto Federal de Goiás – Câmpus Anápolis

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Logística do Instituto Federal de Goiás – IFG – Câmpus Anápolis, como parte das exigências do curso de Tecnologia em Logística para obtenção do título de Tecnólogo em Logística.

Aprovada em 04 de julho de 2022

Prof(a) Dra. Selma Maria da Silva
Orientador(a)

Avaliadora
Prof(a) Dra Simone Maria M. Mesquita
IFG – Câmpus Anápolis

Avaliador
Prof. Msc Antônio Borges Júnior
IFG – Câmpus Anápolis

Documento assinado eletronicamente por:

- Antonio Borges Junior, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 15/07/2022 10:40:29.
- Simone Maria Moura Mesquita, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 15/07/2022 07:13:05.
- Selma Maria da Silva, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 14/07/2022 19:56:43.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 14/07/2022. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifg.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 303990
Código de Autenticação: b6aa8353d6



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAÇÃO
NO REPOSITÓRIO DIGITAL DO IFG - ReDi IFG**

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610/98, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, a disponibilizar gratuitamente o documento no Repositório Digital (ReDi IFG), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, em formato digital para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IFG.

Identificação da Produção Técnico-Científica

- | | |
|--|---|
| ☐ Tese | ☐ Artigo Científico |
| ☐ Dissertação | ☐ Capítulo de Livro |
| ☐ Monografia – Especialização | ☐ Livro |
| ☒ TCC - Graduação | ☐ Trabalho Apresentado em Evento |
| ☐ Produto Técnico e Educacional - Tipo: _____ | |

Nome Completo do Autor: **GENILSON RODRIGUES DO NASCIMENTO**

Matrícula: 20191060010109

Título do Trabalho: **EMPREENDEDORISMO FEMININO NO COMÉRCIO VAREJISTA NOS BAIRROS PRÓXIMOS AO INSTITUTO FEDERAL DE GOIÁS – CÂMPUS ANÁPOLIS**

Restrições de Acesso ao Documento

Documento confidencial: ☒ Não ☐ Sim, justifique: _____

Informe a data que poderá ser disponibilizado no ReDi/IFG: 14/07/2022

O documento está sujeito a registro de patente? ☐ Sim ☒ Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? ☐ Sim ☒ Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

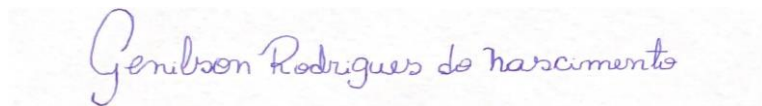
O/A referido/a autor/a declara que:

- i. o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- ii. obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autor/a, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;

- iii. cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás.

Anápolis, 14/07/2022.

Local/Data

A handwritten signature in blue ink on a light blue background. The signature reads "Genilson Rodrigues de Nascimento".

Assinatura do Autor e/ou Detentor dos Direitos Autorais

RESUMO

Nas últimas décadas houve crescimento no envolvimento das mulheres na área do empreendedorismo. Apesar de sua participação, a literatura sobre empreendedorismo feminino indica que as mulheres empreendedoras ou gestoras de empresas enfrentam muitos desafios no planejamento e gestão do empreendimento. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é analisar o empreendedorismo feminino nos bairros próximos ao Instituto Federal de Goiás-Câmpus Anápolis, buscando responder a seguinte problemática de pesquisa: Quais dificuldades enfrentadas pelas mulheres na criação e gestão de seus negócios? A pesquisa é classificada como quantitativa, do tipo exploratório e de campo. A pesquisa bibliográfica possibilitou suporte para a compreensão do tema e da problemática. A técnica de amostragem foi não probabilística, por conveniência. A amostra foi constituída por 17 mulheres proprietárias de pequenos empreendimentos comerciais. Os dados foram coletados com a utilização de questionários e analisados através da análise de conteúdo proposta por Bardin. As principais causas que levaram as mulheres a abrirem seus negócios próprio foram realização pessoal, crise financeira e oportunidade de trabalho. Quanto as dificuldades de empreender, elas estão relacionadas a gestão do negócio, sobretudo nas áreas financeira, marketing e logística. Espera-se que a pesquisa possa contribuir para a produção científica na área do empreendedorismo feminino. Espera-se, ainda, que a realização da pesquisa se some à outras no sentido de indicar a necessidade de apoio aos empreendimentos gerenciados por mulheres, no que se refere a políticas públicas, educação empreendedora, capacitação gerencial, financiamento dentre outras.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Gerenciamento; Anápolis.

ABSTRACT

In recent decades there has been an increase in the involvement of women in the area of entrepreneurship. Despite their participation, the literature on female entrepreneurship indicates that women entrepreneurs or business managers face many challenges in the planning and management of the enterprise. In this sense, the objective of this work is to analyze female entrepreneurship in the neighborhoods close to the Instituto Federal de Goiás-Câmpus Anápolis, seeking to answer the following research problem: What difficulties do women face in creating and managing their businesses? The research is classified as quantitative, exploratory and field research. The bibliographic research provided support for the understanding of the theme and the problem. The sampling technique was non-probabilistic, for convenience. The sample consisted of 17 women owners of small commercial enterprises. Data were collected using questionnaires and analyzed using content analysis proposed by Bardin. The main causes that led women to open their own businesses were personal fulfillment, financial crisis and job opportunities. As for the difficulties of entrepreneurship, they are related to business management, especially in the financial, marketing and logistics areas. It is hoped that the research can contribute to scientific production in the area of female entrepreneurship. It is also expected that the realization of the research will be added to others in the sense of indicating the need to support enterprises managed by women, with regard to public policies, entrepreneurial education, management training, financing, among others.

Keywords: Female entrepreneurship; Management; Annapolis.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Categorias analíticas.	18
Tabela 2: Principais razões para iniciar o empreendimento, 2021.	23
Tabela 3: Planejamento e Gestão do Negócio – Anápolis, 2021.	24

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Renda salarial das entrevistadas – Anápolis, 2021.	20
Figura 2: Experiência profissional – Anápolis, 2021.	22
Figura 3: Curso ou treinamentos antes de iniciar o negócio- Anápolis, 2021.....	22

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. OBJETIVOS	7
2.1 GERAL.....	7
1.2 ESPECÍFICOS	7
3. REFERENCIAL TEÓRICO	8
3.1 EMPREENDEDORISMO.....	8
3.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO	10
3.3 RAZÕES E DESAFIOS DE EMPREENDER.....	14
4. METODOLOGIA.....	17
4.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	17
4.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	17
4.3 TABULAÇÃO, ANÁLISE E APRESENTAÇÃO DOS DADOS	19
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
5.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DAS EMPREENDEDORAS PESQUISADAS....	20
5.2 RAZÕES E DIFICULDADES DE EMPREENDER	23
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	30

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas houve crescimento na participação das mulheres na área do empreendedorismo. Segundo a pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor GEM*, em 2017, considerando a taxa total de empreendedorismo por gênero, as mulheres representavam um contingente de 23,9 milhões, apenas três pontos percentuais abaixo dos homens, 25,4 milhões, ou seja, eles representam 37,9% do total de empreendedores, elas 35,0%. Em 33% dos casos, as mulheres preferem atividades ligadas ao comércio varejista, 20% investem em alimentação, e 12% na indústria de transformação. Chama a atenção o fato de a pesquisa mostrar que entre os empreendedores com mais de 3,5 anos de mercado, as mulheres serem minoria, elas com 14,4%, eles com 18,6% (GEM, 2010). Isto significa que os empreendimentos criados pelas mulheres apresentam uma taxa menor de sobrevivência, indicando que elas enfrentam dificuldades para empreender, prejudicando a longevidade dos seus negócios.

Preocupando-se, portanto, em discutir sobre o empreendedorismo feminino, surge assim, a problemática da pesquisa: Quais dificuldades enfrentadas pelas mulheres na criação e gestão de seus negócios? No que tange ao objetivo geral do estudo, este é de analisar o empreendedorismo feminino nos bairros próximos ao Instituto Federal de Goiás – Câmpus Anápolis.

Levando em consideração o crescente interesse das mulheres em empreender, foi observada a necessidade de realizar uma pesquisa a respeito das empreendedoras do município de Anápolis. Vale destacar, que este foi um aspecto que motivou a realização deste estudo.

Espera-se que esta investigação possa contribuir com discussões teóricas a respeito da temática, e que os resultados corroborem com outras pesquisas no sentido de sensibilizar o governo a apoiar os empreendimentos gerenciados por mulheres, no que se refere a políticas públicas, educação empreendedora, capacitação gerencial, financiamento dentre outras questões.

Esta pesquisa está organizada em seções. Inicialmente é apresentado a introdução, relatando os aspectos relacionados ao empreendedorismo feminino. A seguir são apresentados os objetivos: geral e específicos. Na sequência apresenta-se o referencial teórico sobre empreendedorismo e empreendedorismo feminino e, em seguida, a metodologia. Por fim, são apresentados os resultados da pesquisa e sua conclusão.

2. OBJETIVOS

2.1 Geral

- Analisar o empreendedorismo feminino nos bairros próximos ao Instituto Federal de Goiás, Câmpus Anápolis.

1.2 Específicos

- Apresentar as características das mulheres empreendedoras;
- Identificar os motivos que levaram as mulheres a empreender;
- Verificar quais as principais dificuldades na gestão de seus negócios.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta uma revisão teórica dos principais conteúdos que possibilitam fundamentar o estudo proposto. Inicialmente, descrevem-se conceitos e características do empreendedorismo. Em seguida, discorre-se sobre o empreendedorismo feminino e seu papel na economia atual. Por fim, apresentam-se razões e as dificuldades de as mulheres empreenderem.

3.1 Empreendedorismo

Segundo Dornelas (2008) empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, transformam ideias em oportunidades. Para Dolabela (2008, p. 23) “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. O referido autor diz que o empreendedor faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e cria uma visão futura da organização.

O Brasil é um dos países mais empreendedor do mundo. Pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor 2017 (GEM), coordenada pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) mostrou que o Brasil é o segundo no *ranking* de país mais empreendedor no mundo, atrás apenas dos Estados Unidos da América. Para o ano de 2017, o estudo mostrou uma Taxa Total de Empreendedorismo (TTE) de 36,4% que, de acordo com o relatório, significa que 36 brasileiros adultos a cada 100 brasileiros estão conduzindo uma atividade empreendedora. Esse percentual corresponde a quase 50 milhões de brasileiros que realizaram alguma ação para criar um empreendimento ou aperfeiçoar um negócio já estabelecido. A pesquisa mostra um total de empreendimentos na ordem de 22.337.649 para esse mesmo ano. Um dado importante da pesquisa é indicar que o empreendedorismo no Brasil tem caráter “individual”, uma vez que 68,0% dos empreendimentos não possuem nenhum empregado. Isso significa que a atividade empreendedora se concentra em micro e pequenos empreendimentos, que tem como objetivo, alcançar as condições materiais necessárias para o sustento de si próprio e da família, ou seja, tem como característica o autoemprego (GEM, 2017).

Segundo o GEM (2017, p.6) o empreendedor é aquele indivíduo que realizou esforços concretos na tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo uma atividade autônoma, ou uma empresa, seja ela formalizada ou não, bem como a expansão de um negócio já existente.

Um empreendedor é uma pessoa que empreende um empreendimento com algum potencial de lucro e que envolve um risco considerável, portanto, empreendedorismo é o empreendimento realizado pelo empreendedor. O exemplo mais óbvio de empreendedorismo é o início de um novo negócio (BORGES; ENOQUE, 2020).

O Portal Brasil (2012) traz a distinção conceitual entre empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade. O primeiro se refere às pessoas que iniciam o próprio negócio por razão de estar desempregado e ter a necessidade de obter renda para garantir o sustento da família. O segundo é aquele que desenvolve um novo empreendimento a fim de obter uma renda maior, ou pela vontade de ter independência no aprimoramento do seu projeto.

Para o GEM (2017, p. 9), são considerados empreendedores por oportunidade aqueles que afirmam ter iniciado o negócio principalmente pelo fato de terem percebido uma oportunidade no ambiente. Ao contrário, o empreendedor por necessidade é aquele que afirma ter iniciado o negócio pela ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda. Essa mesma pesquisa (2017) indica que no Brasil o empreendedorismo por oportunidade tem sido superior (59,4%) ao empreendedorismo por necessidade (39,9%).

Em termos ideais, qualquer pessoa com capacidade para iniciar um empreendimento e assumir riscos pode tornar-se empresário. Mas nem todos os empreendedores são bem-sucedidos. Existem certas características do empreendedorismo, como exemplo, a iniciativa e a busca por oportunidades que contribuem para um empreendimento de sucesso (GOMES; BOURLEGAT, 2020).

Do mesmo modo, Dornelas (2008) destaca que para um empresário ter sucesso são necessárias algumas características, tais como iniciativa, capacidade de planejamento, perseverança, liderança e autoconfiança. Vale destacar, que estas características estão diretamente relacionadas ao perfil necessário para o empreendedor ter sucesso empresarial.

De acordo com Fonseca (2016) quando pensamos em empreendedores e inovadores, podemos pensar em pessoas como Steve Jobs, Elon Musk, Mark Zuckerberg e, olhando para trás, Thomas Edison, Henry Ford. Cada um deles contribuindo significativamente para a sociedade. Eles mudaram a forma como vivemos, e na maioria das vezes, melhoraram nosso padrão de vida. Dessa forma, o empreendedorismo pode criar mudanças sociais substanciais ao introduzir novos bens e serviços no mercado. Em uma base individual de empresa por empresa, novos negócios podem mudar nossas vidas marginalmente. Pessoas com uma ideia a colocam em ação e criam um negócio. Por sua vez, esse novo negócio pressiona as empresas existentes e seus concorrentes para "melhorar o jogo" a fim de competir e atrair clientes. Isso obriga as

empresas a aumentar sua eficiência para que os clientes possam obter um preço mais baixo, mas também sua inovação (BORGES; ENOQUE, 2020).

As mulheres empreendedoras representam a categoria de empreendedorismo que mais cresce em todo o mundo, e têm recebido, especialmente nos últimos anos, a atenção de muitos acadêmicos. De acordo com a literatura emergente, as mulheres podem dar uma contribuição significativa para a atividade empreendedora e desenvolvimento econômico em termos de criação de novos empregos e aumento do produto interno bruto (PIB), com impactos positivos na redução da pobreza e exclusão social (BOMFIM; TEIXEIRA, 2015).

Contudo, a percentagem de mulheres que decidem seguir a carreira empresarial é, no entanto, inferior à dos homens, sendo esta diferença maior à medida que aumenta o nível de desenvolvimento do país (BOMFIM; TEIXEIRA, 2015).

O empreendedorismo feminino é discutido a seguir.

3.2 Empreendedorismo feminino

A literatura indica que as mulheres empresárias representam um terço de todos os negócios que operam na economia formal em todo o mundo. No entanto, a maioria das pessoas nas economias em desenvolvimento e em transição são pequenas e microempresas, com pouco potencial de crescimento (GUERRA; TEIXEIRA, 2010). Além de estar sub-representado em empresas de todos os tamanhos, quanto maior a empresa, é menos provável que seja chefiada por uma mulher (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016).

As mulheres empresárias podem ser definidas como uma mulher ou um grupo de mulheres que iniciam, organizam e dirigem uma empresa. Desta forma, as mulheres empresárias são aquelas mulheres que pensam em uma empresa comercial, a iniciam, organizam e combinam fatores de produção, operam a empresa e assumem riscos e lidam com a incerteza econômica envolvida em sua gestão (MOREIRA; BARROS, 2018).

Barreiras como atitudes e pensamentos machistas inibem algumas mulheres de sequer pensar em abrir um negócio, enquanto a falta de oportunidades significa que muitas mulheres empresárias ficam confinadas a negócios muito pequenos, muitas vezes operando na economia informal. Isso não apenas limita sua capacidade de obter uma renda para si e suas famílias, mas as impede de realizar todo o seu potencial para contribuir para o desenvolvimento socioeconômico, a criação de empregos e a gestão ambiental (GICO JUNIOR, 2017).

Repetidos estudos sugerem que as empresas de propriedade de mulheres têm mais sucesso do que as de propriedade de homens. As mulheres têm um maior senso de autonomia e realização pessoal, tornando os negócios de sua propriedade mais prováveis de sucesso

(ITUASSU; TONELLI, 2014). Talvez isso se justifique pelo fato de as mulheres empresárias costumarem ter um forte *locus* interno de controle, perceberem a mudança como uma oportunidade e estarem dispostas a correr riscos cuidadosos (COLICHI et al., 2021). Contudo, chama a atenção o fato de a pesquisa do GEM (2017) destacar que entre os empreendedores com mais de 3,5 anos de mercado, as mulheres serem minoria, elas com 14,4%, eles com 18,6%, o que indica que os empreendimentos criados pelas mulheres apresentam uma taxa menor de sobrevivência.

No Brasil, as mulheres estão se tornando empreendedoras rapidamente e assumindo atividades econômicas variadas. Elas estão dispostas a assumir riscos, introduzir inovações, coordenar a administração e controlar os negócios por sua habilidade e conhecimento. Muitas mulheres tiveram sucesso em suas missões e emergiram como empreendedoras de sucesso (VERSIANI et al., 2019). Isso implica que as mulheres empresárias não apenas criem sua empresa, mas também forneçam empregos para outras pessoas.

O empreendedorismo feminino diz respeito à posição das mulheres na sociedade e ao seu papel como empresárias na mesma sociedade. Desta forma, as mulheres empresárias têm um impacto importante na economia em termos de sua capacidade de criar empregos para si mesmas e para os outros (MOREIRA; BARROS, 2018).

Em todo o mundo, o empreendedorismo feminino contribui para a estabilidade, para o bem-estar entre as comunidades e oferece oportunidades econômicas para grupos desfavorecidos, incluindo mulheres, trabalhadores de baixa renda e minorias. Outra contribuição é a criação de riqueza e de empregos (CICCARINÓ et al., 2019).

As mulheres empresárias contribuem para o produto interno bruto do país estabelecendo empresas e produzindo bens e serviços. Devido à sua atividade empreendedora, as mulheres empresárias trazem dinamismo no mercado. Dessa forma, também ajudam no aumento da renda nacional do país (CAMARGO; LOURENÇO; FERREIRA, 2018).

São economicamente autônomas e tomam decisões de forma independente. Eles agora são capazes de criar seus filhos de acordo com seu desejo. Elas estão oferecendo educação de qualidade para seus filhos e um melhor padrão de vida para seus familiares. Elas não apenas melhoram seus padrões de vida, mas também os padrões de vida de outras pessoas (GICO JUNIOR, 2017).

O conhecimento, habilidade e conformidade nos negócios são os principais motivos para as mulheres se apresentarem em empreendimentos comerciais (MOREIRA; BARROS, 2018). Elas se envolvem em negócios devido a fatores de incentivo e atração que dão confiança para terem uma ocupação autossuficiente e desenvolverem sua autoestima. As mulheres

empreendedoras são pessoas que aceitam um papel desafiador para atender aos seus desejos pessoais e se tornar economicamente independente (CAMARGO; LOURENÇO; FERREIRA, 2018).

Existem bons motivos pelos quais mais mulheres estão optando por administrar seus próprios negócios, incluindo maior flexibilidade, a oportunidade de seguir suas paixões e a chance de contornar o "teto de vidro" que tradicionalmente tem sido percebido como limitante da carreira das mulheres. Em economias em desenvolvimento, a disparidade salarial e a alta barreiras que elas enfrentam para entrar no mercado de trabalho formal tem sido motivo para que as mulheres abrirem seus próprios negócios (FERNANDES JUNIOR et al., 2020).

Homens e mulheres têm motivos semelhantes para iniciar seus empreendimentos comerciais. Ambos possuem alguma experiência e grande interesse na área de atuação (BOMFIM; TEIXEIRA, 2015). Entretanto, as mulheres preferem combinar sua necessidade de excelência com vínculo emocional para que possam influenciar as pessoas ao seu redor e nutrir o mundo em que vivem.

Muitas mulheres iniciam o empreendedorismo numa fase posterior da vida, depois de casadas e com filhos em idade escolar. As despesas familiares estão a aumentar e, nesta fase da vida, é difícil começar de novo no trabalho assalariado. Assim, elas procuram encontrar um equilíbrio entre sua vida profissional e doméstica. Os outros motivos importantes para as mulheres são a flexibilidade e o controle sobre seu ambiente de trabalho, o que lhes permite cumprir o duplo papel de família e empresa (MOREIRA; BARROS, 2018).

As pequenas e médias empresas pertencentes a mulheres contribuem significativamente para as economias em que operam (GICO JUNIOR, 2017). No entanto, as empresárias enfrentam uma série de dificuldades financeiros e não financeiros para realizar seu potencial de crescimento e são mais propensas do que seus colegas homens a citar o acesso ao financiamento como uma restrição importante ou severa em suas operações de negócios. Além disso, as instituições financeiras ainda não perceberam as oportunidades de negócios de atender às necessidades de financiamento específicas das mulheres empresárias como um grupo distinto de clientes (JONATHAN, 2011).

As principais características das mulheres empreendedoras são semelhantes às dos empresários do sexo masculino. Pesquisas e experiências indicam que as mulheres empresárias em comparação com os homens não são diferentes em termos de personalidade, cognição, realização, motivação, dependência e outras atitudes selecionadas. No entanto, as mulheres ainda precisavam de 'puxar' e 'empurrar' porque ainda hesitam em apresentar suas ideias (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016).

Os fatores que favorecem as mulheres na administração de indústrias organizadas são suas habilidades, conhecimentos, seus talentos e habilidades nos negócios e o desejo irresistível de fazer algo positivo. Embora as características tanto de homens quanto de mulheres empresárias sejam geralmente as mesmas, as mulheres empresárias diferem em termos de motivação, habilidades de negócios e histórico profissional (QUEIROZ; RIBEIRO; ALVES, 2016).

A educação desempenha um papel essencial no empreendedorismo, fornecendo uma ampla gama de habilidades necessárias para a identificação de oportunidades e a capacidade de estabelecer um negócio, bem como a eficiência na tomada de decisões. Todos esses são aspectos cruciais da cultura empreendedora, pois têm impacto direto na lucratividade, nas taxas de crescimento, na formação de empregos e na criação de valor que as empresas apresentam (CAMARGO; LOURENÇO; FERREIRA, 2018).

A disponibilidade de treinamento formal, bem como a gama de oportunidades educacionais de que os indivíduos se beneficiam antes de se engajarem no empreendimento, pode aumentar significativamente a eficiência dos empreendedores, bem como sua capacidade de desenvolver negócios e criar valor no mercado em que eles operam em determinado seguimento (GICO JUNIOR, 2017).

Além disso, os empreendedores que se beneficiam de níveis educacionais mais elevados são significativamente mais propensos a inovar em comparação com empreendedores com pouca ou nenhuma educação. A inovação consiste na capacidade de oferecer novos produtos e serviços aos consumidores, sendo, portanto, fundamental para o processo empreendedor (LEITE, 2017).

No que tange ao seu papel na economia, as mulheres empresárias estão sendo vistas como as novas promotoras do crescimento e do desenvolvimento, desempenhando um papel crucial nos países emergentes. Estudos-mostram que o maior produto interno bruto *per capita* está associado a uma menor disparidade de gênero na atividade empreendedora, chamando a atenção para o impacto substancial que o empreendedorismo feminino tem sobre o bem-estar da família e da sociedade em geral. Ainda assim, o número de empresas femininas é significativamente menor na participação total da atividade empreendedora mundial (VERSIANI et al., 2019).

Nesse sentido, a construção do comportamento empreendedor das mulheres está se tornando um tópico importante de programas e políticas nos países em desenvolvimento, com pesquisadores e autoridades buscando soluções práticas para impulsionar a igualdade de gênero no comportamento empreendedor (BACELAR et al. (2020).

Existem várias razões que contribuem para a emergência das mulheres como empreendedoras, as quais são discutidos a seguir.

3.3 Razões e desafios de empreender

Pelo recorte de gênero vários estudos trazem informações interessantes para compreender as razões pelas quais as mulheres empreendem. Conforme levantamento feito pela Rede Mulher Empreendedora em todo o Brasil em 2018, a empreendedora brasileira é jovem, tem em média 39 anos, tem curso superior, é casada e tem filhos. Dentre as razões que motivam o empreendedorismo feminino, se pode apontar a possibilidade de flexibilidade de horário de trabalho, bem como trabalhar como o que se gosta e melhorar a renda familiar.

Por conta das necessidades familiares, as mulheres buscam empreender para ajudar na necessidade de renda adicional para manter os padrões de vida em face da inflação ou do aumento dos preços. Por causa da situação econômica, as mulheres começaram a entrar no campo dos negócios para ganhar alguma renda e aumentar a renda familiar, dado o aumento, por exemplo, dos preços de alimentos, combustíveis etc. (VERSIANI et al., 2019).

Outra força motriz que compele as mulheres a entrar no mundo dos negócios é seu forte desejo de grandes realizações em suas vidas. Atualmente, as mulheres podem enfrentar dificuldades de conseguir empregos ou em alguns casos podem não ser capazes de sair de suas casas para trabalhar por causa de problemas familiares. Portanto, a mulher é fortemente tentada pelo desejo de provar que são capazes de contribuir com o orçamento da família, através do empreendedorismo. Esta é a força motivadora mais forte para uma mulher se tornar uma empresária (SEBRAE, 2013).

Ainda segundo essa mesma fonte, as mulheres se tornam empreendedoras por oportunidade, por já terem uma prática empresarial, por desemprego e insatisfação no trabalho que ocupava (SEBRAE, 2013). No mesmo sentido, Machado et al. (2003) ao investigar o processo de criação de empresas por mulheres no Brasil, Canadá e França, identificou que a razão predominante para elas criarem a empresa foi a realização pessoal, seguida da visão de oportunidade de mercado e insatisfação no emprego.

Assunção e Anjos (2018) ao analisar as razões que contribuem para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino no estado de Minas Gerais, mostra que o mesmo está relacionado com a conquista da independência financeira das mulheres, por inovação, condições favoráveis e taxa de desemprego.

Por fim, a pesquisa divulgada pela GEM, aponta que os empreendedores são motivados pelo fato de o mercado de trabalho estar oferecendo uma oportunidade, ou podem empreender

por necessidade em razão da situação que se encontram, a exemplo de falta de emprego (GEM, 2017).

Diante do exposto, percebe-se que na maior parte das vezes, as mulheres abrem seu próprio negócio por vários motivos, a maioria por interesses pessoais, a fim de conquistar a independência financeira e a realização pessoal.

Para além destas barreiras, a literatura sobre empreendedorismo feminino indica que as mulheres empreendedoras ou gestoras de empresas enfrentam outras dificuldades na gestão. Uma das maiores dificuldades se refere a falta de capital para investir no projeto, acompanhados da falta de conhecimento empresarial, família, mudança de mercado e preconceito (SEBRAE, 2013).

Vale destacar que iniciar um negócio é considerada uma conquista para muitos empreendedores, mas manter um é a maior dificuldade. Existem dificuldades comuns entre as empresas, independente do porte da mesma. Isso inclui ações como contratar as pessoas certas, construir uma marca, desenvolver uma base de clientes e assim por diante.

Para os empreendedores, assumir riscos e obter crescimento são desafios semelhantes. Os empreendedores assumem riscos regularmente, não importa quão grandes ou pequenos eles sejam. Isso não quer dizer que os empreendedores assumem riscos apenas por causa deles, os riscos de sucesso são calculados e baseados em oportunidades de crescimento do negócio (MACHADO et al., 2003).

Um dos maiores problemas que a maioria dos empreendedores enfrenta é a falta de tempo para realizar o trabalho sob sua responsabilidade. Sendo o proprietário o principal responsável pela condução do negócio, a maioria das vezes ele está ocupado, supervisionando pessoas ou assumindo responsabilidades, como administrar a loja e preparar faturas. É um cenário comum ver proprietários correndo aqui e ali, já que eles têm muitas tarefas para fazer (COLICHI et al., 2021).

O estudo de Bomfim e Meira (2015) em agências de viagens buscou identificar as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras no planejamento e gestão de seus negócios, os resultados da pesquisa indicam que a maioria não realizou planejamento do negócio antes de sua abertura. Nas finanças, as maiores dificuldades foram falta de financiamento e crédito. Na gestão financeira, as dificuldades relatadas foram realizar análises dos resultados financeiros e equilibrar receitas e despesas. Na gestão de pessoas as maiores dificuldades foram na contratação de mão de obra e gerenciamento de conflitos nas relações interpessoais. No marketing, as maiores dificuldades foram a divulgação do serviço e a concorrência. Para superar

as dificuldades as mulheres contam com o apoio das suas redes de relacionamentos, especialmente dos familiares e amigos.

Souza et al. (2016) investigaram as percepções de um grupo de mulheres sobre a forma de gerenciamento de pequenos negócios frente aos desafios/dificuldades contemporâneos. A pesquisa foi realizada no Mercado Central de Sobral, e teve como resultado a ausência de planejamento, controle e inovação no cotidiano organizacional, baixa utilização de técnicas de marketing e logística, e alguma preocupação com recursos humanos e qualidade no atendimento, fazendo uso de treinamento dos empregados, ainda que informal, e de atenção especial no atendimento ao cliente, dentre outras variáveis. Os autores ressaltam a importância dos pequenos empreendimentos na economia e na geração de empregos, dizendo que no processo de gerenciamento, a utilização de algumas técnicas é imprescindível para o sucesso, como o planejamento, organização, controle, relações entre marketing e vendas, o gerenciamento de estoques e o controle dos recursos financeiros e fluxo de caixa, dentre outros.

Nesta perspectiva, esta pesquisa buscará conhecer o ambiente de negócios das mulheres empreendedoras, visando compreender as razões e as dificuldades enfrentadas por elas na gestão de seus empreendimentos.

Espera-se que esse trabalho possa contribuir para a temática do empreendedorismo, mormente com as mulheres que irão participar desse estudo, e que pesquisas como essa possam fornecer subsídios para políticas públicas, educação e capacitação, apoio financeiro e com pesquisas futuras.

4. METODOLOGIA

4.1 Classificação da pesquisa

A presente pesquisa é classificada como quantitativa, a qual se caracteriza pelo emprego da quantificação, o que incluiu as modalidades de coleta de informações e o tratamento dos dados com a utilização de técnicas estatísticas, tais como percentual, média, desvio padrão, coeficiente e correlação, análise de regressão, dentre outras (LAKATOS; MARCONI, 2011).

Quanto aos fins a pesquisa está é exploratória, que de acordo com Gil (2010) é uma pesquisa que possui a intenção de desenvolver, resolver e transformar conceitos e ideias, planejando a criação de questões precisas ou hipotéticas para futuras pesquisas.

A pesquisa bibliográfica foi utilizada para propiciar um maior conhecimento em relação ao problema, e terá como base material já publicado, o que incluiu material impresso como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos (GIL, 2010).

A pesquisa também é considerada de campo, pois foram coletados dados juntos às mulheres empreendedoras em seus locais de trabalho. Vergara (2004) diz que a pesquisa de campo é a investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo.

A pesquisa foi realizada com mulheres proprietárias de pequenos empreendimentos comerciais do ramo varejista nos bairros próximos ao Instituto Federal de Goiás, Câmpus Anápolis, mais especificamente, os bairros Residencial Reny Cury; Residencial Copa Cabana e Conjunto Habitacional Vila União.

A seleção das mulheres teve como critério o fato desta ser proprietária da empresa e realizar a gestão. As mulheres empreendedoras que aceitarem participar da pesquisa foram informadas do caráter de sua participação, e de que a qualquer momento poderão deixar de participar da pesquisa, bem como receberam garantias de anonimato.

4.2 Procedimentos de coleta de dados

A coleta de dados foi por meio de aplicação de questionários com questões semiabertas, cujo objetivo foi de identificar o perfil socioeconômico das mulheres, as razões de empreender e as dificuldades enfrentadas na gestão do negócio. O questionário foi elaborado com base nas categorias analíticas apresentadas na Tabela 1:

Tabela 1: Categorias analíticas

Categorias	Variáveis
Perfil da empreendedora	Idade Estado civil Escolaridade Naturalidade Quantidade de filho Ano que começou a empreender Experiência anterior Participação em cursos/treinamentos na área gerencial
Razões para empreender	Realização pessoal, perda de emprego, crise pessoal, problemas no trabalho anterior, falta de perspectiva na carreira, oportunidade de mercado
Desafios na Gestão do Negócio	Objetivos e metas para vendas, Compras, Expansão do negócio. Vendas, Resultados do negócio, Tendências de mercado, Diferenciação, Uso de computador e equipamentos, Uso de software de controle gerencial, Conhecimento de software gerencial. Recrutamento e seleção, Treinamento. Exposição do produto, Divulgação do produto, Organização de preço e promoção, Estratégias de venda, Controle de estoque, Entrega, Financiamento, Investimento financeiro, Capital de giro, Pró-labore.

Fonte: elaborada pelos autores

A técnica de amostragem foi não probabilística por conveniência. A amostragem não probabilística foi utilizada porque não tivemos acesso a lista de todas as empresas instaladas nos bairros próximos ao IFG para retirar uma amostra, principalmente das empresas gerenciadas por mulheres. No que se refere a conveniência, esta consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível, sem utilização de estatística, ou seja, a participação é para as pessoas que quiserem participar da pesquisa.

O campo de análise da pesquisa foram os bairros Residencial Reny Cury; Residencial Copa Cabana e Conjunto Habitacional Vila União da cidade de Anápolis, pois atendiam o critério de conveniência e se localizarem próximos ao IFG Anápolis. Assim, após a identificação dos empreendimentos gerenciados por mulheres nos bairros próximos ao IFG, foram aplicados os questionários com as que se propuserem a participar. Houve muita dificuldade em identificar os empreendimentos, primeiramente foi utilizado a Telelista de Anápolis, após inúmeros telefonemas, não houve muito resultado, pois a aplicação do questionário exigia saber informações prévias como se eram proprietárias mulheres, etc., as quais não foram possíveis em um primeiro contato, pois gerava desconfiança. Após outras tentativas, optou-se por ir pessoalmente nos empreendimentos, se identificando e explicando as razões da pesquisa. Após esse contato, disponibilizamos o questionário pelo Whatsaap e elas responderam. Os dados foram coletados entre os dias de 27 de maio a 28 de junho de 2021.

4.3 Tabulação, Análise e Apresentação dos dados

Os dados coletados foram analisados através da análise de conteúdo proposta por Bardin, essa autora que propõe a análise em três fases são elas: “a) A pré-análise; b) Exploração do material; e; c) O tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação dos dados” (BARDIN, 2009, p. 121).

De acordo com Bardin (2009), a primeira etapa que é a pré-análise, tem como objetivo a sistematização para que o pesquisador conduza as operações sucessivas de análise. Ainda de acordo com a autora a essa etapa serve além das escolhas dos documentos a serem passados pela análise, serve também para o levantamento de proposições para elaboração de indicadores para a análise final. A exploração do material que é a segunda fase consiste na definição de categorias e a assimilação das unidades dos fatos. Essa etapa torna-se importante, pois permite ou não a prosperidade das interpretações e deduções dos dados expostos. A terceira e última fase é também de suma importância, pois é a etapa que o pesquisador realiza o tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Ou seja, é a etapa onde o pesquisador faz análise crítica e reflexiva dos dados.

Nesse sentido, após obter os resultados da pesquisa, os dados foram analisados e confrontados com o referencial teórico presente neste estudo, o quais são aqui apresentados por meio de tabelas e gráficos.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste tópico é discutido as características das empreendedoras dos bairros Residencial Reny Cury, Residencial Copa Cabana e Conjunto Habitacional Vila União da cidade de Anápolis, as razões para empreender e as dificuldades na gestão de seus negócios. Ainda que a discussão seja apresentada separadamente, a análise e interpretação estão entrelaçados, uma vez que uma variável impacta na outra. Ressalta-se que a população amostral deste estudo é composta por 17 empreendedoras.

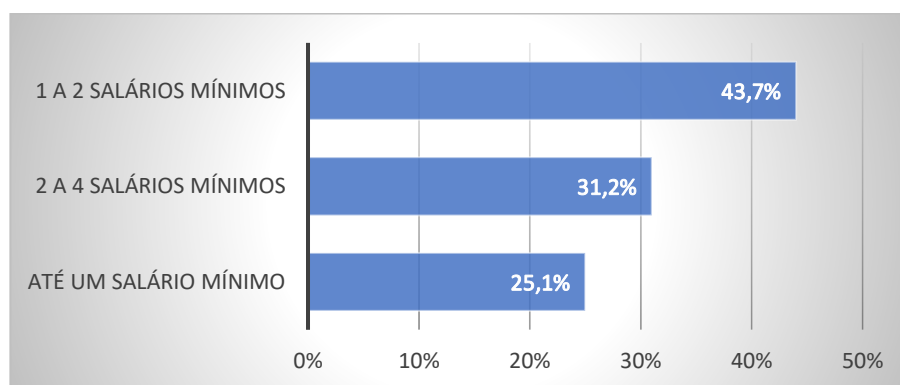
5.1 Características das empreendedoras pesquisadas

De um total de 17 empreendedoras que responderem à pesquisa, 100% delas declararam ser do sexo feminino. Tal resposta coaduna com o critério adotado para participação, ou seja, ser do sexo feminino e proprietária do negócio. A idade predominante das empreendedoras é de 33 anos (18,7%) e outras faixas etárias 81,3%. A maioria informou não ter nenhum filho (56,3%); seguido de três filhos (25,0%); e um filho (18,7%).

No que se refere ao estado civil das empreendedoras, 50,0% são solteiras; 37,5% são casadas; 6,3% união estável e 6,2% separadas/divorciadas. No que tange à escolaridade dos respondentes, 43,7% possuem curso superior incompleto; 31,3% ensino médio completo; 12,5% ensino médio incompleto; 6,2% superior completo; 6,3% pós-graduação.

Quanto a renda mensal das empreendedoras, a maioria declarou de 1 (um) a 2 (dois) salários-mínimos (43,7%), Figura 1.

Figura 1: Renda salarial das empreendedoras investigadas – Anápolis, 2021.



Fonte: Dados da pesquisa.

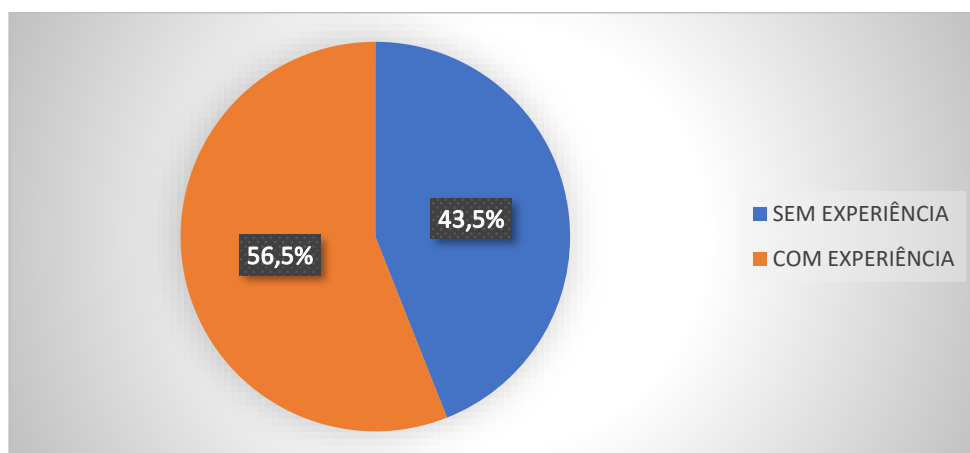
No que se refere a renda, informações divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, revelam que 54,5% das mulheres com 15 anos ou mais integravam a força

de trabalho no país em 2019 e que a renda média mensal do brasileiro em 2020 era de R\$ 2.398,00 (IBGE, 2021), o que equivale a aproximadamente 2 (dois) salários-mínimos. Tal como pode ser observado nos resultados da pesquisa, a renda da maioria das empreendedoras do entorno do IFG, Câmpus Anápolis-GO, estão dentro da faixa salarial de 1 (um) a 2 (dois) salários-mínimos, estando, portanto, menor que o salário mapeado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021). Entretanto, esse resultado difere da pesquisa realizada por Silva et al (2016) em que constatou que as mulheres empreendedoras auferiam rendimentos de até 3 (três) salários-mínimos. Por outro lado, vai de acordo com a idade, uma vez que o autor declarou que as empreendedoras possuíam entre 30 a 49 anos de idade.

Em relação ao ano que começou a empreender, a pesquisa mostra que a maioria das empreendedoras possui menos de 3 (três) anos (62,5%); seguido de mais de 5 (cinco) anos (25,0%); alguns entrevistados não responderam (12,5%). Pesquisa sobre sobrevivência de empresas divulgada pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas), aponta que três em cada 10 microempreendedores individuais (MEIs) fecham as portas em até cinco anos de atividade no Brasil. A taxa de mortalidade de negócios desse porte é de 29,0%, já as microempresas têm uma taxa de falência de 21,6%, enquanto as de pequeno porte, de 17,0% (Sebrae, 2021). Quanto a sobrevivência por segmento, a maior taxa de mortalidade atinge o comércio (30,2%), seguido da indústria da transformação (27,3%) e serviços (26,6%). Considerando as constatações do Sebrae, o negócio das empreendedoras, se enquadram no período em que o negócio está sujeito a mortalidade, sendo necessário buscar alternativas para reduzir os riscos, bem como implementar estratégias de sobrevivência e crescimento.

Quanto a experiência profissional anterior, 56,5% das mulheres investigadas disseram que possuíam; e 43,5% informaram que não possuíam (Figura 2). Dentre as que tinham experiência, a maioria era como vendedora (36,4%); as demais contam com experiência nas áreas de analista de produção (9,1%); diarista (9,1%); estágios (9,1%); gerente de loja (9,1%); líder de visual *merchandising* (9,1%); logística (9,1%) e massagem (9,0%).

Figura 2: Experiência profissional – Anápolis, 2021.



Fonte: Dados da pesquisa.

Sobre curso e/ou treinamento para atuar na gestão de negócios, a maioria respondeu que não participou de nenhum curso ou treinamento na área gerencial antes de iniciar o empreendimento (87,5%); e uma minoria se submeteu previamente a treinamento ou curso gerencial (12,5%) Figura 3.

Figura 3: Curso ou treinamentos antes de iniciar o negócio- Anápolis, 2021.



Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a pesquisa do Sebrae, as causas da mortalidade de empresas no Brasil estão relacionadas aos seguintes fatores: pouca capacitação, menor conhecimento e pouca experiência anterior. A falta de capital de giro também foi destaque na pesquisa como um dos principais obstáculos na sobrevivência das empresas (SEBRAE, 2021).

Das empreendedoras que participaram previamente de curso e/ou treinamento antes de iniciar o empreendimento próprio, 33,3% informaram ter participado de curso de empreendedorismo; 33,3% apontaram ter participado de curso de vendas; e 33,4% declarou ter realizado curso de treinamento.

Segundo a literatura, os empreendedores que se beneficiam de níveis educacionais mais elevados são significativamente mais propensos a inovar em comparação com empreendedores com pouca ou nenhuma educação. A inovação consiste na capacidade de oferecer novos produtos e serviços aos consumidores, sendo, portanto, fundamental para o processo empreendedor (LEITE, 2017).

Tal como já exposto, as características das empreendedoras e de seus empreendimentos são similares ao divulgado na pesquisa do Sebrae (2021), haja vista que as empresas têm menos de 3 (três) anos de mercado, são microempreendedoras ou microempresa, a maioria não tem capacitação gerencial e experiência profissional anterior. Essas semelhanças podem a médio prazo, afetar negativamente os negócios das empreendedoras, necessitando então, que elas busquem ações que visem reduzir os impactos, tais como qualificação e conhecimento sobre o negócio, bem como fontes de financiamento voltados para micro e pequenos empreendimento para melhorar o fluxo de caixa.

5.2 Razões e Dificuldades de empreender

Quando perguntadas sobre as razões que as levaram as mulheres a empreender, a maioria indicou a realização pessoal dentre as principais razões para empreender, seguido de crise financeira. A Tabela 2 mostra as principais razões que levaram as mulheres a abrirem seu próprio negócio.

Tabela 1: Principais razões para iniciar o empreendimento, 2021.

Razões	Porcentagem
Realização pessoal	26,7%
Crise financeira	23,4%
Oportunidade de trabalho	20,0%
Perda de emprego	13,3%
Problemas no trabalho anterior	3,3%
Falta de perspectiva	3,3%
Outras razões	10,0%
Total	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados da Tabela 1 mostram que a maioria das empreendedoras abriram o próprio negócio pelo desejo de realização pessoal. Esse resultado confirma os estudos do GEM

(2017), que indicou que no Brasil o empreendedorismo por oportunidade é superior (59,4%) ao empreendedorismo por necessidade (39,9%). Corrobora também com o levantamento feito Sebrae (2013), que mostra que as mulheres se tornam empreendedoras por oportunidade, por desemprego e insatisfação no trabalho que ocupava. No mesmo sentido, Machado et al. (2003) identificou que a razão predominante para elas criarem a empresa foi a realização pessoal, seguida da visão de oportunidade de mercado e insatisfação no emprego.

Buscando compreender como as mulheres realizam o planejamento e a gestão do negócio, foi elaborada algumas perguntas sobre o assunto, os resultados estão descritos na Tabela 3 a seguir.

Tabela 2: Planejamento e Gestão do Negócio – Anápolis, 2021.

Operações/Porcentagem	1 - Sempre	2 - Frequentemente	3 - As vezes	4 - Raramente	5 - Nunca
Elabora metas de vendas?	6,3	37,5	43,7	12,5	-
Planeja as compras diárias e em datas específicas?	50,0	12,5	25,0	6,2	6,3
Planeja a expansão do negócio?	50,0	37,5	6,25	6,3	-
Registra as vendas mensais?	62,5	6,3	25,0	6,3	-
Registra os gastos mensais?	75,0	-	18,75	6,3	-
Registra os custos das mercadorias?	75,0	12,5	6,2	6,2	-
Controla o resultado mensal das vendas, gastos e custos da empresa?	50,0	12,5	25,0	12,5	-
Seu negócio se diferencia dos outros negócios?	37,5	25,0	37,5	-	-
Faz uma boa exposição dos produtos?	68,7	18,8	12,5	-	-
Faz divulgação dos produtos?	56,2	18,7	25,0	-	-
Faz alguma ação de promoção?	37,5	37,5	25,0	-	-
Faz controle dos estoques?	18,7	37,5	25,0	12,5	6,3
A reposição dos produtos é constante?	50,0	25,0	12,6	6,2	6,2
Faz investimento financeiro no negócio?	62,5	25,0	12,5	-	-
Tem capital de giro?	43,7	12,5	25,0	-	18,7
Tem Pró-labore mensal?	37,5	12,5	25,0	6,3	18,7
Utiliza computador para registrar as operações da empresa?	37,5	-	6,3	37,5	18,7
Utiliza algum software de controle gerencial?	37,5	6,2	6,2	12,6	37,5

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados indicam que a maioria das empreendedoras declararam que elaboram metas de vendas “as vezes” (43,7%); planejam as compras diárias e em datas especiais “sempre” (50,0%); planeja a expansão do negócio “sempre” (50,0%); registra as vendas mensais “sempre” (62,5%); registra os gastos mensais “sempre” (75,0%); registra os custos das mercadorias “sempre” (75,0%); Controla o resultado mensal das vendas, gastos e custos da empresa “sempre” (50,0%); Seu negócio se diferencia dos outros negócios “sempre” e “as

vezes” (ambos com 37,5%); Faz uma boa exposição dos produtos “sempre” (68,7%); faz divulgação dos produtos “sempre” (56,2%); faz alguma ação de promoção “sempre” e “frequentemente”(ambos com 37,5%); faz controle dos estoques “frequentemente” (37,5%); reposição dos produtos é constante “sempre” (50,0%); faz investimento financeiro no negócio “sempre” (62,5%); tem capital de giro “sempre” (43,7%); tem Pró- labore mensal “sempre” (37,5%); utiliza computador para registrar as operações da empresa “sempre” (37,5%). A maioria respondeu que “frequentemente” tem dificuldade em fazer o controle financeiro do negócio (37,5%); “as vezes” em divulgar e promover os produtos da empresa (37,5%); “as vezes” em controlar os estoques da empresa (31,2%); e “frequentemente” tem dificuldade financeira no negócio (31,2%).

Os resultados da pesquisa indicam que há pouco planejamento no que se refere a metas de vendas, já que essa ação quase não é praticada pelas empreendedoras; há pouca diferenciação da empresa com as empresas concorrentes; necessita de uma melhor forma de promover o produto, controlar os estoques; maior uso de equipamentos de automatização. Neste sentido, é possível observar que as mulheres têm dificuldades nas áreas de finanças, marketing e logística, que faz parte da área de Administração.

Além da falta de conhecimento específico na área de gestão, as dificuldades podem ser entendidas a partir da análise conjunta dos demais dados da pesquisa. Isso porque, 62,5% das pesquisadas informaram que empreendem desde o ano de 2018, isto é, a menos de 3 (três) anos; sendo que 87,5% não fizeram nenhum curso e/ou treinamento anterior e, ainda que, 43,7% não tinha experiência anterior.

Segundo os dados do Sebrae (2013), as mulheres enfrentam maiores dificuldades para gerir o seu negócio por falta de conhecimento técnico sobre o negócio ou pela dificuldade de conciliação trabalho-casa. Quanto os desafios de empreender no Brasil, independente de gênero, são muitos e variados, os mais citados são alta carga tributária, falta de capital de giro, burocracia, concorrência alta e falta de estímulo de crédito.

Esse mesmo raciocínio pode explicar em parte, o motivo de 62,5% informarem que faz investimento financeiro no negócio. Esse investimento financeiro é aqui entendido como sendo a necessidade de capitalizar o negócio em razão das dificuldades de gerenciar corretamente o empreendimento.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegado ao fim deste estudo é possível verificar que os objetivos traçados no início foram alcançados. A partir da análise dos dados obtidos na presente pesquisa, pôde-se estabelecer as características das empreendedoras do entorno do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – IFG, Câmpus Anápolis, a maioria são mulheres solteiras, as quais estão dentro da faixa etária de 30 anos de idade, não tem nenhum filho, possui o curso superior incompleto, e aufera de 1 (um) a 2 (dois) salários-mínimos por mês.

Em relação as principais causas que as levaram a abrir o negócio próprio e as dificuldades enfrentadas na gestão do negócio, foi possível concluir que a realização pessoal, crise financeira e oportunidade de trabalho foram as razões que impulsionaram a abertura do empreendimento.

Quanto as dificuldades de se empreender as mulheres, elas estão relacionadas a gestão do negócio, sobretudo nas áreas financeira, marketing e logística. Em razão disso recomenda-se que seja procedido com estudo de viabilidade de estruturação de curso específico para a área de gestão de negócios voltados ao público pesquisado, por parte do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – IFG, Câmpus Anápolis.

A limitação da pesquisa foi a dificuldade de identificar os estabelecimentos das empreendedoras e um melhor acesso às informações, uma vez que a mesma foi conduzida à época da pandemia, em que as pessoas evitavam contatos pessoais.

Como sugestão para futuras pesquisas complementares a esta, que seja realizada análises subjetivas para uma maior compreensão sobre as razões e dificuldades que as mulheres enfrentam no comando de seus negócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSUNÇÃO, Janete Carla de; ANJOS, Mayara Abadia Delfino dos. Empreendedorismo feminino: Um estudo no estado de Minas Gerais. **GETEC**, v.7, n.16, p. 112 - 133 /2018.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Portugal: Ed. 70, LDA, 2009.

BACELAR, A. S. et al. A Influência das socializações no processo decisório de mulheres empreendedoras. **Revista de Gestão e Desenvolvimento**, v. 17, n. 3, p. 192-217, 2020.

BOMFIM, L. C. S. B.; MEIRA, R. T. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.

BORGES, A. F.; ENOQUE, A. G. Pesquisa em empreendedorismo: a produção científica francófona em perspectiva. **Cadernos EBAPE**, v. 18, n. 4, p. 906-923, 2020.

CAMARGO, R. A. M. M.; LOURENÇO, M. L.; FERREIRA, J. M. Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos? **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, n. 2, p. 178-193, 2018.

CICCARINO, I. D. M. Inovação social e processo empreendedor: aplicação de tipologia em start-ups da Yunus Negócios Sociais Brasil. **Cadernos EBAPE**, v. 17, n. 4, p. 1-11, 2019.

COLICHI, R. M. B. et al. Empreendedorismo e suporte familiar em estudantes de enfermagem do Brasil e Chile. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 34, n. 1, p. 1-9, 2021.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. Editora: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERNANDES JUNIOR, R. B. et al. Tendência empreendedora e comunicação interpessoal de estudantes de Enfermagem. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 54, n. 1, p. 1-8, 2020.

FONSECA, M. **Como Gates, Musk, Zuckerberg e Buffett empreendem tão bem?** Exame, 2016. Disponível em <https://exame.com/pme/como-gates-musk-zuckerberg-e-buffett-empreendem- tao-bem/> . Acesso em 26/07/2021.

GICO JUNIOR, I. T. Direito e desenvolvimento: o papel do direito no desenvolvimento econômico. **Direito e Desenvolvimento**, v. 8, n. 2, p. 110-127, 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. 3. Reimpressão São Paulo: Atlas, 2010.

GEM, Global Entrepreneurial Monitor. **O Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBPQ/SEBRAE, 2017.

GEM, Global Entrepreneurial Monitor. **O Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBPQ/SEBRAE, 2010.

GOMES, L. A. S.; BOURLEGAT, C. A. Empreendedorismo étnico e de autoemprego em um olhar para as comunidades de imigrantes. **Interações**, v. 21, n. 2, p. 317-330, 2020.

GUERRA, O.; TEIXEIRA, F. A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 30, n. 1, p. 17-32, 2010.

ITUASSU, C. T.; TONELLI, M. J. Sucesso, mídia de negócios e a cultura do management no Brasil. **Cadernos EBAPE**, v. 12, n. 1, p. 13-21, 2014.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

QUEIROZ, J. F. A.; RIBEIRO, D. N.; ALVES, D. A. Empreendedorismo feminino: estudo de caso das características e especificidades das mulheres empreendedoras mineiras da cidade de Iturama-MG. **Revista Eletrônica Organizações e Sociedade**, v. 5, n. 4, p. 52-64, 2016.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LEITE, M. P. Gênero e trabalho no Brasil: os desafios da desigualdade. **Revista Ciências do Trabalho**, v. 1, n. 8, p. 45-60, 2017.

MACHADO, H.V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas – **Era - Eletrônica**, v. 2, n. 2, jul.-dez., 2003.

MOREIRA, G. J.; BARROS, D. E. C. Mulheres empreendedoras, do terceiro mundo, multitarefas. **Revista Letras Raras**, v. 7, n.2, p. 321-337, 2018.

PORTAL BRASIL. **Oportunidade e necessidade**. Disponível em:< www.brasil.gov.br > Economia e Emprego > 2012 > 02>. Acesso em: 12/10/2020.

SEBRAE-PR. **Empreendedorismo**. Disponível em <https://www.boletimdoempreendedor.com.br/boletim.aspx?codBoletim=370> Acessado dia 12 de outubro de 2020.

SILVA, M. S.; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

SOUZA, A. M. R.; LIMA, A. O.; BARROS, C. S.; BEZERRA, E. P. Empreendedorismo feminino: Análise dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios. **IX Encontro de Estudos sobre o Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. Passo Fundo/RS 16 a 18 de março de 2016.

VEGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

VERSIANI, F. et al. Características de liderança das mulheres empreendedoras: um estudo de caso no setor de serviços. **Revista de Administração Unimep**, v. 17, n. 1, p. 188-213, 2019.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

Esclarecimentos sobre a pesquisa

Prezada, convido você a participar de uma pesquisa que integra parte de um Trabalho de Conclusão de Curso, que está sendo desenvolvida pelo aluno do Curso Superior de Tecnologia em Logística, Genilson Rodrigues do Nascimento, sob a orientação da professora Dr^a. Selma Maria da Silva. O objetivo da pesquisa é analisar o empreendedorismo feminino nos bairros próximos ao Instituto Federal de Goiás- Câmpus Anápolis. O tempo médio para responder o questionário é de 5 minutos. A identidade dos respondentes não será revelada. Muito obrigado.

Número do questionário

Nome do usuário	
Perguntas	Respostas
Sexo?	() Masculino () Feminino
Idade?	
Estado Civil?	() Casado () Solteiro () Divorciado () Viúvo
Escolaridade?	() Fundamental incompleto () Fundamental completo () Médio incompleto () Médio completo () Superior incompleto () Superior completo
Renda mensal?	() Até um salário mínimo () De um a dois salários mínimos () De dois a quatro salários mínimos () Mais de cinco salários mínimos
Número de filhos?	
Empreendedorismo	
Que ano começou a empreender?	
Experiência profissional anterior?	() Não () Sim Qual?
Participação em cursos/treinamentos na área gerencial para iniciar o negócio?	() Não () Sim Qual?
Motivos para empreender (marcar no máximo 3 opções)	() Realização pessoal () Perda de emprego () Crise financeira () Problemas no trabalho anterior () Falta de perspectiva na carreira () Oportunidade de mercado () Outros motivos. Quais?

Planejamento e Gestão do Negócio

1. Nunca 2. Raramente 3. Às Vezes 4. Frequentemente 5. Sempre

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Elabora metas de vendas?	()	()	()	()	()
Planeja as compras diárias e em datas especiais?	()	()	()	()	()
Planeja a expansão do negócio?	()	()	()	()	()
Registra as vendas mensais?	()	()	()	()	()
Registra os gastos mensais?	()	()	()	()	()
Registra os custos das mercadorias					
Controla o resultado mensal das vendas, gastos e custos da empresa?	()	()	()	()	()
Tem dificuldade para fazer o controle financeiro do negócio?	()	()	()	()	()
Seu negócio se diferencia dos outros negócios?	()	()	()	()	()
Faz uma boa exposição dos produtos?	()	()	()	()	()
Faz divulgação dos produtos?	()	()	()	()	()
Faz alguma ação de promoção?	()	()	()	()	()
Tem dificuldade em divulgar e promover os produtos da empresa?	()	()	()	()	()
Faz controle dos estoques?	()	()	()	()	()
A reposição dos produtos é constante?	()	()	()	()	()
Tem dificuldade para controlar os estoques da empresa?	()	()	()	()	()
Faz investimento financeiro no negócio?	()	()	()	()	()
Tem capital de giro?	()	()	()	()	()
Tem Pró-labore mensal?	()	()	()	()	()
Tem dificuldade financeira na empresa?	()	()	()	()	()
Utiliza computador para registrar as operações da empresa?	()	()	()	()	()
Utiliza algum software de controle gerencial?	()	()	()	()	()