



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



1

Melyane Pereira Aguilar

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Motivações para o empreendedorismo feminino em Naviraí-MS

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Yasmin Gomes Casagrande

Naviraí-MS

2021



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



Motivações para o empreendedorismo feminino em Naviraí-MS

Melyane Pereira Aguilar

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo identificar quais as motivações das mulheres naviraienses para se tornarem empreendedoras. Para alcançar esse objetivo foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa e aplicado um questionário para 17 empreendedoras, com 18 perguntas. Os resultados indicam que as mulheres escolhem o empreendedorismo principalmente por necessidade e oportunidade, ou seja, quando elas precisam do empreendedorismo para ter a sua fonte renda e quando elas vislumbram no empreendedorismo uma oportunidade de realizar um sonho ou trabalhar em algo que elas gostam. Outro ponto observado também é o de que as mulheres acreditam que com o seu negócio elas podem mudar o mundo e o Brasil, auxiliando as crianças, outras mulheres, o meio ambiente etc. Essa pesquisa é importante para as mulheres, que tenham interesse em empreender, analisarem suas motivações e refletirem para conquistar as suas metas. E para as mulheres que já são empreendedoras, para que possam observar se o seu negócio está agindo de acordo com as suas motivações.

Palavras-chave: Empreender; Mulheres; Motivação; Necessidade; Oportunidade.

ABSTRACT

This work aims to understand the motivation of women in Naviraí-MS to become entrepreneurs. To achieve this goal, a qualitative research was carried out and a questionnaire was applied to the 17 female entrepreneurs, with 18 questions. With the answers to the questionnaire, it was observed that women choose entrepreneurship mainly out of need and opportunity, that is, the need is when they need entrepreneurship to have their source of income and opportunity is when they see in entrepreneurship an opportunity to carry out a dream or work on something they like. Another point is that women believe that with their business they can change the world and the Brazil, helping children, other women, the environment, and so on. This research is important for women who are interested in becoming an entrepreneur, analyze their motivations and reflect to achieve their goals. For women who are already entrepreneurs, it is important for them to see if their business is acting on their motivations.

Keywords: Undertake; Women; Motivation; Necessity; Opportunity.



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



1. INTRODUÇÃO

Os estudos sobre o empreendedorismo começaram a ser mais frequentes a partir dos anos de 2000 no Brasil, nesse mesmo ano foi realizada uma pesquisa pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), instituição criada pela *London Business School* e pelo *Babson College de Boston* (EUA). Nessa pesquisa o Brasil participou por meio do *Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná* (IBQP) e pela primeira vez entre 21 países ele foi caracterizado como a primeira nação com iniciativa empreendedora (GEM, 2000).

Com esse crescimento vem então a necessidade de se entender a motivação que leva essas pessoas a terem o seu próprio negócio. A motivação é considerada como a definição de um motivo para realizar determinada tarefa, por exemplo o motivo poderia ser feliz realizando aquela tarefa. (KLAVA, 2017). As mulheres têm se mostrado muito envolvidas no empreendedorismo tendo um grande crescimento de sua parte, outra pesquisa realizada no ano de 2019 pela startup *BigData Corp* mostra que 46% dos CNPJ's foram abertos por mulheres, sendo 42% abertos por homens e 12% de empresas mistas, com um sócio homem e uma mulher. Pela primeira vez o número de CNPJ's abertos por mulheres foi maior do que os abertos por homens (BIG DATA CORP, 2020).

Esse crescimento observado, suscita a reflexão sobre o que pode ter feito com que essas mulheres optem pelo empreendedorismo. Estudos apontam várias motivações que podem ter feito elas terem decidido pelo empreendedorismo, como discriminação sexual, oportunidade, necessidade, desejo de realização e para ficarem mais próximas de suas famílias (MOTA-SANTOS, 2020).

No entanto, ainda não se encontram tantas pesquisas realizadas no Brasil sobre o empreendedorismo feminino. Sendo assim, o objetivo é identificar quais as motivações das mulheres naviraienses para se tornarem empreendedoras. O estudo também permitiu observar como a pandemia causada pela Covid-19 as afetou e se isso fez com que a sua motivação fosse alterada.

Inicialmente foi apresentada uma breve revisão da literatura na qual ressaltam-se os conceitos de empreendedorismo, o que é ser um empreendedor e a motivação. Seguido pela metodologia que mostra como foi realizada a aplicação do questionário, em uma pesquisa de



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



natureza qualitativa com a participação de 17 empreendedoras.

Foi esperado com esse questionário identificar as motivações que levam as mulheres a empreender, bem como a importância que dão aos seus negócios. A motivação pode ser devido a vários fatores, e com essa pesquisa esperou-se esclarecer quais são eles para fomentar ainda mais o crescimento do empreendedorismo em meio às mulheres.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Empreendedorismo e habilidades

O empreendedorismo é um processo de buscar tornar o seu sonho em realidade, ou seja, as pessoas procuram através dos empreendimentos realizar os sonhos de poder trabalhar fazendo aquilo que gostam. O empreendedorismo não é um tema recente, e está cada vez mais popular (DORNELAS, 2018).

Ser um empreendedor é considerado uma habilidade no qual se cria algo do nada ou evolui o que já existe, inovando através do pouco que se tem. Podemos considerar um empreendedor alguém com espírito criativo, que goste de buscar a inovação e tem soluções para os problemas encontrados. Um empreendedor deve aprender constantemente, por isso ele vive em constante pesquisa (FESTINALLI, 2016).

O empreendedorismo pode ser classificado de duas formas, sendo empreendedorismo de oportunidade e empreendedorismo por necessidade. O empreendedorismo por oportunidade é quando se cria um negócio por ver uma oportunidade lucrativa, já o empreendedorismo por necessidade é quando não há outra opção, e os empreendedores encontram no empreendedorismo sua única oportunidade (LEITE; OLIVEIRA, 2014).

Existem ainda quatro aspectos que são básicos para se ser um empreendedor: sendo o primeiro a inovação e criação; o segundo, o tempo e esforço necessário; em seguida vem a responsabilidade em assumir os riscos e finalmente as recompensas de ser um empreendedor e a satisfação pessoal (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2017).

Os empreendedores são classificados em sete tipos sendo empreendedor nato; empreendedor que aprende; empreendedor serial; empreendedor corporativo; empreendedor social; empreendedor por necessidade e o empreendedor herdeiro. O empreendedor nato são os



que começam do nada; o empreendedor serial é que ama empreender, e geralmente se envolve em vários negócios, ele considera tempo dinheiro então está em constante busca por da inovação. Tem uma boa habilidade com a liderança em equipe; o empreendedor social é aquele quer construir um mundo melhor, através das suas criações e inovações ele deseja mudar o mundo criando oportunidade para os próximos, eles não buscam compensação financeira. Por último, o empreendedor herdeiro como o nome já diz, é aquele que herda o legado da família, o seu principal desafio é fazer prosperar o negócio da família para a próxima geração (DORNELAS, 2018).

Dentro desses contextos as habilidades são essenciais para os empreendedores lidarem com as questões diárias, sendo que habilidade é de cumprir as tarefas com facilidade e capacidade de comunicação. O desempenho do empreendedor é resultado das habilidades aplicadas como conhecimento (CHIAVENATO, 2020).

O Quadro 1 apresenta as habilidades técnicas, administrativas e empreendedoras pessoais listadas por Hisrich, Peters e Shepherd (2017):

Quadro 1 – Habilidades necessárias dos empreendedores.

HABILIDADES TÉCNICAS	HABILIDADES ADMINISTRATIVAS	HABILIDADES EMPREENDEDORAS PESSOAIS
Redação	Planejamento e estabelecimento de metas	Controle interno e de disciplina
Expressão oral	Capacidade de tomar decisões	Capacidade de correr riscos
Monitoramento do ambiente	Relações humanas	Inovação
Administração comercial técnica	Marketing	Orientação de Mudanças
Tecnologia	Finanças	Persistência
Interpessoal	Contabilidade	Liderança visionária
Capacidade de ouvir	Administração	Habilidade de administrar mudanças
Capacidade de organizar	Controle	
Construção de rede de relacionamento	Negociação	
Estilo administrativo	Lançamento de empreendimentos	
Treinamento	Administração do crescimento	
Capacidade de trabalho em equipe		

Fonte: HISRICH; PETERS; SHEPHERD (2004, p. 39).



Os empreendedores precisam de habilidades para que não sejam apenas uma criação, e sim um negócio de sucesso que é o sonho da maioria dos empreendedores. A motivação é caracterizada como a persistência que leva o empreendedor a empreender e continuar atuando, ela é intensa o que explica essa busca por inovação constante que vemos com uma das principais características nesse público. E a persistência e o esforço que essas pessoas mostram é porque elas têm uma motivação para estarem realizando esse trabalho (ROBBINS, 2005).

2.2 Motivações para o empreendedorismo no Brasil

O mercado de trabalho tem suas exigências e por essa dificuldade muitos trabalhadores optam pela criação do seu próprio negócio, mesmo em meio uma crise como essa que estamos passando por causa do COVID-19. Segundo uma pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), o Brasil está entre os 10 países que mais consideram a escassez de emprego como fator motivador se tornar um empreendedor (GEM, 2019).

Entre as motivações encontradas para o empreendedorismo pode se ver que as que mais se destacam são oportunidades e necessidades, uma pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) mostrou que quase 90% dos empreendedores brasileiros concordam que a escassez de emprego é um fator que leva os brasileiros a empreender (GEM, 2019). Por lado, um terço da população tem a ambição de ter uma grande riqueza e uma renda alta como motivação, e por último um quarto dos empreendedores desenvolveu um negócio por causa da tradição familiar. Os dados podem ser vistos no Quadro 2.

Quadro 2 – Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio no Brasil em 2019

Motivações	% dos empreendedores		
	Nascentes	Novos	Iniciais
Mais de uma motivação	79,8	66,0	70,8
Apenas uma motivação	20,3	34,0	29,2
Total	100,0	100,0	100,0
Tipos de motivação	Nascentes	Novos	Iniciais
Para continuar uma tradição familiar	30,4	25,2	26,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	45,6	32,4	36,9
Para fazer a diferença no mundo	65,3	44,7	51,4
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,7	88,4	88,4

Fonte: (GEM, 2019, p. 37).



Analisando os dados por gênero, 53% das mulheres acreditam que seus negócios podem fazer a diferença no mundo e 42% dos homens desejam são motivados pelas riquezas para criar um negócio conforme a pesquisa da GEM realizada em 2019. E ainda segundo essa pesquisa, mulheres negras entre 33 e 55 anos, são motivadas por motivo de escassez de emprego.

A Figura 1 apresenta a pesquisa feita pela *MindMiners*, encomendada pelo *PayPal*, com 300 respondentes, que mostra os motivos que levam os brasileiros empreendem.

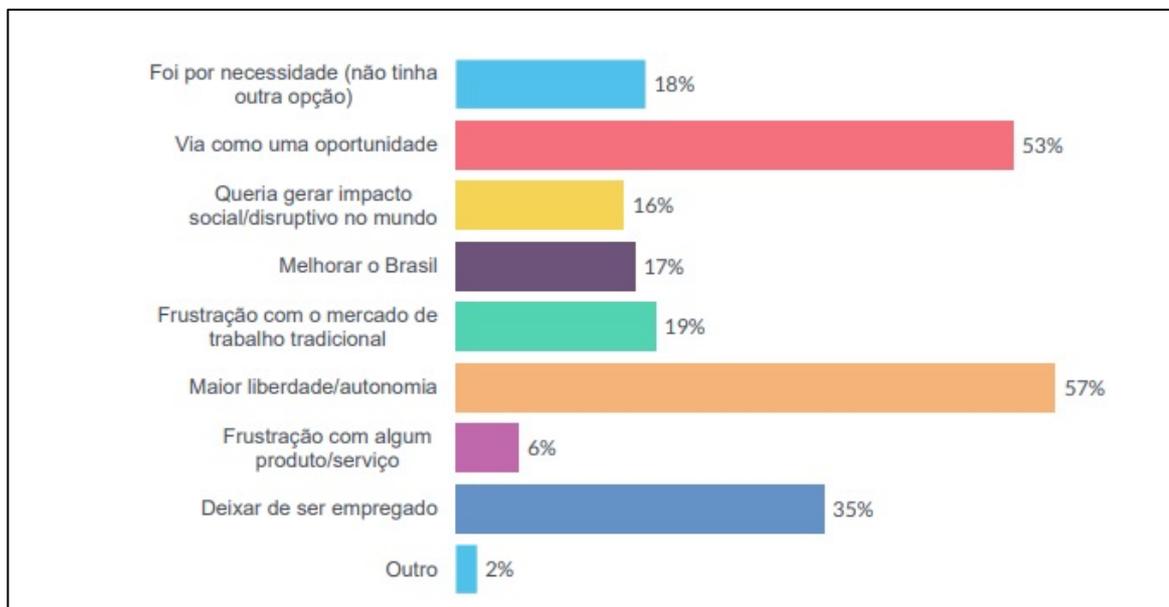


Figura 1 – Qual foi sua maior motivação para ter/criar um negócio próprio?

Fonte: *MindMiners* (2017, p. 10).

Nessa pesquisa pode-se ver que os principais motivos apontados são a maior liberdade, a oportunidade e deixar de ser empregado. As pessoas buscam no empreendedorismo uma autonomia para terem uma maior flexibilidade e a confiança aumenta a partir do momento que as pessoas se tornam empreendedores.

A motivação é o que faz o empreendedor tomar a decisão de decidir arriscar pelo empreendedorismo pois apesar de trazer muitas conquistas vem também vários riscos que o empreendedor vai enfrentar com o tempo e ele precisa se preparar para tomar a decisão de se arriscar ou ficar onde está.

Por ser um tema complexo mesmo sendo um dos mais estudados, continua sendo um



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



dos menos compreendidos, exatamente por ser uma psicologia complexa, mas por esse mesmo motivo devemos nos empenhar para entender o que leva as pessoas a terem tanta determinação para alcançar objetivos e sonhos por meio do empreendedorismo (HERZBERG, 2012).

3 METODOLOGIA

O presente trabalho é de natureza qualitativa, e visa a interpretação e análise de fenômenos mais profundos, como o comportamento humano, entendendo as tendências comportamentais, como os gostos pessoais (MARCONI; LAKATOS, 2003).

A pesquisa também pode ser caracterizada como pesquisa de campo, sendo definida como a pesquisa que visa a obtenção de dados sobre características de um determinado grupo de pessoas estudando um problema a cerca desse grupo (FIGUEIREDO, 2011).

Anteriormente a aplicação dos questionários, foi realizado um pré-teste com duas empreendedoras, as quais analisaram as perguntas e informaram como foi a experiência de responder o questionário. Como dito por elas, não houve dificuldade nas respostas, sendo um questionário de fácil compreensão. Com esse feedback, continuamos com a aplicação dos questionários com as demais empreendedoras.

Foi realizado a aplicação de questionários para a coleta de dados com mulheres empreendedoras residentes em Naviraí-MS. Ao todo foram aplicados vinte questionários para vinte empreendedoras, com dezessete questionários retornados e válidos. O questionário foi aplicado através do formulário criado no *Google Forms* sendo enviado para as empresárias pelas mídias sociais por conta da pandemia do COVID-19. Dirigiram-se perguntas sobre os motivos que as levaram empreender, qual trabalho elas realizavam antes de empreenderem, as vantagens e desvantagem de empreender e as dificuldades que elas encontravam em empreender sendo do sexo feminino.

Após receber os questionários, foram analisadas as respostas e listados os principais motivos que as levaram se tornarem empreendedoras e a sua trajetória dentro desse ramo. Essa análise foi realizada através da pesquisa participativa, que visa a participação do grupo estudado com o objetivo de melhoria no campo estudado. Foi questionado pelo *WhatsApp* as respostas dadas nas perguntas em aberto e as empreendedoras puderam expor ainda mais suas motivações e explica-las para melhor compreensão e chegar em uma conclusão. (LEEUWIS, 2017).



Esses motivos foram estudados e apresentados dentro de um quadro que apresenta os principais aspectos que levam as mulheres da cidade de Naviraí a se tornarem empreendedoras e as dificuldades que elas encontram (Tabela 2).

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Foram entrevistadas 17 empreendedoras sendo todas do sexo feminino, a maioria (8) das entrevistadas com faixa etária entre 19 e 25 anos, a partir dos dados coletados com as entrevistas, a Tabela 1 apresenta um resumo das informações obtidas sobre a amostra.

Tabela 1 - Descrição da amostra

Variável	Frequência (%)
Faixa etária das empreendedoras	
De 19 a 25 anos	47,1
De 26 e 32 anos	23,5
De 33 e 39 anos	17,6
De 40 a 46 anos	5,9
De 47 a 53 anos	5,9
Estado civil	
Solteiro (a)	58,8
Casado (a)/União Estável	29,4
Separado (a)/Divorciado (a)	11,8
Ramo de atuação	
Beleza	23,6
Vestuário	23,5
Alimentação e bebidas	17,6
Comunicação	1,0
Fotografia	1,0
Estética	1,0
Artesanato	1,0
Semijoias	1,0
Número de funcionários	
Sem funcionários, apenas os sócios	76,5
Apenas 1 funcionário	11,8
De 1 a 3 funcionários	11,8
Tempo de empresa	
Menos de 1 ano	29,4
De 1 a 3 anos	29,4
De 4 a 6 anos	17,6



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



De 7 a 9 anos	11,8
10 ou mais anos	11,8
Nível de escolaridade	
Ensino médio completo	23,5
Ensino Superior incompleto	23,5
Ensino superior completo	35,3
Especialização	17,6
Faixa de renda	
De 1 a 2 salários-mínimos (de R\$ 1.100,00 até R\$ 2.200,00)	47,1
De 2 a 4 salários-mínimos (de R\$ 2.201,00 até R\$ 4.400,00)	41,2
de 8 a 10 salários-mínimos (de R\$ 8.801,00 até R\$ 11.000,00)	11,8

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quando perguntado o motivo que levaram as mulheres se tornarem empreendedoras, a maioria informou que foi por oportunidade (6) e seguida por necessidade (3) sendo os restantes das respostas bem fragmentado como mostra a Tabela 2. O que ressalta os estudos apresentados como a pesquisa realizada pela *MindMiners* e encomendado pelo *PayPal* no ano de 2019, onde aponta que a oportunidade e a necessidade como os principais fatores mais motivadores para os empreendedores e isso pode ser visto nas respostas das empreendedoras (MINDMINERS, 2017).

Tabela 2 – Motivação das mulheres para se tornarem empreendedoras

Motivações	% dos empreendedoras
Oportunidade	35,3
Necessidade	17,6
Adquirir riquezas	11,8
Fazer a diferença no mundo	11,8
Independência	5,9
Trabalhar com arte e ter mais tempo para a família	5,9
Sonho	5,9
Necessidade de fazer a diferença no mundo	5,9

Fonte: Dados da pesquisa (2021).



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



Já nas dificuldades encontradas para atuar como empreendedoras os maiores impedimentos encontrados foram o capital social (10) e a falta de conhecimento de como gerenciar um negócio (4), e em menor proporção a falta de conhecimento da área que pretendia atuar (2) e o apoio familiar (1).

A maioria das mulheres acredita que tem as habilidades técnicas (7), seguida pelas habilidades empreendedoras pessoais (6) e habilidades administrativas (4) em menor número. Reforçando os estudos onde vemos que as habilidades são necessárias para conseguir um negócio de sucesso e conforme elas praticam o empreendedorismo elas vem adquirindo mais habilidades, tornando-se empreendedoras mais criativas e também mais capacitadas para enfrentar os desafios diários (LEITE; OLIVEIRA, 2014).

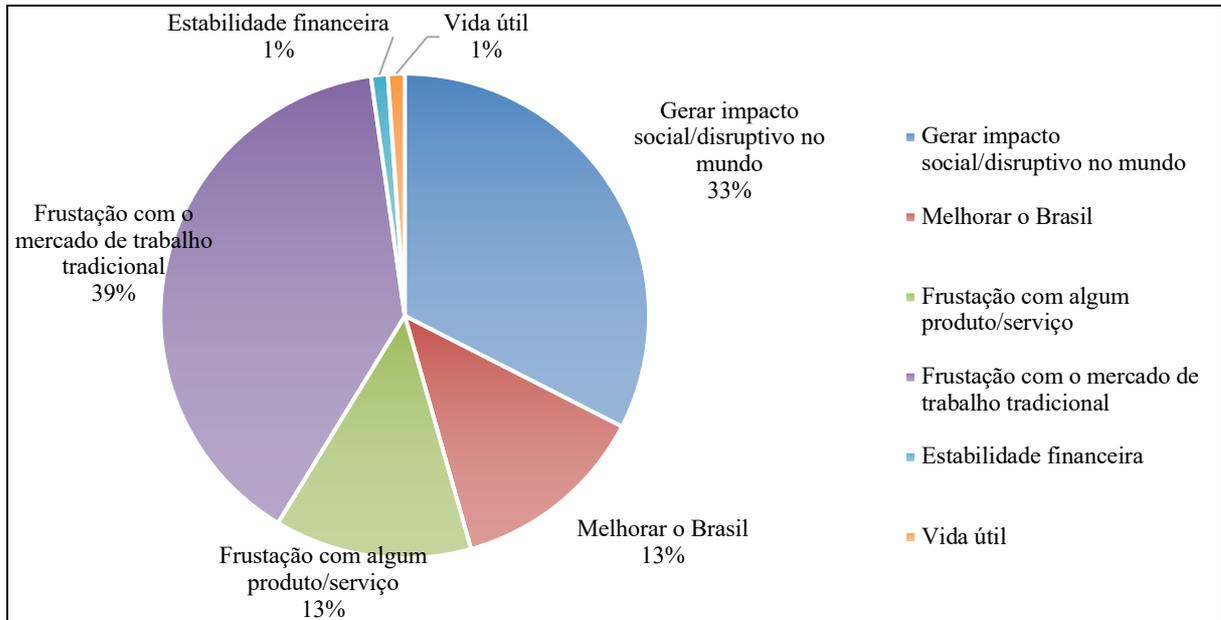
Outro fator interessante que ao apontar algumas habilidades técnicas (Expressão oral, capacidade de ouvir e tecnologia), habilidades administrativas (marketing, contabilidade e negociação) e habilidades empreendedoras pessoais (inovação, capacidade de correr riscos e persistência) em grupos distintos a maioria acreditou que se identificava com o grupo das habilidades empreendedoras pessoais (8), seguido por habilidades técnicas (6) e por último as habilidades administrativas (3). Ou seja, podemos ver que ao apresentar quais seriam as habilidades presentes no grupo houve uma alteração entre as habilidades empreendedoras pessoais e as habilidades técnicas aonde a maioria se identificou mais com as habilidades empreendedoras pessoais, mas ambas continuam sendo as mais apontadas pelas empreendedoras.

Ao tipo de empreendedor que foi explicado anteriormente, também foram acrescentadas as perguntas sobre como as empreendedoras se consideravam. A frequência entre de respostas foi: empreendedor nato (11), empreendedor que aprende (4), empreendedor serial (1) e empreendedor por necessidade (1). O empreendedor nato foi o mais apontado sendo os que começam de forma inesperada e em um grande sucesso com o seu negócio, ou seja, a maioria das empreendedoras de Naviraí consideram o início do seu negócio inesperado.

O empreendedorismo trouxe consigo desenvolvimento para as mulheres sendo que em uma pergunta aberta realizada no questionário sobre quais habilidades que elas desenvolveram por causa do empreendedorismo diversas qualidades foram apontadas e ao analisa-las de forma geral observa-se que a maioria desenvolveu liderança, capacidade de correr riscos, persistência, interpessoal, construção de rede de relacionamentos, negociação e controle das finanças.



Gráfico 1 – Motivação das mulheres empreendedoras para continuarem



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Para encerrar o questionário, foi feita uma pergunta no final na qual foi questionado o motivo que levam as empreendedoras a continuar o seu negócio hoje. O que se pode observar nesse gráfico é que o mercado de trabalho pode ser uma frustração para as mulheres fazendo com que elas optem por ter seu próprio negócio para mudar essa realidade.

Outro fato muito interessante apontado no gráfico é que as mulheres realmente têm uma visão social com o seu negócio, ou seja, elas querem de alguma forma gerar um impacto social que possa mudar o mundo como já foi observado na pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, do ano de 2019, apontando que 53% das mulheres acreditam que podem fazer a diferença no mundo com o seu negócio (GEM, 2019).

E dentro da última pergunta realizada (Ver Apêndice I), abordamos a pandemia causada pela Covid-19. Questionou-se, se a pandemia afetou diretamente os negócios dessas empreendedoras. Observou-se que a maioria foi afetada, principalmente as empreendedoras que atuam no ramo da beleza. Porém, por conta das suas motivações, elas criaram estratégias como usar as mídias sociais para encontrar mais clientes e se posicionar no mercado. Com essas inovações para se encaixar no mercado e enfrentar esse momento desafiador no mundo todo,



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



muitas delas responderam que o seu faturamento cresceu desde então. Elas conseguiram não só atingir os seus clientes como conseguiram conquistar outros novos.

Pode-se assim observar que elas colocaram em prática os quatro aspectos que são básicos para ser um empreendedor: a inovação e criação; tempo e esforço necessário; a responsabilidade em assumir os riscos e finalmente as recompensas de ser um empreendedor e a satisfação pessoal. Essas mulheres mostraram que apesar dos riscos elas estão dispostas a enfrentar e inovar para alcançar os seus objetivos (HISRICH; PETERS, M. P.; SHEPHERD, 2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como foco o empreendedorismo feminino e suas motivações, identificando quais as motivações das mulheres naviraienses para se tornarem empreendedoras. Foi analisado também se essa motivação continuou mesmo em meio a Covid-19 ou se teve que ser alterada.

Diante disso, foi encontrado que essa motivação vem pela necessidade de se ter uma renda própria sendo que não estão satisfeitas com o mercado de trabalho e com a remuneração oferecida. Outra motivação que foi uma das principais encontradas foi a oportunidade de se ter um negócio de sucesso e realizar o sonho de se trabalhar naquilo que gosta. Dessa forma essas mulheres se sentem realizadas ao poder gerenciar o seu negócio que é aquilo que elas tinham vontade fazer. Mesmo em meio a pandemia as suas motivações não mudaram, sendo fortalecidas.

Essa pesquisa pode ser utilizada pelas empresas do mercado e pelas empreendedoras para analisar suas motivações e como aplicá-las para alcançar seus objetivos. A sociedade pode entender como essas mulheres tiveram forças para criar o seu negócio e assim motivá-las a crescerem e trazerem mais resultados para a economia local. Através desta pode-se realizar novas pesquisas aprofundando-se nessas motivações e em regiões diferentes do estado e do país.

Por conta da pandemia causada pela Covid-19, houve a limitação de realização da pesquisa *online*, não sendo feitas entrevistas pessoais com as empreendedoras e alcançar mais negócios que se encontram ainda distantes das mídias sociais. Como sugestão para futuras



pesquisas, pode ser analisado se as motivações também são encontradas em outras regiões do Brasil ou até mesmo do mundo. Interessante analisar em complemento quais as principais motivações que levaram os negócios a não fechar mesmo com o distanciamento social, entendendo se as motivações impactaram na decisão de manter ou não o negócio aberto.

REFERÊNCIAS

- BIG DATA CORP. **As novas empresas brasileiras são cada vez mais femininas**. 2020. Disponível em: <https://bigdatacorp.com.br/as-novas-empresas-brasileiras-sao-cada-vez-mais-femininas>.
- CHIAVENATO, I. **Fundamentos da Administração: planejamento, organização, direção e controle para incrementar competitividade e sustentabilidade**. v. 2017, n. 1, p. 1–9, 2020.
- DORNELAS, J. C. Um Estudo a Respeito do Crescimento do Empreendedorismo Feminino e a sua Relação com o Mercado de Trabalho. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**, p. 1–13, 2018.
- FESTINALLI, R. . Estratégias empresariais em empresas do contexto empreendedor: O caso da indústria laticínio vila nova. Apresentando no encontro de estudos estratégicos da associação nacional dos programas de pós-graduação em administração. **ANPAD**, v. 4, n. 5, p. 90–104, 2016.
- FIGUEIREDO, N. O survey como tipo de pesquisa aplicado na descrição do conhecimento do processo de gerenciamento de riscos em projetos no segmento da construção. **VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão2**, p. 20, 2011.
- GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>
- HERZBERG, F. Psicodinâmica da vida organizacional – Motivação e liderança. **Caderno de Administração. Revista da Faculdade de Administração da FEA**. ISSN 1414-7394, v. 5, n. 1, 2012.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. **Gestão & Planejamento**, v. 18, p. 119–139, 2017.
- KLAVA. A IMPORTÂNCIA DA MOTIVAÇÃO PARA O SUCESSO DA ORGANIZAÇÃO. **Motivação empresarial - o desafio do século XXI**, v. 2, n. 1, p. 49–64, 2017.
- LEEUWIS, C. Princípios e Aplicações da Pesquisa Participativa em Agroecologia. **Redes**, v. 22, n. 2, p. 116–136, 2017.



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



LEITE, A.; OLIVEIRA, F. Educação para o empreendedorismo. **O segredo de Luisa**, v. 05, n. 01, p. 119–136, 2014.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Metodologia de análise de ferramentas computacionais segundo os princípios da lógica operatória**. São Paulo: Atlas, 2003. v. 29

MINDMINERS. **Raio-x do empreendedorismo no Brasil: um estudo em parceria com o PayPal**. 2017. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/raio-x-do-empreendedorismo/>

MOTA-SANTOS, A. Empreendedorismo Feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 20, n. 3, p. 1105–1113, 2020.

APÊNDICE I – ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO

PARTE I - PERFIL SOCIOECONÔMICO

1. Faixa etária:

- Até 18 anos
- de 19 a 25 anos
- de 26 a 32 anos
- de 33 a 39 anos
- de 40 a 46 anos
- de 47 a 53 anos
- a partir de 54 anos

2. Qual seu estado civil?

- Solteiro(a)
- Casado(a) / mora com um(a) companheiro(a)
- Separado(a) / divorciado(a)
- Viúvo(a)

3. Em qual ramo de atuação você trabalha?

- Não trabalho
- Alimentação e bebidas
- Habitação
- Artigos de residência
- Vestuário
- Transportes
- Saúde
- Educação
- Comunicação
- Outro:

4. Há quanto tempo você tem a empresa?

- Não trabalho
- Menos de 1 ano
- De 1 a 3 anos
- De 4 a 6 anos
- De 7 a 9 anos
- 10 ou mais anos

5. Qual é a sua escolaridade?

- Não estudei
- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Médio incompleto
- Médio Completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós Graduação - Especialização
- Pós Graduação - Mestrado e Doutorado

6. Qual valor da sua renda mensal?

- nenhuma renda
- de 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 1.100,00 até R\$ 2.200,00)
- de 2 a 4 salários mínimos (de R\$ 2.201,00 até R\$ 4.400,00)
- de 4 a 6 salários mínimos (de R\$ 4.401,00 até R\$ 6.600,00)
- de 6 a 8 salários mínimos (de R\$ 6.601,00 até R\$ 8.800,00)
- de 8 a 10 salários mínimos (de R\$ 8.801,00 até R\$ 11.000,00)
- acima de 10 salários mínimos (acima de 11.000,00)



PARTE II – QUESTÕES ESPECÍFICAS

7. Qual o tipo do seu negócio?

- Não trabalho
- Alimentação e bebidas
- Habitação
- Artigos de residência
- Vestuário
- Transportes
- Saúde
- Educação
- Comunicação
- Outro:

8. Qual o porte da sua empresa?

- Micro empreendedor individual (MEI)
- Micro empresa (ME)
- Empresa de pequeno porte (EPP)
- Empresas de médio porte
- Grande empresa

9. Quantos funcionários você tem?

- Não tenho funcionário
- Apenas 1 funcionário
- De 1 a 3 funcionários
- De 4 a 6 funcionários
- De 7 a 9 funcionários
- 10 ou mais funcionários

10. Quais os principais motivos que a levaram se tornar empreendedora?

- Necessidade
- Oportunidade
- Tradição familiar
- Adquirir riquezas
- Fazer a diferença no mundo
- Outro

11. Em que encontrou mais dificuldade em atuar como empreendedora?

- Apoio familiar
- Capital inicial
- Falta de conhecimento da área que pretendia atuar
- Falta de conhecimento de como gerenciar um negócio
- Outro

12. Hisrich, Peter e Shepherd acreditam que para ser um empreendedor é necessário ter habilidades administrativas, técnicas e empreendedoras pessoais. As habilidades administrativas é sobre compreender e estruturar toda a parte administrativa da empresa, já as habilidades técnicas são as que você tem conhecimento e ferramentas para lidar

com os lidar com os problemas que podem ser acontecer. E por último as habilidades empreendedoras individuais são relacionadas ao negócio como a capacidade de correr riscos e inovação.

Você acredita que tem mais habilidades administrativas, técnicas ou empreendedoras pessoais?

- Habilidades administrativas
- Habilidades técnicas
- Habilidades empreendedoras

13. Dornelas (2018) classifica os empreendedores em sete tipos sendo empreendedor nato; empreendedor que aprende; empreendedor serial; empreendedor corporativo; empreendedor social; empreendedor por necessidade e o empreendedor herdeiro. O empreendedor nato são os que começam do nada; o empreendedor serial é que ama empreender, e geralmente se envolve em vários negócios, ele considera tempo dinheiro então está em constante busca por da inovação. Tem uma boa habilidade com a liderança em equipe; o empreendedor social é aquele quer construir um mundo melhor, através das suas criações e inovações ele deseja mudar o mundo criando oportunidade para os próximos, eles não buscam compensação financeira. Por último, o empreendedor herdeiro como o nome já diz, é aquele que herda o legado da família, o seu principal desafio é fazer prosperar o negócio da família para a próxima geração.

Qual tipo de empreendedor você se considera?

- Empreendedor nato
- Empreendedor serial
- Empreendedor social
- Empreendedor herdeiro
- Empreendedor corporativo
- Empreendedor que aprende
- Empreendedor por necessidade

14. Com quais dessas habilidades você mais se identifica?

- Expressão oral, capacidade de ouvir e tecnologia
- Marketing, contabilidade e negociação
- Inovação, capacidade de correr riscos e persistência
- Outro

15. Quais dessas perspectivas mais te motiva para continuar um negócio?

- Gerar impacto social/disruptivo no mundo
- Melhor o Brasil



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



- Frustração com algum produto/serviço
- Frustração com o mercado de trabalho tradicional
- Outro

16. Ainda sobre as habilidades, quais habilidades desenvolveu por causa do empreendedorismo?

17. O que te motiva a continuar hoje? A pandemia afetou o seu negócio? Se sim, de que maneira?

18. Agradecemos por ter separado um tempo para nos ajudar respondendo essa pesquisa!

Caso deseje receber o resultado desta pesquisa, informar o e-mail de contato: _____
