



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – UERN  
CAMPUS AVANÇADO DE PAU DOS FERROS – CAPF  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA – DEC

NARLA RUANA FEITOZA DUARTE

**ASPECTOS REPRESENTATIVOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO  
NA CIDADE DE PAU DOS FERROS**

PAU DOS FERROS – RN

2024

NARLA RUANA FEITOZA DUARTE

**ASPECTOS REPRESENTATIVOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NA  
CIDADE DE PAU DOS FERROS**

Monografia apresentado como requisito para conclusão do Curso de Ciências Econômicas, do Campus Avançado de Pau dos Ferros (CAPF), da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN).

Orientador: Prof. *Dr. José Elesbão de Almeida.*

PAU DOS FERROS – RN

2024

## **FICHA CATALOGRÁFICA**

DUARTE, Narla Ruana Feitoza.

Aspectos representativos do empreendedorismo feminino na cidade de Pau dos Ferros/ Narla Ruana Feitoza Duarte, 2024.

Total de folhas: 62 páginas

Inclui ilustrações

Orientador: José Elesbão de Almeida

Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) - Departamento de Economia (DEC) do Campus Avançado de Pau dos Ferros (CAPF)

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), Pau dos Ferros-RN, 2023.

NARLA RUANA FEITOZA DUARTE

**ASPECTOS REPRESENTATIVOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NA  
CIDADE DE PAU DOS FERROS**

**TERMO DE APROVAÇÃO**

Monografia apresentada para apreciação da Banca Examinadora em: 04/02/2024



Documento assinado digitalmente  
JOSE ELESBAO DE ALMEIDA  
Data: 24/02/2024 20:05:45-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

---

*Prof. Dr. José Elesbão de Almeida.*

Professor Orientador

---

Prof. Ma. Daiane Kelly de Queiroz

Membro da banca

---

Prof<sup>ª</sup>. Ma. Renata Jane Gomes Sarmiento

Membro da banca

---

Narla Ruana Feitoza Duarte

Orientanda

PAU DOS FERROS – RN

2024

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho a todas as pessoas que estiveram ao meu lado durante esta jornada acadêmica: ao meu esposo por nunca ter desacreditado de mim e por sempre estar disposto a me ajudar. Também dedico a meus pais, à minha família, pelo incentivo inabalável e compreensão durante os desafios enfrentados ao longo deste caminho. Dedico, também, aos meus amigos, que estiveram presentes para compartilhar tanto os altos quanto os baixos, trazendo alegria e motivação em cada etapa. Ao meu orientador, pelo seu apoio, orientação e sabedoria que foram fundamentais para o sucesso deste trabalho, a minha tia que não está mais presente fisicamente mas está sempre em meu coração. Por fim, dedico este TCC a mim mesma, como símbolo de perseverança, determinação e crescimento pessoal.

## **AGRADECIMENTOS**

É com imensa gratidão que expresso meus sinceros agradecimentos por ter concluído mais uma etapa na minha vida acadêmica, marcado não só por representar o final de um desafio acadêmico, mas também, o resultado de meses de dedicação, perseverança e trabalho árduo. Este feito não teria sido possível sem o valioso apoio e orientação de tantas pessoas. Agradeço aos meus amigos e familiares, que sempre estiveram ao meu lado, oferecendo incentivo e compreensão durante os desafios enfrentados ao longo desse processo, meu profundo agradecimento. Também agradeço ao meu orientador por ter se desafiado comigo para ter um grande êxito. Por fim, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para este trabalho, direta ou indiretamente. Estou verdadeiramente emocionada e honrada por ter completado esta etapa, e reconheço que cada um de vocês teve um papel fundamental nessa conquista. Muito obrigada.

## RESUMO

O empreendedorismo tem sido objeto de muita controvérsia já que, ultimamente, vem sendo considerado como um meio essencial para a geração de oportunidades de emprego e geração de renda. Quando as mulheres decidem empreender, sua motivação não se limita apenas ao desejo de contribuir para o desenvolvimento, mas também, reflete a busca por uma alternativa de vida mais satisfatória, muitas vezes influenciada pelas percepções sociais. Contudo, ao longo de suas jornadas empreendedoras, as mulheres ainda enfrentam diversos desafios, caracterizados por diferentes facetas. Diante desse contexto, o presente estudo teve como principal objetivo analisar o empreendedorismo feminino, do ponto de vista do perfil, trajetória e perspectivas de geração de emprego e renda na cidade de Pau dos Ferros/RN. Esta pesquisa é qualificada quanto aos seus propósitos como descritiva e adota uma abordagem qualitativa para a análise. A coleta de dados para esse estudo foi conduzida por meio de um questionário digital, implementado na plataforma *Microsoft Forms*. O questionário foi concebido com base em uma perspectiva que aborda o perfil empreendedor, contando com a participação de trinta mulheres empreendedoras atuantes em diversos setores. O emprego dessa metodologia proporcionou uma abordagem detalhada e aprofundada, visando compreender as experiências, desafios e perspectivas do empreendedorismo feminino em Pau dos Ferros/RN.

**Palavras-chave:** Negócios. Inovações. Rendimento. Empoderamento. Mulher.

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship has been the subject of much controversy as, lately, it has been considered an essential means of generating employment opportunities and generating income. When women decide to undertake, their motivation is not limited only to the desire to contribute to development, but also reflects the search for a more satisfactory alternative life, often influenced by social perceptions. However, throughout their entrepreneurial journeys, women still face several challenges, characterized by different facets. Given this context, the main objective of this study was to analyze female entrepreneurship from the point of view of the profile, trajectory and prospects for generating employment and income in the city of Pau dos Ferros/RN. This research is qualified as descriptive in its purposes and it adopts a qualitative approach to analysis. Data collection for this study was conducted by using a digital questionnaire, implemented on the Microsoft Forms platform. The questionnaire was designed based on a perspective that addresses the entrepreneurial profile, with the participation of thirty female entrepreneurs working in different sectors. The use of this methodology provided a detailed and in-depth approach, aiming to understand the experiences, challenges and perspectives of female entrepreneurship in Pau dos Ferros/RN.

**Keywords:** Businesses. Innovations. Performance. Empowerment. Women.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1- Faixa Etária .....	38
Gráfico 2-Perfil Educacional .....	39
Gráfico 3-Familiarização com o conceito de Empreendedorismo .....	40
Gráfico 4-Tempo de envolvimento no Empreendedorismo Feminino.....	40
Gráfico 5-Benefícios do empreendedorismo feminino local para a comunidade.....	41
Gráfico 6-Ramos de atuação.....	42
Gráfico 7-Categorização como Microempreendedor Individual (MEI).....	43
Gráfico 8-Porte da sua empresa.....	44
Gráfico 9-Ferramenta utilizada para visibilidade ou engajamento do empreendimento .....	44
Gráfico 10-Empreendimento físico ou virtual.....	45
Gráfico 11-Processo de compra (fornecedores) .....	46
Gráfico 12-Formas de pagamento aos fornecedores .....	46
Gráfico 13-Faturamento mensal no início do negócio .....	47
Gráfico 14-Faturamento mensal em 2023 .....	48
Gráfico 15-Como você gasta seu dinheiro?.....	49
Gráfico 16-Existe outro vínculo empregatício? Se sim, qual? .....	49
Gráfico 17-Você, sendo empreendedora, consegue ter uma qualidade de vida boa com o seu empreendimento ou precisa de outro trabalho?.....	50
Gráfico 18-Como você classifica seu rendimento ao longo dos anos? .....	51
Gráfico 19-Quais foram as principais dificuldades enfrentadas no início do seu negócio?.....	51
Gráfico 20-Quais das seguintes dificuldades você já enfrentou e superou ao longo do seu empreendimento? .....	52
Gráfico 21- Quão satisfeita você está com sua trajetória no empreendimento feminino até os dias atuais (2023)?.....	53
Gráfico 22-Gráfico 22 – Qual foi o maior motivo que te levou a empreender?.....	53

## **LISTA DE SIGLAS**

**BCG** – Boston Consulting Group

**EI** – Empreendedor Individual

**FIA** – Fundação Instituto de Administração

**ICE** – Instituto Cidades Empreendedoras

**IPEA** – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

**PIB** – Produto Interno Bruto

**RME** – Rede Mulher Empreendedora

**SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

**TAE** – Taxa de Atividades Empreendedora Total.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO E PERCURSO METODOLÓGICO .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1</b>	<b>Introdução ao conceito de empreendedorismo .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2</b>	<b>Empreendedorismo no brasil.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3</b>	<b>Empreendedorismo feminino por necessidade ou oportunidade .....</b>	<b>21</b>
<b>2.4</b>	<b>Procedimentos metodológicos .....</b>	<b>22</b>
2.4.1	Tipo de pesquisa .....	23
2.4.2	Quanto à forma de abordagem.....	24
2.4.3	Quanto aos fins e aos meios.....	25
2.4.4	Procedimento de coleta e análise de dados .....	26
<b>3</b>	<b>SEBRAE E O EMPREENDEDORISMO NO RIO GRANDE DO NORTE .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1</b>	<b>O empreendedorismo feminino .....</b>	<b>31</b>
<b>3.2</b>	<b>SEBRAE delas.....</b>	<b>35</b>
<b>3.3</b>	<b>Brasil pra elas.....</b>	<b>36</b>
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>38</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>56</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>58</b>
	<b>ANEXO (ou APENDICE) .....</b>	<b>63</b>

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com Dornelas (2005), o termo empreendedorismo tem suas origens na tradução do inglês *entrepreneurship*, derivado do verbo francês *entrepreneuriat*, que significa “aquele que assume riscos e inicia algo novo”. Essa definição foi utilizada por Marco Polo que considerava empreendedores aqueles que assumiam riscos físicos e emocionais. Posteriormente, durante a Idade Média, o termo empreendedor foi associado aos indivíduos responsáveis por gerenciar projetos de produção, utilizando os recursos disponíveis.

No século XVII, o empreendedor correspondia aos profissionais que realizavam acordos contratuais e assumiam riscos. Já no século XVIII, devido ao processo de industrialização que ocorria no mundo, houve a diferenciação entre empreendedor e capitalista. Já no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes e administradores, o que ocorre ainda atualmente. Esses são considerados apenas pelo ponto de vista econômico como aqueles que organizam a empresa e controlam as ações desenvolvidas na organização (Dornelas, 2005).

De acordo com Schumpeter (1982), o empreendedor não é necessariamente alguém que investe o capital inicial ou inventa um novo produto, mas sim, o indivíduo que tem uma ideia. Qualquer indivíduo pode apresentar ideias engenhosas: a diferença é que, nas mãos de empreendedores, essas ideias podem se tornar poderosas e lucrativas. A noção de um indivíduo empreendedor está relacionada com o conceito de inovação que, grosso modo, significa "fazer as coisas de forma diferente".

O empreendedor, com suas motivações, capacidade e imaginação, percebe as oportunidades para a inovação e as materializa. Tais inovações processam-se por meio da introdução de um novo produto, de um novo método de produção, de novos mercados, de novas fontes de matérias-primas, ou da reorganização de uma indústria. Desta forma, o empreendedor consegue mover a economia de um estado de equilíbrio e rotina para a mudança, "destruindo criativamente" as formas conhecidas e estabelecendo o novo. As mudanças realizadas por um empreendedor disseminam-se, sendo seguidas por outros empreendedores e, desta forma, o equilíbrio é rompido. Na teoria de Schumpeter (1982), a presença do empreendedor é, portanto, fundamental ao desenvolvimento econômico, uma vez que este ator buscará sempre a inovação.

O empreendedorismo é compreendido como um caminho para a inovação, buscando trazer benefícios tanto para o empreendedor quanto para a sociedade, estimulando a criação de riqueza por meio de novos empreendimentos e contribuindo para o desenvolvimento do

país. É um processo caracterizado pela busca constante por inovação, transformação e mudança, envolvendo uma dose de ousadia e disposição para assumir riscos. O sucesso, nesse contexto, depende inteiramente do empreendedor e de sua performance, sendo uma responsabilidade individual. O Empreendedorismo consiste, então, na transformação de ideias em oportunidades, através do envolvimento de pessoas e processos que geram a criação de negócios de sucesso (Dornelas, 2005).

De acordo com Dolabela (2008), o empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, utilizada para designar os estudos relativos ao empreendedor, considerando seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Brasil, no ano de 2022, foi a sétima economia em empreendedorismo no mundo, com 4 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos comandando seus próprios negócios.

O estado do Rio Grande do Norte é abençoado com uma abundância de recursos naturais, como petróleo, gás, sol, terras, ventos e paisagens costeiras. No entanto, para transformar esses recursos em desenvolvimento econômico, são necessários investimentos e competências tanto do setor privado quanto do setor público.

De acordo com o *website* Tamo Junto (2022), o Rio Grande do Norte se destaca, alcançando 35% dos negócios comandados por mulheres. No contexto brasileiro, o empreendedorismo feminino apresentou sinais de recuperação no último trimestre de 2021, após enfrentar uma queda nos primeiros meses da pandemia de covid-19. Nesse cenário, são milhões de mulheres à frente de um negócio, sendo grande parte delas chefes de família, o que significa que a atividade empreendedora representa a única fonte de renda dentro de seus lares. Ainda conforme o *website* Tamo Junto (2022), os dados mais recentes apontam que o rendimento mensal médio de empreendedoras é de R\$ 1.831,00, enquanto o rendimento mensal médio de homens empreendedores é de R\$ 2.344,00.

Atualmente, estamos imersos em um cenário de contínuas transformações e avanços, e o empreendedorismo feminino desponta como uma dessas mudanças. Trata-se de um fenômeno em que mulheres estão assumindo o comando de negócios, impulsionando o mercado de trabalho com suas ideias inovadoras e trazendo uma perspectiva diversificada. Esse movimento não apenas proporciona oportunidades para o crescimento profissional das mulheres, mas também contribui para a construção de uma sociedade mais igualitária e inclusiva. A ascensão do empreendedorismo feminino é um reflexo das mudanças sociais e culturais que estamos presenciando, permitindo que as mulheres se afirmem como agentes de transformação e sucesso nos negócios (Fia, 2022).

O empreendedorismo feminino tem se destacado como uma força impulsionadora do crescimento econômico e da igualdade de gênero em diferentes regiões do mundo. Mulheres empreendedoras estão conquistando cada vez mais espaço e desbravando diversos campos de atuação, trazendo inovação, criatividade e uma visão única para o mercado. Dessa forma, o empreendedorismo feminino vem se destacando em áreas que têm apresentado crescimento significativo e impactando positivamente no mercado.

O desenvolvimento sustentável e a economia verde constituem segmentos onde muitas mulheres empreendedoras se destacam, criando negócios que promovem a sustentabilidade, como a produção de produtos orgânicos. Outro setor em ascensão é o da beleza e estética que, ao longo do tempo, tem se destacado bastante, com abertura de salões de beleza, clínicas de estética e *spas* com uma ampla gama de serviços (cabeleireiro, maquiagem, manicure, pedicure, tratamentos faciais e corporais).

Diante desse contexto, a questão que move essa pesquisa consiste em responder ao seguinte questionamento: considerando o crescimento significativo de empresas comandadas por mulheres, quais são os perfis, trajetórias e as perspectivas de geração de emprego e renda na cidade de Pau dos Ferros/RN? Nesse sentido, esse estudo tem como propósito os seguintes objetivos: **Geral** – Estudar o empreendedorismo feminino na cidade de Pau dos Ferros, cujo propósito é discutir a sua importância no contexto local, as estratégias de negócios utilizadas pelas mulheres empreendedoras, além de verificar sua contribuição para a promoção da igualdade de gênero, bem como os seus efeitos em termos de geração de emprego e renda no mercado local. **Específicos** – i) Investigar os fatores que contribuíram para o crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil; ii) Estudar a importância do empreendedorismo feminino na promoção da igualdade de gênero e no empoderamento das mulheres de Pau dos Ferros; iii) Examinar as estratégias adotadas pelas mulheres empreendedoras da cidade de Pau dos Ferros para superar eventuais desafios e barreiras enfrentadas; e, iv) Discutir sobre o impacto que o empreendedorismo feminino exerce sobre o mercado de trabalho na cidade de Pau dos Ferros/RN.

## **2 CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO E PERCURSO METODOLÓGICO**

A seguir, serão discutidos os conceitos fundamentais de empreendedorismo, para termos um melhor entendimento sobre o tema a ser discutido no âmbito desse trabalho, abordando o conceito e sua origem e seu surgimento no Brasil e no Rio Grande do Norte. Nosso foco será o empreendedorismo feminino e seus diversos campos de ações.

### **2.1 Introdução ao conceito de empreendedorismo**

Para se compreender e analisar a aplicação de estratégias, métodos e mecanismos do empreendimento feminino que será estudado neste trabalho, é importante primeiro conhecer o perfil de quem irá fazer uso dessas ferramentas, uma vez que a forma como agem e pensam pode influenciar fortemente na escolha ou não por um passo a passo na hora de empreender. Os empreendedores são a peça-chave no desenvolvimento econômico e na comercialização de bens de produção. São responsáveis pela transformação de material, seja ele bruto ou já industrializado, e por grande parte do fluxo de capital na economia (SEBRAE, 2006). Os empreendedores são agentes que assumem riscos, que inovam, provém trabalho e participam ativamente do crescimento da economia. Seja qual for a sua área de atuação, produtos ou serviços, eles transcendem o usual e buscam pelo novo, pelo que irá atrair mais consumidores, por novos mercados e pelo que poderá gerar mais valor (SEBRAE, 2006).

Abordagens sobre o empreendedor e seu papel no processo econômico têm sido datadas a partir do século XVIII. Para muitos historiadores econômicos, ou autores que se detiveram sobre a evolução do pensamento econômico, a conceituação do termo empreendedor foi iniciada com Cantillon, em 1725, e teve continuidade com Adam Smith, Say e McClelland, tendo uma definição mais acabada com Schumpeter, que se concentrou em uma "clássica" definição das atividades e papéis desempenhados pelo empreendedor. Ainda aceita atualmente, a conceituação de Cantillon, frequentemente apontado como um dos pioneiros na investigação do empreendedorismo, lançou as bases para a compreensão do empreendedor como um agente econômico fundamental. Essa visão, que começou a se formar no século XVIII, influenciou gerações subsequentes de pensadores econômicos (Santos, 2008).

Conforme apontado por Hisrich (2009), Richard Cantillon desempenhou um papel pioneiro na definição do empreendedor, como alguém que assume riscos significativos. Isso pode ser atribuído à sua análise das atividades econômicas no século XVIII, quando os

comerciantes, artesãos e fazendeiros frequentemente adquiriam produtos a preços fixos, mas não tinham a garantia de um preço definido de venda. Essa incerteza pode resultar em lucros ou prejuízos consideráveis para esses indivíduos. O entendimento de Cantillon sobre o empreendedorismo como uma atividade arriscada é fundamental para a nossa apreciação contemporânea do empreendedor. Essa perspectiva confirma que os empreendedores não buscam apenas oportunidades, mas também enfrentam incertezas e desafios inerentes aos negócios. A capacidade de assumir riscos calculados é uma característica distintiva do empreendedor e uma pedra angular do seu papel no desenvolvimento econômico. Portanto, o empreendedor é um agente que ousa investir, inovar e empreender, muitas vezes em meio a um ambiente incerto, atraindo a obtenção de lucros e o crescimento dos negócios.

O empreendedorismo abrange a habilidade de transformar ideias em realidade por meio de abordagens criativas e motivadoras. É uma manifestação de entusiasmo ao executar projetos pessoais ou empresariais de maneira colaborativa e inovadora, sempre encarando o desafio constante de explorar oportunidades e assumir riscos. Trata-se de uma atitude proativa frente a problemas que demandam solução.

Quando se tenta definir o termo, começam, também, as contradições, pois cada pesquisador tende a seguir premissas da área em que atua, formando, assim, duas vertentes de pensamento: “os economistas, que associam o empreendedor com inovação” e os comportamentalistas que “se concentram nos aspectos criativo e intuitivo”. Essa dualidade de perspectivas reflete a complexidade do empreendedorismo como campo de estudo e prática. Ela destaca a riqueza e a diversidade de fatores que compõem o empreendedorismo, incluindo tanto os aspectos mais tangíveis, como a introdução de novos produtos ou serviços, quanto os aspectos mais subjetivos, como a criatividade e a intuição dos empreendedores. Essa abordagem multifacetada enriquece a compreensão do empreendedorismo e supera a interação dinâmica entre diferentes dimensões dessa atividade em constante evolução (Filion, 1999).

Uma contribuição significativa ao pensamento econômico relacionado ao empreendedorismo foi fornecida pelo economista Jean-Baptiste Say, notório por seu papel como autor da célebre "Lei de Say." Após Richard Cantillon, Say figurou como o segundo economista a abordar o tema dos empreendedores, demonstrando um interesse destacado em compreender o papel que desempenhavam na economia. A essência da Lei de Say é condensada na seguinte proposição: a oferta de um produto sempre gera a demanda por outros produtos, em outras palavras, a oferta engendra sua própria demanda. No entanto, é relevante observar que as interpretações que associam a Lei de Say com a ideia de que a oferta cria automaticamente demanda são de natureza keynesiana, o que não reflete, necessariamente, a intenção original do

pensamento de Say. De acordo com o entendimento mais específico da Lei de Say, esta não postula que a oferta, por si só, origina automaticamente a demanda, mas sim, que a existência prévia de uma fonte de oferta é um elemento essencial para estabelecer uma base efetiva para a demanda (Filion, 1997).

Joseph Schumpeter (1883-1950) foi outro estudioso que se tornou uma referência destacada, amplamente utilizada atualmente, quando se discute a função empreendedora. Schumpeter (1961), na obra “*Theory of Economic Development*”, traz uma grande contribuição teórica ao associar o empreendedor com a inovação e, a partir daí, com o desenvolvimento econômico. Esse autor abordou o papel exercido pela inovação no processo de empreender, na conexão do indivíduo empreendedor com ela, gerando desequilíbrio no mercado, e no destaque dado à inovação no desenvolvimento econômico, colocando-a bem no seu âmago. Deve-se a ele o moderno conceito de empreendedorismo e a conclusão de que todos os que se dedicam a exercer essas atividades são empreendedores. Estes são os agentes essenciais para a introdução inovadora da mudança na economia, são os agentes que instigam a “destruição criativa” em economias estáticas, eliminando produtos e processos obsoletos através da introdução da inovação. Em decorrência disto, existe, para Schumpeter, um elo ligando o empreendedorismo à inovação, não podendo, portanto, existir o primeiro sem o segundo ou vice-versa (Santos, 2008).

Segundo Schumpeter (1934), ser um empreendedor não era simplesmente sinônimo de ser o proprietário, administrador ou investidor de um negócio: o que distinguia os empreendedores de outros agentes econômicos eram seus testes e experimentos para descobrir novas combinações de recursos produtivos na busca de lucro e sucesso. Além da busca pura pelo lucro, Schumpeter claramente pensava que os empreendedores eram motivados por forças pessoais como "a vontade de conquistar: o impulso a lutar, provando-se superiores aos outros, tendo êxito, não pelos frutos do sucesso, mas pelo próprio sucesso" e a alegria de criar, de fazer as coisas, ou simplesmente de exercitar sua energia e criatividade" (Schumpeter, 1934, p. 93).

No livro *The Theory of Economic Development* (TED), Schumpeter (1934, p. 75-78) escreve:

Como a realização de combinações novas é que constitui o empreendedor, não é necessário que ele esteja permanentemente vinculado a uma empresa individual. [...]. Por outro lado, nosso conceito é mais restrito do que o tradicional ao deixar de incluir todos os dirigentes de firmas, gerentes ou industriais que simplesmente podem operar um negócio estabelecido, incluindo apenas os que realmente executam aquela função. Mas, qualquer que seja o tipo, alguém só é um empreendedor quando efetivamente "levar a cabo novas combinações", e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, passando a dirigi-lo como outras pessoas dirigem seus negócios. Essa é a

regra, certamente, e assim é tão raro alguém permanecer sempre como empreendedor ao longo das décadas de sua vida ativa quanto é raro um empresário nunca passar por um momento em que seja empreendedor, mesmo que seja em menor grau.

Dessa forma, fica óbvio que Schumpeter não considerava o proprietário de um negócio ou o gestor de uma empresa um empreendedor. Além disso, ele mesmo remove o conceito de assumir riscos de sua definição de empreendedorismo, quando afirma que o empreendedor nunca é aquele que assume o risco. Mesmo que o empreendedor se autofinancie pelos lucros anteriores, portanto, Schumpeter destacou a função dos empreendedores como inovadores disruptivos que promovem crescimento econômico e prosperidade ao longo do tempo. Enquanto a invenção é a criação ou descoberta de um novo produto ou processo, inovação é a introdução e adoção bem-sucedida de um novo produto ou processo no mercado.

Basicamente, a inovação é a aplicação econômica das invenções. O inovador é diferente do inventor, e era pelo papel do inovador que Schumpeter se interessava. Um fator talvez ainda mais importante para distinguir invenção de inovação é que a maioria das invenções nunca se torna inovação - isto é, nem todas as invenções são ideias lucrativas de negócio.

O empreendedorismo é um mecanismo intrínseco à teoria da "destruição criativa", na qual produtos ou métodos de produção preexistentes entram em obsolescência e são substituídos por alternativas inovadoras. É óbvio que o ambiente de negócios atual se caracteriza por uma competitividade crescente, colocando as organizações sob a necessidade de adotar abordagens empreendedoras e estratégias que facilitem o processo de comercialização nesse contexto. O objetivo principal dessas empresas é identificar oportunidades e atender às demandas dos consumidores. No entanto, esse empreendimento não ocorre sem desafios e riscos, especialmente devido às constantes inovações que caracterizam o cenário do mercado contemporâneo (Schumpeter, 1997).

O empreendedorismo é importante porque é o comportamento competitivo dos empreendedores em busca de lucros que promovem a busca por novas combinações possíveis de recursos que criam mais valor. De acordo com Schumpeter (1997), as inovações no sistema econômico não aparecem, geralmente, de tal forma que primeiramente as novas necessidades surgem espontaneamente nos consumidores e, então, o aparato produtivo se molda com sua pressão. Não negamos a presença dessenexo. Entretanto, é o produtor que, geralmente, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar (Schumpeter, 1997, p. 65).

Como inovadores, os empreendedores buscam antecipar o que os consumidores podem querer que atualmente não têm. Eles vislumbram um futuro diferente. Em vez de tornar-se um produto atual melhor ou mais barato, os verdadeiros empreendedores schumpeterianos criam um produto ou serviço totalmente novo que os consumidores gostariam de ter, mas que sequer imaginam ser possível que venha a existir, e os educam sobre seus benefícios.

De acordo com Hisrich e Peters (2004, n.p):

O empreendedorismo teve início já na idade média, onde o termo descrevia tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos, que não corria riscos, apenas administrava utilizando recursos fornecidos. Já no século XVII, o empreendedor passou a ser visto como alguém que operava com risco, pois fazia contratos com o governo para realizar serviços ou fornecer produtos, porém, qualquer lucro ou prejuízo que o serviço resultasse, eram do empreendedor pois o valor do contrato era fixo, um exemplo mencionado são os proprietários individuais, como comerciantes, que compram um produto com um determinado preço e vendem outro, operando, assim, com risco.

Conforme afirma Drucker (2003), um empreendedor é qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar. Ele compreende o empreendedorismo como um comportamento, e não como um traço de personalidade. Assim, as bases do empreendimento, portanto, seriam o conceito e a teoria, e não a intuição. Já Fillion (1999) destaca que o administrador se concentra apenas na organização dos recursos e processos, enquanto o empreendedor se antecipando aos fatos por meio de uma visão futura da organização é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza.

Para Menezes (2003), o empreendedor é o indivíduo de iniciativa que promove o empreendimento a partir de um comportamento criativo e inovador, que sabe transformar contextos, estimular a colaboração, criar relacionamentos pessoais, gerar resultados, fazendo o que gosta de fazer, com entusiasmo, dedicação, autoconfiança, otimismo e necessidade de realização. Além disso, o empreendedor se destaca por sua habilidade de criar relacionamentos pessoais sólidos, tanto com clientes quanto com outros profissionais. Essas conexões desempenham um papel fundamental na construção de uma rede de apoio e na obtenção de oportunidades de negócios. Destaca-se, ainda, que o empreendedor se distingue por sua competência na construção de relacionamentos pessoais sólidos, tanto com clientes quanto com outros profissionais. Essas interfaces desempenham um papel crucial na formação de uma rede de apoio sólida, viabilizando a identificação de oportunidades de negócios e o fortalecimento das parcerias estratégicas.

O empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, no mesmo entendimento, é a energia da economia, e não é apenas um fundador de novas empresas ou o

construtor de novos negócios, é a energia da economia e a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias, é aquele que fareja as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam (Chiavenato, 2006).

Como podemos observar, o conceito de empreendedorismo possui uma história longa e é variada, com múltiplas interpretações ao longo do tempo. Entretanto, observa-se que a sua popularidade foi revitalizada nos tempos recentes, como se experimentasse uma espécie de "redescoberta". O empreendedorismo, por definição, consiste no processo de identificação, desenvolvimento e concretização de uma ideia. Essa ideia pode assumir a forma de uma inovação, uma oportunidade de negócios ou mesmo uma abordagem aprimorada para realizar uma tarefa existente. O estágio desse processo culmina na criação de uma nova empresa, geralmente originada em um ambiente caracterizado por riscos significativos e incertezas específicas (Sarkar, 2008).

Segundo Leite (2000), o empreendedorismo é caracterizado pela geração de valor por parte de indivíduos e organizações que colaboram na concretização de uma ideia, fazendo uso de criatividade, habilidade transformadora e disposição para enfrentar aquilo que geralmente é considerado como risco. Dentro desse contexto, o empreendedorismo é um processo que implica a criação de algo distinto, inovador e significativo. Esse processo exige um investimento significativo de tempo e esforço, bem como a assunção de riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes. Em retorno, os empreendedores alcançados exigem recompensas tanto de natureza econômica quanto pessoal, resultando em satisfação nos âmbitos financeiro e individual. Segundo Robbins (2001), o empreendedorismo é uma ação na qual os indivíduos buscam oportunidades, estabelecem e organizam os recursos indispensáveis e também abrem seu próprio negócio, procurando melhor qualidade de vida e se arriscando no mercado afim de satisfazer suas necessidades e desejos. Já Ângelo (2003) define que, no ambiente externo, o empreendedor será responsável por procurar novos parceiros e investigar novas tecnologias e oportunidades de negócios. No ambiente interno, terá como atribuições mobilizar pessoas, aproveitar inteligentemente recursos materiais e financeiros, potencializar e adaptar os mecanismos produtivos já existentes, além de modificar hábitos e regularmente prestar contas de suas iniciativas.

No que se refere ao empreendedorismo segundo o gênero, o Brasil mostra um percentual maior referente ao empreendedorismo feminino do que ao masculino, com 53% (GEM, 2009). Segundo dados da pesquisa GEM (2014), 51,2% das mulheres são responsáveis por iniciar um negócio frente a 48,8% dos homens. Porém, esse número cai para 45,1% daquelas que conseguem manter o empreendimento, pois, além dos desafios profissionais, precisam conciliar

inúmeras responsabilidades. Ainda assim, para Jonathan (2005), as mulheres brasileiras são dotadas de características distintas, são mulheres confiantes, destemidas, capazes de gerir um negócio, às vezes temerosas em aspectos financeiros e desenvolvimento das empresas, mas são mulheres, acima de tudo, focadas, determinadas e aptas a fazer o que se propõem.

## **2.2 Empreendedorismo no brasil**

No Brasil, o empreendedorismo se popularizou a partir da década de 1990, o que contribuiu para a crescente participação de empreendedores no mercado nacional, tanto formal como informal, impulsionando a economia do país de forma considerável, tendo em vista a grande inflação que assolava o país no ano 1980, estava ficando cada vez mais difícil se conseguir emprego, situação que se agrava devido à grande concorrência e competitividade no mercado de trabalho. Razão pela qual muitas pessoas precisam inovar, buscar alternativas para conseguir uma fonte de renda e manter seu sustento. O empreendedorismo constitui uma geração de valor por organizações que, através de criatividade e transformação, executa suas ideias. Assim, o empreendedorismo hoje é um fenômeno mundial no qual existe uma clara relação entre empreendedor e crescimento econômico. Muitos empreendedores não conseguem se manter no mercado por muito tempo. As causas mais frequentes que contribuem para este fracasso estão ligadas diretamente ao cotidiano do empreendedor, como: falta de recursos financeiros, falta de habilidade administrativa, desconhecimento das leis tributárias e trabalhistas, entre outras (Britto, 2003).

Segundo (Dornelas, 2005), na década de 1990, com a abertura da economia brasileira e com a implementação de políticas de incentivo ao empreendedorismo, houve um maior reconhecimento e estímulo à atividade empreendedora no país. Programas governamentais, instituições de apoio e a disseminação de conhecimentos sobre essa atividade contribuíram para fomentar e fortalecer o ecossistema empreendedor brasileiro. Foram entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), juntamente com o governo, com intuito de ajudar, que se criou o Programa Brasil Empreendedor, destinado a capacitação de mais de 6 milhões de pessoas, programa este que vigorou de 1999 a 2002.

No Brasil, a cultura empreendedora é amplamente reconhecida e caracterizada por sua vitalidade, criatividade, inovação e resiliência. Os empreendedores brasileiros têm se destacado ao enfrentar desafios e superar obstáculos, estabelecendo empresas bem-sucedidas em uma ampla gama de setores. Eles são impulsionados por uma mentalidade audaciosa e determinada, buscando constantemente oportunidades de negócios e criando soluções

inovadoras para as demandas do mercado. Essa dinâmica empreendedora contribui para o desenvolvimento econômico do país, estimula a criação de empregos e fomenta um ambiente de constante progresso.

Para Dornelas (2005, p. 29), o empreendedorismo representa:

a quebra de um paradigma cultural de não valorização de homens e mulheres de sucesso que têm construído esse país e gerado riquezas, sendo eles os grandes empreendedores, que dificilmente são reconhecidos e admirados. Pelo contrário, muitas vezes são vistos como pessoas de sorte ou que venceram por outros meios alheios à sua competência. Isso deverá levar ainda alguns anos, mas a semente inicial foi plantada. [...]

Uma pesquisa sobre empreendedorismo feminino realizada pelo Sebrae indica a existência de 25,6 milhões de negócios no Brasil no ano de 2022, quando as mulheres estavam à frente de 33,6% deles. Em relação ao MEI, eles representam 48% e os principais campos de empreendimento são moda, beleza e alimentação. Em comparação aos homens, elas são mais jovens, têm maior grau de escolaridade e ganham menos (FIA, 2022).

Dados do SEBRAE indicam que, no terceiro trimestre de 2022, 53% das donas de negócios estavam inseridas no setor de serviços, comércio (27%), indústria (13%) e agropecuária (7%) aparecem na sequência. A reabertura do setor de serviços após as restrições da pandemia constitui um dos fatores que estimularam o crescimento do número de mulheres à frente de negócios, conforme afirma Malheiros, coordenadora nacional do empreendedorismo feminino do SEBRAE. Um estudo do SEBRAE (2022) também lista as atividades com predomínio feminino. Nesses casos, as mulheres representam mais de 60% do total de donos de negócios. Cabeleireiros e tratamento de beleza, comércio de vestuário (complementos) e serviços de catering, bufê e comida preparada são três destaques. Comércio de produtos farmacêuticos, cosméticos e perfumaria, confecção sob medida, profissionais de saúde (exceto médicos e odontólogos), confecção (vestuário), outras atividades de serviços pessoais, outras atividades de ensino e fabricação de artefatos têxteis também são citadas na lista feminina (Folha de São Paulo, 2023).

### **2.3 Empreendedorismo feminino por necessidade ou oportunidade**

A razão para iniciar uma atividade empreendedora é um tema diverso e importante para identificar a natureza do empreendedorismo. Quando se trata de empreendedorismo feminino, tanto razões econômicas quanto sociais e psicológicas são apontadas. As

motivações diferem de pessoa para pessoa, indo de encontro com as necessidades de cada um.

Um levantamento realizado pelo SEBRAE aponta que muitas empreendedoras femininas empreendem devido à necessidade de ter outra fonte de renda ou para adquirir a independência financeira. Mulheres empreendedoras ainda enfrentam muito preconceito no seu dia a dia, as mulheres brasileiras acabam tomando essa decisão por necessidade, para complementar a renda ou alcançar a independência financeira. Isso porque, muitas vezes, elas precisam assumir o sustento da família. Outro fato levantado pelo SEBRAE é que mulheres recebem menos que homens e têm menor acesso a linhas de crédito para estruturar e expandir seu negócio. Outros desafios estão relacionados à maternidade, que exige maior flexibilidade no trabalho. Dados da Rede Mulher Empreendedora (RME) revelam que 53% das empreendedoras brasileiras são mães, sendo que a maioria busca por horários flexíveis que permitam conciliar as tarefas domésticas e a vida profissional (Fia, 2022).

O empreendedor deve ter habilidades de planejamento, resolução de conflitos, tomada de decisões, ser um bom vendedor, ter espírito de equipe, ser visionário e exercer liderança eficiente. É crucial ter conhecimento de planejamento, elaborando um plano de negócio indispensável para o sucesso e alocação de recursos financeiros. Esse plano permite compreender metas e objetivos, como avaliar a viabilidade do negócio, traçar metas para operações e estratégias, levantar capital, ter credibilidade e uma gestão eficiente. Utilizando o plano como guia, o empreendedor aumenta as chances de sucesso, otimizando recursos e construindo um negócio sólido e sustentável (Dornelas, 2005).

De acordo com Chiavenato (2007, p. 174) “as pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor”. Como o trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo, também, com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam. A motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas (Chiavenato, 2007, p. 172).

## **2.4 Procedimentos metodológicos**

#### 2.4.1 Tipo de pesquisa

Para Vergara (2000), a pesquisa pode ser classificada quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, o autor destaca que a pesquisa pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada ou intervencionista; E quanto aos meios de investigação, ela pode ser: pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, pesquisa documental, pesquisa bibliográfica, pesquisa experimental, participante, pesquisa-ação e estudo de caso.

A presente pesquisa se enquadra na abordagem descritiva, cujo propósito é oferecer uma descrição abrangente acerca da relevância do empreendedorismo feminino em âmbito local. Conforme Gil (2002), a pesquisa é compreendida como um procedimento racional e sistemático que visa responder às questões propostas, utilizando-se de procedimentos, métodos e técnicas específicas. Neste contexto, a presente pesquisa tem como objetivo caracterizar a importância, o crescimento, o impacto e a evolução do empreendedorismo local em negócios informais e formais no município de Pau dos Ferros, localizado no estado do Rio Grande do Norte. De acordo com as palavras de Gil (2002), a pesquisa descritiva busca primordialmente retratar as propriedades de uma população ou fenômeno específico. Além disso, ele afirma que essa abordagem de pesquisa é conduzida por meio de um instrumento de coleta de dados imune a qualquer interferência do pesquisador. Assim, neste estudo, também se utilizou de um instrumento de coleta que preservou a isenção de interferências do pesquisador.

A pesquisa foi conduzida na cidade de Pau dos Ferros, município brasileiro localizado na microrregião e mesorregião do Oeste Potiguar, no interior do estado do Rio Grande do Norte, localizada a uma distância de 392 quilômetros a oeste da capital estadual, Natal. Ocupando aproximadamente uma área de 260 Km<sup>2</sup>, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), sua população estimada na cidade, em 2022, era de 30.479 habitantes. As principais fontes econômicas da cidade são baseadas na prestação de serviços, na atividade pecuária e na realização da feira livre municipal. A escolha dessa cidade para a pesquisa se deu pela facilidade na coleta de dados, tendo em vista que a pesquisadora reside na cidade com um enfoque voltado para o crescimento do empreendedorismo feminino local e regional, onde é notável o crescimento significativo de empresas administradas por mulheres que se esforçam diariamente em busca de sucesso e reconhecimento nas mais diversas áreas de atuação. (IBGE, 2022)

A presente pesquisa adota uma abordagem bibliográfica, uma vez que se baseia em materiais previamente publicados por diversos autores que abordaram o tema do

Empreendedorismo Feminino local. Os estudos consultados contemplam os seguintes tópicos: uma introdução ao conceito de empreendedorismo, as características do empreendedor, o contexto do empreendedorismo no Brasil, a inserção da mulher no mercado de trabalho, o panorama do empreendedorismo no estado do Rio Grande do Norte, a importância do empreendedorismo feminino, os programas implementados relacionados ao empreendedorismo, e a distinção entre empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade. Ao se embasar nessas fontes de conhecimento, a pesquisa busca uma compreensão aprofundada e embasada sobre o tema em questão. De acordo com Vergara (1998), é o estudo desenvolvido em 40 materiais que são acessíveis ao público em geral como, por exemplo, livros, revistas, jornais e redes eletrônicas; fornecendo material a todos os tipos de pesquisas, mesmo assim, podendo esgotar-se. Para Gil (2002, p. 44), a pesquisa bibliográfica “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Este estudo adotou uma abordagem documental, baseando-se em materiais descritivos obtidos de registros externos, como aqueles disponíveis no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Os documentos consultados fornecem informações relevantes sobre o objeto de estudo, permitindo uma análise abrangente e fundamentada. A utilização desses materiais documentais contribui para a obtenção de dados confiáveis e atualizados, essenciais para a compreensão e aprofundamento do tema em questão. Além disso, a pesquisa documental permite a identificação de tendências, práticas e políticas relacionadas ao empreendedorismo feminino, enriquecendo o embasamento teórico e fortalecendo as conclusões deste estudo. Segundo Vergara (1998), a investigação documental é realizada em documentos conservados no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou com pessoas como registros, anais, regulamentos, circulares, ofícios, memorandos, balancetes etc. Gil (2002) explica que a pesquisa documental é nada mais do que materiais que não receberam ainda um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os referidos objetivos da pesquisa.

#### 2.4.2 Quanto à forma de abordagem

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, pois se concentrou na compreensão e exploração aprofundada do tema em estudo. Isso proporcionou à pesquisadora uma base sólida para retratar os dados de forma mais confiável. Conforme Oliveira (2013), a pesquisa qualitativa é descrita como um procedimento intrincado e enriquecedor no que tange à

compreensão da realidade. Essa abordagem envolve uma reflexão ponderada e uma análise meticulosa, por meio da aplicação de métodos e técnicas que possibilitam uma apreensão minuciosa do objeto de estudo dentro de seu contexto histórico. O autor destaca a relevância de considerar as sutilezas, interpretações e significados subjacentes aos fenômenos investigados, visando alcançar uma compreensão mais aprofundada e holística.

#### 2.4.3 Quanto aos fins e aos meios

A pesquisa tem como objetivo averiguar o perfil, trajetória e perspectivas de geração de renda e emprego de empreendedorismo feminino na cidade de Pau dos Ferros e, para a consecução dos objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa de campo. Duarte (2002) descreve que uma pesquisa de campo é uma busca feita por um pesquisador, cujo olhar dirige-se para locais já conhecidos por muitos, mas sempre, com uma maneira diferente de olhar e de pensar determinada realidade a partir da experiência e da apropriação do conhecimento, que são muito pessoais. Tendo como características perguntas básicas que se relacionam ao tema da pesquisa, apresentando uma sequência lógica de perguntas que as entrevistadas não podem alterá-las, com questões fechadas, obtendo dados qualitativos e por meio da aplicação de um questionário estruturado através da plataforma virtual Microsoft Forms.

Com relação ao número de questões foram feitas 23 questões no total, sendo questões abertas e fechadas. No âmbito da idade, porte da empresa, perfil educacional, tempo de trajetória, no mês de setembro foi feito o primeiro questionário e sentindo a necessidade de melhorar as questões foi feito o segundo e último questionário no mês de novembro a dezembro, aonde as 30 empreendedoras responderam todas as questões.

O questionário, segundo Gil (1999, p. 128), pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”

De acordo com Gil (2002), é de vital importância que se determine o sujeito da pesquisa, mas, para isso, é necessário determinar a população a ser estudada, considerando características relevantes. O procedimento adotado envolveu a aplicação de critérios de seleção rigorosos, visando escolher somente indivíduos cujas características estão alinhadas com os objetivos propostos neste estudo. A população-alvo consiste em mulheres que

forneceram dados essenciais para a condução da pesquisa. A amostra investigada no presente trabalho foi constituída por mulheres empreendedoras, tanto atuantes de forma formal como informal, residentes na cidade de Pau dos Ferros, no estado do Rio Grande do Norte. A seleção cuidadosa dessas participantes permitiu um direcionamento adequado das análises, assegurando a relevância e a representatividade dos resultados obtidos.

#### 2.4.4 Procedimento de coleta e análise de dados

A coleta de dados para esta pesquisa foi realizada utilizando um questionário digital por meio da plataforma Microsoft Forms. O questionário foi desenvolvido com base na tese que aborda o perfil empreendedor, contando com a participação de trinta empreendedoras escolhidas de forma onde a pesquisadora viu mais influência no mercado de trabalho, e elas responderam todas as perguntas, sendo contactadas pelas redes sociais e também de forma presencial, de acordo com o conhecimento da pesquisadora. Sendo atuantes em diversos setores, tais como contabilidade, confeitaria, maquiagem, estética, clínica veterinária, salão de cabeleireiro, design, traçagem, advocacia, estabelecimentos como lojas de roupas, vendas de produtos independentes, restaurantes e fotografia. A seleção das participantes foi feita de forma a garantir a diversificação dos ramos empreendedores presentes na cidade, possibilitando uma análise abrangente dos dados relacionados a rendas, despesas, dificuldades e conselhos pertinentes ao empreendedorismo.

### **3 SEBRAE E O EMPREENDEDORISMO NO RIO GRANDE DO NORTE**

O Sebrae (2019), que tem um papel fundamental na vida dos empreendedores, define que o empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Foi no final da década de 1990 que o SEBRAE se tornou um serviço social autônomo, com o objetivo de planejar, coordenar e orientar programas técnicos, projetos e atividades de apoio às micro e pequenas empresas, preparando o empreendedor para enfrentar as dificuldades no mundo dos negócios, lidar com o mercado atual e capacitá-lo a gerir seu negócio.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) tinha como finalidade informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, fazendo com que o movimento do empreendedorismo no Brasil começasse a tomar forma e desempenhasse um papel fundamental no estímulo ao empreendedorismo no Rio Grande do Norte. São diversas as formas de colaboração provenientes dessa instituição, que impulsionam o desenvolvimento empreendedor do estado, dentre estas, destaca-se o Projeto do Empreendedor Individual (EI), que tem alcance nacional. No ano de 2011, o RN abrigava 30 mil Empreendedores Individuais (EI), em 2020 esse número subiu para 9,7 milhões, chegando a 15,1 milhões no ano de 2023. Esse crescimento ocorreu principalmente devido à isenção de impostos pelo Governo Federal, além de valores baixos a serem pagos ao município e ao estado. A redução da taxa previdenciária, que antes era de 11%, passou a ser de 5% do salário-mínimo desde maio de 2011. Vale ressaltar, também, que o limite de receita anual aumentou de 36 mil para 60 mil (SEBRAE/RN, 2023).

Os cursos de capacitação oferecidos pelo SEBRAE/RN, assim como o programa SEBRAE Mais, fortalecem o espírito empreendedor dos empresários em todo o Rio Grande do Norte. Essas iniciativas atingem tanto os empreendedores que estão começando suas atividades quanto aqueles que já possuem certa estabilidade e estão consolidados no mercado, mas que buscam constantemente inovação e excelência em seus serviços. Dessa forma, eles se mantêm firmes no topo da cadeia empreendedora do estado do Rio Grande do Norte, buscando sua satisfação pessoal e contribuindo para a sociedade como um todo (SEBRAE/RN, 2023).

Segundo o Sebrae (2021), o número de empresárias atuando no mercado já corresponde a 9,3 milhões, o que equivale a 34% do mercado geral e, durante a pandemia, esses números cresceram ainda mais. O SEBRAE tem um projeto para impulsionar ainda mais o empreendedorismo feminino, que é o “Sebrae Delas”, um programa de aceleração que busca

fomentar e profissionalizar práticas empresariais e políticas públicas para valorizar as competências, comportamentos e habilidades das mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2021).

De acordo com dados apresentados pelo SEBRAE em parceria com a pesquisa da GEM (2020), o Brasil é o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras no mundo, realizado com 49 nações. Essa mesma pesquisa mostrou que as mulheres empreendedoras estudam 16% a mais que os homens e, mesmo assim, ganham menos.

O SEBRAE (2019) destaca que, embora seja difícil traçar um perfil empreendedor que possa ser compartilhado por todos os brasileiros, algumas características se sobressaem no comportamento dessa parcela empreendedora da população, sendo destacadas as quatro principais: inatismo, ambição idealismo e auto centrismo. No mesmo ano, foram traçados os principais tipos de empreendedores presentes na economia brasileira, a saber: os informais (movidos pela necessidade, eles não têm interesse na formalização), ao cooperados (os que trabalham em equipe), individuais formais (têm o seu negócio registrado, mas não almejam grande expansão), os franqueados (preferem a segurança de um negócio já estruturado) e os que têm o próprio negócio (aqueles que criam sua empresa motivados por aquilo que acreditam). Na próxima seção, serão apresentados alguns estudos que objetivaram identificar o perfil e as características do empreendedorismo feminino.

O mercado laboral demonstra-se desigual para as mulheres em comparação aos homens, apresentando diversos obstáculos, tais como disparidades salariais, escassez de oportunidades em cargos de liderança e a presença de assédio sexual. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019) assinala que conciliar a condição de mulher e empreendedora constitui um desafio para aquelas que aspiram prosperar no âmbito do empreendedorismo. Além das responsabilidades inerentes à gestão empresarial, a mulher enfrenta a necessidade de se adaptar ao desempenho de múltiplas tarefas, incluindo o papel de mãe. O machismo arraigado na sociedade, infiltrando-se em diversas esferas, inclusive na dinâmica econômica, é destacado por Magalhães (2022). Nesse contexto, o empreendedorismo emerge como uma alternativa para muitas mulheres, não apenas como uma busca por oportunidades de carreira, mas como uma resposta à necessidade de conciliar a maternidade com a vida profissional. Essa condição, por vezes, resulta em uma opção ao empreendedorismo por necessidade, evidenciando a falta de alternativas mais equitativas e a persistência de barreiras de gênero no contexto empresarial.

Um levantamento publicado anualmente pelo Instituto Cidades Empreendedoras (ICE), avaliando 101 das melhores cidades do Brasil para se empreender posicionou Natal em 49º lugar e Mossoró em 77º lugar. A capital do Rio Grande do Norte registrou melhorias

em três dos sete índices analisados, enquanto a segunda maior cidade do estado, Mossoró, subiu oito posições em relação a pesquisas anteriores. No entanto, é importante ressaltar que o Rio Grande do Norte só é mencionado no relatório de 2023 após 24 estados terem, pelo menos, um município mais bem posicionado. Os interlocutores do setor de empreendedorismo em Natal e no Rio Grande do Norte destacam que melhorias na infraestrutura, na carga tributária e no apoio ao empreendedor são pontos fundamentais para elevar os índices do estado (Tribuna do Norte, 2023).

Em uma pesquisa divulgada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), as mulheres estavam à frente de aproximadamente 10,1 milhões de empreendimentos no Brasil até o final de 2022. Essa representatividade corresponde à cerca de 34% do empreendedorismo feminino mundial. Destaca-se que o estado do Rio Grande do Norte é maior nesse cenário, com uma proporção de 35% de negócios liderados por mulheres. Apesar dos desafios e dificuldades impostos pela pandemia de Covid-19, o empreendedorismo feminino no Brasil vem mostrando sinais de recuperação desde o último trimestre de 2021, após uma queda inicial. Um estudo conduzido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) projeta que até 2030 a presença feminina no mercado de trabalho poderá atingir a marca de 64,3%. Esses números revelam um crescimento significativo e positivo do empreendedorismo feminino no país, apontando para uma maior participação e influência das mulheres no mercado de trabalho e no cenário empresarial (Tribuna do Norte, 2023).

No estado do Rio Grande do Norte, uma pesquisa que analisa as motivações femininas para empreender revela que "61,7% das entrevistadas afirmaram ter optado pelo empreendedorismo por oportunidade ou vocação, enquanto 27,3% indicaram ter empreendido por necessidade" (Silva et al., 2019, p. 2639). Este dado sugere que, mesmo em meio a um período de crise, a maioria das mulheres enxergou o empreendedorismo como uma oportunidade para aprimorar sua renda e conquistar independência profissional e financeira.

Entretanto, as mulheres empreendedoras no estado enfrentam diversos desafios, além da crise financeira previamente mencionada. Destaca-se, em especial, a dificuldade em conciliar as responsabilidades profissionais com as questões pessoais e familiares, bem como o enfrentamento do preconceito de gênero. A percepção estereotipada de que mulheres são incapazes de gerir um negócio pode impactar negativamente na permanência delas à frente da empresa, resultando na perda de confiança, redução da autoestima e aumento do temor em relação ao fracasso (Silva et al., 2019). Este cenário evidencia a necessidade de abordagens

específicas para promover um ambiente empreendedor mais inclusivo e propício ao sucesso das mulheres no contexto empresarial do Rio Grande do Norte. (Silva et al., 2019).

Para Silveira e Gouvêa (2008), as mulheres têm colaborado ativamente na criação de empregos e renda em muitos países. Isso porque elas conseguem administrar diversas tarefas simultaneamente, são confiantes, destemidas, focadas e, acima de tudo, determinadas. Cada vez que conquistam algo novo, as mulheres ficam mais satisfeitas e buscam desenvolver novas ideias. Seja por oportunidade ou por necessidade, a mulher vem continuamente ressignificando seu papel no mercado do trabalho através do seu espírito empreendedor e a sua capacidade de ser resiliente diante dos desafios que se apresentam, já que “a essência do comportamento empreendedor é a identificação de oportunidades e a criação de ideias úteis e inovadoras para transformá-las em realidade”.

Ainda assim, a resiliência apresentada pelas mulheres potiguares mostra que há muitas razões para seguir em frente. De acordo com Silva (2019), as mulheres estudadas elencaram o amor ao trabalho, o incentivo de familiares e clientes, a sua vocação no que faz, o foco, o reconhecimento dos outros, a necessidade de continuar, persistência, os compromissos financeiros, a paixão por sua atividade, a satisfação dos seus clientes, fé em Deus e em si mesma, vontade de crescer, força de vontade, projeção e estabilidade.

No dia 13 de janeiro de 2024, o Governo do Rio Grande do Norte promulgou as Leis nº 11.626 e nº 11.628, que instituem programas específicos voltados para o empreendedorismo jovem e feminino no estado. O primeiro programa busca estimular a nova geração a adotar uma postura empreendedora, incentivando a abertura de seus primeiros empreendimentos. Enquanto isso, o segundo programa concentra-se na capacitação de mulheres e no desenvolvimento de novas lideranças femininas. As informações pertinentes foram publicadas no Diário Oficial do Estado.

Conforme apresentado pelo jornal digital Tribuna do Norte, foi estabelecido, pela Lei nº 11.626, o Programa de Empreendedorismo Jovem, que será direcionado a estudantes da rede pública, bolsistas em cursos superiores ou técnicos, além de jovens e adolescentes entre 16 e 29 anos que possuam ou busquem abrir sua primeira empresa. Os principais objetivos do programa incluem a capacitação por meio de cursos gratuitos, o fomento da autonomia financeira, a promoção da criação de novos negócios e a geração de emprego e renda no Rio Grande do Norte. Para a execução do Programa, serão estabelecidas parcerias com o sistema "S" e outras instituições relevantes. O programa será desenvolvido em várias etapas complementares e interdependentes, visando acompanhar os participantes desde a elaboração

do diagnóstico de seus perfis empreendedores até o término do segundo ano da instalação da empresa.

Ainda de acordo com o jornal digital Tribuna do Norte, a Lei nº 11.628, de maneira análoga, tem como objetivo facilitar o acesso ao crédito para mulheres empreendedoras, promovendo a inclusão social e econômica do público feminino. Além disso, a capacitação proposta visa estimular a elaboração de projetos pelas mulheres, proporcionando alternativas de trabalho e renda, ao mesmo tempo em que incentiva o desenvolvimento de competências relacionadas às atividades empreendedoras. Para implementar o projeto, o estado pretende fomentar o surgimento de microempresas lideradas por mulheres, desenvolver novos modelos de negócios e adotar mecanismos de promoção e divulgação de produtos para incentivar a visibilidade de seus serviços e resultados.

Ambas as leis entraram em vigor a partir da data de sua publicação. Este conjunto de medidas demonstra o compromisso do governo estadual em impulsionar o empreendedorismo jovem e feminino, bem como fortalecer a capacitação e inclusão socioeconômica desses grupos na economia local.

### **3.1 O empreendedorismo feminino**

O empreendedorismo feminino vem se destacando como uma força poderosa que impulsiona a esfera empresarial, trazendo consigo uma nova era de oportunidades e mudanças profundas. Em todo o mundo, mulheres empreendedoras estão conquistando espaços que anteriormente eram inexplorados, desafiando estereótipos e deixando uma marca inegável no campo dos negócios, impulsionadas pelo avanço dos direitos das mulheres e pela busca da equidade de gênero. Esse fenômeno não só celebra a diversidade, mas também desafia paradigmas e provoca uma transformação positiva no cenário dos negócios. Além disso, o empreendedorismo feminino desempenha um papel crucial na construção de um ecossistema empreendedor que fomenta o surgimento de novas empresas.

No decorrer do último século, especialmente na sociedade ocidental, testemunhamos profundas mudanças no papel das mulheres na sociedade e na estrutura familiar. Esse quadro evoluiu gradualmente, à medida em que as características foram se moldando ao longo das transformações conquistadas. No início do século XX, o papel da mulher na sociedade estava vinculado ao âmbito doméstico, com a crença arraigada de que as mulheres eram destinadas a assumir as responsabilidades relacionadas às tarefas domésticas. A participação na esfera

pública era praticamente inexistente, e seu papel era frequentemente subestimado e desconsiderado.

Foi somente na década de 1940 que as mulheres começaram a ingressar de forma sutil no mercado de trabalho e, mesmo assim, sua atuação foi majoritariamente limitada à profissão de professora primária. Essa profissão era, em muitos aspectos, uma extensão das funções tradicionais das mulheres, já que elas compartilhavam seus conhecimentos e experiências sem desafiar os papéis prejudiciais ou invadir os domínios tradicionalmente masculinos na sociedade. Um estudo realizado com semelhanças notáveis entre as famílias burguesas do século passado e as famílias modernas, nas quais as mulheres eram responsáveis por criar e educar os filhos, manter o lar e atender às necessidades dos maridos. Isso ocorre mesmo enquanto mudanças políticas e econômicas ocorreram ao seu redor (Aries, 1981).

Segundo Melo (2013), as mulheres conseguiram ter autorização para frequentar a escola apenas em 1827 no Brasil. O movimento feminista mundial lutou por diversos direitos que as mulheres ainda eram proibidas de exercer. Entre o final de século XIX e o início do século XX, as mulheres conquistam o direito de votar, ficando dia 8 de março (de 1857) marcado como Dia Internacional da Mulher, pelas conquistas históricas dos direitos delas ao redor do mundo.

Empreender é assumir riscos, e entre eles, muitos desafios são enfrentados. Independentemente do gênero, os empreendedores enfrentam uma série de desafios. No entanto, é crucial reconhecer que, devido às responsabilidades adicionais das mulheres em relação às atividades paralelas, como a gestão doméstica e o cuidado com os filhos, essas dificuldades são exacerbadas e manifestam-se de forma distinta para as empreendedoras. Em linhas gerais, conforme enfatizado por Dornelas (2007), "equilibrar a vida pessoal e familiar com a atividade empreendedora é um desafio contemporâneo para aqueles que empreendem".

A sociedade tem a concepção de que é obrigação do homem sustentar a casa e o dever da mulher é cuidar dos trabalhos domésticos e dos filhos, sendo que a mulher empreendedora que tentar se arriscar nos mundos dos negócios precisa associar o lado profissional com o materno. Isso implica em grandes desafios para as mulheres, face ao fato de serem empreendedoras, que buscam constantemente contribuir para o mercado econômico, sem deixar as suas obrigações familiares (reuniões escolares, festinha de filhos, levar seus filhos ao médico, entre outras) (SEBRAE, 2019).

Observa-se um avanço na inserção das mulheres na sociedade, assumindo papéis de destaque no mercado. Contudo, ainda persiste a necessidade de valorização das mulheres enquanto empreendedoras, uma vez que enfrentam desafios singulares decorrentes da

conciliação entre as responsabilidades domésticas e a gestão de seus negócios, conforme evidenciado pelo relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2019. O mencionado relatório destaca uma disparidade temporal significativa, indicando que, em média, enquanto os homens dedicam 37,5 horas semanais às suas atividades empresariais, as mulheres dedicam 30,8 horas.

Essa discrepância, associada a estereótipos de gênero e desigualdades, pode ser atenuada mediante a implementação de políticas específicas, conforme preconizado pelas Nações Unidas no Brasil. Nesse sentido, um dos objetivos de sustentabilidade propostos pela ONU (2021) advoga pela realização de reformas que garantam às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos, incluindo acesso à propriedade, controle sobre a terra e outras formas de propriedade, serviços financeiros, herança e recursos naturais, alinhados com as legislações nacionais. É imperativo ressaltar que a jornada empreendedora das mulheres muitas vezes inicia de forma independente, com riscos assumidos e a aplicação de conhecimentos adquiridos em experiências pregressas para contribuir para a gestão de seus negócios. Diante das dificuldades enfrentadas na obtenção de financiamento, há uma inclinação para a utilização de recursos próprios como meio de investimento. Infelizmente, a falta de habilidades específicas, tais como marketing, finanças e tecnologia, contribui negativamente para o desempenho dessas mulheres em suas áreas, conforme destacado por Silva et al. (2016).

As empreendedoras têm forte compromisso com seus negócios. Em que, as mulheres sentem mais satisfação do que culpa, ao construírem um projeto de vida ou plano de negócio, ou seja, centralizada na prática do empreendedorismo, em que se dedicam com perseverança no que estão comprometidas. Neste sentido, o gênero feminino se destaca também com relação ao empreendedorismo por mulheres que se expande tanto no país, quanto no mundo (Teixeira, 2016).

O empreendedorismo feminino colabora para a construção de uma sociedade mais justa, gerando oportunidades de liderança para as mulheres. Embora elas representem 52% da população brasileira, só ocupam posições de destaque em 13% das 500 maiores empresas no país. (FIA, 2022).

Assumir o próprio negócio é uma forma de empoderamento e ascensão para cargos de liderança, com o potencial de mudar a realidade das empreendedoras. Segundo Machado et al. (2003), as empresas conduzidas por mulheres são, na grande maioria, de pequeno porte e com pouco capital inicial, que geralmente vem da poupança familiar, e possuem poucos funcionários. Contudo, o envolvimento das mulheres brasileiras no empreendedorismo

aponta para um maior poder econômico, com base no crescimento, principalmente nos últimos tempos. O cenário é favorável, mas ainda requer mudanças e melhorias.

Atualmente, as mulheres empreendedoras sofrem vários desafios para empreender, na grande maioria empreendem por necessidade para assumir o sustento familiar, e em relação a esses desafios podemos citar a discriminação, que aparece como um desafio mais comum, enfrentado atualmente. Além de receberem salários inferiores para exercer a mesma função de um homem, quando empreendem, as mulheres esbarram em discriminações vindas de todas as partes, desde bancos até clientes. Mulheres empreendedoras têm mais dificuldade de conquistar linhas de crédito e financiamento para seus negócios, e existem áreas do mercado que são dominadas por homens, como engenharias, tecnologia e informática (FIA, 2022).

Por não terem o privilégio de colocar seus negócios em primeiro plano, pois são responsáveis pelas atividades de trabalhos não remuneradas, o desequilíbrio na divisão das responsabilidades domésticas e do cuidado com a família é evidente na América Latina, onde as mulheres se dedicam, diariamente, três vezes mais tempo a essas tarefas em comparação aos homens. Quando se somam as horas previstas para atividades remuneradas e não-remuneradas, é notável que, no Brasil, os homens trabalham, em média, cerca de 49,7 horas por semana, enquanto as mulheres enfrentam uma jornada mais longa, totalizando 53,3 horas semanais. Essa sobrecarga de trabalho, embora o dia tenha as mesmas 24 horas tanto para homens quanto para mulheres, é exaustiva e muitas vezes resulta na necessidade de adiar carreiras e empreendimento por parte das mulheres. Elas se veem desafiadas a equilibrar as demandas profissionais e familiares, o que pode afetar significativamente suas aspirações e oportunidades de desenvolvimento profissional. (FIA, 2022).

Ainda de acordo com a Fundação Instituto de Administração (FIA), as mulheres passam por grandes barreiras dentro do mercado de trabalho, dentre as quais podemos destacar: i) **desigualdade salarial**: no contexto financeiro, as mulheres empreendedoras enfrentam também a disparidade salarial, apesar de terem, em média, níveis de escolaridade que superam em 16% os dos homens. Surpreendentemente, as mulheres empreendedoras de negócios ganham cerca de 22% a menos em comparação com seus homólogos masculinos. É digno de nota que 49% das mulheres empreendedoras recebem uma renda mensal de até um salário-mínimo, em contraste com os homens, entre os quais apenas 35% recebem essa faixa de salários. Essas diferenças salariais acentuadas evidenciam um desafio adicional que as mulheres empreendedoras enfrentam na busca de igualdade econômica e profissional. ii) **assédio**: o empreendedorismo feminino também se depara com o desafio do assédio, que representa uma barreira adicional. De acordo com um estudo realizado pela Fundação

Laudes, aproximadamente 76% das mulheres no ambiente de trabalho já enfrentaram algum tipo de assédio, que pode ser de natureza moral ou sexual. Dentre essas mulheres, 36% relataram ter vivenciado situações de constrangimento, preconceito, discriminação, violência, abuso ou assédio, especificamente em virtude de seu gênero. Esse cenário revela a persistência de um problema grave que afeta o ambiente de trabalho e evidencia a necessidade contínua de abordagens e medidas para combater o assédio ao empreendedorismo feminino.

Estimular as mulheres a liderarem empresas e a montar seus próprios negócios é fazer parte de um movimento que só cresce. Afinal, elas lideram a maioria dos novos empreendimentos abertos no Brasil nos últimos tempos. Quando elas empreendem, a economia melhora. Isso porque, com uma maior inserção feminina no mercado de trabalho, o país pode caminhar para uma maior igualdade social. Contar com mais mulheres empreendendo gera mais renda para as famílias, mais empregos para os trabalhadores e mais confiança para elas.

Notadamente, as mulheres obtêm ótimas habilidades essenciais, tais como trabalho em equipe, inovação e resolução de problemas. Demonstrado a magnitude do potencial feminino quando são proporcionadas igualdade de oportunidades, orientação, treinamento e acesso ao crédito, aliadas às suas competências intrínsecas de liderança, as quais desempenham um papel crítico na conquista do sucesso em atividades empreendedoras. De acordo com o *website* Banco do Empreendedor (2022), as mulheres detinham, no ano de 2022, 40% da riqueza global e têm ampliado continuamente sua parcela de riqueza ao longo do século XX. É possível levantar a hipóteses de que se um maior número de mulheres tivesse acesso equitativo a oportunidades empreendedoras e, conseqüentemente, maior capacidade de acumular riqueza, poderia desencadear um declínio significativo na disparidade de gênero em termos de riqueza.

### **3.2 SEBRAE delas**

O SEBRAE Delas, uma iniciativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), tem como propósito impulsionar o empreendedorismo feminino no Brasil, por meio da oferta de suporte abrangente às mulheres empreendedoras em todas as fases de seus negócios. O programa abrange diversas áreas de atuação, fornecendo recursos e assistência personalizada às mulheres empreendedoras. Suas principais atividades e serviços englobam:

- Capacitação e treinamentos: O SEBRAE Delas disponibiliza uma ampla variedade de

cursos, workshops e treinamentos, com o intuito de desenvolver habilidades empreendedoras, gestão de negócios, marketing, finanças, inovação e outros temas relevantes.

- Consultorias e orientações: Mulheres empreendedoras podem contar com consultorias especializadas do SEBRAE Delas, que as auxiliam na identificação de oportunidades de aprimoramento, superação de desafios e desenvolvimento de estratégias para o crescimento de seus negócios.
- Acesso a crédito e financiamento: O programa fornece informações e orientações sobre linhas de crédito e financiamento direcionadas especificamente para mulheres empreendedoras, facilitando o acesso a recursos financeiros para investimentos e expansão de negócios.
- Networking e conexões: O SEBRAE Delas promove eventos, encontros e rodadas de negócios que facilitam a troca de experiências, o estabelecimento de conexões e parcerias entre empreendedoras, ampliando suas redes de contatos e oportunidades de negócios.
- Divulgação e visibilidade: O programa busca dar visibilidade às mulheres empreendedoras, compartilhando suas histórias de sucesso, experiências inspiradoras e evidenciando a importância do empreendedorismo feminino para a economia brasileira.

O SEBRAE Delas representa uma iniciativa que valoriza e reconhece o potencial das mulheres empreendedoras no Brasil, oferecendo suporte e recursos financeiros específicos para impulsionar seus negócios e contribuir para o crescimento econômico do país.

### **3.3 Brasil pra elas**

Em 8 de março de 2022, foi instituída a Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino (Brasil Pra Elas), uma nova estratégia que visa estabelecer um ambiente propício para o crescimento de empreendimentos liderados por mulheres, buscando promover iniciativas que fortaleçam sua autonomia econômica. Para isso, serão implementadas ações que facilitem o acesso a crédito e financiamentos, garantindo a sustentabilidade financeira dos negócios. Além disso, serão oferecidos programas de educação financeira e redes de apoio serão criadas para estimular o desenvolvimento e sucesso dessas empreendedoras. Também foi criado o Comitê de Empreendedorismo Feminino, mais uma estratégia com o

âmbito de promover a independência financeira feminina através do empreendedorismo, além de promover a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres, com foco na vocação individual (Brasil, 2023).

A presente iniciativa é promovida pelo governo federal, caracterizada por uma abordagem estratégica participativa e inclusiva, na qual se enfatiza a colaboração ativa de múltiplos atores, como o setor privado, organizações sem fins lucrativos, estados e municípios. Essa abordagem busca assegurar a incorporação de instituições que detenham iniciativas e projetos relacionados à temática em questão. Como objetivos centrais, destacam-se os seguintes aspectos:

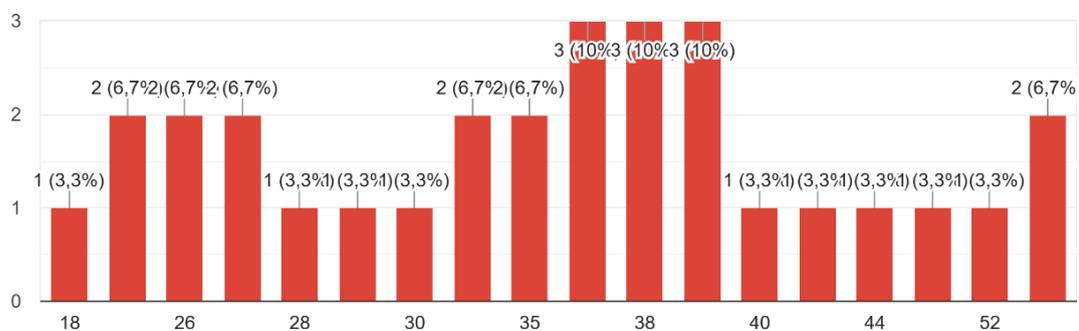
- Promover ambiente favorável ao desenvolvimento do empreendedorismo feminino como ferramenta de liberdade econômica e individual.
- Promover o acesso às informações relativas às políticas públicas, aos instrumentos e aos serviços que apoiam a agenda do empreendedorismo feminino.
- Ampliar a oferta de crédito por meio da mobilização de recursos públicos e privados destinados ao investimento e ao financiamento do empreendedorismo feminino.
- Promover ações que contribuam para a autonomia econômica de mulheres em situação de vulnerabilidade, em alinhamento com o disposto no Programa Auxílio Brasil.
- Promover o desenvolvimento e a sustentabilidade financeira dos negócios por meio de educação empreendedora com foco nas necessidades das empreendedoras; disseminação de redes de apoio ao empreendedorismo feminino; e fortalecimento do ecossistema de empreendedorismo inovador e de impacto socioambiental.

#### 4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De acordo com Dolabela (2008), há algumas questões devem ser levadas em conta quando se trata da história de vida do empreendedor. Quando se observa a idade, é importante diferenciar a idade empresarial (é a idade do empreendedor refletida na sua experiência) e idade cronológica (é a quantidade de tempo que passou desde o seu nascimento até a data indicada). Em termos de idade cronológica, a maior parte dos empreendedores inicia sua carreira entre 22 e 45 anos.

Após a aplicação de todos os questionários, e com a finalidade de atingir os objetivos especificados no início desse trabalho, são apresentados os gráficos que representam os dados compilados da pesquisa. No gráfico 01, encontram-se as informações referentes à idade das empreendedoras, em que pelo menos 9 empreendedoras têm entre 18 a 29 anos de idade, o que corresponde a 30%, do total da amostra. Por outro lado, 21 delas tinham entre 30 e 55 anos de idade, correspondendo a 70% do total pesquisado. A concentração mais significativa de empreendedoras está na faixa etária mais avançada (30 a 55 anos). A faixa etária mais jovem (18 a 29 anos) também mostra uma presença significativa, embora em menor proporção.

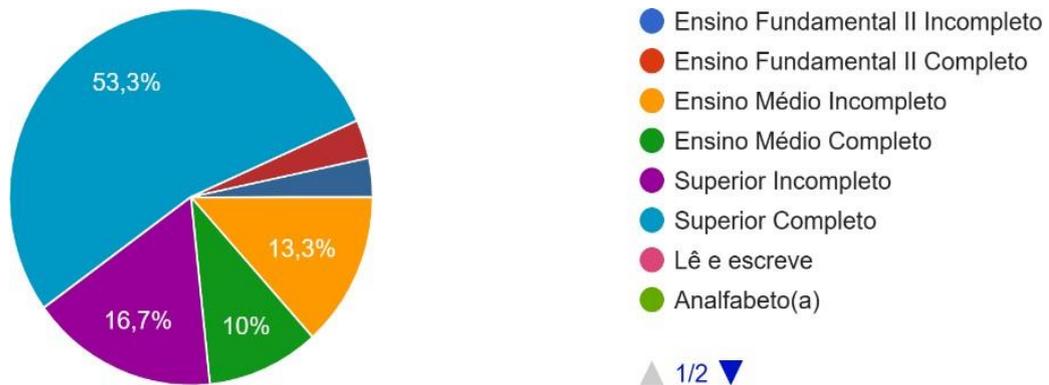
Gráfico 1 – Faixa etária das mulheres empreendedoras em 2023



Fonte: dados da pesquisa (2023)

De acordo com o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018), no Brasil, 14,6 milhões de empreendedores não possuíam sequer o ensino fundamental completo. No entanto, esses compõem a maior parcela de empreendedores estabelecidos em nível nacional. No que tange ao perfil educacional das mulheres empreendedoras em Pau dos Ferros/RN, no gráfico 02, constata-se que o grau de instrução apresenta uma distribuição heterogênea.

Gráfico 2 - Perfil Educacional



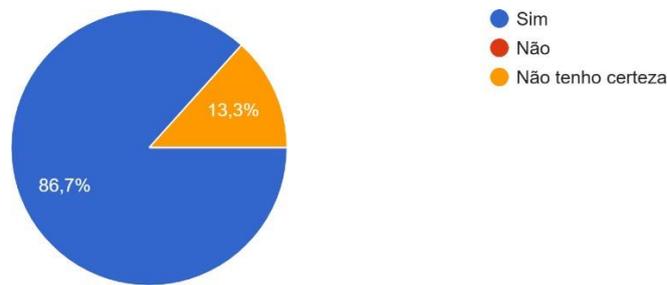
Fonte: dados da pesquisa (2023)

Dentre as participantes, a predominância recai sobre aquelas que possuem formação de nível superior completo, totalizando 53,3% da amostra. Em sequência, observa-se uma representatividade de 16,7% para mulheres empreendedoras com formação superior incompleta. A categoria subsequente engloba aquelas que possuem ensino médio incompleto, alcançando uma parcela de 13,3%. Adicionalmente, mulheres com ensino médio completo compreendem 10% da amostra. Por último, destaca-se a categoria "outros", que engloba características educacionais diversas, com uma representação de 6,6%.

Conforme revelado por um estudo conduzido pelo SEBRAE DELAS - Mulher de Negócios em colaboração com o Observatório de Negócios, notou-se que, embora as empreendedoras possuam uma escolaridade mais elevada, com 67,8% delas detendo formação superior, em comparação com apenas 48,8% dos empreendedores, a renda familiar das primeiras é de R\$ 5.470,43, enquanto a destes últimos ultrapassa os R\$ 8 mil. O referido estudo, realizado por meio de entrevistas com 400 empreendedoras e 400 empreendedores em Santa Catarina no ano de 2022, também identificou que 26,3% das mulheres enfrentam maiores dificuldades ao separar as finanças pessoais das jurídicas, em comparação com um percentual de 13,2% entre os homens.

Em relação à familiaridade a respeito do conceito de empreendedorismo feminino, observa-se, no gráfico 03 abaixo, que a maioria das participantes demonstra estar a par do referido conceito, com um percentual de 86,7%. Por outro lado, uma minoria, correspondendo a 13,3%, indica não possuir familiaridade com o mencionado conceito.

Gráfico 3 - Familiarização com o conceito de Empreendedorismo

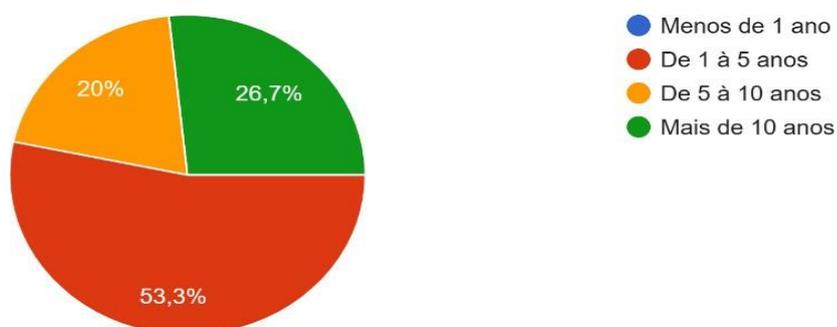


Fonte: dados da pesquisa (2023)

A partir da análise referente ao gráfico 03, nota-se que a maioria das mulheres empreendedoras na amostra possui um entendimento considerável acerca das nuances e características associadas ao empreendedorismo feminino, enquanto uma parcela minoritária necessita de maior familiarização com tais conceitos. Este dado destaca a importância de se considerar o nível de familiaridade das empreendedoras com o empreendedorismo feminino ao desenvolver estratégias de apoio e capacitação nesse contexto específico. Dornelas (2008) afirma que “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Já se tratando do envolvimento no empreendedorismo feminino, observa-se, no gráfico 04 abaixo, que a predominância significativa das participantes se concentra no intervalo de 1 a 5 anos, representando 53,3% da amostra. Em sequência, observa-se uma representatividade de 26,7% das mulheres empreendedoras que indicaram um envolvimento por mais de 10 anos. Por fim, a faixa de 5 a 10 anos de envolvimento no empreendedorismo feminino é ocupada por 20% das participantes.

Gráfico 4 - Tempo de envolvimento no Empreendedorismo Feminino

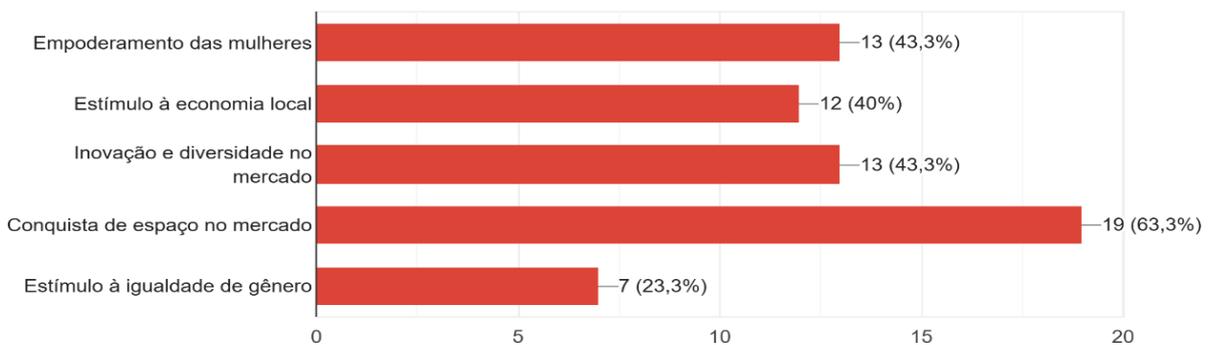


Fonte: dados da pesquisa (2023)

De acordo com o gráfico 04, essa distribuição temporal indica uma variabilidade considerável nos períodos de engajamento das empreendedoras na atividade empresarial, evidenciando uma diversidade de experiências e trajetórias profissionais. A preponderância do intervalo de 1 a 5 anos sugere uma presença expressiva de empreendedoras relativamente recentes, enquanto a presença significativa no intervalo superior a 10 anos destaca a durabilidade e a estabilidade de algumas trajetórias empreendedoras na amostra estudada. Essas informações são cruciais para compreender as dinâmicas temporais do empreendedorismo feminino na localidade em análise.

No âmbito da perspectiva positiva, podemos observar, no gráfico 05, diversos benefícios com o notável destaque para a conquista de espaço no mercado, mencionada por 63,3% das participantes. Em segundo, evidencia-se a importância atribuída à inovação e diversidade no mercado, apontada por 43,3% das empreendedoras, juntamente com o empoderamento das mulheres, que também obtém uma representação equivalente de 43,3%. Subsequentemente, destaca-se o estímulo à economia local, mencionado por 40% das participantes, enquanto o estímulo à igualdade de gênero é citado por 23,3%, ocupando a última posição entre os benefícios elencados.

Gráfico 5 - Benefícios do empreendedorismo feminino local para a comunidade

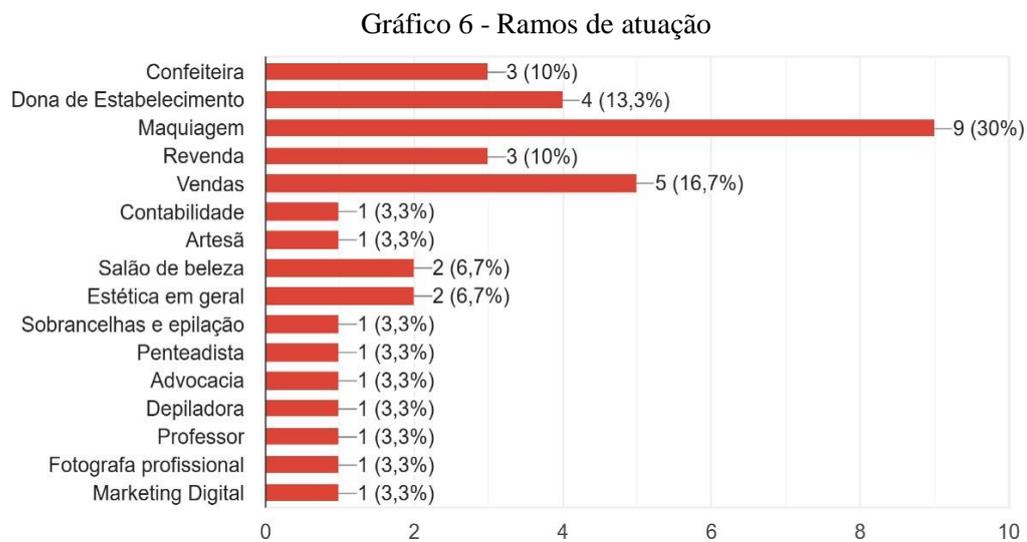


Fonte: dados da pesquisa (2023)

Essa enumeração de benefícios demonstrado no gráfico 05 ressalta a multifacetada natureza do empreendedorismo feminino, revelando uma série de dimensões valorizadas pelas empreendedoras na região estudada. A ênfase na conquista de espaço no mercado sugere uma busca ativa por reconhecimento e participação significativa no cenário empresarial, enquanto a atenção atribuída à inovação, diversidade e empoderamento das mulheres destaca a relevância de aspectos sociais e progressistas na visão empreendedora. Ademais, o estímulo à economia

local e à igualdade de gênero evidencia o papel proativo das empreendedoras na promoção de impactos socioeconômicos positivos em suas comunidades e na busca por equidade de gênero.

Em relação ao setor de atuação, a representação do gráfico 06 abaixo revela a distribuição das empreendedoras em diferentes ramos de atividade, tendo em vista que, para essa pergunta, existia a possibilidade de mais de uma alternativa que pudesse ser respondida e observa-se o seguinte:



Fonte: dados da pesquisa (2023)

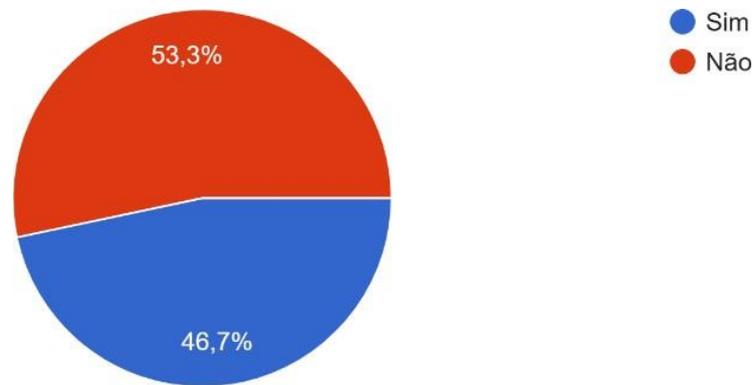
Os resultados apresentados no Gráfico 06 demonstram que 10% dos indivíduos estão envolvidos no setor de confeitaria, enquanto 13,3% figuram como proprietários de outros estabelecimentos. A área de maquiagem apresenta uma representatividade de 30%, seguida por 10% dos participantes que se dedicam à revenda de produtos. A categoria de vendas diretas abarca 16,7% da amostra, ao passo que os profissionais contábeis representam 3,3%. Artesãs e empreendedoras vinculadas a salões de beleza e estética em geral contribuem com 3,3% cada, totalizando 6,7%. Além disso, as atividades relacionadas a sobrancelhas e depilação, penteadista, advocacia, depiladora, professora, fotógrafa profissional e marketing digital também adicionam 3,3% cada.

A análise desses dados proporciona insights valiosos sobre a diversidade de setores nos quais as empreendedoras femininas estão inseridas na localidade em estudo. Tal diversificação reflete a ampla gama de habilidades e interesses presentes nesse grupo, evidenciando a versatilidade e a adaptabilidade das mulheres empreendedoras em Pau dos Ferros, RN, em diferentes segmentos econômicos. Segundo Chiavenato (1999), "A Gestão de Pessoas nas organizações é a função que permite a colaboração eficaz das pessoas — empregados,

funcionários, recursos humanos ou qualquer denominação utilizada — para alcançar os objetivos organizacionais e individuais".

No que tange à categorização das empreendedoras femininas locais como Microempreendedor Individual (MEI) ou não, observa-se uma distinção entre aquelas que optaram por formalizar sua atividade como MEI e aquelas que não o fizeram apresenta uma divisão equitativa na amostra analisada. Tal constatação sugere uma variedade de abordagens em relação à formalização empresarial entre as empreendedoras em Pau dos Ferros, RN. Considerar essa informação é crucial para compreender as escolhas estratégicas e as implicações legais associadas à operação dos negócios. Observemos o gráfico 07 abaixo:

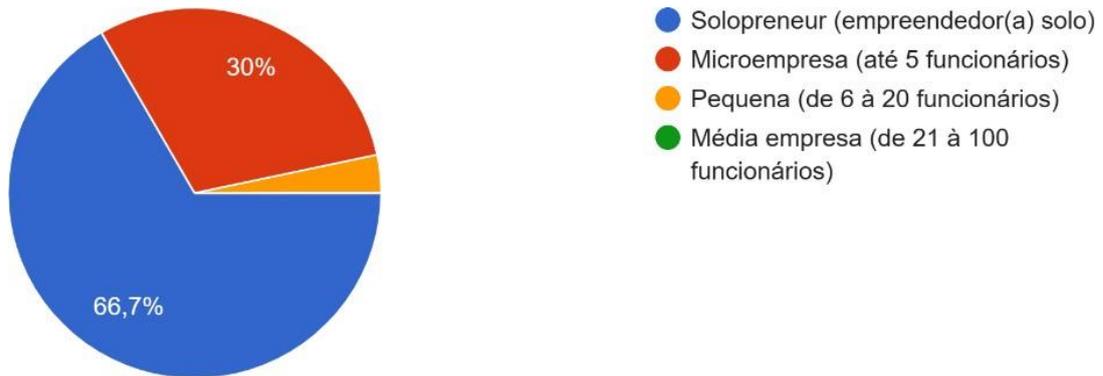
Gráfico 7 - Categorização como Microempreendedor Individual (MEI)



Fonte: dados da pesquisa (2023)

Podemos observar no gráfico 07 que 46,7% afirmaram possuir o registro de MEI, enquanto 53,3% declararam não possuir tal status. De acordo com o SEBRAE (2023), as mulheres representam 45% do total de Microempreendedores Individuais (MEI) no país, conforme aponta a pesquisa Perfil do MEI, publicada pelo SEBRAE em 2022. Elas estão à frente de pequenas empresas e desejam tocar o seu próprio negócio para obter a independência financeira e ter maior flexibilidade para poder exercer os diferentes papéis em um cotidiano agitado, já que precisam estar à frente de várias atribuições durante seu dia. Na análise da estrutura organizacional das empreendedoras femininas locais, observa-se a distribuição do porte das empresas, conforme evidenciado no gráfico 08.

Gráfico 8 - Porte da sua empresa

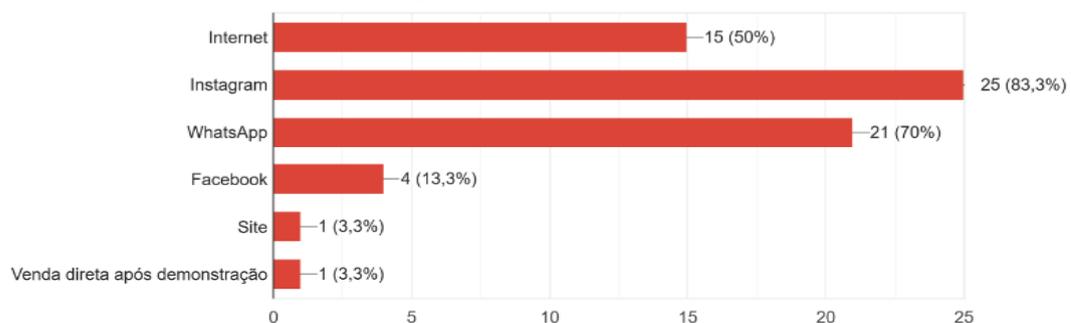


Fonte: dados da pesquisa (2023)

De acordo com o gráfico 08, a modalidade predominante é a de "solopreneur" (empendedor solo), representando 66,7% da amostra. Em segundo lugar, identifica-se a presença de microempresas, caracterizadas por até 5 funcionários, com uma representatividade de 30%. Por fim, a categoria de pequenas empresas, compreendendo aquelas com uma equipe de 6 a 20 funcionários, apresenta uma representação de 3,3%. Esta análise revela que a maioria expressiva das empreendedoras femininas na região atua de maneira independente, assumindo o papel de empreendedoras solas. A presença significativa de microempresas também é notável, indicando uma diversidade no tamanho das operações comerciais conduzidas por mulheres empreendedoras. Por outro lado, a presença de pequenas empresas, embora menos expressiva, evidencia uma parcela que opera com uma equipe mais substancial.

Não seria discutir sobre empreendedorismo sem citar a inovação, pois esta é peça chave para o nascimento e manutenção de um empreendimento. Drucker (1987, p. 39) afirma que "Os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do empreendedor". Portanto, no gráfico 09, serão expostas as ferramentas mais utilizadas para visibilidade ou engajamento do empreendimento.

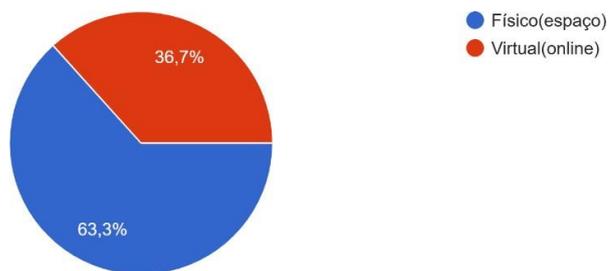
Gráfico 9 - Ferramenta utilizada para visibilidade ou engajamento do empreendimento



Fonte: dados da pesquisa (2023)

Ao questionar as empreendedoras sobre a visibilidade ou engajamento de seus empreendimentos, considerando a possibilidade de selecionar mais de uma alternativa de resposta, constata-se que a plataforma Instagram é destacada como a ferramenta mais eficaz, conferindo a maior visibilidade ao empreendimento, com uma porcentagem de 83,3%. Em seguida, o WhatsApp é identificado como uma ferramenta significativa para o engajamento, com 70% de preferência. A internet em geral é mencionada como a terceira opção preferida, com uma taxa de 50%, enquanto o Facebook ocupa a quarta posição na hierarquia de preferências, com 13,3%. Por fim, os sites e a venda direta após demonstração são classificados com 3,3% cada. Essa ordem de preferência revela as plataformas de mídia social mais eficazes na promoção e engajamento dos empreendimentos liderados por mulheres empreendedoras na região em estudo. No que diz respeito à natureza do empreendimento, se físico ou virtual, as empreendedoras responderam conforme apresentado no Gráfico 10 abaixo.

Gráfico 10- Empreendimento físico ou virtual



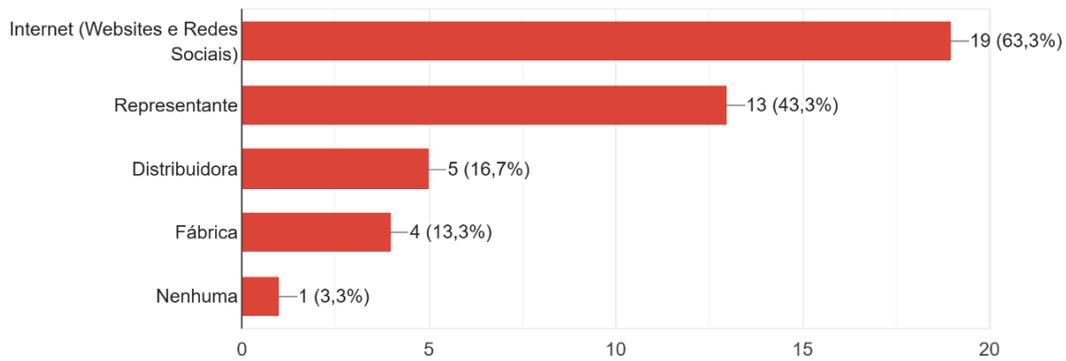
Fonte: dados da pesquisa (2023)

Verifica-se que a maioria expressiva das empreendedoras, correspondendo a 63,3%, indicou operar em um espaço físico. Em contrapartida, 36,7% das empreendedoras mencionaram conduzir seus empreendimentos em um espaço virtual. Esta distribuição evidencia uma predominância de empreendimentos físicos entre as mulheres empreendedoras na localidade em análise, com uma significativa, ainda que menor, presença de empreendimentos virtuais. Essa distinção é relevante para compreender a diversidade de modelos de negócios adotados pelas empreendedoras e suas estratégias operacionais em Pau dos Ferros, RN.

Ao serem questionadas sobre suas práticas de compras junto aos fornecedores, as empreendedoras manifestaram múltiplas alternativas como resposta. A modalidade predominante de compra com 63,3% das respostas das empreendedoras foi a Internet (Websites, Rede Sociais). Em segunda opção é a representantes de vendas (consultoras) corresponde a

43,3% das respostas. A categoria "distribuidora" foi mencionada por 16,7% das empreendedoras, enquanto a aquisição diretamente da fábrica foi indicada por 13,3%, por fim, 3,3% assinalaram a opção "nenhuma" como resposta.

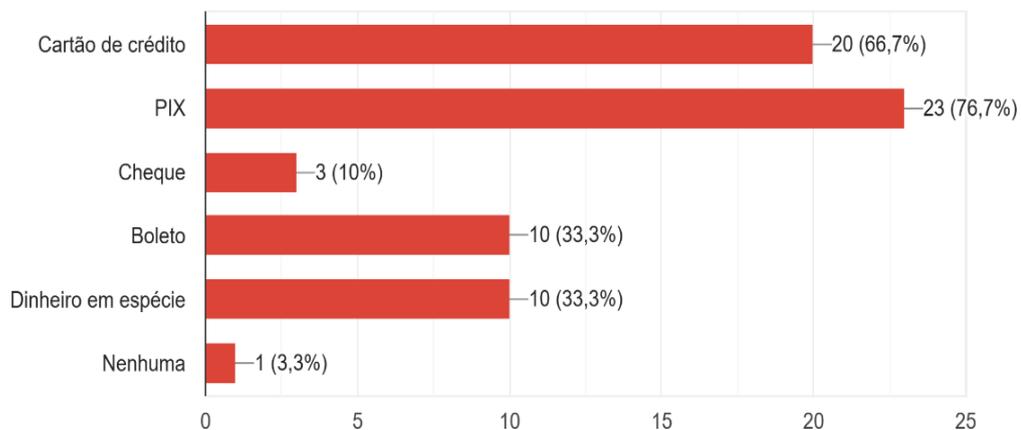
Gráfico 11 - Processo de compra (fornecedores)



Fonte: dados da pesquisa (2023)

Essa análise revela a prevalência da utilização da internet como canal de aquisição entre as empreendedoras, destacando a relevância da plataforma digital nesse processo. A diversidade nas escolhas de fornecedores indica uma variedade de estratégias adotadas pelas empreendedoras na gestão de suas operações comerciais em Pau dos Ferros/RN. Essa compreensão é fundamental para o desenvolvimento de políticas de apoio e aprimoramento das práticas de aquisição no contexto do empreendedorismo feminino. Tratando-se da realização de pagamentos aos fornecedores, as empreendedoras indicaram múltiplas opções, conforme evidenciado no gráfico 12.

Gráfico 12 - Formas de pagamento aos fornecedores

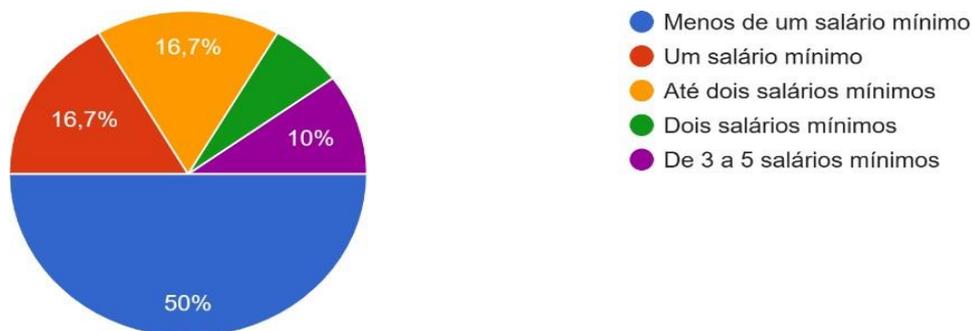


Fonte: dados da pesquisa (2023)

A alternativa predominante, mencionada por 76,7% das participantes, é o uso do sistema PIX. Em seguida, o pagamento por cartão de crédito apresenta uma representatividade de 66,7%. A modalidade boleto é mencionada por 33,3% das empreendedoras, enquanto a opção de pagamento em dinheiro é indicada por 33,3%. O método de pagamento por cheque foi mencionado por 10%, e, por último, a alternativa "nenhum" foi apontada por 3,3% das respondentes.

Essa análise destaca a predominância do uso do sistema PIX e do cartão de crédito como métodos preferenciais para efetuar pagamentos junto aos fornecedores, indicando uma tendência de adoção de meios eletrônicos e digitais. O gráfico 13 traz as porcentagens em relação ao faturamento mensal no início da carreira das empreendedoras femininas.

Gráfico 13 - Faturamento mensal no início do negócio



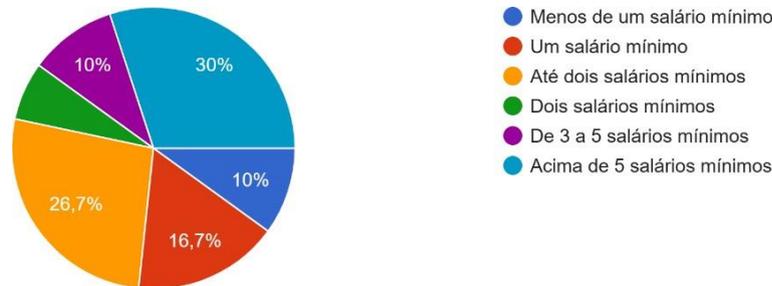
Fonte: dados da pesquisa (2023)

Estas informações sobre as empreendedoras apresentam as seguintes distribuições percentuais: a categoria que predominou com 50% corresponde à faixa de faturamento inferior a um salário-mínimo. Em seguida, houve um empate entre as categorias de um salário-mínimo e até dois salários-mínimos, ambas representando 16,7%. Posteriormente, a faixa de faturamento compreendida entre dois salários-mínimos foi mencionada por 6,7%. Por fim, a categoria que engloba ganhos na faixa de três a cinco salários-mínimos foi relatada por 10% das participantes. Isto indica que a maioria expressiva das empreendedoras iniciou seus negócios com um faturamento mensal inferior a um salário-mínimo, enquanto uma parcela significativa reportou ganhos iniciais que variam entre um e dois salários-mínimos.

Tratando-se sobre o faturamento mensal atual, podemos observar uma mudança drástica conforme ilustrado no gráfico abaixo, essa variabilidade evidencia a heterogeneidade econômica no contexto das empreendedoras em Pau dos Ferros, RN, fornecendo subsídios

importantes para a compreensão do panorama financeiro dessas empreendedoras na fase atual de seus negócios.

Gráfico 14 - Faturamento mensal em 2023



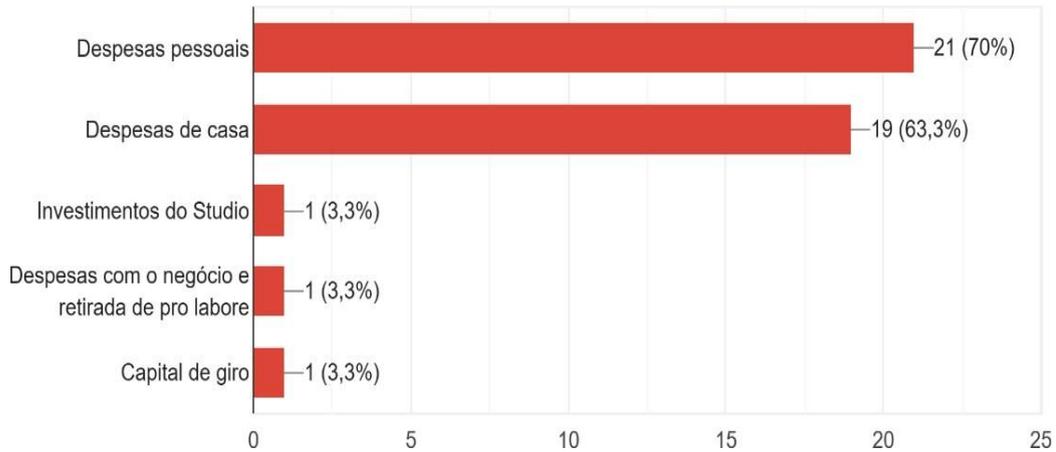
Fonte: dados da pesquisa (2023)

Observa-se que a categoria preponderante corresponde a empreendedoras cujos ganhos mensais superam cinco salários-mínimos, representando 30%. Em sequência, a categoria de faturamento de até dois salários-mínimos com equivalência de 26,7%. A faixa salarial de um salário-mínimo é mencionada por 16,7% das participantes, enquanto as categorias que abrangem faturamentos abaixo de um salário-mínimo e entre três e cinco salários-mínimos obtêm uma representatividade de 10% cada. Por fim, a faixa de faturamento compreendida entre dois salários-mínimos é relatada por 6,7% das empreendedoras. Essa distribuição percentual reflete a diversidade nas realidades financeiras das mulheres empreendedoras, sendo que uma parte significativa reporta faturamentos mensais superior a cinco salários-mínimos.

De acordo com o SEBRAE, no ano de 2022, as mulheres responderam por 34,4% (10.344.858 mulheres) como donas de negócios, próximo ao recorde histórico 34,8% no II trimestre de 2019. No III trimestre 2022, atingiu-se o recorde de homens donos de negócios (19.690.601 homens).

Ao serem indagadas sobre a alocação de seus recursos financeiros, as empreendedoras apresentaram múltiplas alternativas, revelando gastos distintos, conforme representado no gráfico 15. Esta análise proporciona insights sobre as prioridades de gastos das empreendedoras, com uma ênfase significativa na cobertura de despesas pessoais e nas responsabilidades financeiras associadas à manutenção do domicílio.

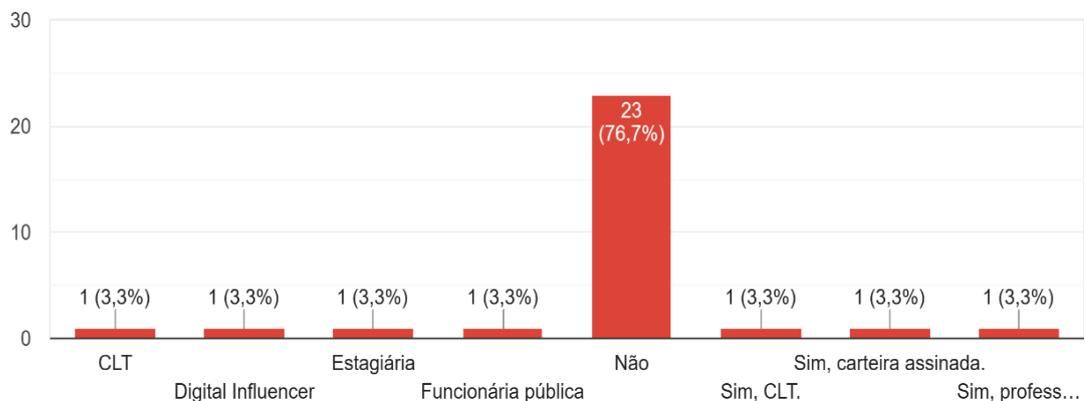
Gráfico 15 - Destino dos gastos das rendas do empreendimento



Fonte: dados da pesquisa (2023)

A categoria predominante, mencionada por 70% das participantes, refere-se à destinação de recursos para despesas pessoais. Em segundo lugar, as despesas relacionadas ao lar foram indicadas por 63,3% das empreendedoras. Por último, a categoria "outra" como: Investimentos no estúdio, despesas no negócio e retirada de pró-labore e capital de giro foi selecionada por 3,3% ambas das respondentes. Compreender esses padrões de alocação financeira é crucial para o desenvolvimento de estratégias de apoio e orientação financeira. Analisar a presença de um segundo vínculo empregatício é essencial para uma compreensão abrangente das dinâmicas ocupacionais. No gráfico 16, podemos observar as respostas obtidas em relação à existência de um segundo vínculo empregatício, destacando nuances significativas que surgem dessa perspectiva.

Gráfico 16 - Vínculo empregatício fora do empreendimento

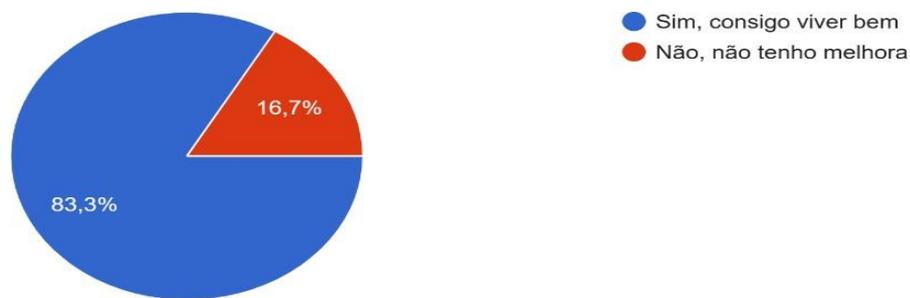


Fonte: dados da pesquisa (2023)

Como observado no gráfico 16, a maioria expressiva, correspondendo a 76,7%, afirmou não possuir outro vínculo, representando a maior porcentagem. Em contraste, 10% indicaram possuir um vínculo com a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Adicionalmente, as opções de vínculo como funcionária pública, professora, estagiária e digital influencer foram mencionadas por 3,3% cada.

Ao explorarmos a perspectiva das pessoas em relação à qualidade de vida e a sua avaliação quanto à suficiência de renda, emergem reflexões essenciais sobre as complexidades da existência, abrindo caminho para uma análise mais profunda das influências que moldam suas percepções e escolhas de acordo com gráfico a seguir.

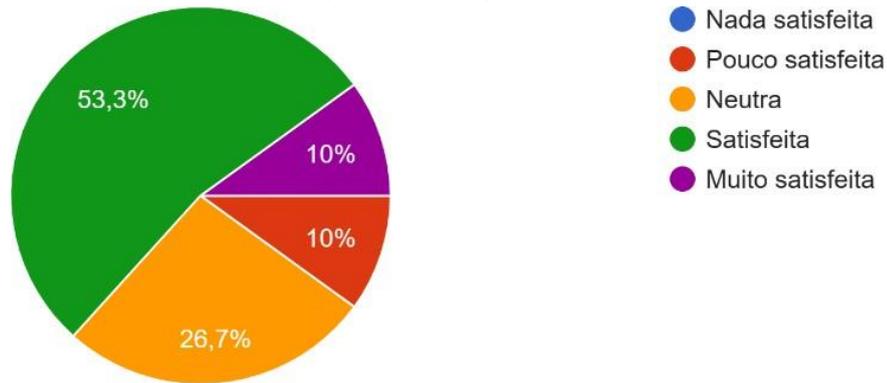
Gráfico 17 - Qualidade de vida no empreendimento



Fonte: dados da pesquisa (2023)

As empreendedoras responderam conforme apresentado no gráfico acima. Destaca-se que a maioria expressiva, correspondendo a 83,3%, afirmou conseguir manter uma boa qualidade de vida. Em contrapartida, uma parcela de 16,7% indicou não perceber melhorias significativas em sua qualidade de vida, indicando uma possível necessidade de buscar outras fontes de renda ou estratégias para aprimorar suas condições de vida. Segundo o SEBRAE (2022), com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o percentual de empreendedoras em relação ao total de negócios chegou a 34% no Brasil em 2022 são mais de 10 milhões de mulheres donas de seus próprios negócios. Quando questionadas acerca da avaliação global de seus ganhos ao longo dos anos enquanto empreendedoras, as participantes compartilharam percepções valiosas que proporcionam insights cruciais sobre a evolução financeira e o êxito de suas iniciativas empresariais. As respostas, conforme evidenciado no gráfico 18, oferecem uma análise minuciosa das experiências vivenciadas e dos desafios enfrentados por essas mulheres empreendedoras ao longo do tempo.

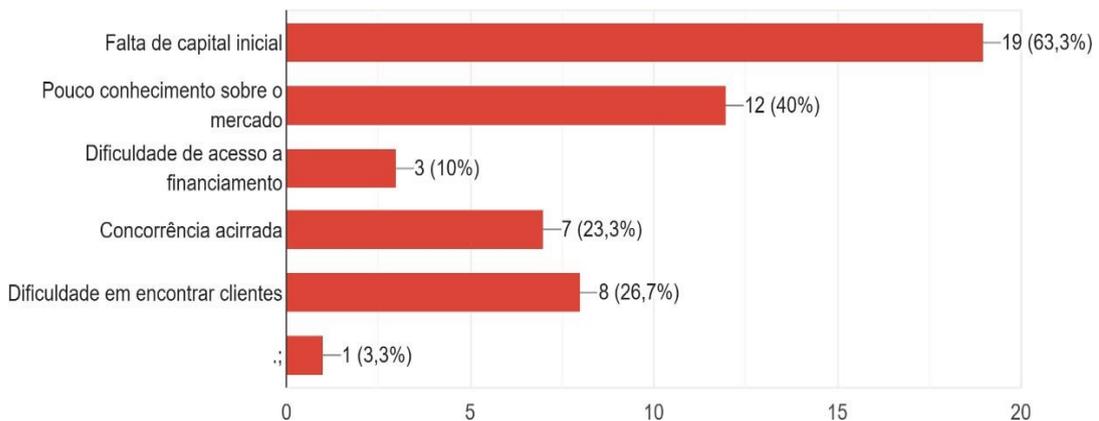
Gráfico 18 - Classificação da satisfação com o nível de rendimento



Fonte: dados da pesquisa (2023)

A categoria preponderante das respondentes, com uma representação de 53,3%, indicou estar satisfeita com seu rendimento. Em seguida, 26,7% relataram uma avaliação neutra em relação aos seus rendimentos, enquanto 10% expressaram uma satisfação limitada, outras 10% afirmaram estar muito satisfeitas com seus rendimentos ao longo do período empreendendo. Como nem tudo são só flores, algumas situações foram apontadas como principais dificuldades enfrentadas no início de seus negócios, as empreendedoras forneceram respostas múltiplas, conforme demonstrado no gráfico abaixo.

Gráfico 19 - Principais dificuldades enfrentadas no início do seu negócio

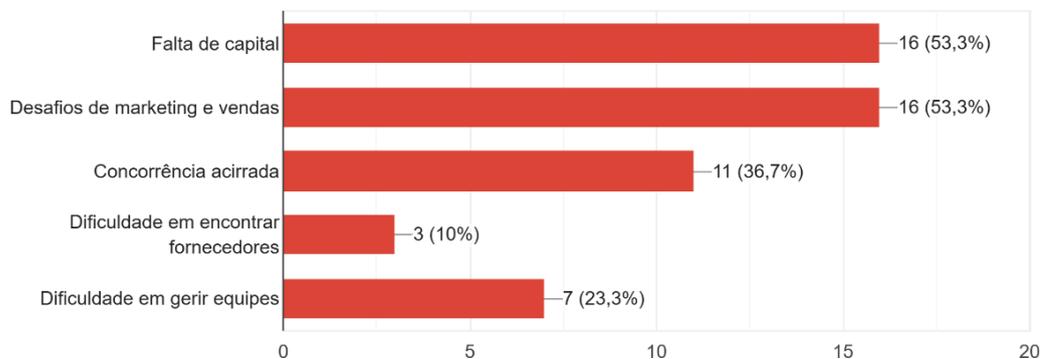


Fonte: dados da pesquisa (2023)

De acordo com o gráfico 18, a alternativa que obteve a maior votação, representando 63,3%, foi a falta de capital inicial. Em segundo lugar, a opção de possuir pouco conhecimento sobre o mercado foi assinalada por 40% das participantes. Subsequentemente, a dificuldade em encontrar clientes foi mencionada por 26,7% das empreendedoras, seguida pela concorrência acirrada, com 23,3%. A dificuldade de acesso à financiamento foi apontada por 10% das participantes, enquanto a categoria "outra" recebeu 3,3% das respostas.

Com isso, podemos perceber as complexidades enfrentadas pelas empreendedoras no estágio inicial de seus negócios, destacando desafios significativos, como a falta de capital inicial e o limitado conhecimento sobre o mercado. A compreensão dessas dificuldades é essencial para o conhecimento das estratégias de apoio direcionadas para o fortalecimento do ambiente empreendedor e promover o sucesso dessas mulheres empreendedoras em Pau dos Ferros/RN. Já ao serem questionadas sobre as adversidades que enfrentaram e que superaram durante o percurso de seus empreendimentos, as mulheres empreendedoras compartilharam uma diversidade de experiências, conforme destacado nos resultados abrangentes da pesquisa.

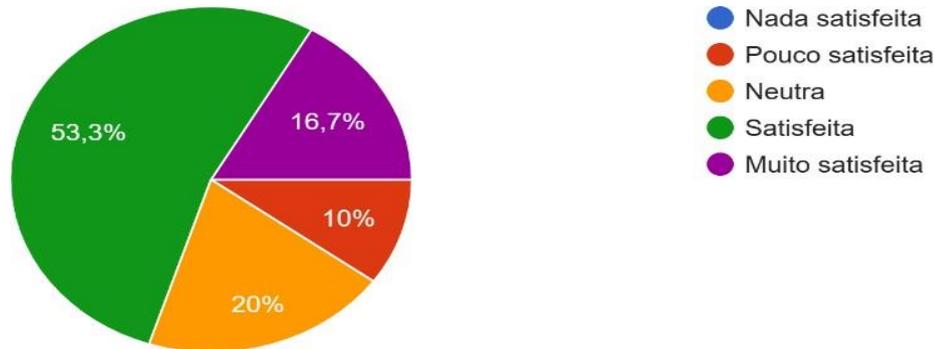
Gráfico 20 - Dificuldades enfrentadas inicialmente e superadas



Fonte: dados da pesquisa (2023)

As categorias mais assinaladas, ambas com uma representação de 53,3%, foram a superação da falta de capital e os desafios relacionados a marketing e vendas. Em seguida, a concorrência acirrada foi mencionada por 36,7% das empreendedoras, seguida pela dificuldade em gerir equipes, indicada por 23,3%. Por último, a categoria que abrange a dificuldade em encontrar fornecedores recebeu uma representatividade de 10%. Dessa forma, pode-se destacar as principais adversidades superadas pelas empreendedoras ao longo de suas jornadas, realçando a superação de desafios financeiros e estratégicos, como a falta de capital e os obstáculos no âmbito de marketing e vendas. Quando questionadas acerca da satisfação em relação à sua trajetória no empreendedorismo feminino, as participantes expressaram suas percepções distintas, conforme apresentado no gráfico abaixo.

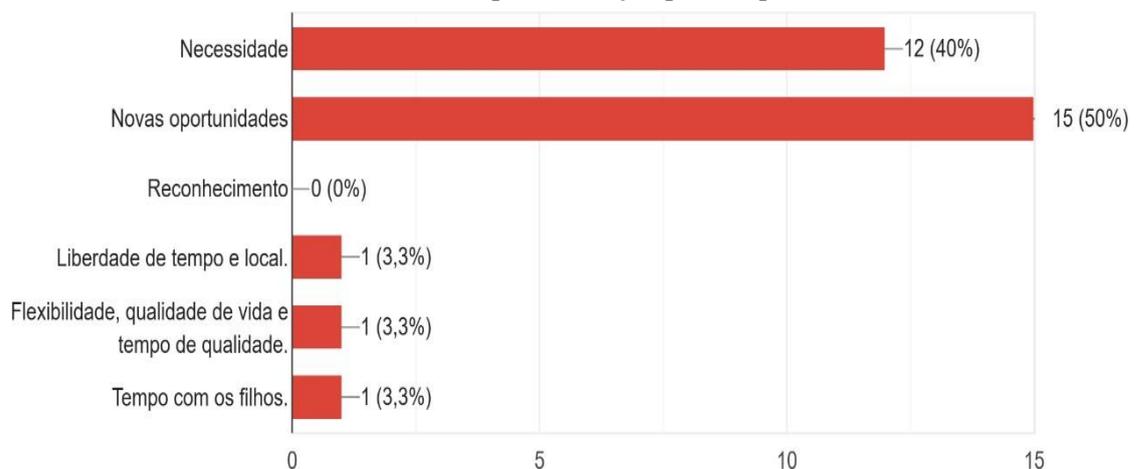
Gráfico 21 - Indicador de satisfação com a trajetória no empreendedorismo feminino - 2023



Fonte: dados da pesquisa (2023)

De acordo com o gráfico 21, a categoria de "satisfeita" liderou, representada por 53,3% das respostas. Em segundo lugar, a opção "neutra" obteve uma porcentagem de 20%, indicando uma postura mais equilibrada em relação à satisfação. A categoria "muito satisfeita" ficou em terceiro lugar, com uma representatividade de 16,7%, enquanto a opção "pouco satisfeita" foi mencionada por 10% das participantes. Essa análise revela a diversidade de avaliações subjetivas das mulheres empreendedoras sobre sua experiência no empreendedorismo feminino, destacando a predominância de respostas positivas em relação à trajetória profissional. De acordo com Dornelas (2012), quase 42% das empreendedoras femininas seguiram a própria intuição e não planejaram suas atividades iniciais. Sobre os motivos que as levaram a empreender, as participantes expressaram suas razões, conforme apresentado no gráfico 22.

Gráfico 22 - Principal motivação para empreender



Fonte: dados da pesquisa (2023)

De acordo com o gráfico 22, a categoria "novas oportunidades" emergiu como a líder, obtendo uma representação majoritária de 50%. Em segundo lugar, a opção "necessidade" foi indicada por 40% das participantes, sugerindo que uma parcela significativa empreendeu como resposta a demandas específicas. Por último, a categoria "outra" foi declarada por 10% das respondentes, indicando motivos diversos não especificados. Segundo Dornelas (2005), o empreendedorismo por necessidade é derivado da falta de opção, ou seja, o empreendedor decide começar uma atividade empreendedora. A partir dessa análise, temos insights relevantes sobre os impulsos que levaram as mulheres a se envolverem no empreendedorismo, destacando a busca por novas oportunidades como o fator preponderante, seguido pela motivação relacionada a necessidades específicas.

Quando perguntadas sobre conselhos destinados a outras mulheres que aspiram iniciar um empreendimento próprio, as respostas foram apresentadas de maneiras diversas. A frase "não desistir" foi proeminente, sendo frequentemente citada, juntamente com recomendações para persistir, confrontar os receios e ilustrar a dificuldade inerente à empreitada, ressaltando a necessidade de encará-la com pensamento positivo, enfoque e perseverança como fatores cruciais. Diversas sugestões foram oferecidas, tais como: não esperar, iniciar imediatamente, demonstrar coragem, fundamentar as ações em estudos, manter a perseverança diante das adversidades, reconhecendo a falta de facilidade na empreitada, sobretudo em um mercado caracterizado por intensa concorrência, onde se destaca a importância de destacar-se e reinventar-se diariamente.

Ademais, foram aconselhadas estratégias como investir no próprio negócio, considerando que o mercado dispõe de espaço para todas as iniciativas; aconselhou-se a autenticidade e a luta pelos sonhos individuais, bem como o início com os recursos disponíveis, priorizando a execução das tarefas fundamentais de maneira primorosa. Sugestões para se desafiar e confiar no potencial próprio foram enfatizadas, enquanto se instigou a desconsiderar as opiniões de quem não edificou nada. A experiência foi retratada como desafiadora, porém gratificante, sendo recomendada a condução de pesquisas de mercado para identificar oportunidades distintas que possam cativar a clientela.

O otimismo e a crença nas capacidades individuais foram ressaltados em diversas respostas, sublinhando a importância de acreditar em si mesma e perseverar na busca dos objetivos. Um conselho específico foi oferecido no sentido de adquirir conhecimento prévio antes de empreender, visando uma compreensão mais sólida dos propósitos almejados. A fase inicial do empreendimento foi descrita como a mais desafiadora, sendo enfatizado que a persistência, apesar dos reveses, contribui para o sucesso ao longo do tempo. Destacou-se, por

fim, a existência de um vasto oceano de oportunidades de negócios a serem exploradas, encerrando com um apelo à crença na própria capacidade de realização.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino está adquirindo proeminência no cenário brasileiro, em que as mulheres buscam não apenas melhorias financeiras, mas também uma participação mais ativa na esfera social, não apenas como agente secundário ou complementar, mas como protagonista direta, no espaço familiar. O presente estudo teve como objetivo analisar o empreendedorismo feminino do ponto de vista do seu perfil, trajetória e perspectivas de geração de emprego e renda na cidade de Pau dos Ferros.

Ficou evidente que a maioria das mulheres entrevistadas possui familiaridade com o conceito de empreendedorismo feminino. Adicionalmente, os resultados da pesquisa revelaram que pouco mais de 50% das empreendedoras possuem níveis educacionais que variam entre médio e superior (ensino superior incompleto), indicando a viabilidade do empreendedorismo feminino mesmo em face a restrições educacionais e financeiras, embora reconheçam a potencialização de seus empreendimentos por meio do aprimoramento do conhecimento.

Foi observado que mais da metade das empreendedoras atua de maneira informal, destacando a importância da busca por conhecimento específico para aprimorar seus empreendimentos, incluindo a formalização deles. Apesar da falta de formalidade, essas mulheres apresentam características empreendedoras comuns e inovadoras, abrangendo desde empreendimentos de pequeno porte até os de maior magnitude. O papel crucial das redes sociais como instrumentos relevantes para o desenvolvimento dos empreendimentos foi enfatizado. Muitas empreendedoras, embora mantenham empreendimentos físicos, adotam estratégias de compra com fornecedores e métodos de pagamento específicos em seus negócios.

Quanto ao faturamento, constatou-se que, no início, a maioria recebia menos de um salário mínimo, mas atualmente, muitas conseguiram superar esse patamar. Em relação aos gastos, as empreendedoras direcionam recursos que variam entre despesas pessoais e domésticas.

Também foi constatada a ausência de outros vínculos empregatícios por parte das mulheres empreendedoras de Pau dos Ferros. Isso reflete a confiança e importância atribuídas ao negócio escolhido, apesar das dificuldades iniciais, como a falta de capital e o persistente desafio em encontrar clientes, somados a uma compreensão limitada do mercado. A maioria das empreendedoras possui negócios com uma trajetória de 1 a 5 anos, embora uma parcela significativa mantenha empreendimentos consistentes por mais de 10 anos.

O resultado primordial identificado na atividade empreendedora foi a conquista de espaço no mercado de trabalho, estimulando a economia local e promovendo o empoderamento

das mulheres. Por fim, as palavras "necessidade" e "oportunidade" destacaram-se como as mais mencionadas no contexto do estímulo ao empreendedorismo.

## REFERÊNCIAS

- AIRÉS, P.; **História social da criança e da família**. 20. Ed. Rio de Janeiro, 1973.
- ANGELO, E. B. **Empreendedor Corporativo**: a nova postura de quem faz a diferença. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- BANCO DO EMPREENDEDOR. A importância do empreendedorismo feminino no desenvolvimento econômico. **Banco do Empreendedor**, 2022. Disponível em: <https://www.bancodoempreendedor.org.br/conteudo/a-importancia-do-empreendedorismo-feminino-no-desenvolvimento-economico.html#:~:text=O%20empreendedorismo%20feminino%20estimula%20a%20prosperidade%20global&text=Pelo%20menos%2031%20milh%C3%B5es%20de,informais%20para%20sustentar%20suas%20fam%C3%ADlias>. Acesso em: 13 de out. de 2023.
- BRASIL. Decreto n. 99.570, de 9 de out. de 1990. Desvincula da Administração Pública Federal o Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa - CEBRAE, transformando-o em serviço social autônomo. **Coordenação de estudos legislativos**. Brasília, 1990. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d99570.htm#:~:text=D99570&text=DECRETO%20No%2099.570%2C%20DE,que%20lhe%20confere%20o%20art](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d99570.htm#:~:text=D99570&text=DECRETO%20No%2099.570%2C%20DE,que%20lhe%20confere%20o%20art). Acesso em: 15 de jun. de 2023.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Governo federal prepara nova estratégia nacional de empreendedorismo feminino. **GOV.BR**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/maio/governo-federal-prepara-nova-estrategia-nacional-de-empreendedorismo-feminino>. Acesso em: 15 de jul. de 2023.
- BRITTO, F; WEVER, L.; **Empreendedores brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- CARVALO, I.; Economia: Natal e Mossoró ficam entre as 80 cidades para se empreender no país. **Tribuna do Norte**. Natal, 2023. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/natal-e-mossora-ficam-entre-as-80-cidades-para-se-empreender-no-paa-s/562453>. Acesso em: 17 de jun. de 2023.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CHIAVENATO, I.; **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CHIAVENATO, I.; **Gestão de pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1999. Disponível em: <https://biblioteca.uniscd.edu.mz/bitstream/123456789/2347/1/Idalberto-Chiavenato-Gestao-de-Pessoas-o-Novo-Papel.pdf>. Acesso em: 28 de dez. De 2023.
- DOLABELA, F.; **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, C. J.; **Transformando ideias em negócios**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 9ª reimpressão.

DORNELAS, J.; **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. Disponível em: [https://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/arquivos/empreendedorismo\\_na\\_pratica.pdf](https://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/arquivos/empreendedorismo_na_pratica.pdf). Acesso em: 05 de fev. de 2024.

DRUCKER, P. F.; **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

DUARTE, R.; Pesquisa qualitativa: reflexões sobre trabalho de campo. **Cadernos de Pesquisa**. n. 115, p. 139-154. São Paulo, 2002.

EMPREENDEDEDORISMO Feminino: o que é, desafios e ideias. **FIA Business School**, 2022. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 9 de jul. de 2023.

EUGÊNI, M.; Conceito de empreendedorismo: Entenda o que é e como aplicar. **DLoja Virtual**. Rio Grande do Sul, 2023. Disponível em: <https://dlojavirtual.com/dicas/conceito-de-empreendedorismo-2/>. Acesso em: 8 de jul. de 2023.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, 1999. Disponível em: <http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/3402005.pdf>. Acesso em: 15 de jun. de 2023.

FILION, L. J.; **Visions et relations**: Clefs du succès de l'entrepreneur. Montreal: Les Éditions de l'Entrepreneur, 1991.

FILION, L.; Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo. v. 34, n. 2, 1999. Disponível em: [\(PDF\) Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios | Sherfenson Figueira - Academia.edu](#). Acesso em: 13 de out. de 2023.

FILION, Louis J.; From entrepreneurship to entrepreneurship. **In: ICSB WORLD CONFERENCE**. San Francisco: ICSB, 1997. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/2432438\\_From\\_Entrepreneurship\\_to\\_Entrepreneurology](https://www.researchgate.net/publication/2432438_From_Entrepreneurship_to_Entrepreneurology). Acesso em: 13 de out. de 2023.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **A mudança do cenário do empreendedorismo feminino**. 2009. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/news/the-changingwomen%27s-entrepreneurship-landscape>. Acesso em: 12 de nov. de 2023.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**, 2017. Curitiba: IBQP, 2018. Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20-%20Brasil%202018%20-%20web.pdf>. Acesso em: 26 de dez. De 2023

GIL, A. C.; **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A.C.; **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HISRICH, R. D; PETERS, M. P; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2022. PANORAMA**. Rio Grande do Norte, 2023. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/pau-dos-ferros/panorama>. Acesso em 15 de jul. de 2023.
- JONATHAN, E. G.; Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em estudo**. Maringá, 2005, v. 10, n. 3. Disponível em: [www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf](http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf). Acesso em: 17 de jun. de 2023.
- JUNTO, T.; Conheça tudo sobre empreendedorismo feminino-Aliança empreendedora. **Tamo Junto**. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://tamojunto.aliancaempreendedora.org.br/empreendedorismo-feminino-2/>. Acesso em: 17 de jun. de 2023.
- LEITE, E.; **O Fenômeno do Empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=ZStrDwAAQBAJ&pg=PT6&hl=pt-BR&source=gbs\\_toc\\_r&cad=2#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=ZStrDwAAQBAJ&pg=PT6&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 13 de out. de 2023.
- MACHADO, H. V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **ERA eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-22, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/raeel/a/VTYfdZ9q5CXCcwyqszqtS6M/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 8 de jul. de 2023.
- MACKENZIE. Porque o empreendedorismo feminino cresce no Brasil?. **Blog Mackenzie**, 2020. Disponível em: <https://blog.mackenzie.br/mercado-carreira/mercado-de-trabalho/porque-o-empreendedorismo-feminino-cresce-no-brasil/#:~:text=Maior%20representatividade%20feminina%20em%20posi%C3%A7%C3%B5es,al%C3%A9m%20de%20inspirar%20outras%20mulheres>. Acesso em: 11 de out. de 2023.
- MAGALHÃES, G.; Empreendedorismo ainda é alternativa de renda para mães. 2022. **Gazeta de São Paulo**. Disponível em: <https://www.gazetasp.com.br/brasil/empreendedorismo-ainda-e-alternativa-de-renda-para-maes/1106980/>. Acesso em: 05 de fev. de 2024.
- MCDANIEL, B. A. A; Survey on Entrepreneurship and Innovation. **The Social Science Journal**. v. 37, p. 277-284, 2000. Disponível em: [A survey on entrepreneurship and innovation \(researchgate.net\)](https://www.researchgate.net/publication/228111111). Acesso em: 13 de out. de 2023.
- MENEZES, L.C.M.; **Gestão de Projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MOURA, C. V. C.; SILVA, M. V.; YAMAGUCHI, N. Y.; Empreendedorismo: Histórias que motivam, despertam e encantam. **Anuário da Produção Acadêmica Docente**, São
- NORTE, T. RN cria programas para fomentar empreendedorismo jovem e feminino. **Tribuna do Norte**. Natal, 2023. Disponível em: <https://tribunadonorte.com.br/natal/rn-cria-programas-para-fomentar-empreendedorismo-jovem-e-feminino/>. Acesso em: 05 de fev. de 2023.

OLIVEIRA, M. M.; **Como fazer pesquisa qualitativa**. 5. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2013. Paulo, v.5, n. 12, p. 165-169, nov. 2012. Disponível em: <https://repositorio.pgsskroton.com/bitstream/123456789/1465/1/Artigo%2011.pdf>. Acesso em: 16 de jun. de 2022.

PAZ, L; RN: mulheres lideram 35% dos negócios. **Tribuna do Norte**. Natal, 2023. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/rn-mulheres-lideram-35-dos-negocios/557248#:~:text=RN%3A%20mulheres%20lideram%2035%25%20dos,2023%20%2D%20Not%C3%ADcia%20%2D%20Tribuna%20do%20Norte&text=Estudo%20publicado%20pe%20o%20Servi%C3%A7o%20Brasileiro,participa%C3%A7%C3%A3o%20feminina%20chega%20a%2034%25>. Acesso em: 8 de jul. De 2023.

SANTOS, P. C. F.; **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/91191/247610.pdf>. Acesso em: 13 de out de 2023.

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

SCHUMPETER, J. A.; **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. Tradução: Redvers Opie. São Paulo: Nova Cultura, 1997. Disponível em: [https://www.ufjf.br/oliveira\\_junior/files/2009/06/s\\_Schumpeter\\_Teoria\\_do\\_Developim ento\\_Econ%C3%B4mico\\_Uma\\_Investiga%C3%A7%C3%A3o\\_sobre\\_Lucros\\_Capital\\_Cr%C3%A9dito\\_Juro\\_e\\_Ciclo\\_Econ%C3%B4mico.pdf](https://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2009/06/s_Schumpeter_Teoria_do_Developim ento_Econ%C3%B4mico_Uma_Investiga%C3%A7%C3%A3o_sobre_Lucros_Capital_Cr%C3%A9dito_Juro_e_Ciclo_Econ%C3%B4mico.pdf). Acesso em: 22 de jul. de 2023.

SCHUMPETER, J. A.; **The Theory of Economic Development**. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1934.

SCHUMPETER, J. A; **The Essential Joseph Schumpeter**. São Paulo: Faro Editorial, 2021.

SEBRAE. Disciplina de Empreendedorismo. **Manual do Aluno**. São Paulo, 2006.

SEBRAE. Empreendedorismo Feminino no Brasil. **Relatório Especial**. Março 2019. Acesso em: 15 de nov. de 2023.

SEBRAE. Mulher MEI: somos fortes, somos empreendedoras. **Portal SEBRAE**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mulher-mei-somos-fortes-somos-empreendedoras,d035f883f14a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 27 de dez. de 2023.

SEBRAE; Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades. **SEBRAE Minas**, Minas Gerais, 2019. Disponível em: <https://sebraemg.com.br/empreendedorismo-feminino-desafios-e-oportunidades/>. Acesso em: 8 de jul. de 2023.

SEBRAE; SEBRAE DELAS: Programa que incentiva, apoia e fortalece o empreendedorismo feminino em Pernambuco. **Portal SEBRAE**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/sebraeaz/sebrae->

[delas,7ae7afecbbe7710VgnVCM100000d701210aRCRD#location-modal](#). Acesso em: 14 de jul. de 2023.

SILVA, P. M. M.; et al. A resiliência no empreendedorismo feminino. **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade**. Natal, 2019. v.13, n.34.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T.; Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**. v. 7, n. 3, 2008. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/facesp/article/view/127>. Acesso em: 15 de nov. de 2023.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S.; Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 2016. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/855/696>. Acesso em: 13 de out. de 2023.

TORRES, V.; Empreendedorismo Feminino: Importância e desafio. **Contabilizei.blog**. Curitiba, 2022. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 17 de jun. de 2023.

VERGARA, S. C; **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1998. Disponível em: [PROJETOS E RELATORIOS DE PESQUISA EM ADMINISTRACAO - SYLVIA CONSTANT VERGARA - Google Livros](#). Acesso em: 15 de jul. de 2023.

VIECELI, L.; Mulheres donas de negócios batem recorde no Brasil. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2023/03/mulheres-donas-de-negocios-batem-recorde-no-brasil.shtml>. Acesso em: 14 de jul. de 2023.

## APÊNDICE I

### Questionário

**1º) Nome?**

---

**2º) Você está familiarizada com o conceito de empreendedorismo feminino local?**

- Sim
- Não
- Não tenho certeza

**3º) Há quanto tempo você está envolvida no empreendedorismo feminino?**

- Menos de um ano
- De 1 a 5 anos
- De 5 a 10 anos
- Mais de 10 anos

**4º) A partir da sua visão, quais os benefícios do empreendedorismo feminino local para a comunidade de acordo com as opções elencadas?**

- Empoderamento das mulheres
- Estímulo à economia local
- Inovação e diversidade no mercado
- Conquista de espaço no mercado
- Estímulo a igualdade de gênero

**5º) Qual o seu ramo de atuação?**

- Confeitaria
- Dona de estabelecimento
- Maquiagem
- Revenda
- Vendas
- Contabilidade
- Artesã
- Salão de beleza
- Estética em geral

**6º) Você é Microempreendedor Individual (MEI)?**

- Sim
- Não

**7º) Qual é o porte da sua empresa atualmente?**

- Solopreneur (Empreendedora solo)
- Microempresa (Até 5 funcionários)
- Pequena (De 6 a 20 funcionários)
- Média empresa (De 21 a 100 funcionários)

**8º) Como se dá o processo de compra com o fornecedor?**

- Internet (Websites e redes sociais)
- Representante
- Distribuidora
- Fábrica

**9º) Como é realizado a(s) forma(s) de pagamento(s) com seus fornecedores?**

- Cartão de credito
- Pix
- Cheque
- Boletto
- Dinheiro em espécie

**10º) Aproximadamente, qual era o seu faturamento mensal quando iniciou seu negócio?**

- Menos de um salário-mínimo
- Um salário mínimo
- Até dois salários-mínimos
- Mais de dois salários-mínimos

**11º) Aproximadamente, qual o seu faturamento mensal atual?**

- Menos de um salário-mínimo
- Um salário menino
- Até dois salários-mínimos
- Mais de dois salários-mínimos

**12º) De forma geral, como você classifica seu rendimento ao longo dos anos?**

- Nada satisfeita
- Pouco satisfeita
- Neutra
- Satisfeita
- Muito satisfeita

**13º) Quais foram as principais dificuldades enfrentadas no início do seu negócio?**

- Falta de capital inicial
- Pouco conhecimento
- Dificuldade de acesso a financiamento
- Concorrência acirrada
- Dificuldade de encontrar clientes

**14°) Quais das seguintes dificuldades você já superou ao longo do seu empreendimento?  
(Selecione todas as opções relevantes).**

- Falta de capital
- Desafios de marketing e vendas
- Concorrência acirrada
- Dificuldades em encontrar fornecedores
- Dificuldade em gerir equipes

**15°) A quão satisfeita você está com sua trajetória no empreendedorismo feminino até os dias atuais?**

- Nada satisfeita
- Pouco satisfeita
- Neutra
- Satisfeita
- Muito satisfeita

**16°) Você tem algum conselho para outras mulheres que desejam iniciar um negócio próprio?**