

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DO PERFIL COM AS MULHERES EMPREENDEDORAS DE FRUTAL – MG

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: A COMPARATIVE CASE STUDY WITH WOMEN ENTREPRENEURS FROM FRUTAL – MG

Recebido em 25.05.2021 Aprovado em 14.09.2021
Avaliado pelo sistema *double blind review*

DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v9i2.50171>

Jamile de Campos Coleti

jamile.coleti@uemg.br

Departamento de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas/ Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG),
Frutal/Minas Gerais, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-6620-2874>

Juliana Silva

juliana_ssilvaa@outlook.com

Departamento de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas/ Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG),
Frutal/Minas Gerais, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-2450-7792>

Lorena Silva Morais

lorena.ssilvaa@hotmail.com

Departamento de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas/ Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG),
Frutal/Minas Gerais, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-8282-326X>

Resumo

Objetivos: Analisar o perfil das mulheres empreendedoras da cidade de Frutal – MG e identificar os desafios enfrentados para abertura do empreendimento e a relação deles com a questão de gênero. **Método:** Pesquisa descritiva com abordagem qualiquantitativa delineada em um estudo de caso. **Resultados:** As mulheres empreendedoras participantes do estudo demonstram características essenciais ao indivíduo que pretende se tornar empreendedor. **Conclusão:** As mulheres empreendedoras participantes do estudo atendem as recomendações descritas na literatura do assunto em relação ao perfil empreendedor, o que, por sua vez, aumenta as chances do empreendimento alcançar resultados positivos.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho. Perfil empreendedor.

Abstract

Objectives: To analyze the profile of women entrepreneurs in the city of Frutal – MG and identify the challenges faced in opening the enterprise and their relationship with the issue of gender. **Method:** Descriptive research with a qualitative and quantitative approach outlined in a case study. **Results:** Women entrepreneurs in the study demonstrate essential characteristics to the individual you want to become an entrepreneur. **Conclusion:** Women entrepreneurs in the study meet the recommendations outlined in the subject of the literature regarding the entrepreneurial profile, which in turn increases the chances of the project achieving positive results.

Keywords: Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Job market. Entrepreneur profile.

Introdução

Este estudo discorre sobre o tema gestão de micro e pequenas empresas com foco no empreendedorismo e visa entre outros aspectos promover uma reflexão acerca da participação feminina neste contexto.

De um modo geral define-se empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou empreendimento, seja este uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento já existente. Iniciativa esta, que pode ser de responsabilidade individual, coletiva ou por empresas já estabelecida em algum segmento do mercado (GEM, 2018).

Nesta perspectiva, entende-se como empreendedor aquele que faz as coisas acontecerem, ou seja, promove a ação de transformar a ideia em realidade e possui essa visão futura da organização (DORNELAS, 2012).

Estudiosos do assunto descrevem os chamados empreendedores como aqueles que exercem a função de atender às necessidades mutantes da sociedade, auxiliando o crescimento do mercado. Os empreendedores não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento (CHIAVENATO, 2007).

De acordo com a temática apresentada, o presente estudo buscou responder as seguintes questões norteadoras:

- 1) Quais as razões que levam uma mulher a empreender?
- 2) Como se define o perfil empreendedor das mulheres na cidade de Frutal?
- 3) Na perspectiva das participantes do estudo o empreendedorismo feminino lida com mais desafios quando comparado ao masculino?

Os objetivos gerais deste estudo consistem em analisar o perfil das mulheres empreendedoras da cidade de Frutal – MG.

Especificamente objetivou-se: Identificar as razões que motivaram as mulheres a empreender e, em qual segmento; caracterizar as empreendedoras quanto à trajetória profissional e de formação; identificar os principais desafios que as mulheres enfrentaram para empreender e, se estes estão relacionados à questão de gênero.

Revisão de Literatura

Para Longenecker, More e Petty (2004) o empreendedor deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades. Suas atitudes empreendedoras devem focar as pessoas e não somente as empresas, atitudes estas que são fundamentais para o sucesso ou o fracasso da empresa. Entre as características do empreendedor destaca-se: uma enorme necessidade de realização, uma disposição para assumir riscos moderados e uma forte autoconfiança.

Em resumo, o empreendedor tem a capacidade de enxergar objetivos com clareza e traçar planos para atingi-los em prazo pré-estabelecido, de identificar oportunidades nos locais mais improváveis (CUSTÓDIO, 2011).

Dornelas (2012) destaca ainda que o empreendedorismo surge pelas transformações que o mundo passou principalmente no século XX, quando foram criadas a maioria das invenções, por pessoas que possuíam uma visão futura e agiam para construir um novo negócio. Já no Brasil, o empreendedorismo cresceu e se popularizou a partir da década de 90 com a abertura da economia, o que propiciou a criação de diversos órgãos voltados para o tema.

Conforme o mesmo autor, o empreendedorismo no Brasil ganhou maior impulso com o surgimento de entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Até então, os ambientes políticos e econômico não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora (DORNELAS, 2012).

Custódio (2011) explica que o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), foi criado para dar apoio aos pequenos empresários ou cidadãos comuns que querem abrir o próprio negócio. Entre as atividades desenvolvidas pelo referido órgão está a prestação de assessoria e suporte aos brasileiros na difícil tarefa de empreender no Brasil. A partir do surgimento do órgão SEBRAE o termo empreendedor se popularizou e alcançou todas as classes da população.

Assim, como o SEBRAE a Softex também é uma entidade que foi fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil apoiando o desenvolvimento do empreendedorismo em software. A entidade foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia (CUSTÓDIO, 2011).

Além das organizações citadas acima, é importante destacar os programas e ações voltadas à capacitação do empreendedor, como por exemplo, o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal com o objetivo inicial de estimular o desenvolvimento das MPE (Micro e Pequenas Empresas) e promover a manutenção e geração de postos de empregos e, capacitação para gestão empresarial.

Atualmente o Brasil possui uma quantidade expressiva de pequenos empreendedores que participam ativamente da geração de riquezas do país, influenciando diretamente os negócios no Brasil.

Ressalta-se que uma das características marcantes do empreendedorismo brasileiro é a igualdade de gênero. No Brasil, homens (21,7% deles) e mulheres (20,3% delas) são igualmente ativos quanto às taxas específicas de empreendedorismo inicial, sendo que, as taxas específicas de empreendedorismo estabelecido segundo o gênero alcançam 21,3% entre os homens e 16,6% entre as mulheres (GEM, 2018).

Para Kobeissi (2010) o aumento do empreendedorismo feminino é bastante positivo, uma vez, que, contribui para o desenvolvimento econômico e redução da pobreza.

A análise das publicações que tratam do tema permite-nos observar que nas últimas décadas o mercado de trabalho tem passado por grandes transformações, e, neste contexto as mulheres têm alcançado maior protagonismo em diversos segmentos de atuação, ocupando lugar de destaque no empreendedorismo.

Nesta perspectiva, ressalta-se que o empreendedorismo tem sido considerado uma importante alternativa de geração de trabalho e renda para as mulheres uma vez, que, as oportunidades no mundo corporativo que garantissem estabilidade e flexibilidade para este público sempre foram bastante limitadas. Nesta perspectiva, o empreendedorismo feminino tornou-se uma opção para que as mulheres pudessem ter controle sobre o seu tempo, seu futuro e destino profissional, bem como, uma solução para os dilemas e conflitos relativos ao acúmulo de tarefas dentro e fora do trabalho (GOMES, GUERRA, VIEIRA, 2011).

Amorim e Batista (2014) ressaltam que o empreendedorismo feminino está em evidência, por conta do processo de feminização do mercado de trabalho, ocorrendo, assim, um aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres.

De acordo com a literatura, o aumento da participação feminina no empreendedorismo está relacionado à expansão da participação das mulheres no mercado de trabalho, bem como, ao menor número de filhos que estão tendo, à redução do tamanho da família, ao crescimento do número de casais sem filhos, famílias unipessoais, a urbanização e a maior escolaridade (LOIOLA, 2016).

Além dos aspectos acima, o crescimento do número de mulheres no mundo empreendedor revela a modificação na composição das empresas ao longo dos últimos dois anos, nesse período a quantidade de homens e mulheres que abriram novas empresas no país se manteve estável e o número de homens é pouco maior que o de mulheres, com uma nova conotação, principalmente frente a micro e médio empreendimento (QUERINO; DOMINGUES; LUZ, 2013).

Dados da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), realizado com 49 nações assinalam que o Brasil atualmente é o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras.

Segundo o SEBRAE – Serviço de Apoio as Pequenas e Micro Empresas nos últimos dois anos, a proporção de **mulheres** empreendedoras que são **“chefes de domicílio”** passou de 38% para 45%. Com o avanço, a atividade empreendedora passou a conferir às donas de negócio a principal posição em casa, superando o percentual de mulheres na condição de cônjuge (situação verificada quando a principal renda familiar provém do marido) (SEBRAE, 2019).

As mulheres empreendedoras representam hoje 48% dos microempreendedores individuais (MEI), atuando principalmente em atividades de beleza, moda e alimentação. Quanto ao local de funcionamento do negócio, 55,4% das MEI estão sediadas em casa (SEBRAE, 2019).

Em relação aos motivos que levam as mulheres a empreender, Floriano (2013) destaca que estas motivam-se, principalmente pela busca da realização e da felicidade de chegar ao ápice da sua competência e de ser capaz de mudar não apenas a sua vida, mas a vida dos que estão ao seu entorno também.

Conforme o mesmo autor, normalmente as empresas desenvolvidas e gerenciadas pelas mulheres buscam além do sustento das suas famílias promover melhorias na vida de pessoas que vivem em situações de miséria, de doença e até mesmo de violência (FLORIANO, 2013).

Importante destacar que os motivos pelos quais mulheres e homens resolvem empreender são semelhantes.

De acordo com a literatura, para os homens, a transição de uma antiga ocupação para um novo empreendimento é muitas vezes facilidade quando um empreendimento é um produto do atual emprego, uma atividade suplementar ou um hobby. Já as mulheres, por outro lado, frequentemente abandonam uma ocupação anterior com um alto nível de frustração com o emprego, bem como de entusiasmo com o novo empreendimento, em vez de experiência prática, o que torna a transição um pouco mais difícil. Na maioria das vezes, a maior motivação para que as mulheres empreendam é a busca por uma realização pessoal (HISRICH; PETERS, 2004).

De acordo com os mesmos autores, a forma de como as mulheres e homens preferem financiar seu empreendimento é diferente. Para eles, investidores, empréstimos bancários ou empréstimos pessoais, além dos recursos pessoais, são opções de financiamento do próprio negócio. Para elas, a lista de alternativas não vai além dos próprios bens e economias pessoais como fonte de capital inicial.

Por sua vez, a obtenção do sucesso dos empreendimentos femininos está diretamente relacionada ao planejamento. Isso, porque, as mulheres se planejam melhor e buscam entender mais o mercado onde atuam do que os homens. Ademais, as mulheres costumam se empenhar e dedicar mais tempo aos estudos, fator esse que possivelmente contribui para a posse de uma empresa (KOBESSI, 2010).

Segundo dados do SEBRAE (2019), em média as mulheres empreendedoras têm maior escolaridade que os empreendedores do sexo masculino.

Outro aspecto a ser observado neste contexto refere-se às dificuldades e preconceitos enfrentados pelas mulheres quando decidem empreender. Isso, porque, historicamente a presença da mulher neste cenário era considerada impossível. Assim, muitas mulheres precisam lidar com a falta de incentivo, discriminação de gênero, entre outros (FLORIANO, 2013).

Sobre as diferenças entre o estilo de empreender entre homens e mulheres Grzybovski et. al. (2002) argumenta que elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa.

De acordo com os autores, a mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão (GRZYBOVSKI et. al. 2002).

Como visto nos parágrafos acima o empreendedorismo feminino no Brasil tem ocupado lugar de destaque e contribuído de forma significativa para o desenvolvimento econômico e social do país.

Nesta perspectiva, acredita-se que estudos sobre este tema são relevantes para sociedade, pois o empreendedorismo feminino vem crescendo, principalmente no setor de serviços, onde as mulheres assumem o papel de empreendedoras, gerando emprego e renda, revelando que a multiplicidade de papéis desempenhados no ambiente familiar e profissional são desafios passíveis de serem superados (FRANCO, 2014).

Soma-se aos aspectos apresentados o fato deste possibilitar maior conhecimento acerca das características da mulher empreendedora, bem como, de suas motivações e limitações. Economicamente este estudo é importante, pois as informações resultantes dele poderão subsidiar o planejamento de outras atividades empreendedoras, relacionadas principalmente as formas de empreendedorismo existente e, as estratégias de gestão.

Em resumo, o desenvolvimento deste justifica-se pela importância do gênero feminino no cenário econômico e pelo perfil empreendedor que apresenta. Isso, porque, o empreendedorismo feminino contribui com o desenvolvimento econômico e social, ou seja, na geração de empregos e na expansão da economia.

Por fim, Oliveira, Souza e Neto (2010) reforçam a importância deste ao argumentarem que o papel desempenhado pelas mulheres à frente das micro e pequenas empresas, vem despertando o interesse de pesquisadores em compreender o crescimento do empreendedorismo feminino, pois é visível o quanto a participação feminina nos pequenos negócios tem proporcionado contribuições nas esferas econômica e social, levando-os a discutir quais as razões e fatores que influenciam as mulheres a gerenciarem os seus negócios de forma diferenciada dos empreendedores masculinos.

Procedimentos metodológicos

Trata-se de uma pesquisa descritiva com abordagem qualiquantitativa delineada em um estudo de caso.

Em geral, as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Esse tipo de pesquisa, possibilita ao investigador descrever um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, permitindo abranger, com exatidão, as características de um indivíduo, uma situação, ou um grupo, bem como desvendar a relação entre os eventos (GIL, 2006).

Em relação à análise qualiquantitativa dos resultados Gil (2006) ressalta que a utilização das duas abordagens permite a complementação das informações, o que, por sua vez, enriquece a análise e discussões finais. Entende-se, portanto, que a pesquisa qualitativa pode ser apoiada pela pesquisa quantitativa e vice-versa, possibilitando uma análise estrutural do fenômeno com métodos quantitativos e uma análise processual mediante métodos qualitativos.

Nesta perspectiva, a quantificação dos dados fortalece os argumentos e caracterizam-se como importantes indicadores par a análise qualitativa.

Por fim, o estudo de caso caracteriza-se pela investigação aprofundada de um determinado objeto, permitindo a aquisição de conhecimento da realidade e fenômenos estudados (VENTURA, 2007; YIN, 2015).

Trata-se, de uma estratégia de pesquisa que possui uma vantagem específica quando: “faz-se uma questão tipo ‘como’ ou ‘por que’ sobre um conjunto contemporâneo de acontecimentos do qual o pesquisador tem pouco ou nenhum controle”.

De acordo com os autores a vantagem de se utilizar o estudo de caso está na possibilidade de explorar processos sociais à medida que eles se desenrolam nas organizações”, permitindo uma análise processual, contextual e longitudinal das várias ações e significados que se manifestam e são construídas dentro delas.

Visando atender aos objetivos propostos, na primeira parte deste estudo utilizou-se a pesquisa bibliográfica a fim de obter um conhecimento prévio da situação em que se encontra um assunto na literatura da área, e, em seguida utilizou-se a metodologia do estudo de caso.

Caracterização do cenário da pesquisa

O estudo foi realizado com mulheres empreendedoras da cidade de Frutal – Minas Gerais.

Fundado em 04 de outubro de 1887, Frutal é um município brasileiro do interior do estado de Minas Gerais, Região Sudeste do país. Localiza-se na microrregião de mesmo nome. A cidade é grande produtora de abacaxi, cana, grãos, além de ser um dos polos em educação do estado.

De acordo com estimativas do IBGE referente ao ano de 2020, o município de Frutal contava com 53.468 munícipes.

Em relação ao território e ambiente os dados assinalam que a cidade apresenta 87.7% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 94.7% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 12.6% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). Quando comparado com os outros municípios do estado, fica na posição 106 de 853, 34 de 853 e 547 de 853, respectivamente. Já quando comparado a outras cidades do Brasil, sua posição é 565 de 5570, 961 de 5570 e 2516 de 5570, respectivamente (IBGE, 2020).

Em 2018, o salário médio mensal era de 2.3 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 22.5%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 81 de 853 e 125 de 853, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 1019 de 5570 e 1049 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 30.2% da população nessas condições, o que o colocava na posição 752 de 853 dentre as cidades do estado e na posição 4635 de 5570 dentre as cidades do Brasil (IBGE, 2020).

Tamanho da amostra

Participaram do estudo 40 mulheres empreendedoras residentes na cidade de Frutal – MG.

Coleta e análise dos dados

A coleta de dados foi realizada por meio do envio de questionários para o e-mail dos entrevistados, sendo que este método de coleta de dados pode ser classificado segundo Mattar (2008) como questionário auto preenchido, em que o pesquisado lê o instrumento e o responde diretamente sem a intervenção do entrevistador.

Para coleta de dados foi utilizado um questionário (ANEXO 1) elaborado pelos próprios pesquisadores composto de seis categorias, a saber:

Categoria 1 – Perfil da empreendedora

Categoria 2 – O empreendimento

Categoria 3 – Fatores que motivaram a abertura do negócio

Categoria 4 – Planejamento do negócio

Categoria 5 – Características empreendedoras

Categoria 6 – Dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora

A categoria 7 por sua vez, é composta de dezesseis questões segundo a escala *Likert* destinadas a avaliar o grau de concordância e discordância das participantes da pesquisa em relação a cada item, a saber: concordo completamente (5), concordo parcialmente (4), não sei responder (3), discordo parcialmente (2) e discordo completamente (1).

A escala *Likert* (que têm o nome do criador, o cientista social estadunidense Rensis Likert) são populares por serem uma das formas mais confiáveis de medir opiniões, percepções e comportamentos. Desenvolvida nos Estados Unidos na década de 30, e ao contrário de uma pergunta na qual se escolhe entre o sim e o não, questões construídas a partir da escala *Likert* apresentam uma afirmação auto descritiva e, em seguida, oferecem como opção de resposta uma escala de pontos com descrições verbais que contemplam extremos – como “concordo totalmente” e “discordo totalmente” (VIEIRA e DALMORO, 2013).

A escala *Likert* requer que os entrevistados indiquem seu grau de concordância ou discordância com declarações relativas à atitude que está sendo medida. A cada item de resposta é atribuído um número que reflete a direção da atitude dos respondentes em relação a cada afirmação. A pontuação total da atitude de cada respondente é dada pela somatória das pontuações obtidas para cada afirmação. A cada item foi atribuída uma escala qualitativa e outra quantitativa.

Os dados foram tabulados e, após, obtidos os resultados, submetidos à interpretação. Os resultados foram apresentados em forma de tabelas e gráficos.

Apresentação e análise dos resultados

Os dados foram coletados por meio da aplicação de questionário junto a 40 (mulheres) empreendedoras da cidade de Frutal – MG. O questionário busca identificar as seguintes variáveis: Perfil da empreendedora; o empreendimento; fatores que motivaram a abertura do negócio; planejamento do negócio; características empreendedoras; dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora e através da escala *Likert* avaliar o grau de concordância e discordância das participantes da pesquisa em relação a cada item.

A Figura 1 reúne as características das participantes da pesquisa em relação a escolaridade da paciente.

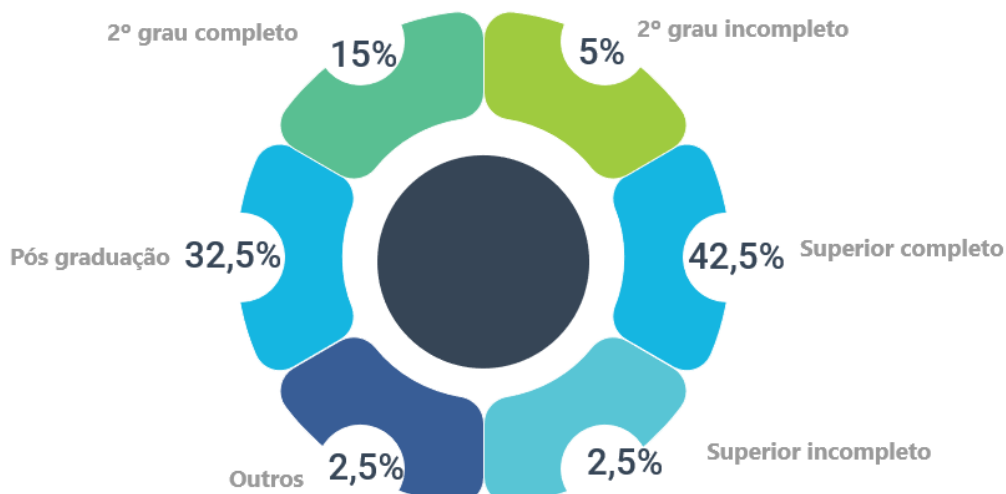


Figura 1 - Grau de escolaridade das participantes da pesquisa
 Fonte: Elaborado pelas autoras

Como demonstra a Figura 1, em relação a escolaridade, 42,5% referem possuir curso de graduação completo, seguido de 32,5% com pós-graduação. Dados estes que demonstram alto nível de escolaridade entre as participantes do estudo.

O alto nível de escolaridade das participantes do estudo vai de encontro ao descrito na literatura que aponta que as mulheres empreendedoras possuem um nível de escolaridade superior aos empreendedores masculinos (SEBRAE, 2020).

Importante salientar que, embora as mulheres tenham maior escolaridade isso ainda não lhes garantem maior ganho salarial, conforme apontado em pesquisa desenvolvida pelo Sebrae em que foi identificado que 37,5% das mulheres concluíram uma pós-graduação, contra 15% dos homens, e, que, estas ganham 22% menos que os homens atuando no mesmo ramo de negócio.

Na Figura 2 é apresentado a faixa etária das mulheres participantes do estudo.

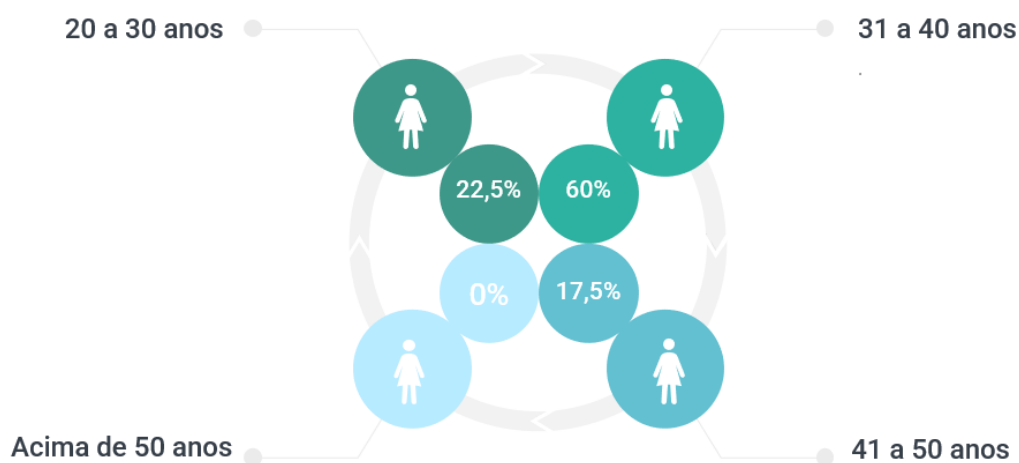


Figura 2 - Faixa etária das participantes
 Fonte: Elaborado pelas autoras

Como visto na Figura anterior, a faixa etária predominante vai de 31 a 40 anos de idade, seguida da faixa etária de 20 a 30 anos. Em relação ao estado civil constatou-se que 55% das participantes do estudo são casadas e 30% solteiras, conforme Figura 3.

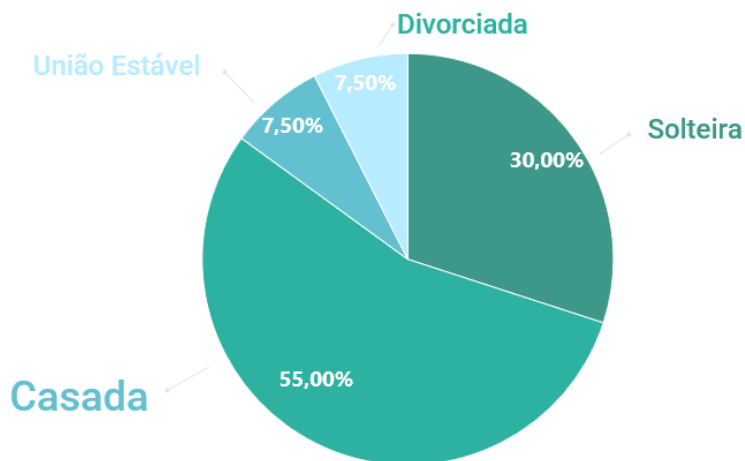


Figura 3 - Estado civil das participantes do estudo
Fonte: Elaborado pelas autoras

Dentre as participantes 55% relatam terem filhos e 62,5% não são responsáveis pelo sustento da família, como demonstra a Figura 4.

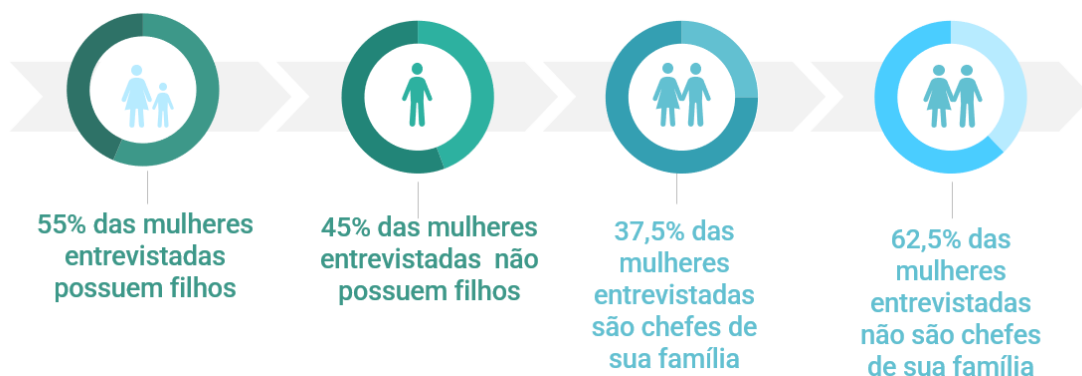


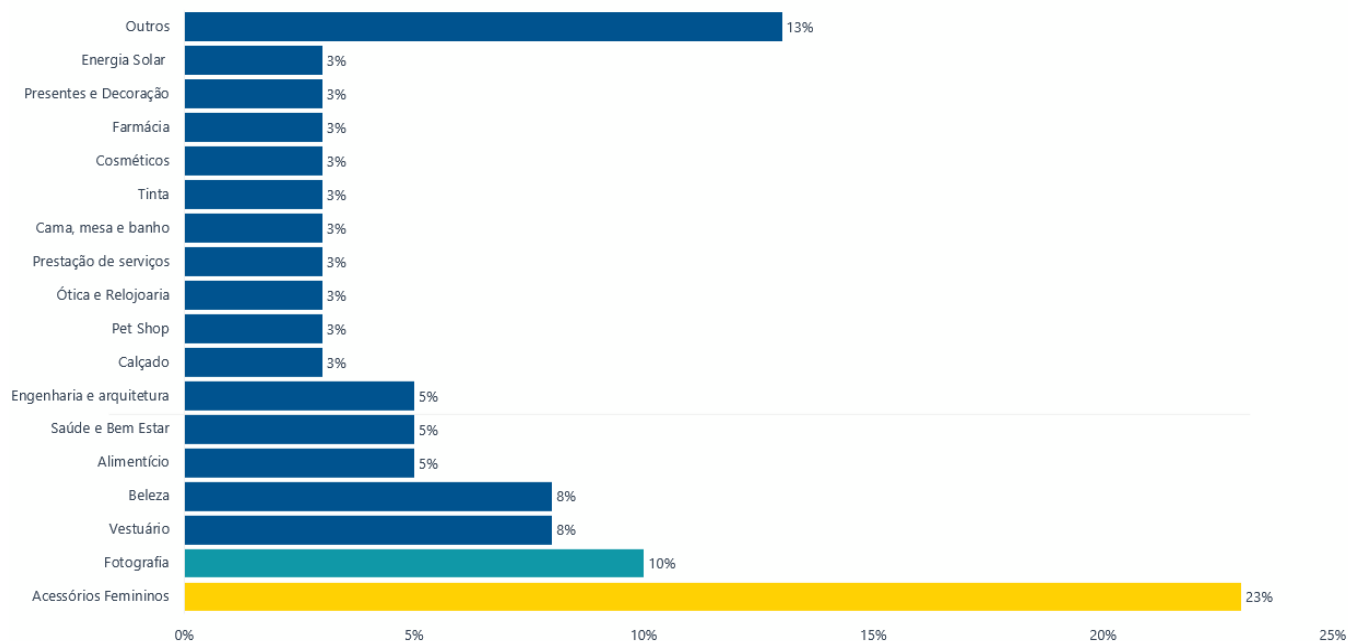
Figura 4 - Percentual de empreendedoras com filhos e chefe de família
Fonte: Elaborada pelas autoras

Resultados semelhantes aos apresentados foram obtidos em estudo desenvolvido por Silva e Santos (2018) onde concluíram que entre as participantes do estudo na análise do estado civil e da maternidade, 8 eram casadas, uma vive em união estável e apenas uma é solteira. Seis delas são mães, sendo 3 mães de crianças e 3 mães de jovens ou adultos, e apenas uma possui netos. No que diz respeito à escolaridade, a maioria teve acesso ao Ensino Superior, apresentando nível de escolaridade superior às médias do estado e do país, em que o primeiro grau incompleto é o mais comumente encontrado.

As participantes da pesquisa foram questionadas sobre o ramo de atuação do empreendimento, como descrito no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Total de empreendimento segundo ramo de atuação

Fonte: Elaborado pelas autoras



Dentre o ramo de atuação das empreendedoras participantes do estudo 22,5% são da área de acessórios, seguido de 12,5% não considerados neste estudo e 10% na área de fotografia.

Ressalta-se, que não foi identificado nenhum empreendimento na área agrícola, artesanato, estética e produtos de limpeza.

Estes resultados vão de encontro as afirmações de Longenecker et al. (2011) que relata que empreendedoras ainda possuem o foco de suas empresas na prestação de serviços.

Na Figura 5 é apresentado o percentual dos empreendimentos segundo tempo de atuação, e na Figura 6, enquadramento empresarial.

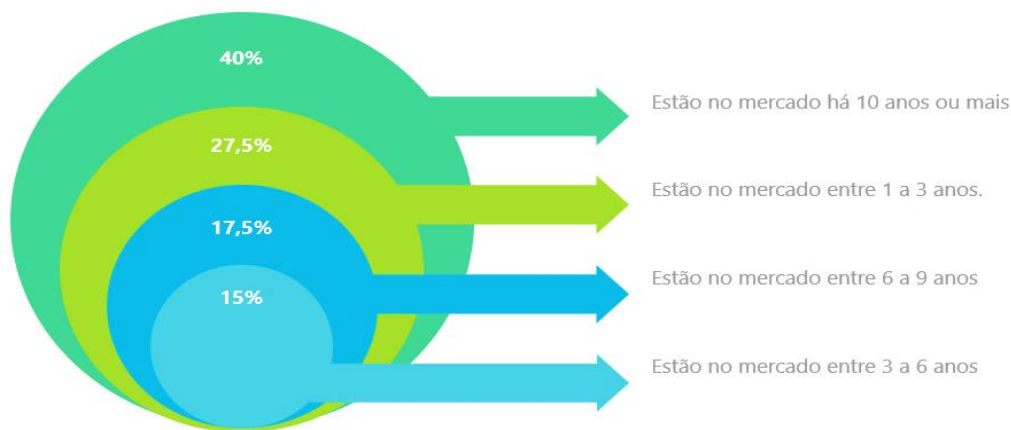


Figura 5 - Tempo de atuação do empreendimento

Fonte: Elaborado pelas autoras

Em relação ao tempo de atuação do empreendimento, observou-se que 40% destes estão no mercado há 10 anos ou mais, 27,5% de 1 a 3 anos, 17,5% de 6 a 9 anos e 15% de 3 a 5 anos como descrito no Gráfico 2, demonstrando assim, uma estabilidade destas no mercado.

Os dados acima permitem-nos considerar que as mulheres empreendedoras executam suas atividades de tal forma que as possibilitem manterem-se no mercado alcançando maior estabilidade, gerando emprego e renda.



Figura 6 - Enquadramento empresarial do empreendimento

Fonte: Elaborado pelas autoras

Como descrito acima 37,5% das empresas enquadram-se na categoria MEI (Microempreendedor Individual), ou seja, trata-se de empresas com um único sócio proprietário cujo faturamento não pode ultrapassar a marca de R\$ 81.000,00 anuais.

Outras características analisadas em relação ao empreendimento refere-se a presença de um ou mais sócios e, se, diante da existência destes qual o sexo do mesmo. Assim, entre as participantes da pesquisa apenas 8 (20%) relatam trabalhar em regime de sociedade sendo, que, entre os sócios, predomina-se a população feminina.

Em relação à quantidade de funcionários que trabalham no empreendimento constatou-se que em algumas empresas a proprietária atua sozinha, mas, que em sua maioria o quadro de funcionários é composto por cerca de 1 até 40 colaboradores.

A Figura 7 apresenta os resultados obtidos em relação ao tempo que as mulheres empreendedoras se dedicam ao empreendimento, a família e a elas mesmas considerando 24 horas.

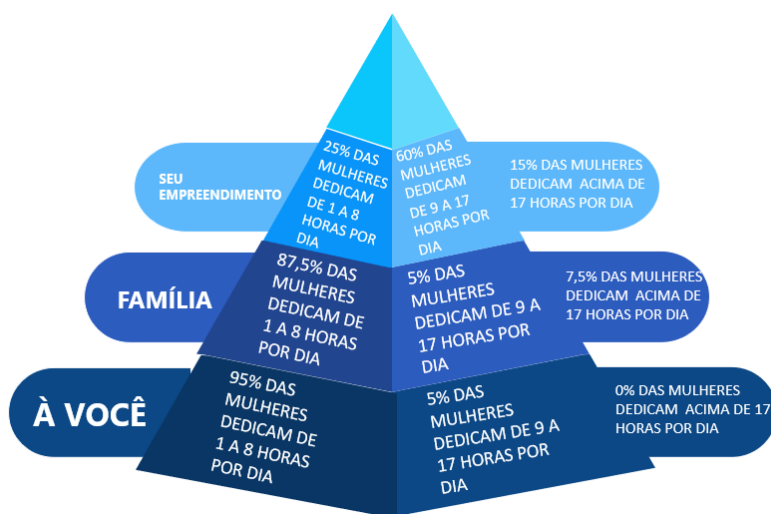


Figura 7 - Tempo de dedicação da empreendedora

Fonte: Elaborado pelas autoras

A análise dos resultados referente à Figura 7 demonstram que as mulheres participantes do estudo dedicam a maior parte do seu tempo ao empreendimento cerca de 9 a 17 horas diárias (60%), seguido do tempo dedicado a ela mesma (89%) e do tempo dedicado a família (87,5%) que corresponde a uma média de 1 a 8 horas diárias.

Dados estes que refletem uma dificuldade de conciliar as atividades do trabalho, com a família e os cuidados e interesses pessoais.

Após definição das características do empreendimento, buscou-se analisar os fatores que motivaram a abertura do negócio.

Para Borges, Barroso e Moreira (2012) uma das motivações que leva um indivíduo a empreender é a independência financeira, não necessariamente a mais importante. Em algumas situações existe no imaginário desta pessoa o desejo de ter o seu próprio negócio, assumir riscos, demonstrar seu potencial a sociedade, aplicar o seu conhecimento do mercado, desenvolver novas habilidades (técnicas, humanas e estratégicas) e superar desafios, como também, poderá existir a ausência de oportunidades.

Os resultados obtidos neste estudo são apresentados na Figura 8.

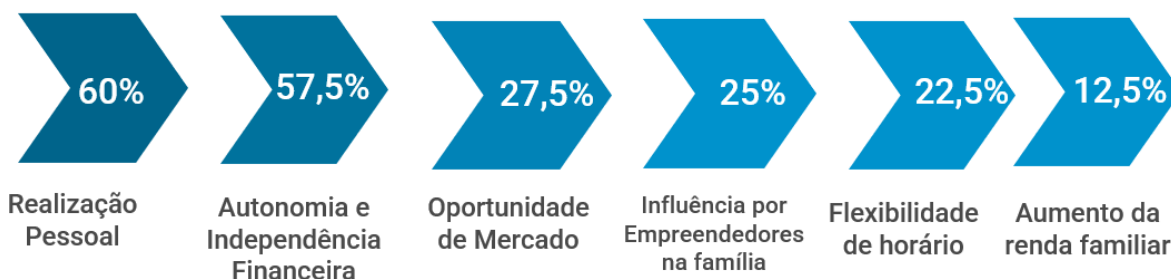


Figura 8 - Fatores que motivaram a abertura do negócio

Fonte: Elaborado pelas autoras

Os dados obtidos com esta questão permitem-nos observar que as empreendedoras tiveram como motivação principal para abertura do negócio a realização pessoal (60%) e a autonomia e independência financeira (57,5%).

Estes resultados vão de encontro aos achados da pesquisa realizada por Silva e colaboradores (2018) com o objetivo de analisar como está o movimento empreendedorismo feminino no Brasil, onde as autoras concluíram que mesmo em meios aos conflitos ainda vivenciados neste contexto, as mulheres empreendedoras têm conseguido conciliar o querer profissional com a vida pessoal, vencendo assim as desigualdades impostas pelo mercado de trabalho.

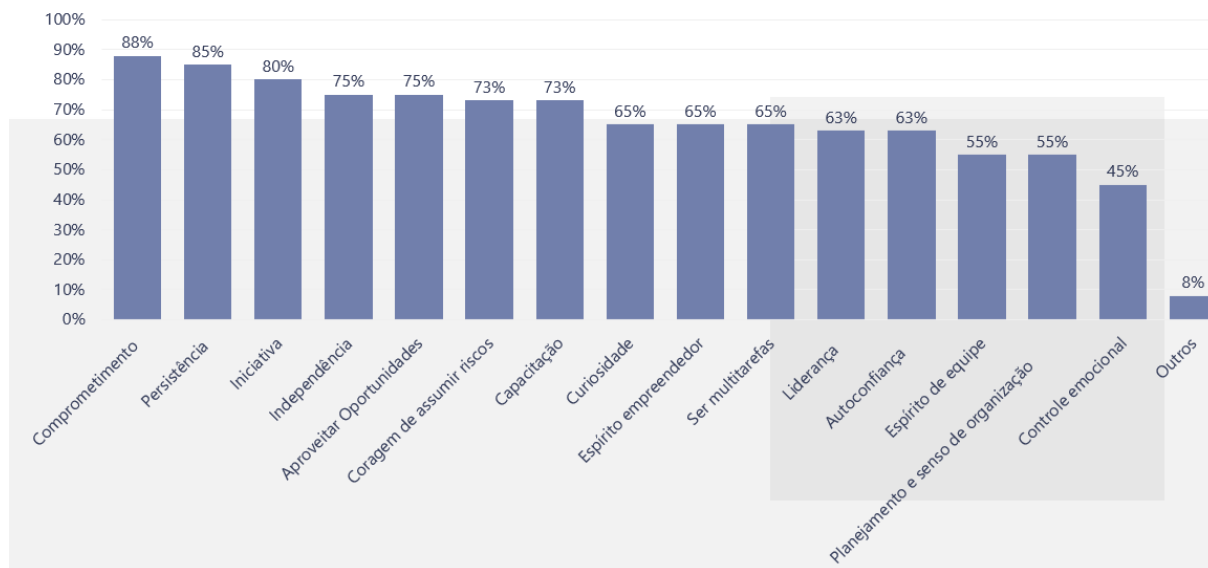
Sobre este aspecto Silva e Santos (2018) destacam que na maioria dos casos os fatores que levam as mulheres a empreenderem, são alguma oportunidade que tiveram no decorrer de suas trajetórias, sem muito planejamento, e enxergaram no negócio uma forma de realização pessoal ou profissional.

A análise das características referentes ao perfil empreendedor revelou a prevalência das seguintes variáveis: comprometimento (87,5%), persistência (85%), iniciativa (80%), independência e saber aproveitar as oportunidades (75%) respectivamente, sentir-se capacitada e coragem para assumir riscos ambas com (72,5%) e espírito empreendedor e considerar-se capaz de desenvolver multitarefas (65%) respectivamente.

Os percentuais das outras características assinaladas pelas participantes do estudo são apresentados no Gráfico 2.

Gráfico 2 - Características empreendedoras das participantes da pesquisa

Fonte: Elaborado pelas autoras



As características predominantes permitem-nos considerar que as mulheres empreendedoras a que este estudo se refere atendem as recomendações descritas na literatura do assunto em relação ao perfil empreendedor.

Acredita-se que as características pessoais das mulheres as tornam únicas em sua forma de tocar o negócio, através de uma gestão participativa, descentralizada e pautada no cuidado, proporcionando-lhes certa facilidade na gestão dos conflitos vivenciados no dia a dia, incluindo os relacionados à convivência com empreendedores do gênero masculino (SILVA, SANTOS, 2018).

Sobre este aspecto, Fernandes, Campos e Silva (2013) argumentam que as mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento e vontade de ajudar. Essas características facilitam o relacionamento com clientes, parceiros e comunidade, entre outros. As mulheres têm a capacidade de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades, como conciliar lar, filhos, marido e trabalho.

Resultados semelhantes aos desta pesquisa foram observados por Longo et al., (2017) ao concluírem que as empreendedoras da cidade de Manhuaçu-MG possuem como características principais a proatividade na tomada de decisão, a dedicação, disciplina e persistência e, ainda buscam aprofundar o conhecimento sobre o ramo de atuação e as necessidades dos clientes, são simpáticas, autoconfiantes e flexíveis.

Entre os desafios e dificuldades vivenciados pelas mulheres no contexto do empreendedorismo destacam-se: dificuldades em conciliar vida pessoal e profissional (62,5%), seguido do preconceito e ausência da estabilidade econômica e política ambos com (30%) e, a demora do retorno financeiro destacado aqui por (25%) das mulheres.

O percentual de cada desafio e dificuldade é representado no Gráfico 3.

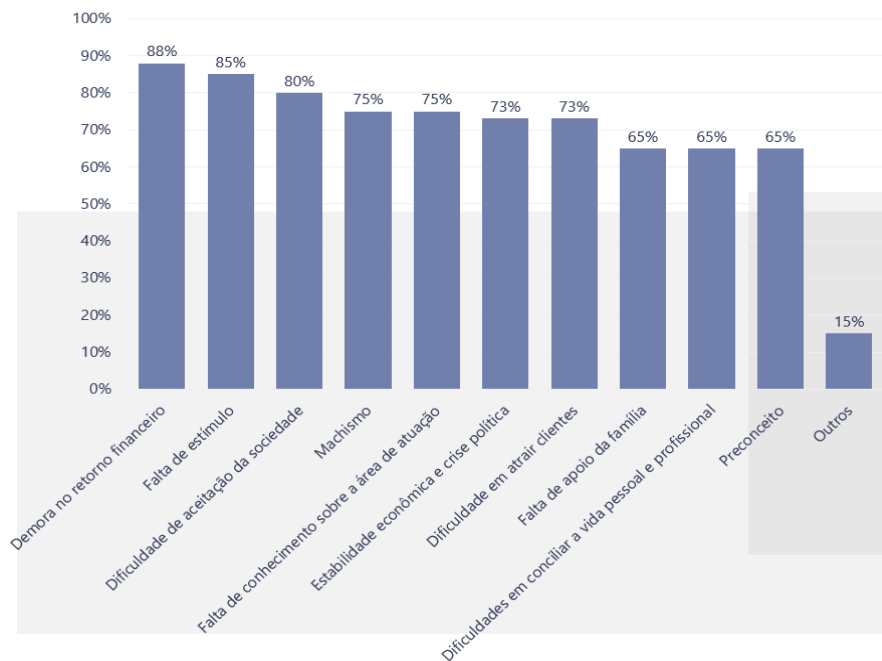


Gráfico 3 - Desafios e dificuldades vivenciados pelas participantes da pesquisa
 Fonte: Elaborado pelas autoras

Outras variáveis destacadas nesta questão foram à falta de apoio da família (15%) e o machismo ainda presente nesta área, tendo sido assinalado por (15%) das participantes.

Por fim, a última análise deste estudo objetivou avaliar através da escala *Likert* o grau de concordância e discordância das participantes da pesquisa em relação a cada item descrito. Os resultados são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 - Grau de concordância e discordância das participantes do estudo em relação às afirmações apresentadas segundo escala de *Likert*

Afirmativas	Concordo plenamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente
<i>Concordo que foi mais difícil abrir meu negócio por ser mulher</i>	2,5%	10,0%	32,5%	52,5%	
<i>Não sinto falta de apoio em lideranças femininas</i>	10,0%	25,0%	12,5%	30,0%	22,5%
<i>Não sinto que se eu fosse homem meu negócio se desenvolveria melhor.</i>	42,5%	7,5%	2,5%	15,0%	32,5%
<i>As vezes sinto dificuldade em equilibrar minha vida pessoal com a profissional.</i>	45,0%	35,0%		12,5%	7,5%
<i>Tenho medo constante de fracassar.</i>	12,5%	25,0%		20,0%	42,5%
<i>Foi fácil encontrar uma paixão e torná-la lucrativa.</i>	25,0%	42,5%		27,5%	5,0%
<i>Sinto dificuldades em delegar tarefas</i>	20,0%	17,5%		22,5%	35,0%
<i>Sinto dificuldades em ter apoio da minha família.</i>	20,0%	15,0%			65,0%
<i>Sinto que as vezes as minhas expectativas não são correspondidas de acordo com meu negócio</i>	5,0%	35,0%	5,0%	22,5%	32,5%

<i>A sociedade ainda acredita mais no empreendedorismo masculino.</i>	7,5%	22,5%	5,0%	27,5%	37,5%
<i>Não sofro com falta de credibilidade no meu trabalho.</i>	50,0%	30,0%		15,0%	5,0%
<i>Dificuldades em conciliar casamento, filhos e casa com a vida profissional.</i>	35,0%	27,5%	7,5%	17,5%	12,5%
<i>Tive inspiração em outras mulheres empreendedoras para abrir meu negócio.</i>	52,5%	27,5%	5,0%	7,5%	7,5%
<i>Acredito que o empoderamento feminino tem influenciado diretamente no empreendedorismo</i>	87,5%	5,0%	5,0%		2,5%
<i>Acredito que as minhas experiências anteriores contribuíram para o sucesso do meu negócio</i>	77,5%	15,0%		7,5%	
<i>Tive dificuldades de sair da informalidade para a formalidade do meu negócio.</i>	15,0%	35,0%	2,5%	12,5%	35,0%

Fonte: Elaborada pelas autoras

Os resultados da tabela acima demonstram que (52,5%) das mulheres discordam parcialmente da afirmação de que a questão de gênero tenha gerado dificuldades na abertura do próprio negócio. Destas (30%) relatam não sentir falta de apoio de lideranças femininas.

Outra característica observada refere-se à sensação de que se fossem do sexo masculino, o negócio se desenvolveria melhor, tendo esta variável sido recebido concordância plena de (42, %) das mulheres.

Embora as participantes do estudo não concordam com o fato de que a questão de gênero exerce certa influência no desenvolvimento do seu negócio, estudiosos do assunto discordam desse posicionamento ao salientarem que embora a sociedade veja com bons olhos o empreendedorismo, e as pessoas que empreendem, muitos ainda consideram esta como uma atividade masculina, principalmente se o ramo de atividade escolhida estiver relacionado àquelas profissões consideradas adequadas apenas para os homens (MACHADO, 2012).

As colocações acima, permitem-nos observar que embora muitos avanços tenham sido obtidos neste contexto as questões socioculturais também podem impactar no crescimento ou manutenção do empreendimento gerenciado por mulheres.

A dificuldade em equilibrar a vida pessoal com a profissional foi assinalada por (100%) das participantes do estudo. Destas (45%) concordam plenamente com esta afirmação. Já, dos (100%) das mulheres que responderam à questão referente ao medo constante de fracassar (42,5%) discordam plenamente desta afirmação e (35%) do fato de terem encontrado dificuldades de sair da informalidade para a formalidade do meu negócio, da dificuldade de delegarem tarefas e (65%) das dificuldades em ter apoio da minha família.

Sobre este aspecto, é importante salientar que esta dificuldade não é uma exclusividade de empreendedores do sexo feminino, porém, este conflito é minimizado no contexto masculino pois os homens normalmente tem um maior suporte de suas esposas diante das demandas domiciliares. Por sua vez, quando estas optam por se dedicarem a profissão mesmo com ajuda de terceiros, as tarefas do lar não deixam de ser sua responsabilidade, lhes cabendo o papel de gerenciá-las (TEIXEIRA e BONFIM, 2016).

Entre as questões com maior percentual de concordância plena entre as participantes do estudo destaca-se que: (35%) consideram que às vezes as expectativas não são correspondidas de acordo com meu negócio; (50%) relatam que a falta de credibilidade no trabalho não gera sofrimento; (52,5%) inspiraram-se em outras mulheres empreendedoras para abrir o próprio negócio; (87,5%) que o empoderamento feminino tem influenciado diretamente no empreendedorismo e (77,5%) que as experiências anteriores contribuíram para o sucesso do negócio;

Os resultados obtidos sobre o grau de concordância e discordância das mulheres participantes do estudo vão de encontro às características e motivações evidenciadas nas questões relacionadas ao perfil empreendedor.

Considerações finais

Em resposta aos objetivos da pesquisa, o desenvolvimento do estudo de caso permitiu-nos evidenciar que o empreendedorismo feminino na cidade de Frutal, vai de encontro ao crescimento evidenciado na literatura que trata do assunto que ressalta o aumento na abertura de empresas tendo como proprietária as mulheres.

A análise do perfil das empreendedoras do município de Frutal permitiu-nos evidenciar tratar-se de um grupo de mulheres com faixa etária predominante entre 20 e 40 anos, em sua maioria com nível de escolaridade superior, casadas e com filhos.

Dentre as principais contribuições do estudo podemos, pela primeira vez, traçar o perfil das mulheres empreendedoras do município de Frutal, nem a Associação de Comerciantes local e nem os coletivos femininos possuem essas informações disponíveis. Além disso, o estudo reflete a realidade da vida dessas mulheres e expõe as dificuldades encontradas como a falta do apoio de lideranças femininas e uma jornada de trabalho que na maioria dos casos dura entre de 9 a 17 horas diárias, que nada mais é um reflexo da nossa sociedade onde a mulher empreendedora dedica mais tempo para a sobrevivência do seu negócio do que para si mesma.

Não se pode deixar de evidenciar que essa é uma pesquisa de percepção e s faz necessário discutir alguns aspectos sociais e suas reais implicações na vida dessas mulheres e na sociedade como um todo. Vale refletir que muitas mulheres ainda sentem dificuldade em conciliar sua vida pessoal com a profissional, e isso vai de encontro com o grande número de horas trabalhadas, que dificulta a divisão do tempo em uma jornada de trabalho fixa.

Em relação aos fatores que motivaram a abertura do negócio encontram-se realização pessoal, a autonomia e independência financeira. Por sua vez, as principais dificuldades e desafios vivenciados por elas foram: conciliar vida pessoal e profissional, o preconceito, a ausência da estabilidade econômica e política e, a demora do retorno financeiro.

Por fim, evidenciou-se que as mulheres participantes deste estudo apresentam características essenciais ao indivíduo que pretende se tornar empreendedor, são elas: comprometimento, persistência, iniciativa, independência, saber aproveitar as oportunidades, capacitação, coragem para assumir riscos, espírito empreendedor e considerar-se capaz de desenvolver multitarefas.

Concluiu-se, portanto, que as mulheres empreendedoras a que este estudo se refere atendem as recomendações descritas na literatura do assunto em relação ao perfil empreendedor, o que, por sua vez, aumenta as chances de o empreendimento alcançar resultados positivos e permanecer no mercado.

A principal limitação para a realização do estudo foi o fato de que a pesquisa de campo rodou entre meados de 2020 e 2021, anos marcados pela pandemia do COVID-19 e com restrições de distanciamento. Por conta dessas restrições, algumas empreendedoras não quiseram participar da pesquisa, ou não sabiam como respondê-la de forma remota, então a amostra ficou menor do que se pretendia de início. Como sugestão para trabalhos futuros uma pesquisa mais profunda poderia ser aplicada, levando em consideração aspectos psicológicos que não foram abordados nesse artigo.

Referências

- AMORIM, R.O., BATISTA, L.E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. 2014. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 22 jul. 2020.
- BORGES, R.C.O.; BARROSO, M.H.G.; MOREIRA, C.A. **Gênero e gestão empreendedora: perfil feminino em micro e pequenos negócios em Messejana Ceará**. 2012. Disponível em: <https://www.faculdadescearenses.edu.br/revista2/edicoes/vol5-1-2012/artigo6.pdf>. Acesso em: 25 out. 2020.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- FLORIANO, L.E.F. **Empreendedorismo feminino: motivações, significados e desdobramentos**. 48 f. 2013. Relatório de Pesquisa (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) do CNPq/GVpesquisa) –

- São Paulo, 2013. Disponível em: https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/pibic_-_lais_franca.pdf. Acesso em: 22 ago. 2020.
- FRANCO, M.M.S. Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. **Anais do VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. Goiânia, 2014.
- GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo feminino no Brasil – 2018**. Curitiba: IBQP, 2018. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 24 maio 2020.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- GRZYBOVSKI, D. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. **Revista de Administração Contemporânea**, v.6, n.2, p. 185-207, 2002.
- GOMES, D.T., GUERRA, P.V., VIEIRA, B.N. **O desafio do empreendedorismo feminino**. 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2020.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades. 2020**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/frutal/panorama>. Acesso em: 29 out. 2020.
- KOBEISSI, N. Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications. **Journal of International Entrepreneurship**, v.8, n.1, p. 31-35, 2010.
- LOIOLA, C.C. **Mulher empreendedora: dificuldades e preconceitos**. 57 f. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós Graduação) – PUC, Rio de Janeiro, 2016.
- LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W.; PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. 13. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- LONGO, L. B. F. et al. III Seminário Científico da FACIG – II Jornada de Iniciação Científica da FACIG. **Empreendedorismo feminino: perfil das mulheres empreendedoras de Manhuaçu-MG**, 2017.
- MACHADO, F. B. **Dilemas de mulheres empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes**. In: Anais do Encontro da ANPAD. 36, Rio de Janeiro, 2012.
- OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. **Empreendedorismo e gestão feminina: Uma análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del-Rei, Minas Gerais**. VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Florianópolis, SC, 23 a 25 maio, 2010. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/Simposio32.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2020.
- SEBRAE. **Porque é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** 2019. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM100004c00210aRCRD>. Acesso em: 13 jun. 2020.
- SILVA, D.I.S.; SANTOS, P.J. Mulheres e o empreendedorismo feminino na microrregião de Pato de Minas - MG. **CGE**, v. 6, n.2, p. 22-37, 2018.
- TEIXEIRA, R.M., BONFIM, 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**, v.10, n.1, p. 44-64, 2016.
- VENTURA, M.M. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. **Revista SOCERJ**, v.20, n.5, p. 383-386, 2007.
- VIEIRA, K.M., DALMORO, M. **Dilemas na construção de Escalas Tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados?** 2008. Disponível em: Microsoft Word - EPQ-A1615.doc (anpad.org.br). Acesso em: 13 mar. 2021.

APÊNDICE

Questionário aplicado ao público-alvo delimitado nos procedimentos metodológicos.

Questionário - Empreendedorismo feminino: um estudo de caso comparativo com mulheres empreendedoras.

NOME:

EMPRESA:

Categoria 1 – Perfil da empreendedora

Idade:

Estado civil: Solteira () Casada () Divorciada () União estável ()

Escolaridade: 2º grau completo () Superior completo () Pós Graduação ()

Filhos: Sim () Não ()

Você é a chefe da sua família: Sim () Não ()

Categoria 2 – O empreendimento

- Qual o ramo de atividade do seu empreendimento?

Qual o ramo do seu empreendimento?

- () Vestuário
- () Calçado
- () Alimentício
- () Pet shop
- () Ótica e relojoaria
- () Prestação de serviço
- () Saúde e bem-estar
- () Acessórios
- () Beleza
- () Fotografia
- () Cama, mesa e banho
- () Tinta
- () Cosméticos
- () Outros

- Há quantos anos você atua na área?

- () Menos de 1 ano
- () De 1 a 3 anos
- () De 3 a 6 anos
- () De 6 a 9 anos
- () Dez anos ou mais

- Qual categoria seu estabelecimento se enquadra:

- () MEI
- () ME
- () LTDA
- () S.A

- Você possui sócios: Sim () Não ().

Se sim é, qual sexo? Masculino () Feminino ()

- Quantos funcionários a empresa possui? _____

- Se um dia tem 24 horas, quantas horas você se dedica ao seu empreendimento? _____

- Se um dia tem 24 horas, quantas horas você se dedica a sua família? _____

- Se um dia tem 24 horas, quantas horas você se dedica a você? _____

Categoria 3 – Fatores que motivaram a abertura do negócio

Quais foram os fatores que motivaram a abertura do negócio?

- () Autonomia/Independência financeira
- () Flexibilidade de horário
- () Realização pessoal

- () Aumento da renda familiar
- () Oportunidade de mercado
- () Influência por empreendedores na família

Categoria 4 – Planejamento do negócio

- Como foi o planejamento para abertura do negócio?

- Buscaram orientações em alguma organização especializada em abertura de empresas? Se sim, em qual:

Categoria 5 – Características empreendedoras

Selecionar entre as características abaixo aquelas que você considera possuir:

- () Coragem de assumir riscos
- () Independência
- () Capacitação
- () Curiosidade
- () Espírito de equipe
- () Iniciativa
- () Aproveitar oportunidades
- () Planejamento e senso de organização
- () Liderança
- () Comprometimento
- () Persistência
- () Espírito empreendedor
- () Autoconfiança
- () Independência
- () Controle emocional
- () Ser multitarefas
- () Outros:

Categoria 6 – Dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora

- () Preconceito
- () Dificuldades em conciliar vida pessoal e profissional
- () Falta de apoio da família
- () Dificuldade em atrair clientes
- () Estabilidade econômica e crise política
- () Falta de conhecimento sobre a área de atuação
- () Machismo
- () Dificuldade de aceitação da sociedade
- () Falta de estímulo
- () Demora no retorno financeiro
- () Outros:

Categoria 7 – Afirmações

Concordo que foi mais difícil abrir meu negócio por ser mulher.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Não sinto falta de apoio em lideranças femininas.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Não sinto que se eu fosse homem meu negócio se desenvolveria melhor.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

--	--	--	--	--

As vezes sinto dificuldade em equilibrar minha vida pessoal com a profissional.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Tenho medo constante de fracassar.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Foi fácil encontrar uma paixão e torná-la lucrativa.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Sinto dificuldades em delegar tarefas.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Sinto dificuldades em ter apoio da minha família.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Sinto que as vezes as minhas expectativas não são correspondidas de acordo com meu negócio.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

A sociedade ainda acredita mais no empreendedorismo masculino.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Não sofro com falta de credibilidade no meu trabalho.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Dificuldades em conciliar casamento, filhos e casa com a vida profissional.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Tive inspiração em outras mulheres empreendedoras para abrir meu negócio.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Acredito que o empoderamento feminino tem influenciado diretamente no empreendedorismo.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Acredito que as minhas experiências anteriores contribuíram para o sucesso do meu negócio.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente

Tive dificuldades de sair da informalidade para a formalidade do meu negócio.

Concordo completamente	Concordo parcialmente	Não sei responder	Discordo parcialmente	Discordo completamente