



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ALLAN RUBENS RIBEIRO ALVES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE AS
CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR NA CIDADE DE JOÃO
CÂMARA/RN.**

MOSSORÓ

2024

ALLAN RUBENS RIBEIRO ALVES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE AS
CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR NA CIDADE DE JOÃO
CÂMARA/RN**

Monografia apresentada a Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como requisito
para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Gustavo da Silva

MOSSORÓ

2024

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

ARibeiro Alves, Allan Rubens Ribeiro Alves.
iroe Empreendedorismo Feminino: Um estudo sobre as características do Perfil Empreendedor na cidade de João Câmara/RN / Allan Rubens Ribeiro Alves Alves. - 2024.
49 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Gustavo da Silva Gustavo.
Monografia (graduação) - Universidade Federal Rural do Semi-árido, Curso de Administração, 2024.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Características empreendedoras. I. Gustavo, Prof. Dr. Paulo Gustavo da Silva, orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em conformidade com AACR2 e os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Biblioteca Campus Mossoró / Setor de Informação e Referência
Bibliotecária: Keina Cristina Santos Sousa e Silva
CRB: 15/120

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

ALLAN RUBENS RIBEIRO ALVES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE AS
CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR NA CIDADE DE
JOÃO CÂMARA/RN**

Monografia apresentada a Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como requisito
para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Defendida em: 19 / 04 / 2024.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente



PAULO GUSTAVO DA SILVA

Data: 25/04/2024 18:53:52-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Paulo Gustavo da Silva (UFERSA)
Presidente

Prof. Dr. Judson da Cruz Gurgel (UFERSA)
Membro Examinador



Documento assinado digitalmente

SUELY XAVIER DOS SANTOS

Data: 25/04/2024 19:04:35-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Suely Xavier dos Santos (UFERSA)
Membro Examinador

“Sucesso é conseguir o que você quer,
e felicidade é gostar do que você conseguiu.”

Dale Carnegie

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, e a São Miguel Arcanjo, pois sem suas bênçãos eu não poderia concluir essa etapa da minha vida, me sinto orgulhoso depois de anos de lutas ter conseguido chegar nessa fase tão importante. Também quero agradecer aos meus pais Antonio Aldenor, Maria Nadir, minha irmã Rafaela Ribeiro, que estiveram junto comigo nessa empreitada de dificuldades ao longo dos anos para não desistir de concluir.

Agradeço a minha namorada e futura esposa Thalita Pontes que esteve presente nessa reta final que foi muito importante para que eu não me deixasse abater pelos problemas que fazem parte de todo novo desafio que surgia, me ajudando, me apoiando e sendo uma verdadeira companheira. Agradeço a todas as pessoas de minha família e amigos próximos, que no momento mais difícil estiveram ao meu lado e rezaram por mim quando estive na UTI durante a pandemia, que foi muito difícil e que eu poderia não estar concluindo o curso.

E a todos os meus professores de curso que me incentivaram sempre a terminar, a não desistir, foram épocas realmente atribuladas de muitos momentos que poderiam me fazer desistir, mas sempre incentivaram a terminar. Agradeço meu professor e orientador Paulo Gustavo, que foi paciente ao me orientar neste trabalho, juntamente com a banca examinadora que nesse período de graduação, fizeram parte em algum momento de minha trajetória.

Todas estas pessoas são importantes para mim e contribuíram em algum momento da minha vida para que eu chegasse até aqui, sendo mais um da enorme Família Ribeiro formado em uma Universidade Federal. Agradeço a todos que de alguma forma fizeram parte de uma de tantas outras conquistas que já tive e ainda estão por vim. Muito obrigado por todos os momentos vividos nesse longo período, que me fizeram ser um profissional e uma pessoa cada vez melhor. Gratidão a Deus sempre.

RESUMO

O empreendedorismo tema esse que vem sendo debatido ao longo dos anos, é visto como um instrumento de desenvolvimento econômico e social. O empreendedor não busca apenas desenvolvimento econômico, uma mudança de vida, busca também o seu reconhecimento pessoal, em conseguir o que tanto sonhou. Através disso, muitas mulheres optam por empreender para melhorar sua situação financeira, se destacando em meio a sociedade, por ter um negócio bem sucedido. Estas empreendedoras têm as características diferenciada, características estas que, para David McClelland (1972), formam o perfil empreendedor. Com a perspectiva obtida com esta pesquisa, teve como sucesso principal, identificar e estudar sobre as características do comportamento das mulheres empreendedoras informais e formais no município de João Câmara/RN. Esta pesquisa é caracterizada quanto aos seus fins como descritiva e tem uma abordagem quantitativa. O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário adaptado e desenvolvido por David McClelland e os dados coletados via Google Forms, foram analisados por meio do Microsoft Office Excel 2019. Verificou-se que na média geral as características “Busca de oportunidades e iniciativa”, “Correr riscos calculados” e “Exigência de qualidade e eficiência” obtiveram as pontuações mais altas. Características essas que fazem parte do Conjunto Realização, o que reflete a vontade de atingir novas oportunidades, melhorando o empreendimento com prévia avaliação do resultado, sem perder a qualidade, sendo fator muito importante, para se destacar.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Características empreendedoras

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	-	Percentual de estado civil.....	32
Gráfico 2	-	Percentual de idade entre as empreendedoras.....	34
Gráfico 3	-	Percentual do tempo dos empreendimentos	34
Gráfico 4	-	Percentual do segmento das empreendedoras	35
Gráfico 5	-	Percentual das empreendedoras com ou sem filhos	36
Gráfico 6	-	Percentual das Características do Comportamento Empreendedor	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Percentual do grau de instrução	32
Tabela 2 - Média do resultado do questionário e correlação das variáveis máximas e mínimas do modelo de McClelland	37
Tabela 3 - Média por conjuntos	38

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	16
3. METODOLOGIA	28
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	32
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	43
APÊNDICE	45
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA	46

1. INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo passou a ser usado a partir do século XX, onde o teórico Joseph Schumpeter foi o primeiro a discutir sobre o termo e o desenvolvimento desse fenômeno na sociedade. Segundo Schumpeter (1985), empreender é “inovar a ponto de criar condições para uma transformação radical de um determinado setor, ramo de atividade, território, onde o empreendedor atua”. A oportunidade de as pessoas desenvolverem negócios próprios fez com que elas deixassem de ser colaboradores de negócios de outras pessoas, passando a gerir o seu próprio negócio, aumentando os países desenvolvidos e ganhando o mundo afora.

Amostras de que as mudanças são constantes, podem ser vistas desde a década de 1930, com o movimento da racionalização do trabalho e o movimento das relações humanas; na década de 1940 e 1950, o movimento do funcionalismo estrutural; na década de 1960, o movimento dos sistemas abertos; nos anos 70, o movimento das contingências ambientais. De acordo com os acontecimentos nos últimos anos, o empreendedorismo está com movimento cada vez mais ganhando força, ganhando seu espaço, sendo muitas das vezes o pequeno empreendedor o que movimenta o mercado financeiro.

Para Dornelas (2005, p.22), “a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não é apenas um modismo. A competição na economia também força novos empresários a adotar paradigmas diferentes”, por isso pode ser chamado de, “a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade” Dornelas (2005, p.22).

Com todas as definições do empreendedor, muitos locais de diferentes áreas, se tornam um centro de pesquisa ou de atuação de um empreendedor, onde pode ser chamado de setor produtivo de novos mercados que são excluídos. Diferente das escolas para administração, o empreendedorismo vem ganhando seu espaço todos os dias, contendo a própria administração dentro do empreendedorismo, pois ela além de lidar com o gerenciamento de pessoas, ela otimiza e desenvolve, enquanto o empreendedor tem que lidar não só com o gerenciamento,

mas cria novos sistemas em que o supervisor irá operar. Sendo assim um conjunto, que só tem um gerenciamento se houver um empreendedor.

Dolabela (1999, p.44), “não se pode dissociar o empreendedor da empresa que criou. Ambos fazem parte do mesmo conjunto e devem ser percebidos de forma holística: a empresa tem a cara do dono”, para Dolabela se a empresa vai pôr um caminho onde está diferente do dono, ela está totalmente fora do sucesso, um empreendedor, mostra e coloca toda a sua paixão no seu negócio, para que siga o caminho certo e seja como ele é, para obter sucesso e ganhar mais espaço no mercado.

O incentivo gerado de si próprio, influência no conceito dos valores para que possa determinar o quanto estão dispostos a acreditar no momento certo, sendo essa a base para que tenha fôlego para compreender um setor, desenvolver uma visão, estabelecer as relações necessárias, aprofundar-se nas características do produto ou serviço e dedicar-se à organização e ao controle. Para Fillion (1997) a liderança é decorrente do conceito de si, da energia, da compreensão do setor, da visão e das relações.

A liderança vai influenciar bastante no tamanho do impacto que vem a tomar, e a faixa de visão, a amplitude do que se pode ver em uma ideia a ser criada do empreendedor diante dos seus sócios, colaboradores e a sociedade que irá e beneficiar do seu trabalho. Para isso, deve-se conhecer bem o setor no qual irá atuar, entrar em um mercado onde não conhece, se torna uma aventura que em poucas às vezes dão certo, conhecer o setor onde vai começar um negócio é bastante importante.

Realizando a pesquisa de mercado, sabendo assim como os negócios se processam, quem são os clientes, o que eles mais procuram, qual a faixa etária, pontos fortes e fracos da concorrência, saber a tecnologia usada para atrair mais clientes, tem toda uma maneira, um planejamento para que seja bem elaborada um começo de empreendimento. “Antes de qualquer ação, o empreendedor deve se munir de uma estrutura de pensamento sistemático e visionário, graças à qual ele estabelece alvos e depois instala um fio condutor, um corredor que segue para atingi-los. Sem isto, corre o risco de perder o caminho”, diz Fillion (1997).

A origem no Brasil do empreendedorismo pode ser vista desde suas origens com as grandes navegações, onde foi preciso uma mente sábia para se adaptar ao novo ambiente e sobreviver com os recursos disponíveis, cabendo a seus imperadores, iniciarem a industrialização no país, investindo e desenvolvendo diversos empreendimentos, como

fundições, estaleiros, companhias de navegação a vapor e ferrovias, dentre outros surgimentos em acordo com as necessidades na época.

O mercado no Brasil começaria a se movimentar cada vez mais surgindo outros programas como o EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE, cursos e programas universitários. As incubadoras criadas dentro das universidades já estavam sendo apontadas pela Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendedorismo de Tecnologia Avançadas) em 2004, com uma marca de 280 incubadoras com mais de 1700 empresas incubadas, gerando assim uma média de postos de trabalho chegando aos 28 mil. Apesar de todo esse movimento importante no Brasil, em sua maioria ainda se estabelece o empreendedorismo por necessidade e não oportunidade.

Empreendedorismo por oportunidade seria o mais interessante, quando os negócios são abertos pela função de necessidades no mercado, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, com um planejamento já estabelecido do negócio que tem em mente e a geração de lucros e empregos contribuindo a promoção do desenvolvimento, mas ainda existem obstáculos que precisam ser ultrapassados, com poucas políticas públicas efetivas de incentivo e suporte para essa área com tanta margem de crescimento.

Em meio a esse crescimento no Brasil de empreendedores e a busca de oportunidades para entrarem no mercado tendo o seu próprio negócio e mostrar que as mulheres também podem ocupar o mesmo espaço do homem, causou uma marca inédita de mulheres a frente do empreendedorismo. Segundo SEBRAE (2022), com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) do IBGE, no 3º trimestre de 2022, havia 3 milhões de mulheres donas do seu próprio negócio, sendo o maior contingente de empreendedoras da história.

Umas das atividades que se destacam nessas oportunidades e garantem esse forte crescimento histórico, IBGE (2022) são: Cabelereiros e tratamento de beleza, Comércio de vestuário, Profissionais de Saúde, Atividades de serviço de ensino, Serviços de Comida preparada, que juntas com os resultados e comércios geridos por homens, superaram o total de 30 milhões de donos de negócios – o maior número da história, com destaque para as mulheres nos estados do Rio de Janeiro e Ceará.

Com esse crescimento que vem sendo muito bem visto para a nossa economia que ao longo do tempo só vem a aumentar, o SEBRAE criou em 2003, (Prêmio Sebrae Mulher de

Negócios) um prêmio que reconhece as mulheres fundadoras de empresas inovadoras e que tem um potencial que causa impacto no ambiente onde estão atuando. Com esse crescimento da atuação da mulher nos negócios, a (GEM) Global Entrepreneurship Monitor, em sua pesquisa de 2019, destaca que a mulher é uma das que mais empreendem em todo o país com 23,3%.

A cerca da pesquisa, vem com o objetivo de analisar as Características do Comportamento Empreendedor (CCEs) presentes nas mulheres de João Câmara/RN, utilizando a metodologia utilizada por McClelland, autor comportamentalista, que durante seus estudos em 1961, destacou um conjunto de 42 características do empreendedor. A partir da visão teórica de McClelland (1961), sobre características do comportamento empreendedor, este trabalho se propõe a dar mais relevância ao tema, contribuindo com o debate do empreendedorismo feminino.

Face a importância de entender as características, as oportunidades e os desafios das mulheres empreendedoras de negócios visto a sua importância no desenvolvimento econômico e social da localidade e do país, surgindo algumas indagações como: Quais características do perfil empreendedor são mais peculiares nas mulheres da cidade de João Câmara/RN, empreendedoras de negócio.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. OBJETIVO GERAL

- Analisar o perfil e os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras na cidade de João Câmara/RN

1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar qual o perfil das mulheres empreendedoras;
- Apontar o que levou as mulheres começarem a empreender;
- Relatar as características mais recorrentes nas mulheres que empreendem na cidade de João Câmara/RN;

1.2. JUSTIFICATIVA

Através desse cenário podemos considerar o presente estudo pela participação forte das mulheres, onde a maioria é responsável por cuidar dos filhos, gerir a casa, entre outros afazeres domésticos, havendo uma boa gestão de tempo entre a rotina da casa com a rotina do empreendedorismo. O estudo nessa pesquisa será realizado com mulheres da João Câmara/RN.

No âmbito social, a pesquisa justifica-se por realizar um estudo que possa auxiliar as mulheres empreendedoras de negócios a tornarem seus empreendimentos sustentáveis e competitivos. No âmbito acadêmico, justifica-se pelo aumento de empreendedorismo feminino apresentado nas pesquisas citadas na contextualização e o baixo número de pesquisas sobre o assunto, onde se vê que o crescimento do mercado está bastante alto, principalmente na área dos cosméticos, pois o Brasil é um dos maiores consumidores, isso porque, as mulheres estão abrindo cada vez mais salões de beleza, aproveitando as oportunidades e as ideias inovadoras.

Após conhecer um pouco do empreendedorismo durante a graduação e fazer plano de negócios, sentir na prática como funciona, vi que a área precisa mesmo ser bem mais estudada, já que como já foi dito anteriormente, ela está em crescimento, e as mulheres estão com uma boa fatia desse crescimento. Dando exemplos de como se sair em meio à crise, pegando oportunidades simples e fazendo grandes transformações, trazendo mais força para o meio empreendedor, mostrando que não é só o homem que tem a capacidade de criar um negócio e ser bem sucedido.

Em meio a falta de estudos sobre a temática na cidade de João Câmara/RN, a pesquisa a ser desenvolvida irá demonstrar como que empreendimento geridos por mulheres alcançam a sua sobrevivência pelo estilo gerencial delas que podem contribuir para o sucesso, das mulheres locais. Trazendo a importância de estudarmos a temática onde irá contribuir para o mercado local, tendo a afinidade do autor com o tema e acesso aos pesquisados, mostrando os impactos que a pesquisa irá trazer para a comunidade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. EMPREENDEDORISMO

O termo utilizado hoje em dia, sofreu algumas alterações, mas a partir do século XVII, o conceito que conhecemos hoje em dia começou a se consolidar, onde o indivíduo empreendedor passa a ser uma pessoa criativa que dirigia um empreendimento, inovando e correndo riscos em busca de lucratividade GREATTI; SENHORINI (2000).

Os empreendedores por necessidade tomam decisões onde ocorre o fato de não haver oportunidades de emprego, diferente dos que empreendem por oportunidade, mesmo aqueles que já possuem algum tipo de renda fixa, decidem abrir o próprio negócio, dentro do ramo identificado no mercado que lhe trará bons resultados, financeiros e pessoais. A necessidade de alguns empreendimentos tende a estagnar quando o empreendedor se torna feliz com o que já conquistaram.

A evidência em que o empreendedorismo tem estado ultimamente é notória, trazendo uma crescente na economia. Dentre essa crescente, alguns empreendedores não conseguem se destacar e outros já se destacam aumentando a sua visibilidade no mercado, isso vem acontecendo quando claramente alguns se arriscam em seu empreendimento com suas características particulares se sobressaem diante dos demais. Dornelas (2001) fala sobre indivíduos diferenciados, que possuem motivação singular, que são apaixonados pelo que fazem, que não se contentam em ser igual aos outros, que querem ser reconhecidos, admirados, referenciados e que querem deixar seu legado.

São através desses indivíduos, que encaram o mercado com suas vontades, e sonhos, que a cada dia que passa, estão se tornando meios importantes para a economia, a fazendo crescer, gerando empregos, seja temporários ou fixos, não deixando de gerar renda com seus empreendimentos, aproveitando as oportunidades, sendo a energia da economia, onde a força de vontade que está presente nessas pessoas, encontrando oportunidades onde poucos vêm, sem deixar se abater pelas dificuldades do mercado no qual estão inseridos.

Na corrida para alcançar seus sonhos e realizações pessoais, a mudança que os empreendedores trazem para sua vida e para a vida das pessoas a sua volta, é bastante significativa. O seu espírito inovador, a disposição de empreender traz consigo a força de

vontade se tornando uma peça fundamental nos negócios e quanto mais se ver que o empreendimento está crescendo, mais o empreendedor cresce a vontade e energia de construir, melhorando a economia da sua região e do país.

Chiavenato (2007) declara que “um empreendedor não cria apenas empresas e novos negócios, ele é a energia da economia, é quem encontra e aproveita as oportunidades.” Isso quer dizer que o espírito empreendedor está presente nessas pessoas que vislumbram oportunidades e que não se deixam abater pelas dificuldades, transformando suas ideias em negócios lucrativos.

Baggio e Baggio (2015) destacam que “o empreendedorismo se compreende como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação, é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral do seu potencial.” Ou seja, o empreendedor não coloca apenas sua ideia em prática, ele deve se dedicar para fazer com que seu negócio vá além da sobrevivência, crescendo cada vez mais, por meio da inovação.

Não se é desejável para o empreendedor ter atitudes que não ajudem no crescimento comercial de sua empresa, como também que seu negócio apenas te traga lucro financeiro para manter a sua sobrevivência, mas também em seu pensamento é o de inovação no mercado, crescimento pessoal e empresarial. Além dos desejos de serem reconhecidos e referências por suas atividades, o que os faz ter impulso são as realizações que os deixam com a fome de crescer mais e mais.

O empreendedorismo como um todo, dentro de cada tipo de projeto de empresa a sua atividade envolve processos e pessoas, transformando as ideias em negócios bem-sucedidos. Mostrando ser um processo transformador não dentro apenas do negócio elaborado, mas como das pessoas num todo envolvidas para sua realização de cada processo, cada progresso levando a empresa ao sucesso.

Para Schumpeter (1982) “o empreendedorismo é tudo que traz inovação e que está ligada a prosperidade do negócio.” Ele destaca que o empreendedor pode ser uma pessoa que inicia sua própria empresa ou que se compromete a inovar em empresas já existentes.

De autor para autor, vemos que a conceituação de cada um relacionados ao empreendedorismo são diferentes, mas que todos partem da mesma ideia de que empreendedorismo requer dedicação, inovação, movimentação. Para Dolabela (2006), o termo

“empreendedorismo é uma tradução da palavra *entrepreneurship*, que contém ideias de iniciativa e inovação.” O termo implica em uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar.

Dessa forma, observamos que dentro de vários tipos de características, citadas pelos autores, os perfis e comportamentos que podemos encontrar, nós trazem a selecionar e enquadrar cada um deles, através dos tipos de comportamento de empreender e de ser um empreendedor.

2.2. CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

A pessoa que empreende ela demonstra tipos de necessidades não apenas o de obter dinheiro, ele vai em busca de algo que o faça se sentir bem no que faz, realizado, trazendo reconhecimento a medida que o empreendimento cresce e se destaca onde atua. Para Chiavenato (2001), há três características básicas que identificam o comportamento do empreendedor: necessidade de realização; disposição para assumir riscos e autoconfiança.

Para Dornelas (2001), os empreendedores de sucesso apresentam as seguintes características: visão; sabem tomar decisões; fazem a diferença; exploram ao máximo as oportunidades; determinação e dinamismo; paixão; liderança; planejamento; conhecimento; assumem riscos; criam valor para a sociedade.

Dessa forma podemos ter uma maneira de evidenciar que para ser um empreendedor não é apenas escolher o nicho de empreender e tipo de negócio, mas onde ele vai se sentir confortável dentro do mercado em que quer atuar e crescer e se tornar um empreendedor já consolidado. O psicológico de um empreendedor também é um destaque de diferencial, onde ele não é um indivíduo comum, que pelo contrário de muitos, apresentam características diferente dos demais, obtendo grandes sucessos no negócio.

Qualquer pessoa pode abrir o seu próprio negócio, mas só uma pessoa com o pensamento visionário, com pensamento a longo prazo com verdadeiros traços de empreendedor, se torna um bom empresário do seu empreendimento. O mesmo se preocupa em crescer junto com seu negócio, sem ganância, obtendo o sucesso que o seu negócio está lhe trazendo, sempre buscando inovação, não ficando estagnado, sendo reconhecido na sociedade em que vive e atua.

O autor McClelland (1972), em seus estudos comportamentalistas, fala sobre o comportamento dos empreendedores, descrevendo características psicológicas, diferente dos demais, as principais características são: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados, estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos e, independência e autoconfiança.

Após McClelland (1972), finalizar o seu estudo sobre comportamento, são somadas as pontuações do teste, calculando a intensidade de cada comportamento empreendedor. Estas características são padrões de comportamento. “Seu trabalho consistiu na busca pela comprovação que o fator psicológico, é responsável pelo desenvolvimento econômico” Camargo; Cunha; Bulgacov, (2010)

2.3. A TEORIA DE MCCLELLAND COMPREENDE TRÊS CONJUNTOS:

- **Primeiro conjunto**

Realização: Conjunto esse que está presente as características associadas ao fator de realização e a motivação para empreender.

Busca de oportunidades: Antecipação das coisas antes do solicitado, ou antes das circunstâncias o forcem a tomada de decisões; age de maneira a melhorar e expandir o negócio aproveitando oportunidades boas, iniciando um novo negócio ou melhorar um negócio já existente, como por exemplo, obter financiamentos, equipamentos, novas mercadorias, aumentar o número de colaboradores, melhorias estruturais.

Correr riscos calculados: Quem empreende avalia as oportunidades alternativas e calcula os riscos deliberadamente, age de maneira a reduzir ou controlar os riscos de seus resultados, colocando-se em situações que implicam em desafios ou riscos moderados.

Persistência: Quem empreende não desiste diante dos desafios e obstáculos, sempre está buscando seus objetivos mesmo diante das dificuldades; mudando de estratégia para atingir seu objetivo; faz sacrifícios pessoais ou grande esforço na busca de atingir suas metas.

Exigência de qualidade e eficiência: Encontra maneiras para trazer da melhor forma as coisas de maneira mais rápida e barata, buscando satisfazer os padrões de excelência, utilizando-se de procedimentos assegurando que o trabalho se permaneça na qualidade exigida.

Comprometimento: O indivíduo atribui a si mesmo e a seu comportamento suas vitórias, sucessos e fracassos, chamando para si a responsabilidade pelos resultados obtidos, sejam bons, ou ruins; ajudando os colaboradores ou colocando-se no lugar deles para atingir o objetivo proposto, preocupando em manter os clientes satisfeitos.

- **Segundo conjunto**

Planejamento: Características relativas de planejamento e controle do empreendimento.

Busca por informações: Todo empreendedor dedica-se na busca de novas informações de clientes, fornecedores, concorrentes; pesquisa como melhorar a produção de um determinado produto ou melhorar um serviço oferecido, renovar as opções de serviços da melhor maneira; consulta especialistas obtendo assessoria técnica e comercial.

Estabelecimento de metas: Metas e objetivos que o desafiem e que o traga um significado pessoal; estabelecendo metas a longo prazo, sendo elas claras e objetivas a curto prazo e mensuráveis.

Planejamento e monitoramento sistemáticos; Planeja um trabalho dividindo ele por etapas mais simples e com prazos mais curtos; planos revisados sempre; observando atentamente as considerações informadas sobre o desempenho real e nas novas circunstâncias; acompanha os registros financeiros para a próxima tomada de decisão.

- **Terceiro conjunto**

Poder: Características das relações interpessoais do empreendedor.

Independência e autoconfiança: Quem empreende busca por autonomia em suas relações nas normas de controle de outras pessoas; mantém o ponto de vista mesmo aos

resultados inesperados; confia na própria capacidade de executar uma tarefa completa ou um desafio a enfrentar.

Persuasão e rede de contatos: Influencia usando estratégias deliberadas persuadindo pessoas; utilizando pessoas chave para atingir seus objetivos; age de maneira a desenvolver e manter relações comerciais.

Essa foi a maneira na qual McClelland (1972), usou para dividir as principais características dos empreendedores, melhorando a sua compreensão e distinção de cada grupo.

2.4. EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil tem se mostrado cada vez mais forte ao longo dos anos, tornando-se uma ferramenta de desenvolvimento econômico e social, todas as pequenas empresas têm o seu potencial econômico de grande importância para o país, gerando milhões de empregos, reduzindo a pobreza, tirando pessoas de filas de empregos, jovens que buscam a melhoria de vida pessoal e da família, que muitas das vezes moram em locais de baixa qualidade de vida, e através do emprego adquirido, conseguem mudar a sua realidade aos poucos.

Para Dornelas (2001), este conceito tem sido difundido nos últimos anos, com mais intensidade na década de 1990. Isso se deve as mudanças positivas que o empreendedorismo vem causando no país tanto de forma econômica gerando riquezas, como de forma social contribuindo para a melhoria de vida da população.

Diante do grande crescimento na geração de novas empresas, uma taxa que tem de ser diminuída são as de mortalidade, é imprescindível que essa taxa seja reduzida. Dessa maneira, quanto menos empresas fecharem, mais o país vai crescer, mais empresas vão surgir, se mantendo no mercado, gerando mais concorrências. É nesse cenário que vemos o tamanho da importância do empreendedorismo no mercado.

Pessoas com comprometimento na inovação e melhorias contínuas no seu negócio se destacando no mercado. São essas mulheres dedicadas que além de manter o negócio no mercado, sempre estão atrás de novas melhorias para fazer o seu negócio alavancar em meio aos concorrentes, para esses, seu negócio tendem a crescer sempre, se pondo na obrigação de não poderem ficar parados no tempo em meio as mudanças constantes dos concorrentes, se firmando no mercado.

Dados apresentados no GEM (2022) no Relatório Executivo, mostram as taxas entre 2019 e 2022, período que compreende a pandemia da Covid-19, onde pode-se observar que, à exceção da abrupta redução da taxa total de 2019 para 2020, nos quatro anos considerados, o nível de empreendedorismo total no Brasil manteve-se relativamente estável, com ligeira tendência de queda, com taxas que foram de 31,6% em 2020 a 30,3% em 2022, significando, em cada ano, a existência de perto de 42,2 milhões de indivíduos envolvidos com a criação ou manutenção de um negócio próprio em qualquer estágio. Em meio a esse período, mostrou-se uma diferença entre as mulheres e os homens em suas taxas de crescimento do seu negócio, os homens com uma taxa um pouco elevada de acordo com o crescimento e amadurecimento do negócio. Isto se explica porque, ao longo da história, a inserção das mulheres no empreendedorismo ocorreu de forma mais tardia e porque, tradicionalmente, as mulheres enfrentam mais dificuldades para permanecer na atividade empreendedora.

Quanto as faixas etárias obtidas pelo GEM (2022), os empreendedores nascentes identificados em 2022 eram na maioria homens (54,6%). Mais de 50% deles concentravam-se nas faixas etárias compreendidas entre 25 e 44 anos. A maioria possuía o ensino médio completo (46%), e percentual significativo completou o ensino superior (25,5%). Considerando a rendamédia mensal, 40,2% pertenciam a famílias nas faixas de até 2 SM (Salário mínimo) e pouco mais de 25% na faixa de mais de 3 até 6 SM (Salário mínimo).

Devido a escassez de emprego no período de pandemia, mais de 80% dos novos e nascentes empreendedores iniciaram seus negócios, dentre outras razões como, fazer a diferença nomundo, construir uma grande riqueza ou renda muito alta e tradição familiar. Características essasde empreendedores que aproveitam a oportunidade de fazer a diferença, mostrar inovações no meiodo mercado tão competitivo.

A pesquisa GEM (2022), revelou que, em linhas gerais, após uma redução em 2021, a proporção de empreendedores iniciais brasileiros que buscam a formalização voltou a subir. Isso sedeu, sobretudo em função do incremento registrado entre os empreendedores nascentes. Em 2022, essa proporção, quase 35%, foi 4 pontos percentuais superior à do ano anterior e a maior da série histórica. Entre os empreendedores novos, pode-se falar em estabilidade nesse indicador, pois, mesmo com uma pequena diminuição, manteve-se ainda na faixa dos 40%. Já entre os empreendedores estabelecidos, o decréscimo foi de 9 pontos percentuais em relação a 2021, sendo também o segundo ano consecutivo em que se observa tal redução.

Sobretudo avaliando em taxas gerais, os resultados separadamente por fases, a instabilidade na Taxa Empreendedorismo Total (TTE), demonstraram variações, compensações internas, diminuindo os empreendedores iniciais (nascentes) e tendo um aumento dos empreendedores estabelecidos, mostrando que as dificuldades para quem começou no momento mais difícil, sem conhecimento não se adequou a situação. A maior motivação para um empreendedor independente do momento, é a monetária, por falta de um emprego fixo que o dê uma estabilidade financeira e segurança para si e família. Que em muitas das vezes, tem uma ideia, criam um negócio, mas sem planejamento, sem inovação, apenas para sobreviverem, sem pensar no crescimento.

Essas novas empresas e empreendedores ganham mais forças a cada dia, com a ajuda do SEBRAE, que as tornam lucrativas e estruturadas, onde o agente de capacitação e desenvolvimento com a Lei Geral Da Micro e Pequena Empresa, garantem um cuidado especial e diferenciado, favorecendo cada uma delas, que ainda precisa ser mais forte esses trabalhos.

Pois um país como o Brasil, de várias diversificações de culturas, pode ser criadas diversas opções de novos comércios, e mercados, por sermos um povo criativo, onde possibilita a criação de oportunidades a partir de novas ideias.

2.5. EMPREENDEDORISMO FEMININO

De Vita, Mari e Poggesi (2014) analisou a relevância do empreendedorismo feminino, afirmaram a importância do empreendedorismo feminino no crescimento econômico dos países em desenvolvimento. E também colocou que as análises das principais características das mulheres empreendedoras são úteis para o desenvolvimento de políticas relacionadas com o sucesso empresarial e para compreender a competitividade e o potencial de crescimento do país.

Problemas de desenvolvimento e crescimento, a escassez de equipes comprometidas, baixa prática de gestão, restrições financeiras, falta de capital inicial, cargas de trabalho pesadas. Nas recomendações desse artigo, os autores sugerem a necessidade de um estudo qualitativo para descobrir com mais precisão os desafios e problemas que as mulheres empresárias enfrentam. No Brasil os empreendimentos iniciais e estabelecidos se concentram

em atividades de baixo conteúdo tecnológico, com pequenas barreiras de entrada, voltados para o mercado interno ou para prestação de serviços ao consumidor (GEM 2013).

Após uma nova pesquisa realizada em 2019 pela (GEM), mostra que mesmo em épocas de crise, pode se aproveitar a oportunidade e empreender, desde quando foi criado o GEM, o Brasil sempre esteve à frente das pesquisas quando se fala em empreendedorismo de necessidade, ao longo dos anos isso foi mudando e hoje temos uma divisão muito significativa entre a necessidade de empreender e a oportunidade, onde somos donos do aproveitamento em oportunidades.

De fato, isso também é comprovado pelo estudo do GEM, entre outros. Schumpeter (1982) ressaltou o importante papel do empreendedor no processo de inovação. Sendo que a inovação é essencial no mundo empresarial (DE BES e KOTLER, 2011). O Gender-GED é uma pesquisa encomendada pela Dell que visa medir o potencial de empreendedorismo feminino com grande potencial de inovação no país. O Brasil, segundo a pesquisa, vem melhorando sua posição no ranking.

Pesquisa divulgada pela Dell no mês de junho/2015, entre 31 países, o Brasil está na 18ª posição que tem como líderes, Estados Unidos, Canadá e Austrália, aonde vem mapeando os desafios de oportunidades à frente dos negócios para as mulheres. A pesquisa mede o potencial do empreendedorismo feminino baseado em aspirações individuais, ambientes de negócios e ecossistemas empresariais. Dentre as principais conclusões do Gender-GED tem-se: as mulheres reconhecem uma boa oportunidade de negócio, mas sua habilidade para agir nas oportunidades é limitada; a falta de conhecimento afeta o crescimento dos negócios.

As mulheres tendem a empreender nas áreas de conformidade com os papéis femininos como salão de beleza e venda de comida. Há evidências, segundo a pesquisa, que as mulheres são tão eficientes quanto os homens na produção quando dado acesso aos mesmos insumos e recursos, e que existem muitas lacunas para análise do empreendedorismo feminino. Shane e Venkataraman (2000), afirmam que o empreendedorismo é uma área de negócios que visa compreender como surgem as oportunidades para se criar um novo negócio; buscam, ainda, entender como as oportunidades são descobertas e/ou criadas por indivíduos específicos.

No relatório divulgado pelo GEM (2022/2023) nós traz uma nova realidade onde visto que muito vem se modificando ao longo dos anos, quando se trata de novas empreendedoras. “As mulheres empreendedoras desempenham um papel importante na promoção do

crescimento económico e no avanço do desenvolvimento social”, disse a Diretora Executiva do GEM, Aileen Ionescu-Somers. “No entanto, as mulheres também estão sobrerrepresentadas entre as pequenas empresas em mercados e indústrias altamente competitivos e com margens baixas. Enfrentam a desigualdade no lar, carregando um fardo mais pesado de responsabilidades familiares, o que contribui para o aumento da dependência económica e para a diminuição do poder e dos privilégios interpessoais.”

2.6. RELAÇÃO TRABALHO VERSUS FAMÍLIA

As mulheres veem ganhando notoriedade nos últimos anos e espaço no mundo dos negócios, onde muitas delas estão mudando seu modo de viver e de suas famílias após se engajarem no ramo do empreendedorismo, sendo colaboradora ou dona de seu próprio negócio, independente de qual seja a função no mercado, as mulheres se destacam pela força de vontade em ganhar espaços, e trabalharem na mesma medida e proporção em que os homens estão.

Os destaques alcançados pelas mulheres vêm de sua possibilidade de gerenciamento de tempo, onde ela passa a dividir seus horários de trabalho, família e afazeres domésticos, onde muitas das vezes são mães solteiras. Assim contando com o fator flexibilidade, sem horários fixos para cumprir as obrigações, que mesmo assim ainda não é fácil ser uma empreendedora, por mais que consiga dividir o tempo, ele permanece insuficiente para cumprir todas as atividades.

Esse conflito vem sendo gerado desde o momento que não se coloca uma prioridade, onde se ver que as mulheres, querem alcançar o mesmo espaço em que os homens estão, sem deixar de perder o lado de cuidados da família, que essa parte se faz com que seja transformado em motivação e combustível para se manter no mercado empreendedor.

A motivação e dedicação ao trabalho, pela força de vontade em melhorar de vida pessoal e da família, gera preocupações de não saberem como lidar nesses momentos de priorização, onde é importantíssimo, que se opte por minimizar os problemas. Hall (1972) afirma que para lidar com o conflito, as mulheres planejam ações para minimizá-lo.

Também é relato do autor que as mulheres têm divisões em quatro papéis: papel de esposa, papel de mãe, de dona de casa e o de trabalhadora, pois essas empreendedoras

administram seu tempo obtendo seu sucesso profissional e pessoal sem tornar uma interferência negativa dentro de casa, afetando o relacionamento.

Shelton (2006), informa que na busca de diminuir os conflitos, as empreendedoras buscam dividir por diversas vezes em três ações: deixar de exercer funções da vida pessoal ou da profissional, formar uma família menor e terceirizar as atividades do lar, ou compartilhar os conflitos tanto do empreendimento quanto da família com outras pessoas.

Vendo essa visão dos autores, podemos perceber que esse conflito está presente na vida das mulheres desde muito tempo no ramo do empreendedorismo, não deixando que elas possam buscar a melhora de vida, fazendo com que se tornassem essas mulheres corajosas e empreendedoras, ações que as auxiliem nas atividades do lar e nas atividades do empreendimento.

2.7. GESTÃO FEMININA

Segundo os autores no meio de tantos que falam sobre empreendedorismo, e suas características, Amorim e Batista (2012), as mulheres possuem características diferenciadas, como empatia, sensibilidade, boa vontade e comprometimento. São essas características que as auxiliam a serem empreendedoras de sucesso. Além destas características as mulheres também se destacam pelo fato de terem familiaridade com multitarefas, ou seja, são capazes de se organizar para que possam cumprir diversas atividades.

Por esses e outros motivos, as mulheres se destacam no meio de um desenvolvimento na estrutura organizacional, ao satisfazer a todos, com bom contato pessoal entre os colaboradores, assim fazendo com que sua liderança e gestão venham englobar os aspectos distintos da organização, sendo uma gestão completa de características mais pessoais, sem diferenças.

Para Grzybovski (2002), o modelo feminino de gestão é caracterizado por valores e princípios diferentes do modelo masculino, visando mais o lado humano. Essas empreendedoras com facilidade em lidar com pessoas tornam a sua gestão atrativa aos demais, fazendo com que todos entrem de cabeça no negócio, unindo assim todos os departamentos, melhorando o negócio como um todo, desde o ambiente interno, nas comunicações interpessoais, que se tornam mais claras e objetivas, sem conflitos entre os colaboradores.

A gestão feminina é destaque com suas características diferentes, que a cada dia que passa, ganha espaço, aumentando a sua participação em cargos onde só homens atuavam e comandavam, tudo isso vem de sua força de vontade em melhorias e dedicação, sem se deixar abaterem com as dificuldades que sempre ocorreram e vem ocorrendo.

GEM (2022/2023) revelou no período “que cerca de quatro em cada cinco empreendedores em todo o mundo relataram que consideram a sustentabilidade social e ambiental nas decisões de negócios, sendo as mulheres apenas um pouco mais frequentemente do que os homens. As mulheres empresárias também eram mais propensas a reportar dar prioridade à sustentabilidade em detrimento dos objetivos económicos empresariais do que os homens.”

Graças a sua força de vontade e modelo de gestão que sobrepõe ao dos homens, sendo mais um complemento, em uma empresa, que tenha os dois modelos de gestão, só tendem a contribuir para o sucesso e alavancagem do negócio, conectando os colaboradores através de sua estrutura organizacional.

3. MÉTODOLOGIA

Para atender o objetivo e a proposta do estudo foi realizada uma pesquisa quantitativa descritiva. O estudo descritivo reside em conhecer a comunidade, seus traços característicos, seus problemas, seus valores, etc. Trivínos (1987) afirma que “o estudo descritivo pretende descrever ‘com exatidão’ os fatos e fenômenos de determinada realidade”. Para Sampieri, Collado e Lucio (1991), “os estudos descritivos medem de maneira independente os conceitos ou variáveis a que se referem”.

Para esses autores, o objetivo dos estudos descritivos não é indicar como as variáveis medidas se relacionam, mas sim, integrar as medidas de cada variáveis para decidir como é e como se manifesta o fenômeno de interesse.

3.1. TIPIIFICAÇÃO DO ESTUDO

Como o objetivo é identificar as principais características, oportunidades e desafios das mulheres empreendedoras de empresas inovadoras, optou-se pela rede de contatos e indicações dentro da cidade, devido ao não acompanhamento pelo SEBRAE (Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), dessas empresas que são fundadas por mulheres, como também do CDL (Câmara dos Dirigentes Lojistas), a pesquisa foi realizada dentro dos conhecimentos do autor, onde algumas delas foram iniciadas com apoio do SEBRAE, mas não está dentro das estatísticas da instituição.

O município de João Câmara está localizado é um município brasileiro no interior do estado do Rio Grande do Norte. Fundada em 1928, é conhecida como Terra dos Abalos e Baixa Verde. Sua área territorial é de 715 km² e sua população, conforme o censo do IBGE de 2022, era de 33 290 habitantes. As participantes desta pesquisa atuam em diversos tipos de empreendimento, comércio lojista, serviços de estética, serviços administrativos, pequena indústria.

3.2. INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Os dados da presente pesquisa foram coletados por meio de questionário online enviado para as participantes que tinham o conhecimento de internet, como foi apresentado em contato pessoal. A estrutura de tal questionário é constituída por questões a respeito dos dados demográficos, onde foram identificados o nível de escolaridade, e o tipo do negócio, o estado civil, o tempo de negócio e a idade. O questionário foi elaborado tendo algumas modificações com exclusões e modificações de algumas perguntas com base no questionário elaborado pela pesquisadora e estudante do curso de Administração, Josilâne Santos Cavalcante da cidade de Solânea/PB. A estudante elaborou a pesquisa de título (Empreendedorismo Feminino: Um Estudo Sobre o Perfil Das Mulheres Empreendedoras Informais No Município De Solânea-PB) utilizando o questionário do Teste de Perfil Empreendedor – Modelo Teórico de McClelland (1972). O questionário da mesma também foi feito adaptações, não fugindo da teoria de McClelland. Ele é composto por questões acerca das características do comportamento empreendedor e é certificado internacionalmente como instrumento de mensuração de características comportamentais de empreendedores. O instrumento, que se encontra no apêndice deste trabalho, contém 53 itens, cada item segue a escala de Likert de 5 pontos, sendo: 1 = nunca, 2 = uma vez, 3 = duas vezes, 4 = 3 vezes, por fim 5 = sempre.

Tais itens agrupam-se em dez características do comportamento empreendedor (CCEs - Características Comportamentais Empreendedoras), são elas: busca de oportunidades e iniciativa, correr riscos calculados, persistência, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, independência e autoconfiança e, persuasão e rede de contatos. Ao final do teste a pontuação obtida calcula a intensidade de cada comportamento empreendedor.

3.3. COLETA DE DADOS

O instrumento para a coleta de dado foi um questionário de múltipla escolha. Para a realização das entrevistas utilizou-se um link de formulário no Google Forms, sendo enviado para algumas e respondido na presença do autor, em um total de 25 respondentes durante o período de 17/01/2024 a 06/03/2024, transferidos para planilha do Microsoft Excel 2019, onde foi obtido os resultados para assim serem analisados dentro da Teoria do Perfil do

Empreendedor. Os dados obtidos foram transcritos e analisados estatisticamente, procurando relacionar a teoria com um conceito derivado do empirismo.

O instrumento foi elaborado após a fase do estudo que consistiu no estado da arte e da prática efetuada através da pesquisa bibliográfica, ou seja, livros, teses, dissertações, monografias, artigos em periódicos nacionais e estrangeiros, ensaios, anais de congressos, e outras publicações acadêmicas e técnicas afins.

As empreendedoras respondentes do questionário, são de níveis de escolaridade diferentes, sendo desde fundamental incompleto a superior completo, mulheres essas que tem os seus conhecimentos tecnológicos são destintos, os negócios estudados em suas maiorias não eram formalizados, eram feitos de forma informal, em suas casas ou indo até os clientes, essas empreendedoras atuavam no varejo e comércio.

3.4. TRATAMENTO DE DADOS

O presente estudo foi feito no município de João Câmara/RN, aplicando-se o questionário a 25 mulheres que atendiam aos requisitos da pesquisa. As entrevistadas são empreendedoras de negócios informais e formais que tinham disponibilidade em responder o questionário, o que configura uma amostra não probabilística por conveniência, visto que o número de empreendedoras informais como também as formais não são exatos.

A técnica utilizada para o tratamento dos dados levantados será a análise estatística. Dentre os usos da análise de conteúdo citado por Berelson (1952), conforme Sampieri, Collado e Lucio (1991), destacam-se: identificar intenções, apelações e características dos comunicadores; revelar ‘centros’ de interesse e atenção para uma pessoa, um grupo e uma comunidade; refletir atitudes, valores e crenças de pessoas, grupos ou comunidades; construir e aplicar padrões de comunicações; descobrir estilos de comunicação, entre outros.

3.5. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DA PESQUISA

Na presente pesquisa os dados coletados foram analisados por meio das informações geradas via Google Forms, transferidos para planilha do Microsoft Excel 2019, onde foi obtido os resultados das pontuações. Criando os modelos para dinamização de dados de formas

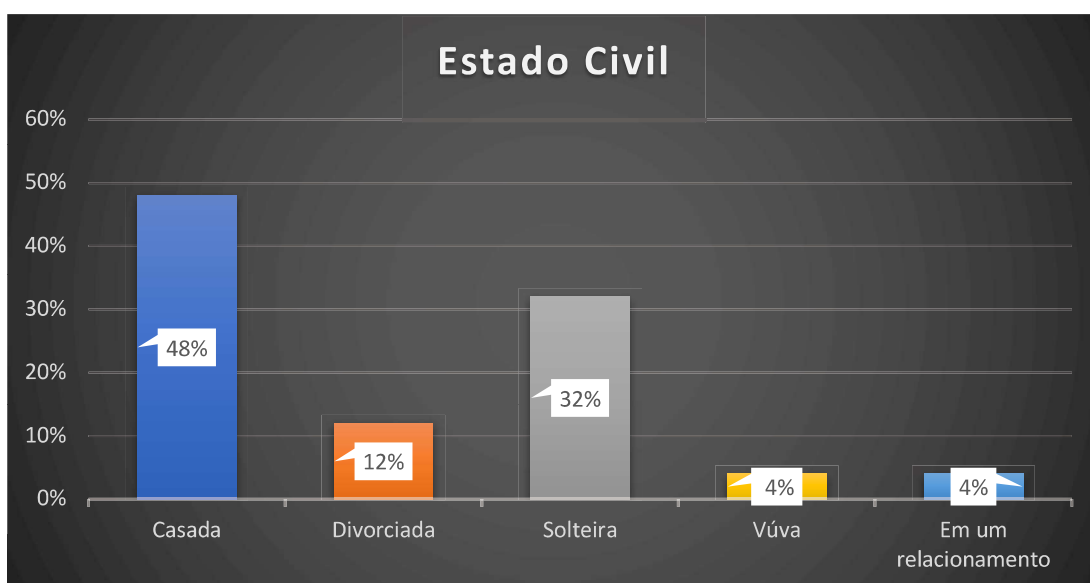
variadas, além de dados com gráficos. Para uma melhor compreensão dos comportamentos manifestados, os dados obtidos foram agrupados nas 10 características do comportamento empreendedor, as CCEs (Características Comportamentais Empreendedoras).

Para a apresentação dos dados demográficos foram utilizados gráficos, a fim de promover uma boa observação e análise das quantidades. A partir dos resultados dos comportamentos manifestados, as participantes são consideradas empreendedoras quando/se atingirem uma pontuação entre 15 e 25 pontos dentro da escala.

4. ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS

Após a aplicação de todos os questionários, e com a finalidade de atingir os objetivos especificados no início do projeto, são apresentados os gráficos que representam os dados demográficos da pesquisa. No Gráfico 1, estão as informações sobre o estado civil das participantes, onde a maioria das entrevistadas são casadas, com um total de 48%, vindo em segundo lugar as solteiras com 32%.

Gráfico 1: Percentual do estado civil



Fonte: Elaboração própria (2024)

Na Tabela 1 que será apresentado, expõe o percentual de instrução das mulheres, evidenciou-se que 24% das entrevistadas tem Nível Médio (completo), e as com Nível Médio (incompleto) e Superior (completo), estão ambas em 20 %. Estes dados corroboram com a informação do GEM (2022), que diz que há uma grande parcela de mulheres com ensino Médio

completo, e a segunda parte de Superior completo, comprovando claramente que a maioria dos empreendedores possui educação formal acima do ensino médio completo.

Tabela 1: Percentual do grau de instrução

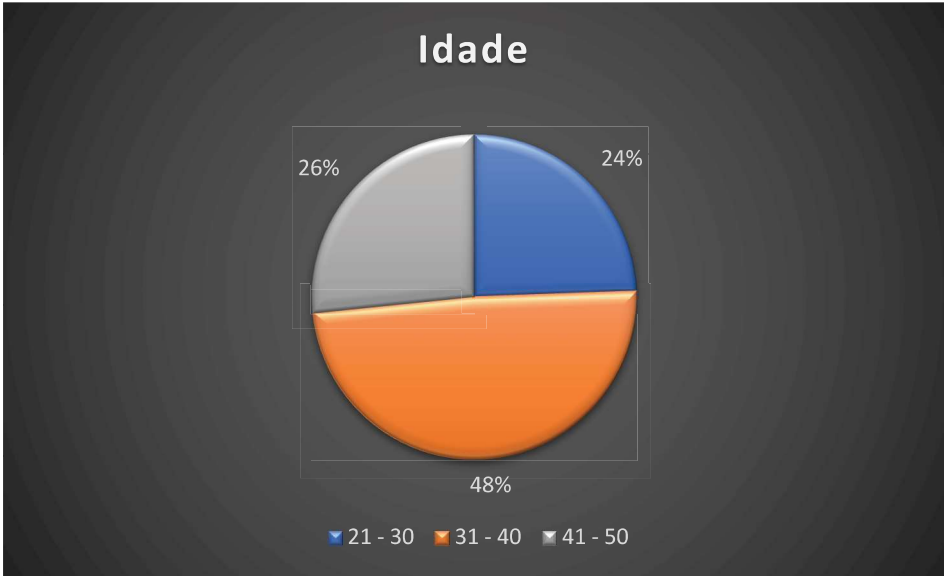
Grau de Instrução	
Nível Fundamental (completo)	8%
Nível Fundamental (incompleto)	12%
Nível Médio (completo)	24%
Nível Médio (incompleto)	20%
Superior (completo)	20%
Superior (incompleto)	16%

Fonte: Elaboração própria (2024)

A amostra envolveu mulheres que estão, em sua maioria, na faixa etária entre 31 e 40 anos (48%), e em seguida a faixa etária entre 21 e 30 anos (26%), sendo a faixa etária entre 41 e 50 anos a que obteve menor porcentagem (24%), conforme observado no gráfico 3. O resultado confirma com os dados apresentados no GEM (2022).

Onde a junção dos resultados obtidos de 31 e 50 anos (Gráfico 2), são os de maior participação no mercado empreendedor brasileiro. Isto quer dizer que no município de João Câmara/RN, as faixas etárias de empreendedorismo seguem a mesma tendência do restante do país.

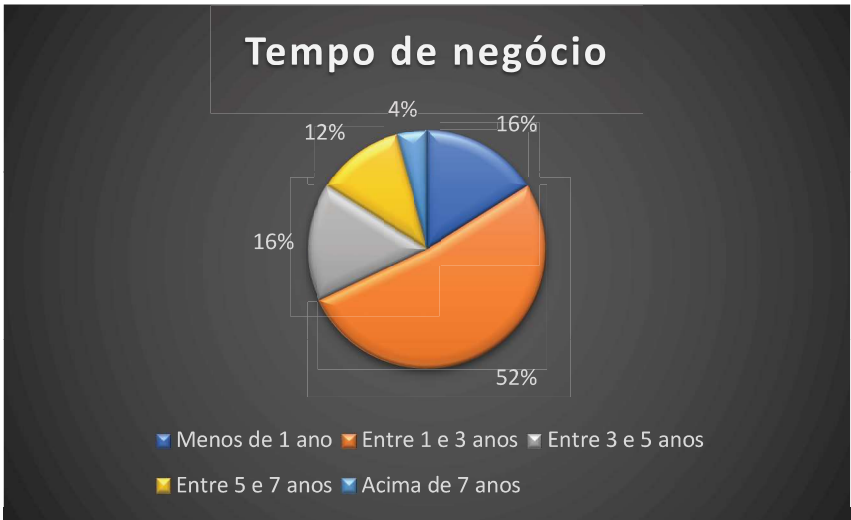
Gráfico 2: Percentual de idade entre as Empreendedoras



Fonte: Elaboração própria (2024)

Sobre o tempo de existência do empreendimento, apresentado no Gráfico 3, a maioria das entrevistadas afirma que empreende a 3 anos ou menos (52%), em segundo lugar com igualdade nas porcentagens, com (16%), os empreendimentos de menos de 1 ano e os de 3 a 5 anos de existência, logo em seguida, os entre 5 e 7 anos e acima de 7 anos, foram apresentados sendo os de menor amostra, (12% e 4%) respectivamente.

Gráfico 3: Percentual do tempo dos Empreendimentos

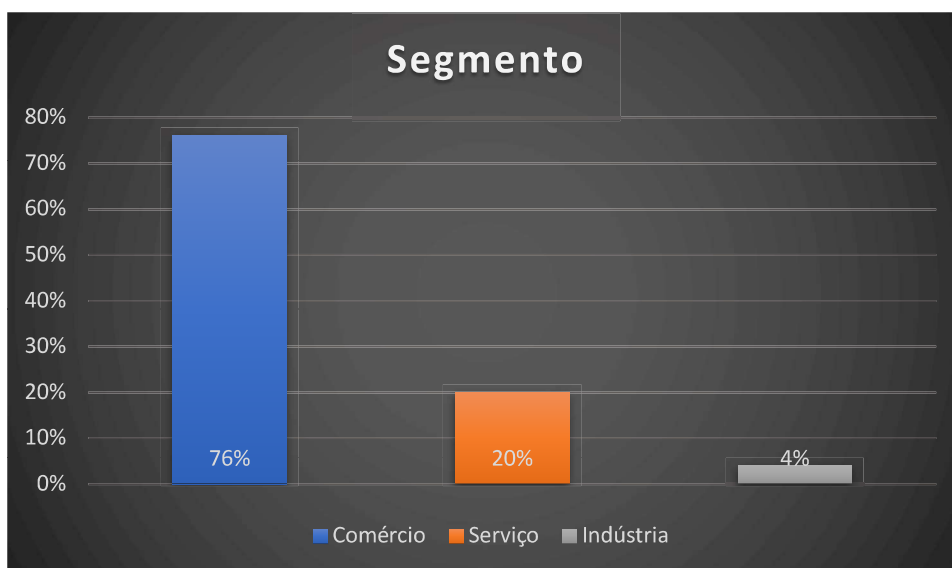


Fonte: Elaboração própria (2024)

GEM BR (2022/2023), pegando o acontecimento da pandemia, entre 2019 e 2022, sendo o último ano pré pandemia e o primeiro ano pós pandemia, que seria o ano de recuperação após a crise do coronavírus, houve tanto aumento de novos e estabelecidos, aconteceu também a redução dos “nascente de 2021 para 2022 evidencia um arrefecimento no ímpeto dos brasileiros em iniciar negócios. Em parte, isto está associado à própria recuperação da economia. Também contribui para a compreensão destes movimentos a análise da variável denominada “descontinuidade”.” As amostras apresentadas seguem a citação do autor, onde negócios informais com pouca estrutura, conhecimento e acompanhamento, fazendo com o que a maioria dos empreendimentos encabeçados por mulheres no município de João Câmara/RN esteja dentro da citação.

Se referindo aos segmentos, no Gráfico 4 a maioria das entrevistadas atua no comércio (76%), seguido de serviços (20%) e (4%) na área da indústria, visto que são empreendimentos de pequeno porte, com produtos e serviços destinados ao consumidor final e a indústria destinada ao consumidor inicial, para dentro do município, quanto para fora dele. Informações essas que confirmam as registradas no (GEM 2022), onde as atividades majoritariamente conduzidas por mulheres, se estendem o papel da mulher, o cuidado com os outros, em comércio varejista de artigos de vestuário, cosméticos, serviços de catering, serviços domésticos entre outros.

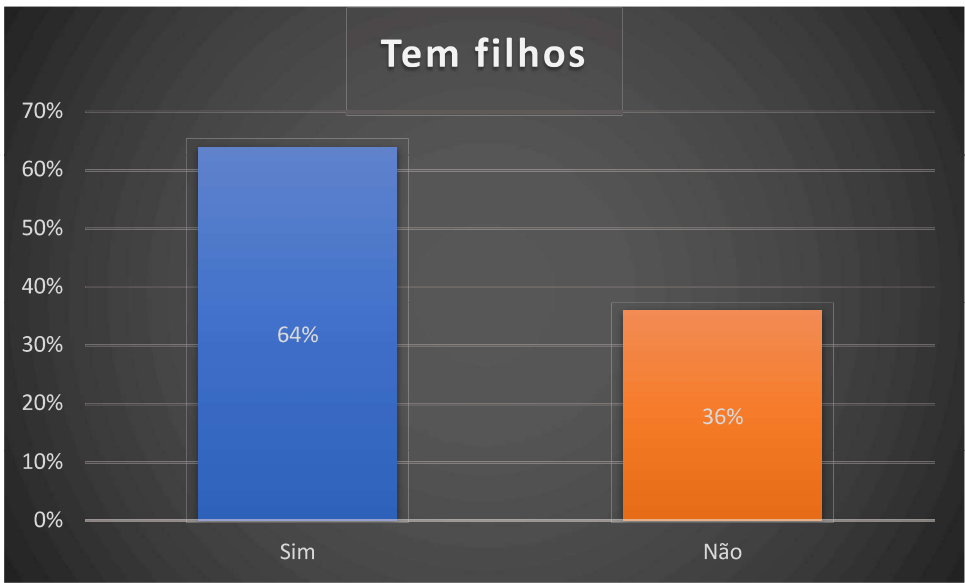
Gráfico 4: Percentual do segmento das Empreendedoras



Fonte: Elaboração própria (2024)

No gráfico 5, apresenta o percentual das mulheres que tem ou não tem filhos, evidenciou-se que 64% das entrevistadas tem filhos e 36% não tem filhos. Com base nesses dados, podemos relacionar com a informação do GEM (2022), que diz que há uma grande parcela de mulheres empreendem por necessidade, se dividindo entre o seu tempo entre família e trabalho, para empreender e realizar os sonhos.

Gráfico 5: Percentual das Empreendedoras com ou sem filhos



Fonte: Elaboração própria (2024)

Com base nos resultados na Tabela 2, observa-se que de acordo com a média dos conjuntos obtida por meio dos dados obtidos com as empreendedoras de negócios formais e informais aplicando o questionário, baseado no modelo teórico de McClelland, pode ser constatado uma pontuação próxima ao perfil desejado para serem consideradas empreendedoras. Considera-se empreendedor quando atinge uma pontuação média de 15 a 25 pontos.

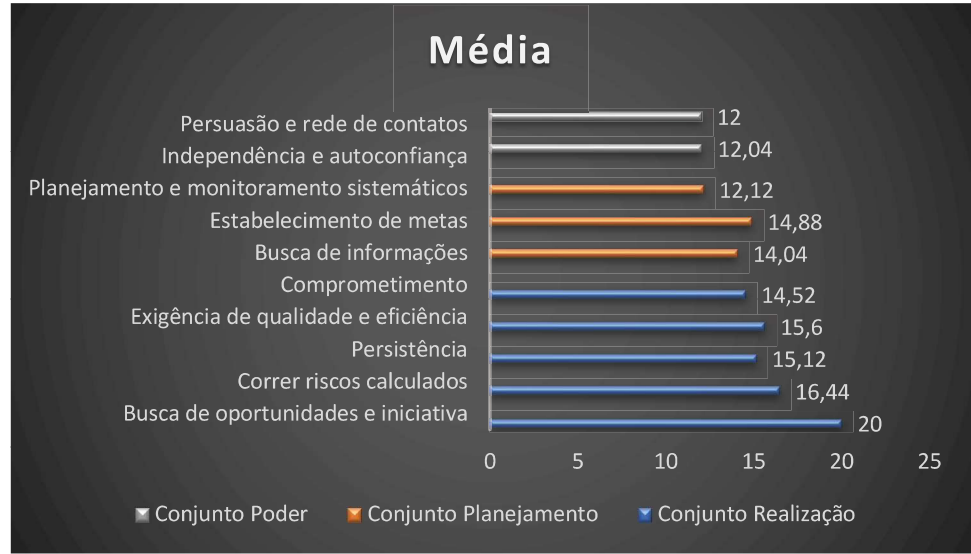
Tabela 2: Média do resultado do questionário e correlação das variáveis máximas e mínimas do modelo de McClelland.

Características do Comportamento Empreendedor		Mínimo	Média	Máxima
1	Busca de oportunidades e iniciativa;	20	20	20
2	Correr riscos calculados;	11	16,44	25
3	Persistência;	11	15,12	20
4	Exigência de qualidade e eficiência;	8	15,6	23
5	Comprometimento.	7	14,52	25
6	Busca de informações;	11	14,04	20
7	Estabelecimento de metas;	8	14,88	23
8	Planejamento e monitoramento sistemáticos.	5	12,12	16
9	Independência e autoconfiança;	8	12,04	20
10	Persuasão e rede de contatos.	7	12	20

Fonte: Elaboração própria (2024)

Apresentando no Gráfico 6, os resultados das Características do Comportamento Empreendedor temos:

Gráfico 6: Percentual das Características do Comportamento Empreendedor



Fonte: Elaboração própria (2024)

Facilitando a compreensão dos resultados, segue abaixo a Tabela 2 com as 10 Características do Comportamento Empreendedor, agrupadas nos três conjuntos propostos por McClelland (1972):

Tabela 3: Média por conjuntos

Características do Comportamento Empreendedor		Mínimo	Média	Máxima
Conjunto Realização				
1	Busca de oportunidades e iniciativa;	11,4	16,34	22,6
2	Correr riscos calculados;			
3	Persistência;			
4	Exigência de qualidade e eficiência;			
5	Comprometimento.			
Conjunto Planejamento				
6	Busca de informações;	8	14	20
7	Estabelecimento de metas;			
8	Planejamento e monitoramento sistemáticos.			
Conjunto Poder				
9	Independência e autoconfiança;	8	12	20
10	Persuasão e rede de contatos.			

Fonte: Elaboração própria (2024)

Observa-se que, de acordo com os valores obtidos com a aplicação do questionário de David McClelland, junto as participantes, constatou-se uma pontuação média individual aproximado de 15 pontos em todas as 10 características do comportamento empreendedor (CCEs). O que indica que as participantes deste estudo em João Câmara/RN apresentam o perfil empreendedor aproximado de McClelland (1972).

Verificou-se que na média geral as características “Busca de oportunidades e iniciativa”, “Correr riscos calculados” e “Exigência de qualidade e eficiência” obtiveram as pontuações mais altas. Características essas que fazem parte do Conjunto Realização, o que reflete a

vontade de atingir novas oportunidades, melhorando o empreendimento com prévia avaliação do resultado, sem perder a qualidade, sendo fator muito importante, para se destacar.

McClelland (1972) concluiu que, colaboradores inseridos em organizações e com grande necessidade de realização ficam satisfeitos com o bom desempenho e estabelecem metas mais elevadas que os colaboradores com pouca necessidade de realização. Essa característica é observada nas empreendedoras entrevistadas, isto se mostra o momento inicial em que elas se preocupam com a qualidade de seus serviços e/ou produtos.

A medida que buscam novas oportunidades para melhorar cada vez mais seus negócios, tudo isso com responsabilidade na tomada de decisão e mantendo o comprometimento de sua qualidade. A característica “persuasão e rede de contatos”, que faz parte do Conjunto Poder, na qual foi a que apresentou a menor média entre as entrevistadas. Nesse ponto, podemos afirmar que as mulheres não estão procurando novos contatos de clientes, se sentindo tranquilas com a atual situação. se aventurando menos, preferindo manter-se em uma situação mais segura.

A representatividade da característica “Persistência”, denota a capacidade empreendedora em persistir diante de resultados não satisfatórios. Não só para McClelland, mas para diversos outros autores esta característica é fundamental no empreendedorismo. É essa característica que mostra a força de todos os empreendedores, que buscam melhorar a situação apesar do tamanho da situação não satisfatória.

Onde podemos ver que a “busca de informações” teve uma boa representatividade com uma média de 14,04% neste ponto as empreendedoras em sua maioria estão buscando informações, estando próximas da média da característica empreendedora. Através de novas informações, pode se ver o que está deixando o empreendimento sem crescimento, como também pode trazer novas oportunidades, mostrando outros caminhos para o sucesso.

Dentro do Conjunto Planejamento, estão as características “estabelecimento de metas”, “planejamento e monitoramento sistemáticos”, que obtiveram resultados abaixo da média, 14,88% e 12,12% respectivamente, que trazem a informação que não se planejam e não tem metas traçadas, diferente dos resultados amostrados no (GEM 2022), onde foi constatado que acima de 28,4% das entrevistadas entre 18 e 64 anos, tem algum sonho para realizar complementando com o seu empreendimento, dentre eles uma viagem para o exterior e ter um plano de saúde.

A característica “Comprometimento”, característica essa do Conjunto realização, está evidenciada uma média pouco abaixo do esperado para confirmar o perfil empreendedor, com 14,52%, que nós informa principalmente que a confiança em seu potencial e a coragem de ousar, não está focada no crescimento do empreendimento. Confirmando essa informação está o resultado da característica “independência e autoconfiança”, tendo um resultado de 12,04%, observa-se um resultado mediano obtido neste estudo, sendo o segundo menor resultado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A força das mulheres empreendedoras vem crescendo no Brasil e no mundo. O estudo compreendeu vinte e cinco mulheres da cidade de João Câmara/RN, que empreendem de maneira informal e formal, tendo em destaque das entrevistadas o nicho de comércio, sendo em diversos tipos de seguimentos, mas com suas particularidades entre estarem no mesmo tipo de produto a ser oferecido. Os resultados da pesquisa constataram que as empreendedoras, mesmo exercendo suas atividades sem tanto conhecimento e acompanhamento, apresentam as características do perfil empreendedor descritas nos estudos de David McClelland (1961).

Os resultados da pesquisa indicaram que as empreendedoras apresentam grau de escolaridade mediana, tendo as porcentagens quase as mesmas, sendo em sua maioria de nível médio completo, mostrando que o empreendedorismo pode ser exercido, mesmo que não haja um alto grau de instrução, contendo a força de vontade para mudar a situação atual. Porém, a busca por conhecimentos sobre o empreendimento e produto ou serviço que oferece, poderia ajudar a fazer melhorias em seu empreendimento.

A busca por informações sendo o empreendimento formal ou informal, traz consigo o ganho de conhecimento e abertura para novas oportunidades, entretanto em questão que a informalidade não é considerada algo bom para o empreendimento, onde ele não vai lhe dar segurança para o crescimento e nem a estabilidade. Com base nesse estudo, foi possível verificar que as características descritas na literatura estão presentes nas empreendedoras entrevistadas de João Câmara.

Apesar do não acompanhamento dos órgãos competentes, tais mulheres, em sua maioria, apresentam características que são encontradas em empreendedores que tem o acompanhamento e já com bagagem de mercado. Uma das características com maior percentual médio foi “busca por oportunidade e iniciativa”, entende-se que as entrevistadas tendem a buscar melhorias de negócio, de produtos novos, serviços bem sucedidos, sem se arriscar, que pode ser confirmado pela porcentagem de “correr riscos calculados”.

As características que apresentaram a maior média percentual são pertencentes ao “conjunto realização” o que possibilita confirmar a busca das mulheres por realização, trazendo a empreendedora que busca a segunda renda para a família, onde se ver na pesquisa, que a

maioria é casada e tem filhos, visto isso, elas vêm se tornando mais participativas perante a sociedade, trazendo um comércio muitas vezes informal sem deixar de cuidar da casa e dos filhos.

Com o estudo foi possível observar que essas mulheres tem /um média próximo a mínima por buscar estratégias, novas informações, mesmo sem terem apoio de terceiros, para influenciar pessoas, sendo elas comprometidas com o que fazem e querem em seus empreendimentos, tendo em vista que o menor percentual apresentado foi o da característica “persuasão e rede de contatos”. Evidenciando que a maneira de como é formado o empreendimento, não influencia diretamente no perfil empreendedor, visto que mesmo em atuações distintas, sejam elas informais ou formais, e sem acompanhamento de órgãos, que lhe dariam mais segurança no que empreendem, as entrevistadas apresentam as características necessárias para serem empreendedoras.

Durante a pesquisa houveram limitações, como o fato de não haver um registro do número exato de empreendedoras de negócios informais e formais, apesar do instrumento de pesquisa ser muito extenso, contendo 53 questões, todos os contatos e encontros, foram possíveis atender um número significativo de empreendedoras, além dos dados demográficos, que podem ter mais empreendedoras fora do polo central do estudo. Por estes fatos a amostra foi de apenas 25 mulheres.

Com todas as informações expostas, conclui-se que existem muito ainda a ser pesquisado, aumentando os números sobre as mulheres empreendedoras, trazendo junto com isso novas variáveis se aprofundando no tema, retratando nichos de mercado em que elas dominam e são fortes, com todo ou qualquer tipo de material para gerar algum tipo de valor, sejam eles, financeiros, sociais, culturais, visto que as constantes mudanças no mercado mundial, trazem novos mercados, novas demandas.

Diante dos resultados obtidos, fica a sugestão para serem realizadas novas pesquisas futuras, para se ter mais detalhes quantitativos dos perfis, aprofundando o tema do empreendedorismo feminino na cidade de João Câmara/RN, sendo elas formais ou informais.

REFERÊNCIAS

- AHMAD, Syed Zamberi . Evidence of the characteristics of women entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, v. 3, iss. 2, p. 123 – 143, 2011.
- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da Finan*, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.
- ALAM, Sysed Shah; SENIK, Zizah Che; JANI, Fauzi Mohd. An exploratory study of women entrepreneurs in Malaysia: motivation and problems. *Journal of Management Research*, vol. 4, n. 4, p. 282-297, 2012.
- ASN NACIONAL <https://agenciasebrae.com.br/modelos-de-negocio/brasil-alcanca-marca-historica-de-mulheres-a-frente-de-empreendimentos/> Acessado em: 17/07/2023
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007.
- DE VITA, Luisa, MARI, Michela, POGGESI, Sara. Women entrepreneurs in and from developing countries: evidences from the literature. *European Management Journal*, n.32, p. 451-460, 2014.
- DOLABELA, Fernando, *Oficina do empreendedor / Fernando Dolabela. – 6. Ed. São Paulo: Ed de Cultura, c1999.*
- DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa.--rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.* DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luíza. 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006*
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, José Carlos Assis, 1971- Transformando ideias em negócios/ José Carlos Assis Dornelas, - 2.Ed.– Rio de Janeiro: Elsevier, 2005
- DOS SANTOS, Paulo da Cruz Freire et al. Empreender por oportunidade versus necessidade: um estudo com empreendedores catarinenses. 2007.
- Gender-GEDI, 2014. The Gender Global Entrepreneurship and Development Index. Disponível em:
http://i.dell.com/sites/doccontent/corporate/secure/en/Documents/Gender_GEDI_Executive_Report-2014.pdf. Acessado em: 20/10/2014.
- GRZYBOVSKI, Denize; BOSCARIN, Roberta; MIGOTT, Ana Maria Bellani. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. *Revista de administração Contemporânea*, v. 6, n. 2, p. 185-207, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil 2013. Curitiba: IBQP, 2013.

HALL, D. T. A Modelo f Coping with Role Conflict: The Role Behavior of College Educated. Administrative Science Quarterly. Dec/1972

McCLELLAND, David C. A Sociedade Alcançada. Princeton, New Jersey: Van Nostrand, 1961.

_____. A Sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

OLIVEIRA, Pâmella Gabriela, SOUZA NETO, Bazamat de. Empreendedorismo e gestão feminina: uma análise do estilo gerencial de mulheres empreendedoras no município de São João del-Rei/MG. Anais do XXV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Brasília (DF), outubro/2008.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. Tratado de Metodologia Científica. São Paulo: Pioneira, 1997.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández e LUCIO, Pilar Baptista. Metodologia de la investigación. 2ª Ed. México: McGRAW-HILL, 1991.

Relatório Executivo GEM 2022, disponível em: <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/> . Acessado em: 19/09/2023

Relatório Feminino GEM 2022/2023 <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship> . Acessado em: 24/04/2024

SCHUMPETER, J.A. Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultura, 1982.

SEBRAE (org). Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas: 2013. São Paulo: DIEESE, 2013. Acessado em: 20/10/2014

SHELTON, L. M. Female Entrepreneurs, Work-Family Conflict and Venture Performance: New Insights into Work-Family Interface. Journal of Small Business Management. V. 44(2), Abr, 2006.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

<http://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2015/03/de-todas-mulheres-do-brasil-8-sao-donas-do-proprio-negocio.html> Acessado em: 15/07/2023

<http://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2015/06/brasil-e-18-colocado-em-estudo-sobre-empendedorismo-feminin.html> Acessado em: 15/07/2023

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Prezada Respondente,

Esta pesquisa, está sendo realizada para ser apresentada academicamente em forma de monografia para a disciplina de Trabalho de Conclusão no curso de Bacharel em Administração CCSAH/UFERSA, que tem como objetivo: Analisar as Características do Comportamento das Mulheres Empreendedoras no Município de João Câmara-RN. Tratando-se de uma pesquisa acadêmica sob a orientação do Prof Paulo Gustavo da Silva, sem nenhum propósito de fiscalização, controle e divulgação das atividades, sendo apenas para análise dos resultados obtidos.

O presente questionário contém 53 questões de múltipla escolha e de fácil resposta.

A pesquisa essa está sendo elaborada pelo aluno Allan Rubens Ribeiro Alves, graduando do curso de Bacharel em Administração.

Os dados servirão de fonte para elaboração da Monografia.

Desde já agradeço a colaboração

Atte

Allan Rubens Ribeiro Alves

e-mail: allan_ribeiro18@hotmail.com

Leia cada afirmação e decida qual melhor se aplica a você (considere como você é hoje e como gostaria de ser). Seja honesta consigo mesma, lembre-se de que ninguém faz tudo corretamente, nem mesmo é desejável que se saiba fazer tudo.

Selecione o número correspondente à afirmação que descreve: (Algumas afirmações podem ser similares, mas nenhuma é exatamente igual).

1. Nunca
2. Uma vez
3. Duas Vezes
4. Três vezes
5. Sempre

Perguntas do questionário

1 2 3 4 5

1. Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas
2. Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução

3. Término as demandas de minha função antes de expirar o prazo
4. Gosto de estar no controle de tudo
5. Gosto de pensar no futuro.
6. Quando começo uma tarefa ou projeto novo, colete todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.
7. Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.
8. Tenho confiança que posso ser bem-sucedida em qualquer atividade que me proponha a executar.
9. Qual das alternativas abaixo representa seu estado civil?

- Solteira ☐
- Casada ☐
- Divorciada ☐
- Viúva ☐
- Outro _____ ☐

10. Faço coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.
11. Insisto muito para que as pessoas façam o que eu quero.
12. Cumpro minhas promessas
13. Meu rendimento em casa afeta o meu rendimento no trabalho
14. Envolver-me com algo novo só depois de ter feito todo o possível para assegurar o seu êxito.
15. Não planejo o futuro do meu empreendimento
16. Procuro conselhos das pessoas que atuam no ramo em que estou atuando.
17. Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de tomar uma decisão comercial
18. Mudo a maneira de pensar, se outros discordam do meu ponto de vista.
19. Qual seu grau de instrução (Escolaridade)

- Nível Fundamental (incompleto) ☐
- Nível Fundamental (completo) ☐
- Nível Médio (incompleto) ☐
- Nível Médio (completo) ☐
- Superior (incompleto) ☐
- Superior (completo) ☐

20. Aborreço-me quando não consigo o que quero.

--	--	--	--	--

21. Gosto de desafios e novas oportunidades, para melhorar o meu empreendimento
22. Não deixo as dificuldades me atrapalharem e fazer-me desistir
23. Faço a tarefa de meus colaboradores para cumprir um prazo, se este estiver a se vencer
24. Aborreço-me quando perco tempo.
25. Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito.
26. Tomo decisões sem perder tempo buscando informações.
27. Levo em conta os problemas que podem ocorrer e antecipo o que faria se ocorressem.
28. Qual sua idade?

Menos de 20 anos

☐

21 - 30

☐

31 - 40

☐

41 - 50

☐

Acima de 50 anos

☐

29. Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas.

30. Tenho paciência com situações difíceis

31. Já fracassei no passado.

32. Prefiro executar tarefas com as quais me sinto segura.

33. Quando me deparo com dificuldades, rapidamente passo para outras atividades.

34. Me esforço para que meus clientes fiquem satisfeitos com o meu serviço/produto

35. Nunca fico satisfeita com a forma como são feitas as coisas

36. Há quanto tempo você empreende?

Menos de 1 ano

☐

Entre 1 e 3 anos

☐

Entre 3 e 5 anos

☐

Entre 5 e 7 anos

☐

Acima de 7 anos

☐

37. Conto com um plano para meu futuro.

38. Quando passo uma tarefa para alguém, peço que faça perguntas para me assegurar que entendeu o que quero.

39. Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os.

40. Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas
41. Confio na potência de meu serviço/produto oferecido
42. Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas.
43. Qual o segmento do seu Empreendimento?

Comércio

Serviços

Indústria

Outro _____

44. Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção de minhas metas.
45. Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que meus prazos para término de trabalhos.
46. Encontro a maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quanto no trabalho.
47. Me arrisco em meus objetivos
48. Preocupo-me em alcançar minhas metas pessoais
49. Você tem filhos?

Sim

Não

50. Procuro fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos.
51. Busco métodos diferentes para enfrentar determinados problemas.
52. Busco me qualificar para melhor entendimento do mercado.
53. Busco inovação para melhorar o meu empreendimento.
