

DCH - CAMPUS V
Departamento
de Ciências Humanas



UNEB
UNIVERSIDADE DO
ESTADO DA BAHIA

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – DCH/CAMPUS V
COLEGIADO DE ADMINISTRAÇÃO

MARIA APARECIDA VIEIRA DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo de caso com discentes do curso de Administração da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), DCH Campus V

SANTO ANTÔNIO DE JESUS

2021

MARIA APARECIDA VIEIRA DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo de caso com discentes do curso de Administração da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) DCH Campus V

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em administração da Universidade do estado da Bahia- DCH, Campus V, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Me. Daisy Lima de Souza Santos.

SANTO ANTÔNIO DE JESUS

2021

FICHA CATALOGRÁFICA
Sistema de Bibliotecas da UNEB
Dados fornecidos pelo autor

S586e

Silva, Maria Aparecida Vieira da

Empreendedorismo feminino: um estudo de caso com discentes do curso de administração da universidade do Estado da Bahia (UNEB), DCH *Campus V* / Maria Aparecida Vieira da Silva – Santo Antônio de Jesus, 2021.

63 fls.

Orientador(a): Prof^ª. Me. Daisy Lima de Souza

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade do Estado da Bahia. Departamento de Ciências Humanas, *Campus V*. Colegiado de Administração. Santo Antônio de Jesus, 2021.

TERMO DE APROVAÇÃO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo de Caso com discentes do curso de Administração da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), DCH Campus V

MARIA APARECIDA VIEIRA DA SILVA

Monografia submetida à Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Departamento de Ciências Humanas – Campus V, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, composta pela seguinte banca examinadora:

Aprovado em: 13/07/2021.

Banca Examinadora:

Daisy Lima de Souza Santos
Profa. Me. Daisy Lima de Souza Santos – Professora Orientadora
Universidade do Estado da Bahia (UNEB)


Profa. Me. Maria Madalena da Silva Frisch – Professora Avaliadora
Universidade do Estado da Bahia (UNEB)

Adriella de Jesus Sousa Santos
Profa. Me. Adriella de Jesus Sousa Santos – Professora Avaliadora
Convidada

Dedico essa monografia a Deus por me ajudar a ultrapassar todos os obstáculos e ser sempre a minha base, força e sustento nessa jornada, onde tudo foi e é feito dele, por ele e para ele.

AGRADECIMENTOS

Mais uma etapa da minha vida, onde é possível perceber que não há vitórias sem fé, persistência, lutas, dedicação e compromisso

Agradeço ao autor da vida Deus, por ser um pai onipotente, onisciente e onipresente, que caminha comigo, e mesmo diante das adversidades e desafios ele é a minha força e coragem para prosseguir e conquistar o que anseio. A Nossa senhora a mãe de Jesus que sempre caminha e intercede por mim.

A meu esposo Marcos Neto que sempre me incentiva a prosseguir, para trilhar novos horizontes e batalhar pelos meus objetivos. Aos meus amados pais Antônia Vieira e Renato Alves, estes que me amam incondicionalmente, sempre protetores, cuidadosos, agradeço pelo apoio, paciência e compreensão. A meus irmãos Marcos Rodrigo, Felix, Marcos Crispim, que em atitudes e palavras contribuíram para a minha formação, mesmo frente aos problemas, mostrando-me que estão ao meu lado sempre que eu precisar. As minhas Cunhadas Alessandra e Andrea, exemplo de mulheres guerreiras que sempre batalharam pelo que almejam, estas que sempre me orientaram a realizar a graduação, pois os bons frutos são colhidos ao decorrer da trajetória, e que dificuldades podem surgir, no entanto é preciso prosseguir e não se limitar diante das Adversidades da vida.

A minha sogra e sogro Anizete e Pedro que não mediram esforços para me motivar a concluir, sempre com palavras sábias e valiosas, mostrando-me que o estudo é a base para o conhecimento.

Agradeço a todos os meus colegas de turma que contribuíram grandiosamente para a minha conclusão deste curso de administração, que apesar de cada um tenha características diferentes todos sempre estavam dispostos a ajudar o outro, onde foi possível trocar conhecimentos, compreender e respeitar as diversas opiniões e compartilhar bons momentos.

A minhas amigas de curso Hannah, Maise, Jaqueline, onde podemos compartilhar diversos momentos bons, ruins, alegres, tristes e engraçados que diante das imperfeições permanecemos unidas, onde reciprocidade, ajuda e apoio foi constante.

Aos meus amigos curso: Celidalva, Gideval Ricardo, Leandro, Gabriel, Milena, Thais, Laís, Naiana, Democles, Yago, Magnaldo, Junior (in memória), Alicia, Talita, Vanessa,

que mim ajudaram a perpassar pela trajetória do curso com belas atitudes e palavras sábias e enriquecedores, bem como seus ensinamentos e todos os outros que fiz amizades de outros semestres.

Aos excelentes professores este que obtive o privilégio de conhecer e trocar conhecimento durante o trajeto da graduação em Administração dentre: Daisy Lima, Pedro Camilo, André Kaercher, Rodrigo Ludovice, Maria Rachel, Felipe Bomfim, Nívia Menezes, Rogério Pereira, Claudia Vaz, José Gilea, Kátia Mendes, João Smith, Sueli, Madalena Frisch.

Agradeço a todos que possibilitam a existência da universidade, a todos os colaboradores que fazem o curso de administração acontecer com total empenho, dedicação, compromisso e zelo.

Enfim, agradeço a todos que direta e indiretamente contribuíram na trajetória da conclusão deste curso de graduação e por tornar meu sonho realidade.

Peça a Deus que ele abençoe os seus planos, e eles darão certo. Provérbios 16:3.

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.”

(Arthur Schopenhauer).

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo identificar as limitações que as universitárias empreendedoras do curso em bacharelado de administração na UNEB - Campus V, enfrentam para empreender seu próprio negócio no mercado, além de analisar e descrever de que forma elas utilizam os conhecimentos adquiridos durante o curso e os aplicam em seus empreendimentos. Nota-se que empreender requer muita persistência e habilidades, uma vez que o mercado está cada vez mais competitivo e com extremas exigências e constantes mudanças. O método de pesquisa utilizado para responder o questionamento norteador deste trabalho foi de natureza qualitativa com característica descritiva, realizado por meio da ferramenta online *Google Forms* para coleta de dados. Os resultados apontaram que a falta do capital de giro limitou as empreendedoras na abertura do negócio. Destacam-se também como desafios enfrentados, a estrutura para abrir o negócio, ser aceita pela sociedade, falta de experiência, planejamento e segurança sobre o negócio, falta de conhecimento técnico e apoio familiar.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Empreendedoras; Discentes.

ABSTRACT

This work aimed to identify the limitations that entrepreneurial university students in the Bachelor of Administration course at UNEB - Campus V face to undertake their own business in the market, in addition to analyzing and describing how they use the knowledge acquired during the course and apply them in their endeavors. It is noted that entrepreneurship requires a lot of persistence and skills, since the market is increasingly competitive and with extreme demands and constant changes. The research method used to answer the guiding question of this work was qualitative with a descriptive characteristic, carried out through the online tool Google Forms for data collection. The results showed that the lack of working capital limited women entrepreneurs in opening a business. Also highlighted as challenges faced are the structure to open the business, being accepted by society, lack of experience, planning and security about the business, lack of technical knowledge and family support.

Keywords: Entrepreneurship; Female entrepreneurs; Students.

RESUMEN

Este trabajo tuvo como objetivo identificar las limitaciones que enfrentan los estudiantes universitarios emprendedores de la carrera de Licenciatura en Administración de la UNEB - Campus V para emprender su propio negocio en el mercado, además de analizar y describir cómo utilizan los conocimientos adquiridos durante el curso y los aplican en sus esfuerzos. Se observa que el emprendimiento requiere mucha persistencia y habilidades, ya que el mercado es cada vez más competitivo y con exigencias extremas y cambios constantes. El método de investigación utilizado para responder a la pregunta orientadora de este trabajo fue cualitativo con característica descriptiva, realizado a través de la herramienta online Google Forms para la recolección de datos. Los resultados mostraron que la falta de capital de trabajo limitaba a las mujeres emprendedoras a la hora de abrir un negocio. También se destacan como desafíos enfrentados la estructura para abrir el negocio, ser aceptado por la sociedad, falta de experiencia, planificación y seguridad sobre el negocio, falta de conocimientos técnicos y apoyo familiar.

Palabras clave: Emprendimiento; Mujeres emprendedoras; Estudiantes.

LISTAS DE SIGLAS

GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor.</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
ONU	Organização das Nações Unidas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas.
UNEB	Universidade do Estado da Bahia.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - característica de uma pessoa	24
Quadro 2 - Competências e habilidades para o futuro graduado em administração	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - A atuação das discentes empreendedoras	35
Tabela 2 - dificuldades que enfrentou para abrir/ iniciar seu negócio.	40
Tabela 3 - Dificuldades que enfrenta/enfrentou para MANTER seu negócio.....	41

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Proporção mulheres/homens nos empreendedores iniciais em 2018	20
Gráfico 2 - proporção de negócios “por necessidade” (homens x mulheres).....	22
Gráfico 3 - Distribuição por faixa etária.....	23
Gráfico 4 - Faixa etária de universitárias empreendedoras de Administração.....	32
Gráfico 5 - semestre das universitárias empreendedoras de Administração.	33
Gráfico 6 - Em relação a Ocupação das universitárias empreendedoras de Administração.	34
Gráfico 7 - Tempo de atuação das universitárias empreendedoras de Administração no mercado.....	36
Gráfico 8 - Motivo pelo qual as universitárias de Administração empreendem no mercado (Necessidade x Oportunidade).....	36
Gráfico 9 - Onde as universitárias de Administração adquirem conhecimentos para empreender.....	37
Gráfico 10 - Plataformas digitais que as universitárias de Administração utilizam para empreender.....	38
Gráfico 11 - avaliação das discentes sobre ter encontrado ou não dificuldade de ser aceita na sociedade por ser mulher empreendedora.	39
Gráfico 12 - Avaliação das discentes sobre a motivação percebida pela graduação	42
Gráfico 13 - Percepção quanto as disciplinas aprendidas na graduação auxiliarem no desenvolvimento do negócio.	42
Gráfico 14 - avaliação das discentes sobre a importância da administração para o amadurecimento dos conceitos relacionados ao empreendedorismo.....	43
Gráfico 15 - Avaliação sobre sentir-se segura para empreender com os conhecimentos adquiridos na Universidade.	43
Gráfico 16 - Avaliar se considera ter um bom conhecimento financeiro para os negócios....	44
Gráfico 17 - Avaliação sobre buscar aprofundar os conhecimentos sobre empreendedorismo em sites especializados.	45

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1.1 PROBLEMA	16
1.2 OBJETIVOS.....	16
1.2.1 Objetivo geral	16
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.3 JUSTIFICATIVA.....	16
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	18
2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO	20
2.3 TRAÇOS DE PERSONALIDADE - Modelo <i>Big Five</i>	23
2.4 HABILIDADES E COMPETÊNCIAS REQUERIDAS EM ADMINISTRAÇÃO	27
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	30
4. DISCUSSÃO E ANÁLISE DE DADOS	32
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS.....	49
APÊNDICE I	52

INTRODUÇÃO

É notório que muitas pessoas por meio do empreendedorismo, tem buscado o percurso para chegar até o sucesso em diversos âmbitos, todavia, nem sempre é fácil conquistar e inserir-se no ramo empresarial e principalmente manter-se equiparados frente aos que já atuam.

Segundo José Dornelas (2001, pág.19) “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

Existem diversos empreendedores, uns que de início visam o lucro, outros almejam ficar ricos, ou procuram contornar as dificuldades do momento econômico que se depara, além dos que prezam pela sobrevivência de sua empresa no mercado, contudo, tais fatores não decorrem apenas do desejar, uma vez que tais circunstâncias, implicam em um processo gradativo, uma vez que todo processo de implementação e sustentação de um negócio dependem de planejamento.

Percebe-se que o empreendedorismo tem sua real importância no desenvolvimento das organizações (empresas), sendo assim uma das bases de sustentação da economia, o que segundo dados do SEBRAE (2013) apontam que cada vez mais é crescente o número de pessoas que investem na área empreendedora. Os impactos da pandemia do novo Coronavírus (COVID-19), ocasionou crise econômica e o aumento de desemprego, no entanto culminou para o aumento de empreendedores no mercado em busca de uma renda. Segundo pesquisa GEM 2020 o número de empreendedores iniciais motivados por necessidade cresceu de 37,5% para 50,4% a mesma percentagem há 18 anos.

As características empreendedoras podem ser verificadas tanto em homens quanto em mulheres, sem que haja limitações de gênero para deslançar nos negócios. Todavia as mulheres no geral, bem como as universitárias, ainda enfrentam desafios para serem aceitas pela sociedade e assumirem seus papéis como empreendedoras no mercado atual, embora seja tão claro que possuam habilidades suficientes para empreender em diversos setores.

De acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE (2016) juntamente com as universidades, ver-se que é necessário intensificar e incentivar o empreendedorismo para os alunos, sendo o objetivo proporcionar nas comunidades um desenvolvimento

econômico e social. Nota-se que as universidades que ofertam o curso de administração têm um papel importante no processo do empreendedorismo, pois trazem bases fomentadoras que fornecem aos alunos ferramentas e técnicas para se inserir no mercado e atuar com excelência. Neste contexto, essa pesquisa, pautada no empreendedorismo feminino, tem como objeto de estudo universitárias do curso de administração.

1.1 PROBLEMA

Diante da conjuntura apresentada, foi elaborado o seguinte questionamento: **quais desafios as universitárias do curso de administração encontram para empreender no mercado?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral desta pesquisa é identificar e analisar os desafios enfrentados pelas universitárias do curso de Administração para empreender em seus negócios.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar as limitações das universitárias em relação ao empreendedorismo;
- b) Descrever o ramo de atividades das empreendedoras;
- c) Analisar de que forma as universitárias utilizam os conhecimentos adquiridos no curso em seu negócio.

1.3 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo ganhou força no Brasil na década de 1990, período este em que o desemprego estava em alta e muitas pessoas começaram a investir em seu próprio negócio, mesmo sem possuir conhecimentos necessários para empreender efetivamente, entretanto, visavam melhorar de vida financeiramente. Por meio do empreendedorismo, é possível gerar renda individual ou familiar, contribuir no desenvolvimento da economia e proporcionar oportunidades de empregos, fatores

estes que motivam a maioria das pessoas, em especial os jovens, que buscam por um trabalho que possibilite retorno financeiro aliado à satisfação diária de livre-arbítrio para inovar, sem ficar subordinado a decisões e opiniões do “chefe”, sendo assim, buscam por serem donos do seu próprio empreendimento.

Contudo, em pleno sec. XXI, a era da tecnologia favorece o empreender, no qual o acesso à informação é “disseminado” de forma rápida e prática para todos em qualquer lugar do mundo. Existe também a oferta de cursos, seja este presencial ou a distância, que possui a disciplina de empreendedorismo em sua ementa, contribuindo assim para aquisição do conhecimento teórico e prático.

Vê-se que empreender não é uma atividade exercida apenas por homens, mas também por mulheres que tiveram iniciativa de deixar os serviços domésticos, para ocupar espaço no mercado ocupacional trabalhista, adquirir direito ao voto, ingressar no ensino superior e lutar por seus sonhos. Tudo isso se concretizou no ano de 1975, ano este oficializado pela (ONU) como dia Internacional da mulher onde a sociedade reconhece as conquistas sociais, políticas e culturais que as mulheres lutaram para conseguir seus direitos e tais fatores vigoram na atualidade, contudo, elas não deixaram de enfrentar uma diversidade de desafios desde: desigualdade salarial com referência ao sexo oposto mesmo que exerçam a mesma função, precisam comprovar a competência para empreender no mercado, demonstrar que não são frágeis em situações diversas, pois ainda são vistas assim pela sociedade. Esta pesquisa servirá como base para a comunidade acadêmica, sociedade, e todos aqueles que desejam ser empreendedores, possuir e gerenciar sua própria empresa.

Este trabalho está estruturado em quatro capítulos, além dessa introdução: o segundo capítulo apresenta conceitos e definições sobre empreendedorismo, empreendedorismo feminino, traços de personalidade e competências requeridas para futuros administradores. No terceiro capítulo é apresentado o estudo de caso, com o levantamento de dados primários por meio de questionário. No quarto capítulo análise dos resultados e discussão. E para finalizar, serão apresentadas as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico desta pesquisa está embasado na visão de alguns autores, dentre eles: (CHIAVENATO, 2007; DORNELAS, 2005; DOLABELA, 2008).

2.1 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo deriva da palavra francesa *Entreperneur*, que significa, aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2011). Segundo Hisrich e Peters (2002), o termo empreendedor era utilizado desde a idade média, onde o objetivo era descrever uma pessoa que gerenciava grandes projetos de construção a exemplo dos castelos.

No entanto, foi no séc. XVIII e XIX, a partir do conceito de Canylon e Say que, o termo empreendedor assumiu uma caracterização próxima de empresário, onde difere-se de capitalista e agrega-lhe a função primária de transformar a matéria prima em produtos e serviços com valor econômico.

O empreendedorismo foi associado à noção de risco pela primeira vez, no séc. XXII, no momento que financiavam contratos e realizavam alguns serviços com o governo, desse modo assumiram um certo grau de risco.

De acordo com Filon, (1999) o termo empreendedor pode ter vários significados, a depender da época e da região. Para o autor, o empreendedor é aquela pessoa que imagina, desenvolve e também realiza visões.

Dornelas (2001), afirma que os empreendedores são pessoas determinadas e dinâmicas, elas implementam suas próprias ações com total de comprometimento, ultrapassam os obstáculos com uma vontade de “fazer acontecer”, e se mantêm inconformados diante da rotina, buscam sempre o novo, isto é, estão em constante mudanças.

Segundo Dolabela (2008, p. 23) “o empreendedor é aquele que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. De acordo com a afirmação do autor, o empreendedor é aquele que não se limita diante das dificuldades para conseguir realizar seus sonhos, porém busca meios necessários de concretizá-los, seja por meio da inovação de um produto ou serviço, pela força de vontade, dedicação e comprometimento.

Conforme Dornelas (2005 p.39) “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo assim riscos calculados”. Por outro lado, para Chiavenato (2007, p.18),

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem emprego, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia, que assumem riscos em uma economia em mudanças, transformação e crescimento.

Nas concepções descritas acima pelos autores, os empreendedores são pessoas que identificam as oportunidades e se propõe a criar negócios que gerem retornos lucrativos que abrange não apenas a si próprio, mas a família e principalmente toda sociedade, também se colocam a serviço dos consumidores, estes cada vez mais exigentes por serviços e produtos de qualidades que satisfaçam seus desejos e necessidades. Contudo, os empreendedores estão dispostos a assumir os riscos existentes nos negócios frente a uma economia que se mantém em constantes mudanças.

Para acompanhar tais mudanças e se manter no mercado, é necessário saber inovar constantemente, meios estes indispensáveis para atrair e fidelizar os clientes, talvez seja esse um dos desafios do empreendedor, sejam homem ou mulher. Diante do significativo crescimento do trabalho feminino no Brasil (BRUSCHINI, 1994), as mulheres gradativamente estão atuando em posição de liderança nas empresas. Por conseguinte, são inúmeras as micro e pequenas empresas criadas e lideradas por mulheres, o que de certa maneira ameniza a visão de exclusão e de certo modo propicia a inserção e permanência destas no mercado de trabalho.

É significativa a capacidade econômica do empreendimento feminino brasileiro quando se considera os setores da economia formal e o informal, onde os negócios titulados por mulheres chegam a compor quase metade deste universo, (Co-operation and Development-Oced 1998). Desse modo, os dados foram confirmados por meio de pesquisa (GEM, 2003), que demonstra a existência de 6,4 milhões de empreendedoras brasileiras representando um total de 46% de empreendedores no Brasil.

De acordo com pesquisa GEM (2019), as mulheres empreendedoras no Brasil correspondem a 24 milhões, do total de 52 milhões que empreenderam no ano de 2018. Além disso, o estudo de 2018 demonstra que o número de homens foi de 41,7%, sendo assim maior em 2018 no que se refere a empreendedores estabelecidos, no

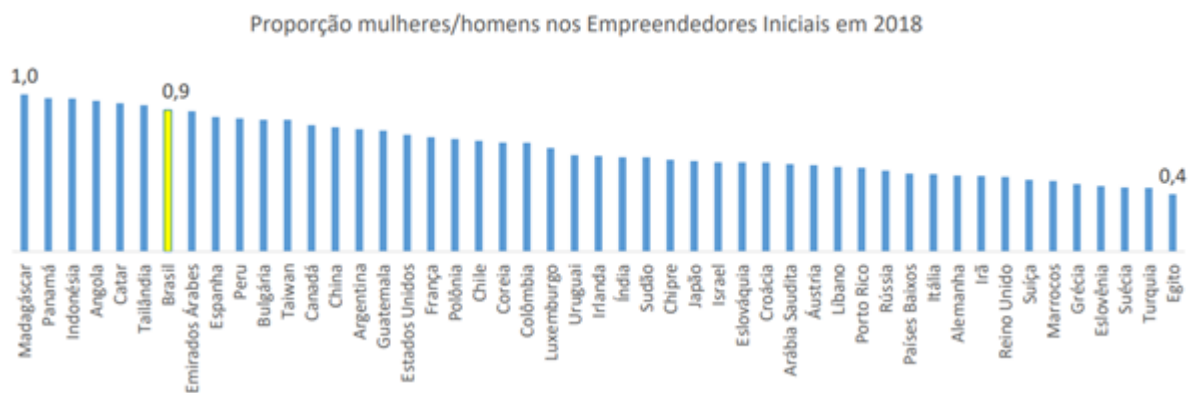
entanto o percentual de mulheres foi de 34,4%. Todavia quando se aborda empreendimentos iniciais abertos em 2018 no mundo dos negócios, tem-se um percentual de 18,5% para homens e 17,7% para mulheres, totalizando uma diferença mínima para as mulheres no que tange a abertura de negócios.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

De acordo com a última pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), realizada pelo IBGE, analisou-se que 9,3 mulheres estão à frente dos negócios no Brasil, ambas vem buscando seu espaço na sociedade.

Segundo a pesquisa Gem (*Global Entrepreneurship Monitor*), realizada pelo SEBRAE em 2018, demonstra estatisticamente que o Brasil tem a sétima maior proporção de mulheres empreendedoras entre os empreendedores iniciais dos 49 países, de acordo com o gráfico 1.

Gráfico 1- Proporção mulheres/homens nos empreendedores iniciais em 2018



Fonte: GEM Brasil 2018 (SEBRAE e IBQP)

De acordo com Robbins (2000, p. 413),

As mulheres encorajam a participação e a partilha do poder e da informação e tentam aumentar a autoestima dos seguidores. Preferem lidar pela inclusão e recorrem a seu carisma e experiências, contatos e habilidades interpessoais para influenciar os outros.

Analisando a narrativa do autor, as mulheres possuem habilidades diversas, desde realizam inúmeras funções ao mesmo tempo, são criativas, detalhistas, resilientes, perseverantes, possuem a facilidade de convencer as pessoas para

múltiplos fins, sendo assim um ótimo fator para alavancar os empreendimentos nos negócios. Vê-se que o empreendedorismo feminino possibilita diversas conquistas como: ser dona da sua própria história, retorno financeiro adquirido de seu próprio negócio e manutenção/contribuição familiar.

De acordo com a ONU, as mulheres direcionam maior parte de sua renda para o bem estar e educação familiar e que o empreendedorismo é um dos melhores caminhos para o desenvolvimento da nação, assim é evidente a contribuição social das mulheres empreendedoras no mundo. Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2015; SCHNEIDER, 2017). Em relevância Machado et. Al. (2003) reforça que o empreendedorismo feminino causa impacto econômico (geração de emprego e renda), sociais (maior equilíbrio entre trabalho e família) e político (aumento da autonomia e independência econômica e financeira).

Em 2016 mais da metade dos negócios abertos foi realizado por mulheres, isso segundo o levantamento mundial Global Entrepreneurship Monitor 2017, realizado no Brasil em parceria com o SEBRAE, o que pode ser comprovado por meios de dados numéricos apresentado pela a especialista em empreendedorismo Hilka Machado, professora da Universidade do Oeste de Santa Catarina onde descreve que em 2007 a taxa de empreendimento oscilava entre 47% e 54% para homens e mulheres, sendo explicitamente uma taxa de 7% a mais de mulheres no mundo dos negócios. Já em 2016 a taxa passa a ser de 48,5% para os homens e 51,5% para as mulheres, ainda assim com o passar dos anos o grupo feminino está a 3 pontos percentuais a mais que o masculino, sendo a tendência evoluir com o passar dos anos.

No mundo do empreendedorismo manter seus negócios fluentes no mercado é desafiador, pois exige persistência, visão para identificar as oportunidades, bem como, criar a todo o momento algo inovador, assumindo assim os riscos e incertezas existentes (HISRECH; PETERS, 2002). Todavia no mundo dos negócios são múltiplos os desafios enfrentados pelas empreendedoras para que seus empreendimentos cresçam à exemplo: conseguir crédito no mercado, encontrar sócios dispostos a empreender o seu negócio, realizar negociação com fornecedores, limitação de investimento, possuir acesso à informação, tecnologia, contudo, a causa de tais fatores decorrem de uma influência cultural construída e mantida por séculos.

Contudo um dos fatores que contribui para o destaque das mulheres no mundo dos negócios é a escolaridade seja (médio ou superior), elas investem na educação o que favorece para obtenção de inúmeros conhecimentos e as instrui como gerenciar

seus negócios. Segundo Gem (2018) e Machado et al. (2003), há duas distinções a respeito das motivações para abrir um negócio: necessidade ou oportunidade.

No que tange a motivação por oportunidade o indivíduo possui liberdade para tomar decisões próprias a partir da análise de mercado, todavia a motivação por necessidade ocorre pela dificuldade de se inserir no mercado trabalhista. Nota-se que no Brasil de acordo com (GEM, 2017), 47% do empreendedorismo feminino é motivado por necessidade, no entanto para os homens tem -se índice de 34%, o que demonstra ser uma dificuldade para as mulheres empreendedoras no país empreender por oportunidade, embora elas empreendam por necessidade mais que os homens.

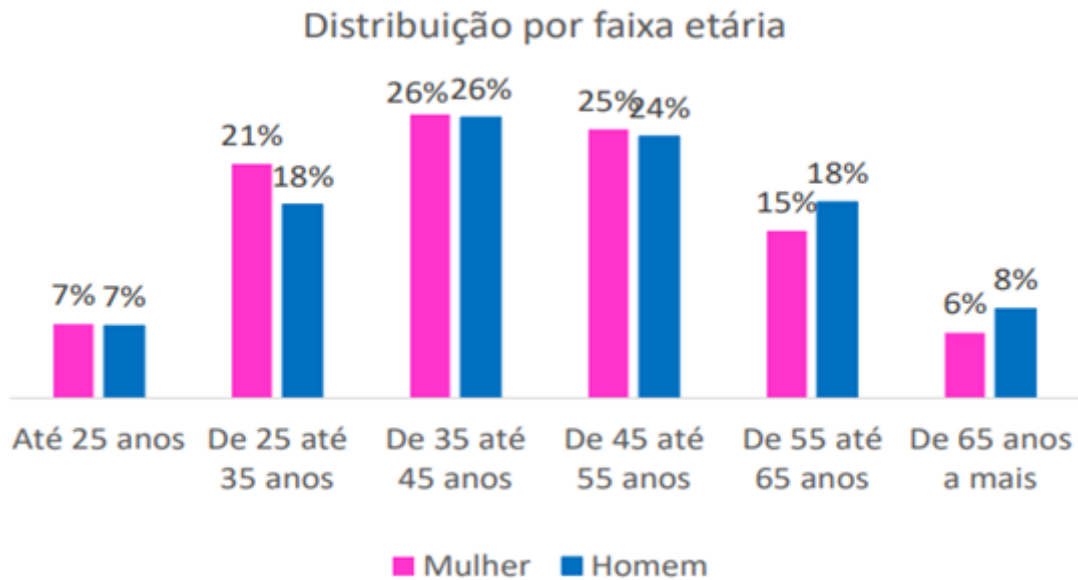
Todavia a pesquisa (GEM, 2018) revela que dos 27,4 milhões de donos de negócios existente no Brasil na média Nacional, as mulheres correspondem a 34%. Elas têm um perfil mais jovem com a maioria na média entre 35 a 45 anos. Conquistam seu espaço na sociedade e nos negócios próprios cada vez mais. Em continuidade a faixa etária é de 25 até 35 anos, estes que representam 21%. As empreendedoras com idade acima de 65 anos, são as que apresentam índices mais baixos o que pode ser visualizado nos gráficos a seguir:

Gráfico 2 - proporção de negócios “por necessidade” (homens x mulheres)



Fonte: (GEM 2018)

Gráfico 3 - Distribuição por faixa etária



Fonte: Sebrae 2019

2.3 TRAÇOS DE PERSONALIDADE - Modelo *Big Five*

Digman (2002), revela que o modelo Big Five nasceu no ano de 1930 a partir de suas análise históricas, obteve também a contribuição dos subsídios teóricos de MC.Dougall e do trabalho empírico de Thurstone, este que verificou a existência de cinco fatores após utilizar as técnicas de análise fatorial nos dados procedentes de um questionário de personalidade.

De acordo com Costa e McCrae (1992) o modelo Big Five denominado também como Five Factor Model é um dos modelos de extrema importância, utilizado para explicar a personalidade humana. Segundo De Raade e Perugine (2002), esta provém de duas diferentes tradições: a psicolexical e a de medida.

Segundo Trentini et al. (2009), este modelo busca definir a personalidade humana, como uma rede hierárquica de traços, o qual pode ser compreendido de acordo com a teoria, como predisposições comportamentais de respostas a situações da vida.

Utilizar o modelo *Big Five* no âmbito empresarial, tem significativa importância, pois através dele é possível identificar os traços de personalidade mais evidentes, bem como descrever as dimensões humanas básicas de cada empreendedor.

Os cinco grandes traços de personalidade são interpretados como cinco características elementares, da personalidade humana presente em todas as culturas é o que afirmam os autores (COSTA; WIDIGGER, 1993; PAUNONEN et al., 2000; SCHIMITT et al. 2007; CAPRARA et al., 2000).

De acordo com essa visão, todas as culturas sempre irão procurar identificar as características de uma pessoa que podem ser:

Quadro 1 - característica de uma pessoa

Identificação do traço de personalidade	Característica Positiva	Características Negativa
Extroversão	Animada, energética	Reservada, quieta
Socialização	Dócil, calorosa	Fria, distante
Conscienciosidade	Focada, determinada	Inconstante
Neuroticismo	Estável psicologicamente	Instável psicologicamente
Abertura para experiência	Aberta, curiosa	Conservadora

Fonte: Adaptado de (COSTA; WIDIGGER, 1993; PAUNONEN et al. 2000; SCHIMITT et al. 2007).

Digman (1996) explicita que todos os grandes traços de personalidade do modelo Big Five, apresentam duas polaridades como: a extroversão e introversão. A extroversão caracteriza-se por emoções positivas e pela tendência em sempre procurar estímulos, comumente são pessoas extrovertidas, cheias de energia,

voltadas para o agir (ação). No entanto, são opostas das introvertidas, estas que são mais calmas, reservadas, ponderadas e se envolvem menos com as questões sociais.

A extroversão é uma característica favorável para o empreendedor, pois o ínsita a ter determinação para alcançar e continuar no caminho do empreendedorismo. Pélogio (2011) explicita que os empreendedores são pessoas diferenciadas, que fazem de suas ideias uma oportunidade e mesmo que corram riscos nos negócios, ainda assim, buscam a realização pessoal. Logo é perceptível que possuem em seu ser a ação.

O segundo elemento, o neuroticismo e estabilidade é caracterizado como experiências negativas onde pode-se citar como exemplo: raiva, stress e a depressão, que também pode ser denominado como instabilidade emocional. Os indivíduos que apresentam um grau de neuroticismo tendem a ser mais emocionalmente reativos, geralmente são vulneráveis ao stress. Contudo, os indivíduos que possuem um grau baixo de neuroticismo são mais calmos e menos reativos emocionalmente, sendo assim estáveis.

Segundo Kizner (1973), o empreendedor cria um equilíbrio, encontrando uma atitude positiva e clara ainda que esteja em um ambiente desagradável, de turbulências e confusões, eles identificam oportunidades na ordem presente.

Ao buscar empreender os indivíduos precisam se pessoas centradas e racionais em seus objetivos, independente do ambiente no qual se encontram, pois o seu lado emocional pode interferir positiva ou negativamente nos seus negócios ou leva-los ao fracasso.

O terceiro elemento Conscienciosidade, se refere àquelas pessoas que tendem a demonstrar autodisciplina, orientação para galgar o objetivo desejado. Geralmente optam por ter um comportamento planejado, estruturado e não optam pelo comportamento inconstante e espontâneo.

Segundo autor Dornelas (2001), para considerar uma pessoa empreendedora ela deve ter capacidade técnica, ter disciplina, ser persistente e possuir habilidades para correr riscos, além de inovar. Assim a característica de conscienciosidade na vida do empreendedor é essencial pois o propicia a planejar, estruturar e gerenciar o seu negócio de modo a prevenir e amenizar os riscos existentes.

O quarto elemento é a Abertura para experiência, a autonomia. Abertura para experiências e convencionalidade é configurada pelo interesse e experiências emocionais, criativas. Neste traço de personalidade o indivíduo gosta de procurar

caminhos alternativos, não se estagna, busca novas maneiras e formas de enfrentar os desafios durante o trajeto, e sempre age estrategicamente em diversas situações. Já as pessoas que têm menor abertura para experiências são as mais tradicionais, logo conservadoras, pois gostam e buscam constantemente o simples e o óbvio.

O empreendedor é “a personalidade criativa; sempre lidando melhor com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, caos em harmonia” (GERBER, 1996. p.31). O autor explicita claramente que o empreendedor deve estar aberto a experiências, ainda que seja algo novo, ele deve ter não apenas uma visão presente mais sim, almejar possibilidades futuras. Em conformidade de uma simples ideia, pode surgir se bem elaborado um grande negócio.

O quinto e último elemento é a Socialização: sociabilidade e indissociabilidade. Em suma, tendem a ser indivíduos compassivos e respeitosos, amigáveis e prestativos, buscam sempre ser cooperantes e firmam compromissos com os outros. Todavia os antissociais são indivíduos frios, distantes, que não estão totalmente preocupados com o bem-estar do seu semelhante, visam apenas o seu interesse singular, priorizando-o acima de boas relações. Na concepção de Drucker (1986), empreendedor é aquele que inicia seu negócio, possui características específicas para desenvolver-se no segmento da atividade escolhida, tendo assim, um diferencial que o destaque e o faça crescer no mercado, todavia não basta ser apenas dono e assumir riscos para ser um empreendedor.

Nota-se que a característica de sociabilidade é um diferencial para o empreendedor, uma vez que o seu carisma, atenção e comprometimento, possibilita atrelar e persuadir mais indivíduos para o seu empreendimento, desde sócios, amigos e clientes. Nisto autor identificado acima, traz que empreender não se resume apenas no “ser dono” e assumir riscos na empresa, mas em ter um diferencial que irá contribuir no seu desenvolvimento pessoal que conseqüentemente refletirá no crescimento da empresa.

Enfim, é perceptível que as polaridades dos grandes traços, não são mensuradas de forma equilibrada e com o mesmo grau de valor. À medida que uma apresenta valorização positiva a outra diverge em valoração negativa, tendo assim características opostas. No entanto, este modelo apresenta uma visão clara e objetiva, o que favorece de certa forma a identificação da personalidade do indivíduo, em

diferentes culturas e principalmente pode servir de norte para os empreendedores e demais pessoas que almejam seguir e realizar-se profissionalmente.

2.4 HABILIDADES E COMPETÊNCIAS REQUERIDAS EM ADMINISTRAÇÃO

Arelado ao processo das habilidades empreendedoras, os estudantes do bacharelado em administração precisam desenvolver habilidades e competências requeridas para sua profissão. O quadro 2 detalha quais são.

Quadro 2 - Competências e habilidades para o futuro graduado em administração

Ordem	Competências e Habilidades requeridas
I	reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
II	desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
III	refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
IV	desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
V	ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
VI	desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;
VII	desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações;
VIII	desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.

Fonte: Conselho Nacional de Educação. Resolução nº 4, de 13/07/2005.

Em relação às habilidades empreendedoras, a Resolução nº 4 do Conselho Nacional de Educação, cita: ter iniciativa, criatividade, abertura à mudança, determinação, entre outros.

As competências e habilidades descritas no quadro acima, demonstram claramente que ambas são essenciais para a formação do estudante de administração, pois possibilita o aprendizado e a busca constante pelos conhecimentos, a fim de moldar o estudante de acordo com a necessidade do mercado. Por conseguinte, a instituição prepara-os, contudo, é dever apenas do estudante buscar desenvolver-se e aprimorar-se para ser um excelente empreendedor e profissional.

Segundo Dornelas (2001, p. 54),

Os empreendedores de sucesso são diferentes: estão sempre atrás de novas ideias de negócios e de verdadeiras oportunidades de mercado, ficando atento a tudo que ocorre à volta deles. São curiosos e questionadores, não aceitando a primeira explicação dada para os fatos ocorridos.

Nota-se que o empreendedor ele precisa ir em busca de novas ideias, logo requer iniciativa, determinação e principalmente criatividade no que faz sendo estes meios estratégicos de se manter ativo no mercado e está aberto às oportunidades que surgem e não se paralisam diante das dificuldades ocorridas, buscam reconhecer eventuais erros e problemas, mas em seguida trabalham em prol de soluções, isso os proporciona sucesso.

O autor ainda acrescenta: "assim, qualquer fonte de informação pode ser um ponto de partida para novas ideias e identificação de oportunidades de mercado. Informação é a base de novas ideias. Estar bem informado é dever de qualquer empreendedor" (DORNELAS, 2001, p. 54).

As informações e experiências adquiridas ao longo da vida e do dia a dia dos estudantes de administração é o que vai refletir no seu empreendimento ou na organização em que atua, sendo imprescindíveis está a todo o momento atualizado de informações o que contribuirá para o surgimento de inúmeras ideias construtivas.

É importante frisar que mesmo com toda bagagem de ensino necessário que a academia oferece, nem sempre é possível abrir seu próprio negócio em decorrência das condições financeiras, motivos estes que impulsiona a maioria dos graduandos a migrar para outras profissões, dentro da área administrativa seja ela assistente, auxiliar de administração, ou outros setores.

Todavia o administrador precisa mesmo diante das adversidades, colocar em prática e aperfeiçoar as competências adquiridas ao longo de suas vivências e no curso de graduação, mantendo assim, uma administração baseada na eficiência e

eficácia o que resultará em um bom gerenciamento de uma empresa ou até do seu próprio negócio.

Diante disso pode-se inferir que existe todo um suporte preparatório que deve ser explanado durante a trajetória acadêmica de bacharel em administração, onde possibilita ao universitário desenvolver as suas habilidades empreendedoras por meio da teoria e principalmente da prática, esta que propicia aos mesmos, autonomia para criação e desenvolvimento de projetos, sendo o objetivo instigar a prática empreendedora, adquirir experiências e constituir redes de contatos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Diante da proposta de discutir sobre as dificuldades das universitárias de administração da UNEB Campus V de se inserir no mercado de trabalho como empreendedora de seu próprio negócio, optou-se por pesquisa descritiva de abordagem qualitativa.

De acordo com Marconi e Lakatos (2003, p. 195), “o uso de instrumentos adequados possibilita a realização de observações mais refinadas do que aquelas proporcionadas pelos sentidos. Na pesquisa descritiva expõe-se a realidade identificando os fatos. Porém, na pesquisa exploratória, o objetivo é explorar, galgar as informações a respeito do que está sendo pesquisado.

Utilizou-se o estudo de caso múltiplos como método de pesquisa. De acordo com Yin (2010, p.39) (...) o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto são evidentes. O que de certa forma pode contribuir para compreensão de uma realidade maior. O mesmo ainda acrescenta: “parte do princípio de que as lições que se aprendem desse caso, fornecem muitas informações sobre as experiências das pessoas ou instituições visual” (YIN, 2005 pag. 63).

Em conformidade com Gil (2012, p. 54) “um estudo de caso pode ser considerado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa ou uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa ou uma unidade social”.

Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado o questionário do tipo *survey*, sendo distribuído para as discentes empreendedoras por meio da ferramenta online “*Google Forms*” aplicado às universitárias de Administração da Universidade do estado da Bahia (UNEB) - DCH Campus V, situada na cidade de Santo Antônio de Jesus- BA. O questionário foi composto de 20 questões, sendo 19 questões de múltipla escolha e 1 questão dissertativa. 7 questões foram sobre os aspectos socioeconômicos das entrevistadas, 7 foram ligadas diretamente aos desafios que elas enfrentam para empreender no mercado, e 6 voltadas para experiências e conhecimentos adquiridos na graduação em administração.

O questionário proporciona diferentes visões sobre tema, pois é realizado com um público específico, que apresentam inúmeras características e opiniões

divergentes, e as informações coletadas precisam ser concretizadas, pois serão dados que servirão como base de estudo e podem ser representados graficamente (MARKONI; LAKATOS, 2003, p. 195).

A técnica “bola de neve” foi utilizada para identificar as universitárias empreendedoras do referido curso. De acordo com Baldin e Munhoz (2011), essa técnica é uma amostra não probabilística onde os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes que, por sua vez, indicam novos participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto. O questionário foi respondido por 15 universitárias.

Para análise dos dados, utilizou-se o método quantitativo por meio de estatística descritiva. O método quantitativo permitiu a construção de gráficos em planilhas do Excel para inserir os dados obtidos através do instrumento de pesquisa (questionário).

4. DISCUSSÃO E ANÁLISE DE DADOS

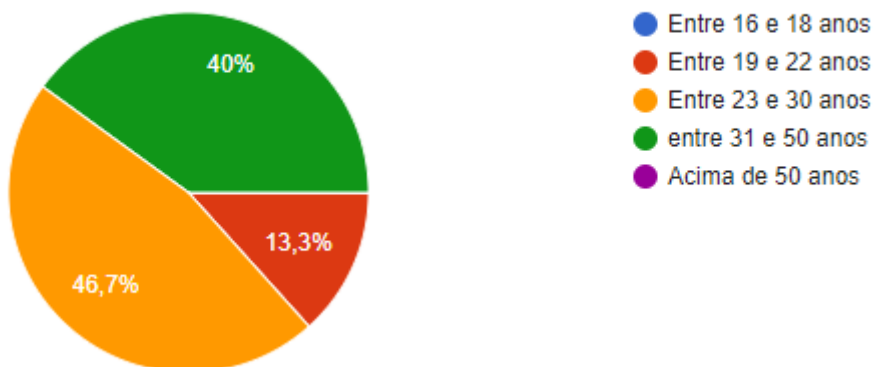
Para análise e discussão dos dados será explicitado as principais informações obtidas por meio dos questionários, sendo o principal objetivo responder o questionamento norteador deste trabalho. No primeiro bloco procurou identificar o perfil socioeconômico das universitárias empreendedoras. No segundo bloco foi abordado os desafios enfrentados pelas universitárias para empreender no mercado. No terceiro bloco, foi discorrido acerca da visão das universitárias em relação aos conhecimentos adquiridos na graduação para empreender.

4.1 BLOCO 1. PERFIL SOCIOECONÔMICO

No gráfico 4, observa-se a faixa etária das universitárias empreendedoras de administração da (UNEB) campus V que se dispuseram a responder o questionário. Percebe-se que a faixa etária predominante é a que inicia entre 23 anos de idade e termina aos 30 anos, o que demonstra uma porcentagem de 46,7%. No entanto, as universitárias com idade entre 31 e 50 anos tiveram um percentual de 40%, já as universitárias com idade entre 19 e 22 anos, apontou uma porcentagem de 13,3%.

Percebe-se que o empreendedorismo feminino não atinge apenas as mulheres jovens, mas também as pessoas de meia idade (31 a 50 anos), neste sentido é importante frisar que a idade não tem impacto na constituição de uma empresa.

Gráfico 4 - Faixa etária de universitárias empreendedoras de Administração.



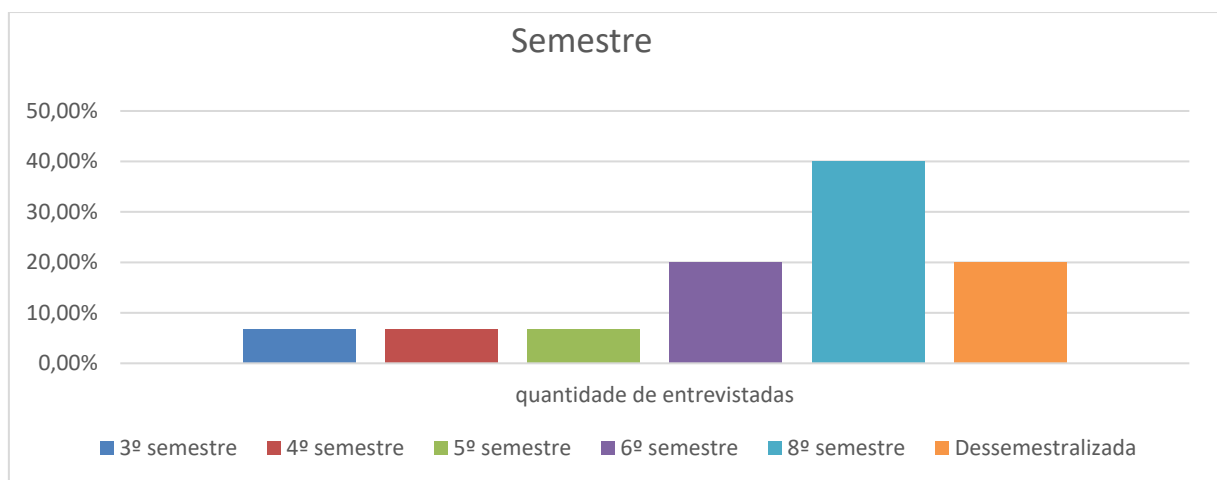
Fonte: Elaborado pela autora (2021)

No gráfico 5, pode-se perceber que o 8º semestre possui o maior número de discentes empreendedoras, apresentando um total 40%. O 6º semestre e as alunas

dessemestralizadas juntas dão um total de 20%. As discentes do 3º, 4º e 5º semestre possuem a mesma média de 5%. O 1º, 2º e 7º semestre não tiveram respondentes.

Pode-se inferir a partir dos dados coletados que as discentes que possuem maior bagagem de conhecimento adquirida durante o curso (8º semestre), optaram por abrir seus negócios e pôr em prática a teoria vivenciada na Universidade. Nota-se que as discentes já possuem uma bagagem de ensino e são mais maduras (idade/vivência) para empreender.

Gráfico 5 - semestre das universitárias empreendedoras de Administração.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Percebeu-se que grande parte das universitárias empreendedoras entrevistadas são solteiras, correspondente a um total de 40%, no entanto, apenas 26,7% são casadas, 20% vivem em união estável e 13,3% são divorciadas. 73,3% das respondentes não possuem filhos, 46,7% possuem residência própria, 33,3% moram em residência alugada e 20% moram com os pais.

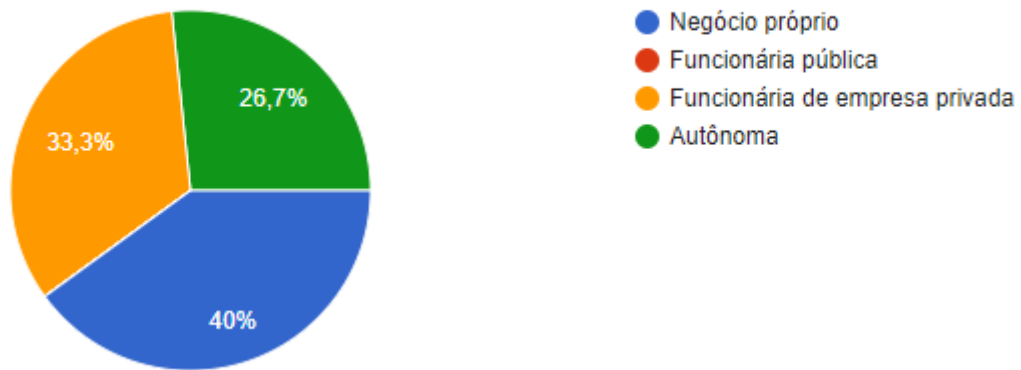
Por meios destes dados, pode-se analisar que estas universitárias na grande maioria são independentes, possuem seus próprios lares, não possuem vínculos maternos dependentes de seus recursos financeiro e da sua atenção cotidiana, fatores que de certa forma podem interferir no empreendimento. No entanto, 23,7% das universitárias possuem filhos, de certa forma, elas conseguem ser independentes, donas do lar e de seu próprio negócio.

Em relação à ocupação das respondentes, bem como a sua atribuição no mercado de trabalho, foi observado (conforme gráfico 6) que 40% das discentes

empreendedoras possuem seu próprio negócio. Os outros 60% da amostra está dividido entre as discentes empreendedoras autônomas, correspondendo a 26,7% e as que são funcionárias de empresas privadas, num total de 33,3%.

Isso demonstra que embora as respondentes possuam seu próprio negócio, ainda buscam conciliar seu empreendimento e se manter também no mercado de trabalho, conciliando as duas possibilidades de renda. Em contrapartida, não há nenhuma discente empreendedora que tenha vínculo empregatício como funcionária pública.

Gráfico 6 - Em relação a Ocupação das universitárias empreendedoras de Administração.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A tabela 1 demonstra que grande parte das discentes empreendedoras optaram por abrir o seu negócio no ramo voltado para vestuário feminino, por outro lado, é perceptível que algumas discentes migraram para atuar nas áreas de cosméticos e beleza. Outras optaram por atuar em áreas divergentes, sendo áreas onde podem colocar os seus conhecimentos, suas características e experiências, de modo a desenvolver seu negócio a exemplo de: design de móveis planejados, fotografia, revenda em geral, corretora de seguros, serviços bancários, entre outras.

Tabela 1 - A atuação das discentes empreendedoras

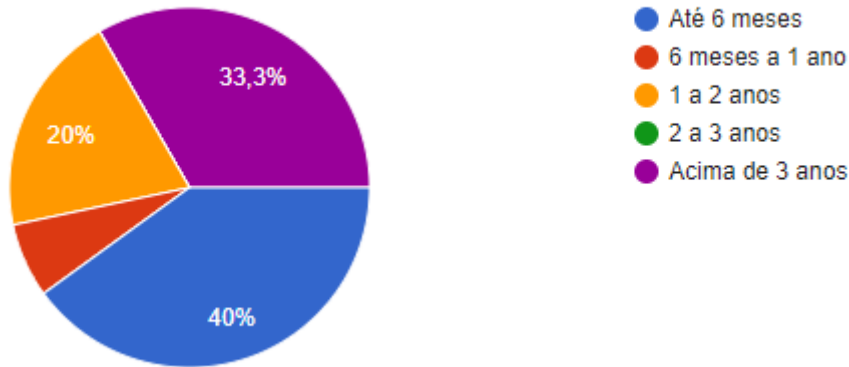
Qual é a área de atuação do seu negócio/atividade	Quantidade de amostras
Vestuário (Roupas femininas)	5
Fotografia	1
Design de interiores (móveis planejados)	2
Corretora de seguros	1
Consultora de beleza/ Venda de cosméticos/ Estética	3
Revendedora	1
Serviços Bancários	1
Loja virtual	1
Total:	15

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A pesquisa revelou que 40% das universitárias de administração que responderam ao questionário estão atuando no mercado há pelo menos 6 meses, no entanto, 33% está atuando no mundo dos negócios há mais de três anos, 20% delas no período de 1 a 2 anos, e apenas 6,7% relataram está atuando no mercado entre 6 meses a 1 ano.

A partir dos dados do gráfico 7, percebe-se que a maioria das entrevistadas abriram seus próprios negócios a pouco tempo e estão conseguindo manter-se nele. Todavia faz-se necessário mencionar as que já estão no mercado com o seu empreendimento a mais de 3 anos (36 meses de existência), fator este que indica que ao manter a empresa aberta por esse período de tempo demonstra que ambas encontraram e conquistaram seu espaço na sociedade, quebrando os estereótipos do preconceito para com a mulher empreendedora.

Gráfico 7 - Tempo de atuação das universitárias empreendedoras de Administração no mercado.

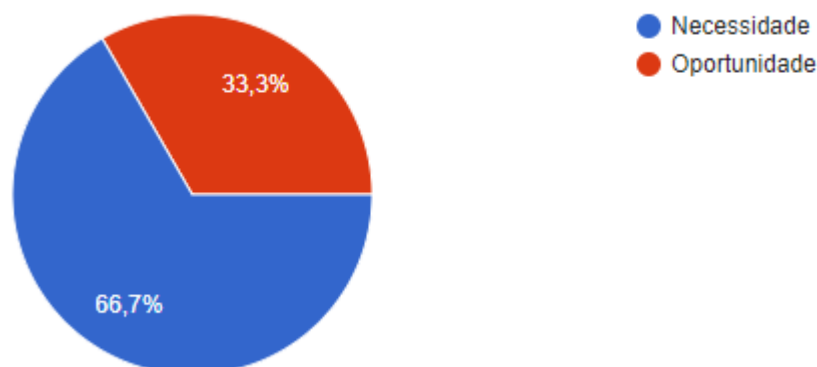


Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Por conseguinte, o gráfico 8 explicita que 66,7% das universitárias empreendem por necessidade, ao passo que apenas 33% empreendem no seu negócio próprio por vislumbrar uma oportunidade e não pela falta de renda.

Desse modo, existem inúmeros fatores que as levam a empreender por necessidade como: completar a renda familiar (sustentar a família) flexibilidade, fazer seu próprio horário, dificuldade para se inserir no mercado trabalhista de carteira assinada e a busca por realização profissional.

Gráfico 8 - Motivo pelo qual as universitárias de Administração empreendem no mercado (Necessidade x Oportunidade).



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

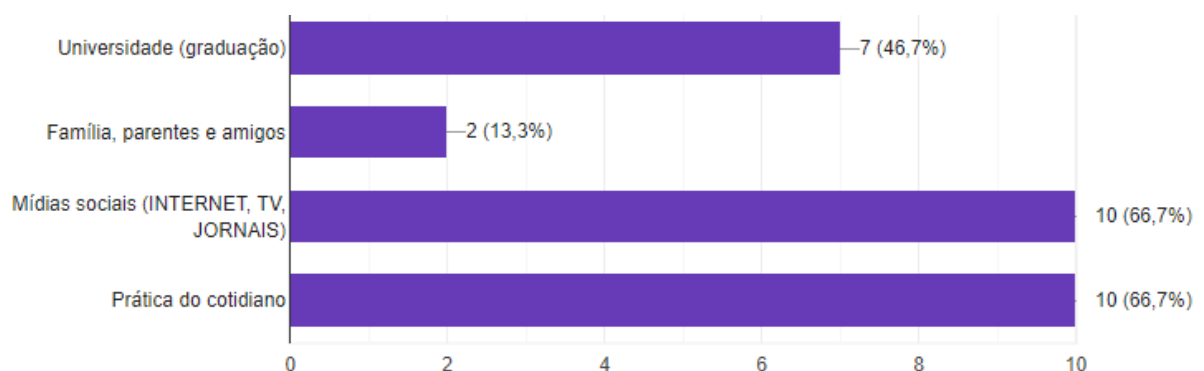
BLOCO 2: DESAFIOS QUE AS UNIVERSITÁRIAS ENFRENTAM PARA EMPREENDER NO SEU PRÓPRIO NEGÓCIO.

O gráfico 9 descreve que 46% das universitárias adquirem seus conhecimentos para empreender na universidade durante a graduação, já 13,3% relataram que adquirem por meio de amigos ou parentes, contudo 69,9% afirmaram adquirir tais conhecimento por meio das mídias sociais e pela prática do cotidiano.

De acordo com Silva (2013) o crescimento feminino no mercado justifica-se devido ao maior nível de escolaridade em relação aos homens e até mesmo às alterações na composição familiar. Essa afirmação pode ser consolidada por meio da Gem (2009), onde explicita que o empreendedorismo feminino vem crescendo nos últimos anos, em decorrência do investimento das mulheres na própria educação, dessa forma elas vem apresentando melhores indicadores, seja na expansão dos níveis educacionais ou na oferta de níveis superiores onde podem ser preparadas e qualificadas devidamente para o mercado de trabalho.

Isso demonstra que a universidade é uma base necessária que contribui para perpassar inúmeros conhecimentos em diversos âmbitos, o que contribui no desenvolvimento do empreendedor, todavia, no mundo globalizado, as mídias sociais são essenciais na disseminação de múltiplas informações que enriquecem o conhecimento em um curto espaço de tempo, e em qualquer lugar para diversas pessoas. Além disso, a prática do dia a dia favorece o aprendizado, proporciona melhorias e um bom desenvolvimento pessoal e principalmente profissional.

Gráfico 9 - Onde as universitárias de Administração adquirem conhecimentos para empreender.



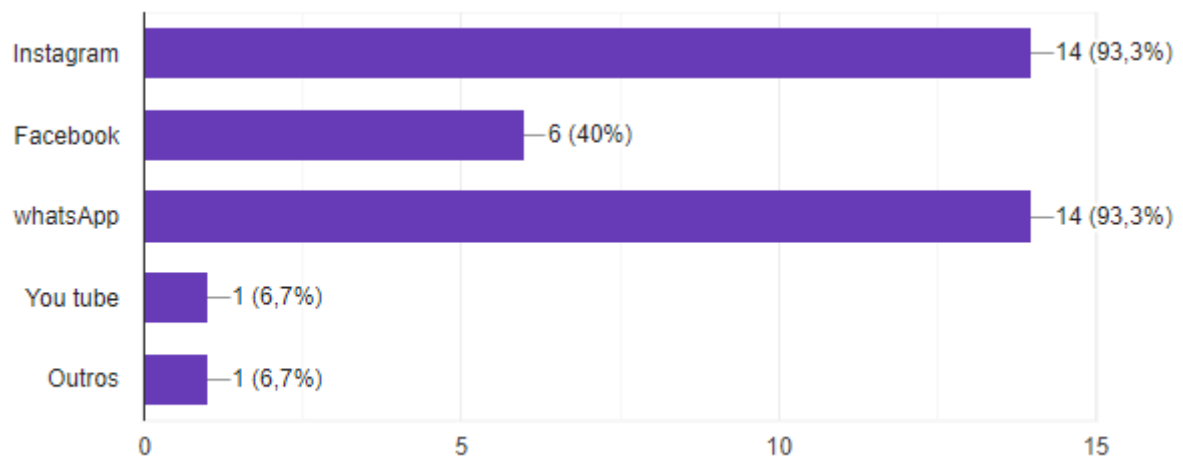
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

É notório no gráfico 10 que as plataformas digitais são fundamentais na atualidade para o desenvolvimento de qualquer empresa. Assim sendo, as universitárias utilizam constantemente na divulgação do seu empreendimento o Instagram e o WhatsApp ambos com o mesmo percentual 93,3%, estes que geram uma resposta rápida e eficaz para as empreendedoras e para os consumidores, no entanto 40% delas utilizam o *facebook* para realizar suas vendas.

Dornelas (2001, pág. 54) explicita que “informação é a base de novas ideias”. Estar bem informado é o dever de qualquer empreendedor. atualmente a informação está ao alcance de qualquer pessoa, em diversas formas e veículos diferentes: televisão, rádio, revista, jornais, livros, Internet, outras pessoas, a própria empresa, fornecedores.

Por conseguinte, a informação perpassa por todos os âmbitos e esferas sociais o que corrobora para que as empreendedoras obtenham conhecimentos e coloquem em prática, afim de obter sucesso no desenvolvimento do seu negócio.

Gráfico 10 - Plataformas digitais que as universitárias de Administração utilizam para empreender.

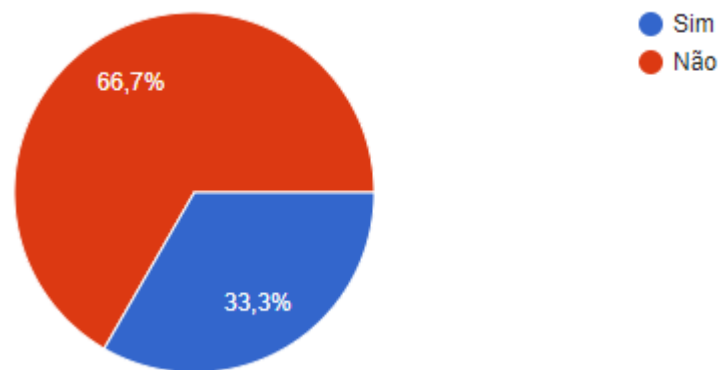


Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Em relação as discentes empreendedoras do curso de administração ter ou não encontrado dificuldades para serem aceitas pela sociedade por ser mulher, observa-se no gráfico 11 que 66,7% não obteve tal dificuldade para alocar-se no mercado com o seu próprio negócio pelo fato de ser mulher e empreender, por outro lado 33,3% da amostra relatam ter encontrado dificuldade de ser aceita pela sociedade por ser mulher empreendedora. Percebe-se que mesmo com o passar dos

anos a sociedade mantém-se ligada a uma cultura antiga fixada ao preconceito de que a mulher deve apenas ser dona do lar e não traçar o seu caminho em pleno séc. XXI, a era da evolução. “O empreendedor é a pessoas que iniciou ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente” (CHIAVENATO, 2007, pág.3).

Gráfico 11 - avaliação das discentes sobre ter encontrado ou não dificuldade de ser aceita na sociedade por ser mulher empreendedora.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

De acordo com os dados coletados e apresentados na tabela 2, nota-se que 60% das discentes encontram dificuldade para abrir o seu negócio por conta do capital de giro, logo obter recurso financeiro que as possibilitem iniciar o seu empreendimento, 53,3% delas revelam ter medo de fracassar ao iniciar o negócio, sendo a assim duvidam da sua própria capacidade na fase inicial do empreendimento, 46,7% alegam ser difícil encontrar um espaço para montar o seu negócio, 40% declaram que é difícil iniciar um empreendimento pela falta de experiência e segurança, 33,3% afirmam, ter dificuldade para dar início ao negócio quando não é aceita pela sociedade.

Contudo 26% descrevem sentir dificuldade para acessar crédito nos bancos e realizar um planejamento estratégico, 20% demonstram que a falta de apoio da família e amigos, bem como falta de conhecimento técnico sobre o negócio dificulta a abertura do seu empreendimento no mercado. Para assumir uma empresa antes se faz necessário um prévio planejamento, o que entra em concordância com o pensamento do autor “conhecer a condição financeira própria é a base para calcular as perdas

toleráveis, além das estimativas psicológicas envolvidas em termos do pior cenário” (SARASVATHY, 2011, pág. 2).

Nota-se que além de planejar a abertura ou continuidade de uma empresa “existe ainda a necessidade de um combustível essencial para que finalmente o negócio saia do papel o capital”. Desse modo, agregando planejamento e capital e ideias inovadoras é possível controlar e executar o desenvolvimento da empresa a fim de obter sucesso nos negócios (DORNELAS, 2001, pág. 40).

Tabela 2 - dificuldades que enfrentou para abrir/ iniciar seu negócio.

DIFICULDADES PARA INICIAR	%
CAPITAL DE GIRO	60%
ENCONTRAR SÓCIOS (PARCERIAS)	6,70%
SER ACEITA PELA SOCIEDADE (CULTURA)	33,30%
ENCONTRAR ESPAÇO (ESTRUTURA)	46,70%
PLANEJAMENTO (ESTRATÉGIA)	26,70%
FORMALIZAÇÃO (MEI, CNPJ)	0%
FALTA DE CONHECIMENTO TÉCNICO SOBRE O NEGÓCIO	20%
FALTA DE EXPERIÊNCIA E SEGURANÇA SOBRE O NEGÓCIO	40%
FALTA DE APOIO DE FAMILIARES E AMIGOS	20%
DIFICULDADE DE ACESSAR CRÉDITOS NOS BANCOS	26,70%
DESCRENÇA QUANTO AO SEU POTENCIAL COMO EMPREENDEDORA (MEDO DE FRACASSAR)	53,30%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Por conseguinte, observou-se na tabela 3, que 73% das discentes enfrentam ou já enfrentaram alguma dificuldade para conciliar a vida pessoal da profissional, 60% alegam sentir-se desmotivadas ao obter faturamento abaixo do esperado, 46,7% em conciliar os estudos com o seu empreendimento. Com a mesma porcentagem, 33,3% afirmaram encontrar dificuldades em comunicar-se com os clientes nas redes sociais e ao mesmo tempo adquirir novos clientes, todavia 20% diz ter dificuldade para manter o negócio pela falta de conhecimento na precificação dos produtos ou serviços oferecidos.

Por outro lado, 6,7% explicita ter dificuldade ao administrar o fluxo de caixa, já 13,3% em diferenciar custo de despesas e investimentos. Assim ver-se a importância da universidade para disseminar conhecimentos teóricos e proporcionar às discentes

a prática, a fim de contribuir no seu aprendizado de modo a prepará-las para a vida profissional.

Tabela 3 - Dificuldades que enfrenta/enfrentou para MANTER seu negócio

DIFICULDADES PARA MANTER	%
MANTER UM EQUILÍBRIO ENTRE A VIDA PROFISSIONAL E PESSOAL (CONCILIAR RESPONSABILIDADES)	73,30%
DESMOTIVAÇÃO NOS NEGÓCIOS PELO BAIXO FATURAMENTO (QUEDAS NAS VENDAS)	60%
DIFICULDADE DE MANTER NETWORKING PESSOAL	6,70%
FALTA DE CONHECIMENTO NA PRECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E/ OU SERVIÇOS OFERECIDOS	20%
SEPARAÇÃO ENTRE CUSTO, DESPESAS E INVESTIMENTOS	13,30%
ADMINISTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA (RECEITA)	6,70%
INTERAÇÃO COM OS CLIENTES NAS REDES SOCIAIS (MARKETING COMUNICAÇÃO)	33,30%
CAPTAÇÃO DE NOVOS CLIENTES	33,30%
CONCILIAR OS ESTUDOS COM OS NEGÓCIOS	46,70%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

BLOCO 3 - ANÁLISE SOBRE A GRADUAÇÃO

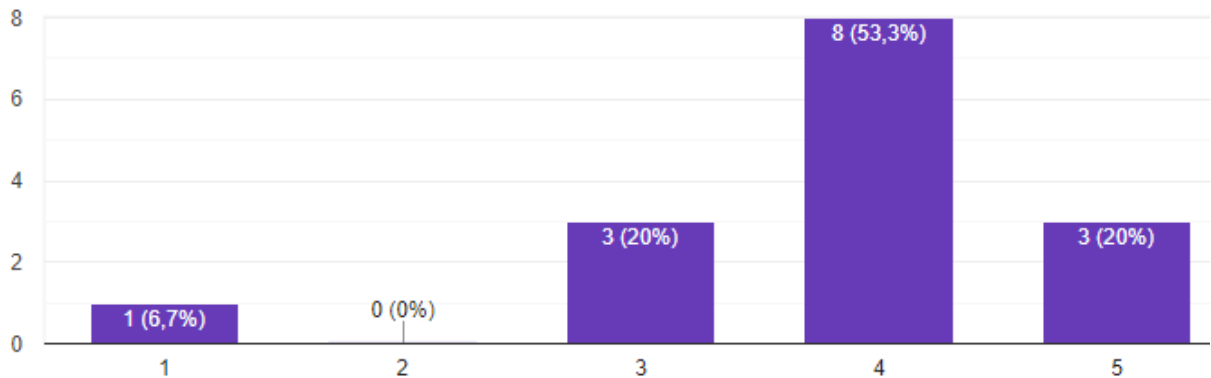
No terceiro bloco do questionário foi abordado perguntas sobre a graduação. As entrevistadas utilizaram como respostas para análise as seguintes opções: discordo totalmente (1), discordo parcialmente (2), nem concordo, nem discordo (3), concordo parcialmente (4) e concordo totalmente (5).

O gráfico 12 demonstra que, 73,3% das discentes concordam ou concordam totalmente que a graduação as motiva a empreender, sendo assim um percentual de nível elevado da amostra, no entanto 20% mantém-se neutra sem uma opinião concreta gerando assim “dúvida”, por conseguinte apenas uma mínima percentagem de 6,7% não considera que a graduação as motive no desenvolver do seu empreendimento.

De acordo com a pesquisa Gem (2009), o empreendedorismo feminino vem crescendo nos últimos anos e está ligada ao investimento das mulheres na própria

educação. Desse modo, é perceptível que a educação feminina vem apresentando melhores indicadores, seja na expansão dos níveis educacionais, ou no aumento da oferta dos níveis superiores, onde ambas podem ser preparadas e qualificadas devidamente para atuar no mercado de trabalho ou no seu próprio negócio.

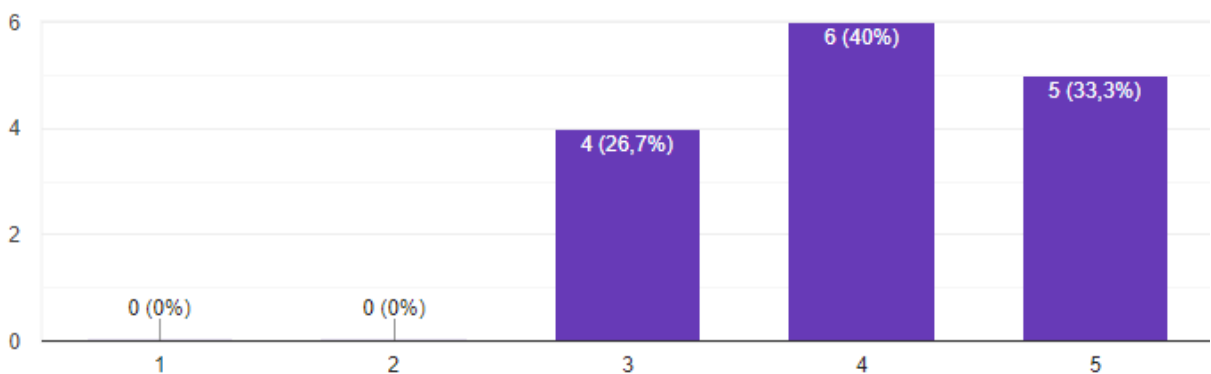
Gráfico 12 - Avaliação das discentes sobre a motivação percebida pela graduação



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

De acordo com o gráfico 13, 73,3% das discentes afirmam concordar concordam totalmente que as disciplinas aprendidas na graduação as norteiam para desenvolver o seu negócio, porém 26,7% não concordam nem discordam com esta afirmação. No entanto, se comparado ao gráfico 1 em relação a motivação percebe-se que houve um relevante aumento de 6% de discentes que se mantêm neutras em relação ao aprendizado contribuir no desenvolvimento do seu negócio.

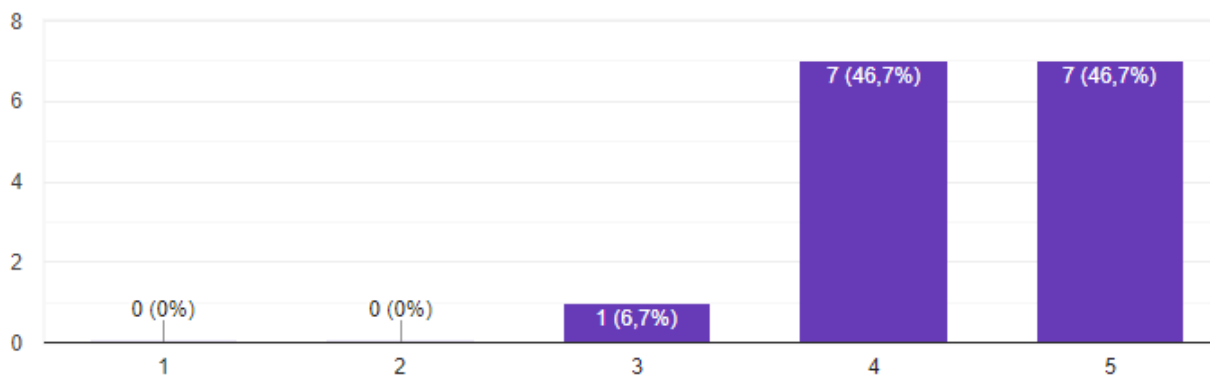
Gráfico 13 - Percepção quanto as disciplinas aprendidas na graduação auxiliarem no desenvolvimento do negócio.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Os resultados obtidos no gráfico 14, demonstra uma predominância elevada da amostra, totalizando um percentual de 93,4% onde as discentes afirmam concordar e concordar totalmente que a Administração é importante para o amadurecimento dos conceitos relacionado ao empreendedorismo, contudo apenas 6,7% da amostra mantém-se se neutra, sem possuir uma opinião concreta a respeito do assunto.

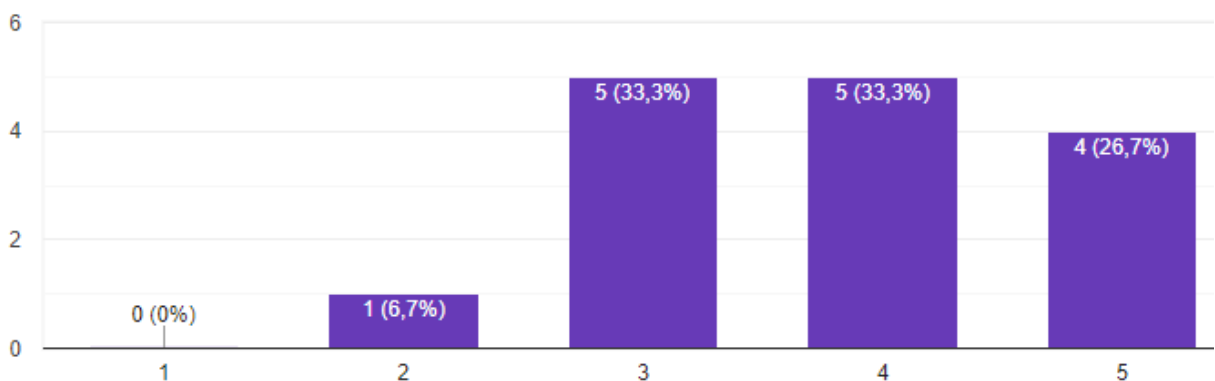
Gráfico 14 - avaliação das discentes sobre a importância da administração para o amadurecimento dos conceitos relacionados ao empreendedorismo.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O gráfico 15 explicita que 60% das discentes concordam e concordam totalmente sentir-se seguras para empreender com os conhecimentos adquiridos durante a graduação na universidade, no entanto 33,3% não concorda e nem discordam, no que diz respeito a adquirir tais conhecimentos descritos na Universidade, porém 6,7% das discentes discordam.

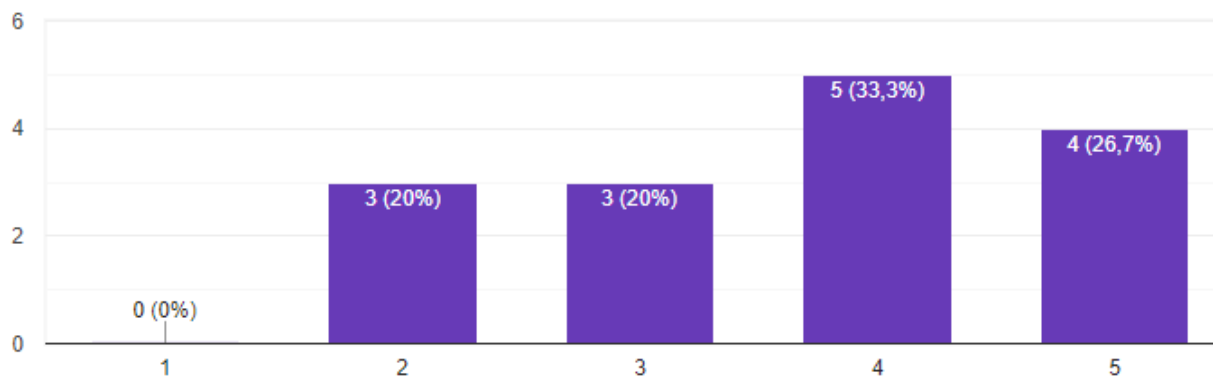
Gráfico 15 - Avaliação sobre sentir-se segura para empreender com os conhecimentos adquiridos na Universidade.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Em conformidade com o gráfico 16, nota-se que 60% das discentes demonstram ter um conhecimento financeiro para os negócios, 20% nem afirma nem invalida ter conhecimento financeiro para desenvolver o seu negócio, todavia 20% da amostra coletada não concorda ter conhecimento financeiro para o seu negócio, o que pode-se analisar a necessidade da universidade transmitir de forma transparente e objetiva os conhecimentos financeiros, bem como identificar ou acrescentar nas disciplinas ofertadas métodos de ensino que facilitem o aprendizado, uma vez que no gráfico 2 nota-se que 33,3% das discentes não tem certeza se as disciplinas ofertadas durante a graduação contribuem no desenvolvimento do seu negócio.

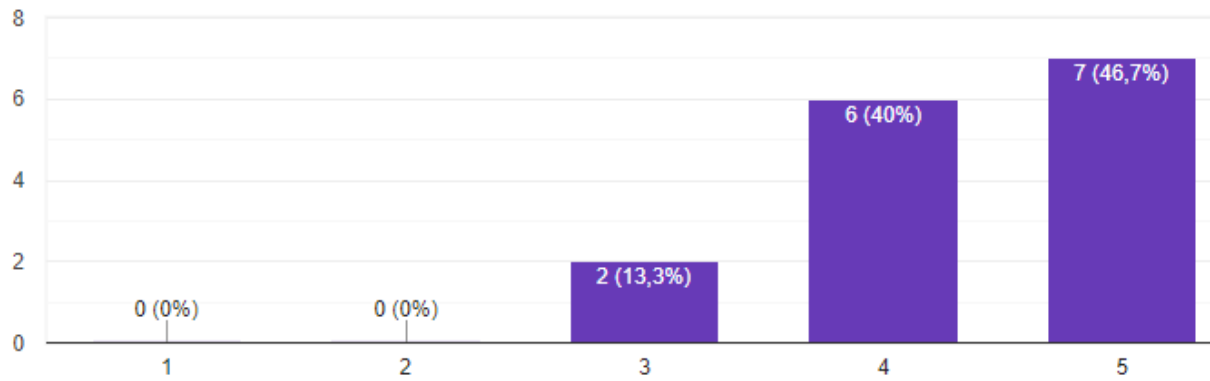
Gráfico 16 - Avaliar se considera ter um bom conhecimento financeiro para os negócios.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Em relação a análise do gráfico 17, 86,7% das discentes apresentam graficamente um elevado nível de percentagem, referente a afirmação de que ambas concordam e concordam totalmente buscar aprofundar seus conhecimentos em sites especializados, todavia, apenas 13,3% da amostra nem concorda e nem discorda em utilizar sites especializados para aprofundar seus conhecimentos.

Gráfico 17 - Avaliação sobre buscar aprofundar os conhecimentos sobre empreendedorismo em sites especializados.



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar os desafios que as estudantes do curso de administração da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) - Campus V, da Cidade de Santo Antônio de Jesus- BA para empreender na sociedade, bem como analisar se a graduação em Administração contribui no desenvolvimento do seu negócio.

A partir da coleta de dados, foi possível identificar que as discentes, em suma, empreendem primordialmente pela necessidade, seja de conquistar independência financeira, obter realização pessoal e profissional, contribuir no sustento da família e garantir uma renda extra. Contudo, pode-se considerar que são “batalhadoras”, pois muitas possuem jornada dupla/tripla, buscam conciliar o seu empreendimento com os estudos, demonstrando um certo esforço para conciliar seus negócios e galgar seus objetivos.

Em relação ao empreendimento das discentes em estudo, foi identificado que elas atuam no ramo de: fotografia, designer de móveis planejados, bancária, revendedora, porém é perceptível que um grande percentual das discentes estudadas optaram por abrir seus próprios negócios no setor de vestuário feminino setor de extrema importância para a sociedade, onde o consumo por tais artigos femininos (peças de roupa) é constante e necessário, principalmente em diferentes estações e épocas do ano, seja para eventos particulares, e em momentos comemorativos. Outras optaram pelo ramo de cosméticos (estética), onde a procura por cremes, perfumes e maquiagens é imensa. Assim sendo, atendem e influenciam a um público alvo de mulheres com diferentes características e gostos exclusivos de acordo com o traço de personalidade de cada, como aponta o modelo Big Five, todavia ambas são atraídas também pelo atendimento, qualidade do produto, preço estável e novas tendências.

O capital de giro é essencial para a abertura ou desenvolvimento de qualquer tipo de empreendimento. De acordo com as análises, notou-se que a falta do capital de giro limitou as empreendedoras na abertura do negócio. Tal fator pode gerar insegurança, e ao mesmo tempo o medo de fracassar, conforme relatado pelas pesquisadas. Neste sentido, a busca por sócios para contribuir (investir) com recursos financeiros no seu empreendimento, ir em busca de parceiros pode ser uma alternativa para suprir a falta de capital inicial.

Além desses fatores limitantes, destacam-se também a estrutura para abrir o negócio, ser aceita pela sociedade, falta de experiência, planejamento e segurança sobre o negócio, falta de conhecimento técnico e apoio familiar. Por conseguinte, embora as discentes encontrem fatores limitantes ou desafios preexistentes ainda assim, buscam melhorias e põe em prática os conhecimentos adquiridos na graduação e no cotidiano e principalmente por meio das redes sociais.

Identificou-se pelas dificuldades acima descritas, que as discentes podem recorrer aos consultores da empresa Júnior para norteá-las nesse processo e ao SEBRAE, pois, possuem um acervo de informações e profissionais, podendo assim contribuir no direcionamento do empreendimento, ensinando-as como planejar, controlar as finanças, formar parcerias, sócios, inovar-se e se manter no mercado com êxito.

Conforme visto, a graduação em Administração é de suma importância para as discentes empreendedoras, pois serve como base essencial para disseminação do aprendizado e as levam a colocar em prática as habilidades e competências que o curso oferece. Para tal, o curso de graduação em Administração da (UNEB) - Campus V, por ser referência e motivação para outras discentes e até mesmo o público masculino, deve-se buscar aprimorar-se cada vez mais no ensino, no aprofundamento das matérias sobre o empreendedorismo, de modo a transmitir conhecimentos claros e objetivos que preparem os alunos para desenvolver-se com total eficácia e eficiência no mundo dos negócios.

Conclui-se, que a inserção das mulheres no mercado de trabalho, sobretudo quando se refere empreendedorismo, é uma conquista de longos anos, onde não foi e nem é simples galgar tais vitórias, como obter dinheiro próprio, ser reconhecida pela sua capacidade para os negócios e demais atividades, e ser independente. Driblar ou amenizar o preconceito que a sociedade impõe torna-se uma meta diária que as discentes empreendedoras enfrentam à medida que estão à frente de suas empresas precisam demonstrar força de vontade para continuar o seu negócio.

Assim sendo, pode-se considerar por meio dos resultados encontrados, que as discentes demonstraram diante dos desafios para empreender no mercado possuem autoconfiança, demonstrando ser um fator determinante para construir o seu próprio futuro.

Sugere-se para uma pesquisa futura, uma investigação similar voltada para discentes concluintes, ou até futuramente para discentes de outros cursos, que

possuem algum empreendimento, onde o objetivo é identificar os desafios que enfrentam no mercado como empreendedora e analisar de que forma a graduação em Administração contribuiu no desenvolvimento do seu empreendimento.

REFERÊNCIAS

BRUSCHINI, C. O trabalho da mulher no Brasil: Tendências recentes. Em H.I.B.Saffioti & M. Muñoz-Vargas (Orgs), **Mulher brasileira é assim**. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, pp63-93. (1994).

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 2º Ed. São Paulo, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto: **Introdução a Teoria Geral da Administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 3º ed. Saraiva Rio de Janeiro, Elsevier, 2004.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, Câmara de Educação superior. **Resolução nº 1, de 2 de Fev. de 2004**. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces01_04.pdf. Acesso em 19 de Fev. de 2020.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, Câmara de Educação superior. **Resolução nº 4, de 13 de jul. de 2005**. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces01_04.pdf. Acesso em 19 de Fev.de 2020.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3º ed. Rio de Janeiro: Campus 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Invocação e espírito empreendedor (entrepreneurship) prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.

Empreendedorismo feminino: **Desafios e Oportunidades** /BLOG/ Disponível em <http://Sebraemg.com.br/blog/empreendedorismo-feminino-desafios-e-oportunidades/>. Acessado em 15 fev. 2021.

FILON, Louis Jacques. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração da USP, São Paulo, v. 34, n 2, abr, Jun. 1999.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Sumário Executivo. IBPQ/SEBRAE/IEL. 2003. Disponível em http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/gem_2003.pdf (Acessado em 15-02-2021).

GERBER, M. **O mito do empreendedor revisitado**: como fazer do seu empreendimento um negócio bem-sucedido. São Paulo Saraiva, 1996.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. Sumário Executivo. IBPQ/SEBRAE/IEL. 2003. Disponível em http://www.sebrae.com.br/br/ued/download/gem_2003.pdf (Acessado em 15-02-2021).

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas. 2012.

KIRZNER, I.M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago:Chicago University Press, 1973.

HISRIC, R. D. & PETERS, M. P. **Entrepreneurship**. Boston, Ma: Irwin/McGraw Hill, 2002.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

O Cenário do Empreendedorismo Feminino no Brasil/ Exame, 21 de Dezembro de 2017. Disponível em:

<https://exame.abril.com.br/negocios/o-cenario-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil/>. Acesso em 02 de Mar. de 2020.

PELÓGIO, E. et al. Criação de empresas à luz do modelo de decisão Effectuation: um estudo com mulheres empreendedoras no município de Currais Novos/RN. In: **ENCONTRO ANPAD**, 35., 2011. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO579.pdf> . Acesso em: 09 de Mai. 2021.

Pandemia: Desempregados abrem negócio por necessidade. Economia.Uol.com.br. disponível em:

<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2021/06/08/pesquisa-sebrae-global-entrepreneurship-monitor-2020-pandemia.htm>. Acesso em 19 de Jul. de 2021.

ROBINS, S.P, **Administração: Mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

SARASVATHY, S. D.; VENKATARAMAN, S. **Entrepreneurship as method**: open questions for an entrepreneurial future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 2011.

SILVA, WANKLEBER DE FARIAS. **Empreendedorismo no Município de Picos Piauí**. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade do Piauí de Picos-PI 2013. Disponível em:

<https://docplayer.com.br/15776127-Empreendedorismo-feminino-no-municipio-de-picos-piaui.html> Acesso em: 21 de Fev. de 2020.

SEBRAE. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras**, 2016.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-empreendedorismo-nas-universidades-brasileiras,6ad3352450608510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 27 de set. de 2020.

TAMEIRÃO, Nathalia, **Empreendedorismo Feminino: Negócios que transformam**, 08 de Mar. de 2019, **Sambatech**. Disponível em:

<https://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em 22 de Fev.de 2020.

YIN, R.K. **Estudo de caso**: Planejamento e métodos. 4^o ed. Porto Alegre: Rs: Bookman, (2005).

APÊNDICE I

Questionário aplicado às universitárias do curso de administração da Universidade do Estado da Bahia Campus V.

1- Qual sua idade?

- () Entre 16 e 18 anos
- () Entre 19 e 22 anos
- () Entre 23 e 30 anos
- () Entre 31 e 50 anos
- () Acima de 50 anos

2- Em que semestre da graduação você se encontra?

- () 1º Semestre
- () 2º Semestre
- () 3º Semestre
- () 4º Semestre
- () 5º Semestre
- () 6º Semestre
- () 7º Semestre
- () 8º Semestre

Outros _____

3- Estado Civil?

- () Solteira
- () Casada
- () União Estável
- () Divorciada
- () Viúva

4- Tem Filhos?

- () Sim () Não

5- Em relação a moradia

- () Mora com os pais
- () Possui residência própria

- Mora em residência alugada
- Mora com amigos

6. Ocupação

- Negócio próprio
- Funcionária pública
- Funcionária de empresa privada
- Autônoma

7. Qual é a área de atuação do seu negócio/atividade?

8. Quanto tempo você está nesta atuação?

- Até 6 meses
- 6 meses a 1 ano
- 1 a 2 anos
- 2 a 3 anos
- Acima de 3 anos

9. Por qual motivo você resolveu empreender?

- Necessidade Oportunidade

10. Onde você adquire mais conhecimento para o seu empreendimento?

- Universidade (graduação)
- Família, parentes e amigos
- Mídias sociais (INTERNET, TV, JORNAIS)
- Prática do cotidiano

11. Quais plataforma digitais você utiliza para divulgar seu empreendimento?

- Instagram
- Facebook
- WhatsApp
- You tube

Outros _____

12. Encontrou alguma dificuldade para ser aceita no mercado por ser mulher?

- Sim

() Não

13. Quais dificuldades você enfrentou para ABRIR/ INICIAR o seu negócio? (marque quantas achar necessárias).

- () Capital de giro (Financeira).
- () Encontrar sócios (parcerias).
- () Ser aceita pela sociedade (cultura).
- () Espaço (estrutura).
- () Planejamento estratégico.
- () Formalização (MEI, CNPJ).
- () Falta de conhecimento técnico sobre o negócio.
- () Falta de experiência e segurança sobre o negócio.
- () Dificuldade de acessar crédito nos bancos.
- () Descrença quanto ao seu potencial como empreendedora (Medo de fracassar).

14. Quais dificuldades você enfrenta/ enfrentou para MANTER o seu negócio? (marque quantas achar necessária).

- () Manter um equilíbrio entre vida pessoal e profissional (Conciliar responsabilidades).
- () Desmotivação nos negócios pelo baixo faturamento (Quedas nas vendas).
- () Dificuldade de manter networking profissional.
- () Falta de conhecimento na precificação dos produtos e/ou serviços oferecidos.
- () Separação entre custo, despesa e investimento.
- () Administração do fluxo de caixa (receita).
- () Interação com os clientes nas redes sociais (marketing, comunicação).
- () Captação de novos clientes.
- () Conciliar os estudos com o negócio.

Escala Empreendedorismo Feminino -Estudantes

Marque de 1 a 5 marque as questões abaixo

1 Discordo Totalmente

2 Discordo

3 Nem concordo nem discordo

4 Concordo

5 Concordo Totalmente

