



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO TRÊS RIOS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

LETÍCIA ALVES LEITE FURTADO

**GESTÃO DOS NEGÓCIOS CAPITANEADOS POR MULHERES
EMPREENDEDORAS NA REGIÃO CENTRO-SUL, RJ ATRAVÉS DO “PROJETO
SEBRAE DELAS”**

TRÊS RIOS

2024

LETÍCIA ALVES LEITE FURTADO

**GESTÃO DOS NEGÓCIOS CAPITANEADOS POR MULHERES
EMPREENDEDORAS NA REGIÃO CENTRO-SUL, RJ ATRAVÉS DO
“PROJETO SEBRAE DELAS”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro –
Campus Três Rios, como requisito para a conclusão
do Curso de Administração.

Orientadora: Dra. Maria Cristina Drumond e Castro

TRÊS RIOS

2024



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO DEPARTAMENTO DE
CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS E SOCIAIS/ITR



CADASTRO Nº 204 / 2024 - DeptCAdmS (12.28.01.00.00.00.16)

Nº do Protocolo: 23083.025639/2024-14

Três Rios-RJ, 28 de maio de 2024.



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO, INSTITUTO DE
DE TRÊS RIOS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

GESTÃO DOS NEGÓCIOS CAPITANEADOS POR MULHERES
EMPREENDEDORAS NA REGIÃO CENTRO-SUL, RJ ATRAVÉS DO "PROJETO
SEBRAE DELAS"

LETÍCIA ALVES LEITE FURTADO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito parcial para
obtenção do título de bacharel em
Administração, Instituto Três Rios da Universidade
Federal Rural do Rio de Janeiro.

Aprovada em 10/05/2024

Banca examinadora:

(Assinado digitalmente em 28/05/2024 22:04)
MARIA CRISTINA DRUMOND E CASTRO
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
DeptCAdmS (12.28.01.00.00.00.16)
Matrícula: 2342522

(Assinado digitalmente em 29/05/2024
09:12)

JÚLIO CESAR DA SILVA
ASSINANTE
EXTERNO CPF:
118.653.417-62

(Assinado digitalmente em 29/05/2024 00:14)

JOSIANE FARACO DE ANDRADE
ASSINANTE EXTERNO
CPF: 592.856.802-91

Visualize o documento original em <https://sipac.ufrrj.br/public/documentos/index.jsp> informando seu
número: 204, ano: 2024, tipo: CADASTRO, data de emissão: 28/05/2024 e o código de verificação:
c64a3b9cd4

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro Biblioteca Central /
Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Ag

Alves Leite Furtado, Letícia, 1994-
GESTÃO DOS NEGÓCIOS CAPITANEADOS POR MULHERES
EMPREENDEDORAS NA REGIÃO CENTRO-SUL, RJ ATRAVÉS DO
"PROJETO SEBRAE DELAS" / Letícia Alves Leite Furtado. -
Três Rios, 2024.
73 f.

Orientador: Maria Cristina Drumond e Castro.
Tese(Doutorado). -- Universidade Federal Rural do Rio
de Janeiro, Administração, 2024.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo no
Brasil. 3. Empreendedorismo Feminino. 4. Agente
Empreendedor. I. Drumond e Castro, Maria Cristina,
1960-, orient. II Universidade Federal Rural do Rio
de Janeiro. Administração III. Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus e a poderosa intercessão de Nossa Senhora por me concederem a força e a perseverança necessária para que esse trabalho pudesse ser concluído.

Agradeço à minha família, em especial ao meu amado esposo Junior, por todo apoio e cuidado que teve comigo nesse período super delicado que precisei me dedicar a construção do trabalho. Obrigada pela compreensão, paciência e amor durante esse processo.

Agradeço a minha querida amiga Laura, por todo apoio, incentivo e contribuição direta ou indiretamente para esta conquista.

Agradeço à minha orientadora, Maria Cristina, pelo suporte e apreço concedidos à construção deste trabalho, por toda sua paciência e atenção. Tenho grande admiração pela profissional e pessoa que você é.

Agradeço à Universidade e a todos os meus professores pelo ensino de excelência concedido durante estes anos.

Agradeço também à toda equipe do Sebrae Três Rios pela ajuda na aplicação da pesquisa em seu ambiente interno, de maneira especial a Renata Bernardes gestora do projeto que ajudou na captação das empreendedoras participantes e do coordenador Jorge Pinho por toda a disponibilidade.

RESUMO

FURTADO, Letícia Alves Leite. **Gestão dos negócios capitaneados por mulheres empreendedoras na região Centro-Sul, RJ através do “projeto Sebrae Delas”**. Três Rios, 2024. 73. Monografia (Bacharelado em Administração). Instituto de Três Rios, Departamento de Ciências Administrativas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Três Rios, RJ, 2024.

O presente trabalho de conclusão de curso contextualizou a importância do empreendedorismo feminino, e sua relação com o desenvolvimento social e econômico. O empreendedorismo feminino tem sido visto como um fator de grande importância na economia e na sociedade. Diante desse crescimento e repercussão, muitos projetos estão sendo desenvolvidos a fim de capacitarem cada vez mais e melhor essas empreendedoras que buscam seu espaço em um mercado de trabalho competitivo. Destaca-se nesse trabalho o projeto Sebrae Delas, que é uma iniciativa desenvolvida pelo SEBRAE, uma instituição que tem por objetivo o fomento ao empreendedorismo. Ao perceber a evolução e cada vez mais uma maior participação do gênero feminino nos negócios, o SEBRAE percebeu a necessidade de impulsionar o empreendedorismo feminino, este que desempenha um papel crucial na economia global, fomentando a inovação, criando empregos e promovendo a inclusão social. Com base nesse pressuposto, este trabalho tem por objetivo geral analisar o aprimoramento da gestão dos negócios capitaneados por mulheres empreendedoras na região Centro- Sul, através do projeto Sebrae Delas. Buscou-se analisar como a capacitação técnica e comportamental de mulheres empreendedoras gera um impacto positivo na condução de seus negócios. Para tanto, a metodologia aplicada para a realização do presente trabalho, configurou-se primeiramente de uma pesquisa bibliográfica onde foram abordados temas e assuntos que abordam conceitos de empreendedorismo e empreendedorismo feminino e, posteriormente, foi realizada uma pesquisa exploratória de abordagem qualiquantitativa, aplicada e descritiva com as empreendedoras participante do projeto Sebrae Delas, na região Centro- Sul, interior do estado do Rio de Janeiro, com o intuito de entender os principais desafios e fatores motivadores para as mulheres assumirem cargos de gestão de seus respectivos negócios, assim como à importância do referido projeto para as mesmas e para o empreendimento. Como resultado, foi possível identificar que o projeto Sebrae delas foi de suma importância para auxiliar e apoiar as empreendedoras no desafio constante que é gerir um negócio. Além disso, ficou evidente que o nível de satisfação em relação ao programa, uma vez que o mesmo conseguiu propiciar visão e confiança para as gestoras, como também gerou conhecimentos valiosos acerca dos conceitos e ferramentas de gestão. Desta forma, as análises desenvolvidas atingiram os objetivos propostos e contribuíram com a comunidade acadêmica e científica.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Projeto Sebrae Delas.

ABSTRACT

FURTADO, Letícia Alves Leite. **Management of businesses led by women entrepreneurs in the Center-South region, RJ, through the “Sebrae Delas project.”** Três Rios, 2024. 73. Monograph (Bachelor of Business Administration). Três Rios Institute, Department of Administrative and Social Sciences, Federal Rural University of Rio de Janeiro, Três Rios, RJ, 2024.

This course completion work contextualized the importance of female entrepreneurship and its relationship with social and economic development. Female entrepreneurship has been seen as a factor of great importance in the economy and society. Given this growth and repercussions, many projects are being developed to train these entrepreneurs looking for their space in a competitive job market. The Sebrae Delas project stands out in this work, an initiative developed by SEBRAE, an institution whose objective is to promote entrepreneurship. Upon noticing women's evolution and increasingly greater participation in business, SEBRAE realized the need to boost female entrepreneurship, which plays a crucial role in the global economy, fostering innovation, creating jobs, and promoting social inclusion. Based on this assumption, the general objective of this work is to analyze the improvement of the management of businesses led by women entrepreneurs in the Center-South region through the Sebrae Delas project. We sought to analyze how the technical and behavioral training of women entrepreneurs positively impacts the conduct of their businesses. To this end, the methodology applied to carry out this work was firstly bibliographical research where themes and subjects that address concepts of entrepreneurship and female entrepreneurship were addressed and, subsequently, exploratory research was carried out using a qualitative, quantitative approach, applied and descriptive study with the entrepreneurs participating in the Sebrae Delas project, in the Center-South region, in the interior of the state of Rio de Janeiro, to understand the main challenges and motivate factors for women to take on management positions in their respective businesses, as well as the importance of the aforementioned project for them and the enterprise. As a result, it was possible to identify that their Sebrae project was extremely important in helping and supporting entrepreneurs in the constant challenge of managing a business. Furthermore, it was evident that the level of satisfaction with the program was high, as it managed to provide vision and confidence for managers and generate valuable knowledge about management concepts and tools. In this way, the analyses developed achieved the proposed objectives and contributed to the academic and scientific community.

Keywords: Entrepreneurship; Female entrepreneurship; Sebrae Delas Project.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Delimitação Tema e Problema de Pesquisa	13
1.2 Justificativa	14
1.3 Objetivos da Pesquisa	14
1.3.1 Objetivo Geral	14
1.3.2 Objetivos Específicos	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 Empreendedorismo: Conceito, origem e evolução	15
2.2 Empreendedorismo no Brasil	20
2.3 Empreendedorismo Feminino	24
2.4 Agente Empreendedor	27
2.5 Projeto Sebrae Delas	32
2.5.1 Dinâmica do projeto Sebrae Delas	34
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	36
3.1 Descrição da Empresa Analisada	38
3.2 Coleta de Dados	39
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	40
4.1 Categorias	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS	62
APÊNDICES	71
A - Questionário de Pesquisa	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Conceito de Empreendedorismo Pela Visão de Diferentes Autores	19
Quadro 2 - Taxas (%) e estimativas (número de pessoas) de empreendedorismo segundo o estágio - Brasil - 2022	22
Quadro 3 - Características comportamentais empreendedoras	28
Quadro 4 - Características de empreendedores de sucesso	29
Quadro 5 - Diferença entre empreendedores e empreendedoras na forma de atuar na gestão do negócio	31
Quadro 6 - Temáticas abordadas nas trilhas de capacitação e consultorias individuais.....	35
Quadro 7 - Motivos que levaram a aderir o projeto Sebrae Delas.....	52
Quadro 8 – Pontos em que o projeto Sebrae Delas contribuiu para o negócio	54
Quadro 9 - Impacto do projeto na rede de contatos.....	55
Quadro 10 - Influência do projeto na visão e confiança empreendedora.....	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa Etária	41
Gráfico 2 - Estado Civil	42
Gráfico 3 - Escolaridade	43
Gráfico 4 - Ramo de Atividade	44
Gráfico 5 - Tempo na área de atuação	45
Gráfico 6 - Categoria do estabelecimento	46
Gráfico 7 - Principais dificuldades na hora de abrir a empresa	47
Gráfico 8 - Principais fatores para a abertura do negócio	48
Gráfico 9 - Fonte de renda familiar	49
Gráfico 10 - Apoio na gestão do negócio	50
Gráfico 11 - Principais desafios para a gestão do negócio	51
Gráfico 12 - Soluções para a gestão do negócio gerados pela participação no programa.....	53
Gráfico 13 - Participar novamente do projeto	57
Gráfico 14 - Indicação do projeto para outras mulheres	58

LISTA DE SIGLAS

ANEGEPE - Associação Nacional de Estudos e Pesquisas em Empreendedorismo.

BNDE - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico

CEBRAE - Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

EPP- Empresa de Pequeno Porte

FIPEME - Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa

GEM - Global Entrepreneurship Monitor.

LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais)

MEI - Microempreendedor Individual.

ME-Microempresa

NAIs - Núcleos de Assistência Industrial

ONU - Organização das Nações Unidas

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

SUDENE - Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste

TEA - Empreendedorismo Inicial.

TTE - Taxa de Empreendedorismo Total.

1 INTRODUÇÃO

O tema empreendedorismo é considerado um fenômeno global, onde tem sido discutido e explorado na contemporaneidade, através de estudos e pesquisas científicas, que tem por finalidade investigar os perfis, quem são as pessoas e como ocorrem as oportunidades para a criação de um negócio. Diversos autores enfatizam que o empreendedorismo se correlaciona com o desenvolvimento e crescimento social e econômico (Da Silva; Silva, 2019).

Diante disso, a pesquisa em empreendedorismo tem sido significativamente ampliada, sendo debatida por diversos pesquisadores, que destacam diferentes conceitos e percepções a respeito desse campo de estudo. Diversos trabalhos de pesquisadores buscaram entender esse fenômeno, permitindo que o tema rapidamente e mundialmente se torne conhecido (Vieira *et al.*, 2015).

Segundo Dornelas (2011), o crescimento do empreendedorismo é reflexo das ações que apoiam os empreendedores, como os programas de incubação de empresas, o desenvolvimento de tecnologias, a educação empreendedora em escolas e universidades, programas e subsídio governamentais que promovem e incentivam a criação de novos negócios, facilidades no acesso ao crédito, capacitação e treinamento, dentre diversas outras ações que permitem esse crescimento empreendedor.

No Brasil, o interesse pelo empreendedorismo surge nos anos 90 quando o desenvolvimento de negócios começa a se expandir no país de uma forma mais significativa. A abertura da economia permite que entidades de fomento ao empreendedorismo apareçam, com o objetivo de disseminar a cultura empreendedora em todo o país, a fim de permitir que esses empreendimentos se mantenham bem estabelecidos no mercado. Surge no Brasil a entidade SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que tem como principal objetivo o fomento do empreendedorismo. Essa entidade tem por objetivo trabalhar a capacitação e formação dos empreendedores, assistindo tanto o gênero masculino quanto ao gênero feminino.

O presente trabalho, tem por objetivo analisar a participação das mulheres na atividade empreendedora e como a capacitação delas impacta de forma positiva na geração de emprego e renda para a sociedade e economia, visto que o perfil empreendedor começou a se destacar no mercado de trabalho.

Através do advento da indústria, a mulher passou a ser inserida na massa operária, pela falta de mão de obra masculina. Desse período em diante, surgiram condições cada vez mais propícias para que o público feminino pudesse adentrar de vez no universo trabalhista.

Na atualidade, o gênero feminino vem se destacando em diversas áreas do empreendedorismo, desde de líderes de grandes empresas até donas dos seus próprios negócios, ocupando cada vez mais espaço no mercado de trabalho em busca não só da sua independência financeira, como na realização pessoal.

Como decorrência, o presente estudo fundamenta-se em uma breve contextualização sobre a história do empreendedorismo, a definição do empreendedorismo feminino e sua relação com o desenvolvimento social e econômico. O trabalho expõe ainda uma pesquisa sobre um projeto desenvolvido pelo SEBRAE, que se define como projeto SEBRAE DELAS, e tem como objetivo aprimorar a gestão dos negócios geridos por mulheres, através de trilhas de capacitação objetivando desenvolver habilidades técnicas e comportamentais nas mulheres empreendedoras.

O trabalho contou com uma pesquisa realizada com mulheres empreendedoras da região Centro Sul, com o escritório localizado em Três Rios, no interior do estado do Rio de Janeiro, como forma de aplicação prática dos conceitos teóricos estudados.

Por conseguinte, o presente trabalho procura responder a seguinte questão: qual a contribuição do projeto SEBRAE DELAS para o aprimoramento da gestão de negócios capitaneados por mulheres na região Centro Sul?

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

O empreendedorismo feminino tem sido visto como um fator de grande importância na economia e na sociedade. Diante desse crescimento e repercussão muitos projetos estão sendo desenvolvidos a fim de capacitarem cada vez mais e melhor essas empreendedoras que buscam seu espaço em um mercado de trabalho tão competitivo.

O SEBRAE, principal agente de fomento de empreendedorismo no Brasil, percebeu a necessidade de trabalhar no fomento desse novo empreendedorismo, que necessita de apoio e de desenvolvimento. Diante desse cenário, é criado o projeto SEBRAE DELAS, com o intuito de capacitar mulheres empreendedoras para uma melhor gestão de seus negócios.

Como forma de reforçar a importância desse fenômeno para a economia e a sociedade, além de se aprofundar nos conceitos de empreendedorismo e empreendedorismo no Brasil, surge a escolha do tema de pesquisa, que se originou do contato da pesquisadora junto ao

Projeto Sebrae Delas, em que conheceu o universo feminino de empreendedoras que atuam na região Centro Sul, interior do estado do Rio de Janeiro. A proposta de pesquisa visa conhecer mais este universo e entender como se configuram os negócios geridos por mulheres na região, e como esse projeto aprimora a gestão dos negócios.

1.2 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo desempenha um papel importante na empresa sendo relevante no planejamento, tomada de decisões quanto a aquisições de equipamentos e na visão de futuro, levando em consideração o presente e as metas traçadas. Garantir capacitação aos empreendedores e um mercado saudável para se empreender, é uma tarefa nada fácil e que exige um grande preparo por parte daqueles que irão ofertar conhecimento. Nesse âmbito, entender e analisar as formas de se empreender é uma grande estratégia a ser desenvolvida a fim de se terem cada vez mais empreendedores capacitados e preparados para o mercado.

Estudar as formas de se trabalhar melhor a gestão dos negócios, aplicando pesquisas para que sejam identificadas as dificuldades em se empreender, contribui notoriamente para a elaboração de técnicas e aprimoramento da gestão, permitindo uma melhor colocação e desenvoltura no mercado por parte dos empreendedores.

O impacto social também deve ser levado em conta ao estudar esse tema e compreender sua importância, uma vez que empreendedores bem capacitados e com uma boa gestão de negócios tendem a gerar mais renda e oportunidades de emprego, influenciando de forma positiva na economia.

Os resultados desta pesquisa poderão servir de base para que outros trabalhos sejam desenvolvidos a respeito desse tema.

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.3.1 Objetivo Geral

O trabalho tem por objetivo geral analisar o aprimoramento da gestão dos negócios capitaneados por mulheres empreendedoras na região Centro Sul, através do projeto Sebrae Delas.

1.3.2 Objetivos Específicos

Em conformidade com o objetivo geral, delimitaram-se os seguintes objetivos específicos:

- Delinear o conceito de empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil e empreendedorismo feminino;
- Descrever o projeto Sebrae Delas;
- Identificar as influências do projeto na vida das empreendedoras assistidas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta etapa buscou-se conhecer melhor os conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil e empreendedorismo feminino por meio de uma revisão de literatura acerca do tema.

2.1 Empreendedorismo: Conceito, origem e evolução.

O conceito de empreendedorismo, bem como seus desdobramentos teóricos e práticos, está sendo reconhecidos pelo governo e organizações como um aspecto importante, um elemento chave para o desenvolvimento, crescimento econômico, geração de renda e oportunidades de trabalho, destacando-se como um pilar essencial para a dinamização das economias locais e globais (Barros & Passos, 2000). Com isso, a pesquisa em empreendedorismo tem sido significativamente ampliada, sendo debatida entre diversos pesquisadores, o que pressupõe diferentes conceitos e percepções sobre esse campo de estudo.

Em continuidade, discorrendo sobre sua definição, percebe-se que a palavra empreendedorismo surge da livre tradução de *entrepreneurship*, que tem origem francesa, e se conceitua como iniciativa de criação de novos negócios, assim como a aceitação em assumir riscos e não ter medo de errar (Dolabela, 2008).

Já para o dicionário da língua portuguesa o significado da palavra empreendedorismo está relacionado ao indivíduo que se aventura, ou seja, busca por resoluções de coisas difíceis, buscando sempre a inovação e a mudança. Para o SEBRAE principal agente disseminador do empreendedorismo no Brasil, a cultura empreendedora está relacionada como um complexo de crenças, valores, conhecimentos, articulação de ideias e padrões de comportamento que é associado por características pessoais, pelo ambiente e pela cultura, caracterizando a intervenção criativa e realizadora do meio, em busca de ganhos econômicos e sociais.

Borges *et al.* (2017), ao citar o empreendedorismo e os seus executores, afirma que a ação de empreender demanda habilidades e características únicas. Esses indivíduos executores conceituados como empreendedores estão sempre atentos às necessidades e oportunidades que o mercado oferece, a fim de introduzirem suas ideias ao tomarem decisões sobre local, sobre os produtos e serviços a serem ofertados, assim como o uso de recursos e concorrências, que permitam sua estabilidade e crescimento no mercado.

De acordo com a história, as abordagens sobre empreender começam a ser datadas a partir do século XVIII, período que ocorre a formação do capitalismo desencadeado pela

Revolução Industrial. Essa Revolução foi marcada por grandes expansões nas atividades comerciais, empresariais e manufatureiras. E foi nesse contexto, que Richard Cantillon (1755/1950), banqueiro e economista, tenta identificar quem era o indivíduo empreendedor e qual a sua função na sociedade em um período de risco em relação às ofertas e demandas de uma economia em expansão (Filion, 1999, p. 4)

Para Cantillon (1755/1950), o indivíduo empreendedor (*entrepreneur*) poderia ser relacionado tanto ao comerciante, quanto ao artesão de manufaturas ou o colono agricultor. Esse indivíduo é alguém que estabelece um acordo com o proprietário da terra se comprometendo a pagar-lhe um determinado valor pelo uso desse bem, sem, no entanto, ter nenhuma certeza quanto ao resultado econômico dessa exploração. O mesmo se aplicava aos comerciantes, que levavam os produtos produzidos no campo para as cidades, pagando um preço pelos produtos e revendendo por outro, sem saber ao certo o volume de demanda nas cidades e nem se conseguiria vender tudo que tinha adquirido.

E por último, a mesma logística era aplicada aos artesãos que compravam dos comerciantes o que necessitavam para produzir sem saber o que teriam de retorno obtido por meio das vendas. Hisrich (2009) relatou que Richard Cantillon, definiu que a atividade de empreender é correr riscos.

Richard Cantillon entendia que se houvesse lucro além do esperado isto se dava porque o indivíduo havia inovado, ou seja, fizera algo de novo ou de diferente (Gomes, 2001). Inovar, portanto, traz implícita a ideia de empreender.

Segundo Santos (2008), outro importante autor que contribuiu para o pensamento econômico sobre empreendedorismo, foi Jean Baptiste Say. Após Cantillon, ele foi o segundo economista a escrever sobre a função empreendedora (Filion, 1997). Segundo Say (1803/1983), o ato de empreender se posiciona no centro do processo econômico com o objetivo de equilibrá-lo, ou seja, a atividade empreendedora se posiciona entre a classe dos que produzem e dos que consomem. De acordo com o autor, esse “empresário/empreendedor” seria o responsável em decidir os meios de produção, desde a compra das matérias-primas, até à busca por consumidores entre diversas funções.

Diante de tantas ideias acerca do empreendedorismo, a definição mais utilizada na atualidade é a extraída do economista Joseph Schumpeter. Em seus escritos, o ato de empreender é compreendido como sendo inovador, impulsionando o desenvolvimento econômico e social por meio da revolução nos padrões de produção. Segundo Schumpeter (1997), o empreendedorismo pode ser compreendido a partir da atuação de um agente que através da inovação, rompe com o fluxo circular da economia, criando novos fluxos de

produção a fim de desenvolverem atividades que tenham por finalidade a constituição de novos negócios.

A partir dessa perspectiva, empreendedorismo e inovação seriam elementos que não se separam, ou seja, são interdependentes, e a principal evidência que demonstraria tal interdependência seria a chamada destruição criativa, que origina a criação de novos produtos, novos modos de produção, novos mercados, sobrepondo-se a métodos anteriores menos eficientes e obsoletos (Schumpeter, 1997).

Diante da evolução da economia, os atos de criação empreendedora se tornaram fundamentais para a promoção de descobertas e exploração de novas oportunidades. Assim, segundo Vale (2014), empreender seria do ponto de vista econômico, a atividade que estabelece decisões e ações em condições de incerteza, que se mantém em estado de alerta para descobrir e identificar novas oportunidades, e é capaz de introduzir uma inovação no mercado competitivo.

Diferentemente de Cantillon, Say e Schumpeter, que abordaram de forma teórica o papel do empreendedor, ou seja, revisando pesquisas e discussões de outros autores, David Clarence McClelland, um psicólogo americano, aborda o papel do empreendedorismo através de estudos empíricos, realizando coletas de dados observáveis e mensuráveis ao invés de se basear em teorias ou idéias pré-concebidas.

Dessa forma e através de McClelland, surge a vertente psicológica do empreendedorismo com a finalidade de compreender e explicar como funciona o comportamento e a personalidade dos indivíduos que exercem o empreendedorismo. O autor considerado como um dos pioneiros desta abordagem (Filion, 1999), ao analisar as características psicológicas que predisõem um indivíduo ao empreendedorismo introduziu esses atributos pessoais na teoria do empreendedor (Vale, 2014).

De acordo com McClelland (1972), os valores, as motivações humanas e a necessidade de autorrealização são os fatores que movem os indivíduos na busca por atividades empreendedoras. Segundo o autor, entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a empreender estão baseados em suas conquistas e realizações pessoais. Esses indivíduos que vivem em busca de realização e conquista apresentam uma maior tendência em se aventurarem de maneira autônoma. São indivíduos movidos pela busca da autonomia pessoal e estão sempre atentos às oportunidades. O empreendedor é definido como alguém que exercita controle sobre os meios de produção e produtos e produz mais do que consome a fim de vendê-los (ou trocá-los) pelo pagamento ou renda.

Em continuidade às contribuições quanto ao debate sobre o empreendedor e o empreendedorismo, Santos (2008) apresenta quanto à origem do seu pensamento, na mesma linha de Cantillon, Say e Schumpeter, o escritor, professor e consultor administrativo Peter Ferdinand Drucker, que contribuiu a partir de suas observações pessoais na temática em referência.

Segundo Peter Drucker (1970), a iniciativa empreendedora é vista como um veículo ideal para inovar e aumentar a produtividade, além de melhorar os modelos de negócios. Segundo ele, a criatividade não depende de inspirações, mas de estudo árduo. Nesse contexto, cabe afirmar que o ato de empreender começa a eliminar as barreiras comerciais, e culturais assim como a redução da distância, fomentando a globalização e renovação dos conceitos econômicos, permitindo a criação de novas relações de trabalho, gerando riqueza para a sociedade (Dornelas, 2008). Para Drucker, existe uma certa “administração empreendedora”, que se identifica como uma certa competência, utilizada para enfrentar as dificuldades e enfrentar os riscos que surgem.

Assim exposto, o empreendedorismo se classifica como interdisciplinar. Diferentes áreas como do conhecimento, administração, sociologia, psicologia, são utilizadas para auxiliar na compreensão desse fenômeno. Segundo Garcia *et al.* (2022), isso permite que o campo do empreendedorismo seja marcado por uma diversidade tanto conceitual, teórica, ontológica, epistemológica e metodológica.

Segundo Costa *et al.* (2011), empreender impulsiona o capitalismo, ao prover bens de consumo, métodos inovadores de produção e transporte, além de conseguir identificar e converter as oportunidades em retorno financeiro. De certa forma, o empreendedorismo é visto como fundamental para o desenvolvimento econômico, pois potencializa os lucros, e isso ocorre por meio de uma visão muito mais pessoal, do que coletiva.

Nesse contexto, o ato de empreender é atribuído a um indivíduo que precisa se empenhar em sua autogestão da carreira, ou seja, deve ser seu próprio empresário além de ver a si mesmo como um negócio. Segundo Boava e Macedo (2009) o empreendedorismo passa a apresentar um sistema próprio de verdades, tradições, princípios, finalidades, maneiras de inovar de acordo com suas ideias e vontades.

Fica evidente, portanto, que a conceituação de empreendedorismo é diversificada, pois cada autor aborda e apresenta de uma certa maneira seus estudos e discussões a respeito do tema. Porém, todas as definições partem da ideia de que o empreendedorismo requer inovação, dedicação, articulação de ideias e disposição a correr riscos, além de diversas características que podem ser atribuídas às pessoas que empreendem. Desta forma, pode-se reconhecer um

empreendedor a partir de seu comportamento e suas características ao desempenhar determinadas funções.

O quadro 1, especifica o conceito de empreendedorismo pela percepção de diferentes autores ao longo dos anos.

Quadro 1: Conceito de Empreendedorismo na visão de diferentes autores

Autores	Pareceres Básicos
Dicionário	Empreendedorismo está relacionado ao indivíduo que se aventura, ou seja, busca por resoluções de coisas difíceis, buscando sempre a inovação e a mudança.
Sebrae (2023)	Empreender é exercer a capacidade de imaginar, planejar e pôr em prática seus sonhos e projetos. A fim de obter ganhos econômicos e sociais.
Cantillon (1755/1950)	Associa o empreendedorismo à identificação de oportunidades, ao risco, e à criação de valor.
Say (1803/1983)	Entende o empreendedorismo como uma ferramenta de criação de valor
Schumpeter (1997)	Define que o ato de empreender é aquele que destrói a ordem econômica existente, pela introdução de novos produtos e serviços e pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais, sendo assim o indivíduo empreendedor é aquele que realiza coisas novas e não necessariamente aquele que inventa.
Vale (2014)	A ação empreendedora, seria do ponto de vista econômico, aquele indivíduo que estabelece decisões e ações em condições de incerteza, que se mantém em estado de alerta para descobrir e identificar novas oportunidades, e é capaz de introduzir uma inovação no mercado competitivo.
McClelland (1972)	O indivíduo que empreende é definido como alguém que exercita controle sobre os meios de produção e produtos e produz mais do que consome a fim de vendê-los (ou trocá-los) pelo pagamento ou renda.
Drucker (1970)	A criatividade não depende de inspirações, mas de estudo árduo; um ato de vontade. Assim como a pesquisa sistemática pode resultar na invenção, também pode haver uma busca premeditada de oportunidades para inovar.

Fonte: elaborado pela autora.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil começou a ganhar força na década de 1990, durante a abertura da economia, onde surgiu a necessidade de competir com os produtos que chegavam importados no mercado brasileiro. De fato, essa chegada impulsionou os empreendedores

brasileiros a pensarem em estratégias a fim de alcançar e fidelizar o público consumidor. O começo da globalização e a estabilidade econômica devido ao controle da inflação permitiram que as empresas pudessem se planejar e se estruturar no mercado, tomando impulso e se destacando cada vez mais (Escarlate, 2010).

A abertura econômica permitiu que entidades como SEBRAE pudessem se estabelecer, a fim de disseminar a cultura empreendedora no país. De acordo com Dornelas (2005), anteriormente a essa entidade pouco se falava sobre assuntos empreendedores, assim como a idealização e abertura de novos negócios no cenário brasileiro da época.

Segundo Barbosa e Costa (2015), o Sebrae é reconhecidamente o órgão que mais auxilia o pequeno empresário brasileiro, disponibilizando saberes necessários e fornecendo toda assistência para quem deseja iniciar sua empresa, assim como auxílio na solução de problemas que podem surgir em cada negócio. Logo, percebe-se que a criação desse serviço contribui para o desenvolvimento empresarial no Brasil.

O Brasil participa desde o ano 2000, de uma pesquisa realizada sobre o tema empreendedorismo, intitulada como *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). O GEM é um projeto de pesquisa cujo objetivo é entender, de forma mais profunda, o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social no mundo. No Brasil, a pesquisa passou a ser conduzida no ano de 2022 pela Associação Nacional de Estudos e Pesquisas em Empreendedorismo (Anegepe), mantendo a parceria com o Sebrae que disponibiliza apoio técnico e financeiro.

O relatório anual da GEM é elaborado por duas pesquisas complementares. A primeira pesquisa está relacionada com a população adulta. No Brasil o levantamento mais recente contou com a participação de 2.000 adultos, entre 18 e 64 anos de idade, gerando informações sobre as atividades empreendedoras realizadas em todo território nacional. Essa pesquisa abarca empreendedores à frente de negócios com ou sem qualquer tipo de registro que indique sua formalização, como por exemplo CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas), (GEM,2022).

Além disso, a pesquisa permite explorar os dados levantados em relação aos estágios de desenvolvimento em que cada negócio se encontra. Essa diferença de estágios no processo empreendedor é importante, uma vez que possibilita entender as atitudes e características que cada um dos estágios empreendedores apresenta. Em relação ao processo empreendedor, a revista GEM destaca três conceitos fundamentais para uma análise mais detalhada das informações levantadas, sendo elas:

- Empreendedor Nascente: aquele empreendedor que tem ativamente dedicado recursos para iniciar o negócio, mas o negócio ainda não pagou salários ou remuneração (inclusive para si mesmo) por um período maior do que de três meses;
- Empreendedor Novo: empreendedor que iniciou e está administrando um negócio que já vem pagando salários há mais de 3 meses, mas por menos de 42 meses;
- Empreendedor Estabelecido: empreendedor que iniciou e está administrando um negócio que já vem pagando salários ou remuneração há mais de 42 meses.

A segunda pesquisa que faz parte do GEM é a pesquisa realizada com os especialistas nacionais, a pesquisa contou com a opinião de 52 especialistas, para que fossem avaliadas as condições existentes nos países para o desenvolvimento de novos negócios (Relatório GEM, 2022). Juntas, a pesquisa com a população adulta e com os especialistas proporcionam uma imagem única da atividade empreendedora em território nacional, incluindo as atitudes e experiências dos empreendedores.

No conceito GEM, o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, sendo ele formal ou informal, seja uma atividade autônoma, seja na criação de uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento que exista e funcione.

De acordo com a revista GEM (2022), a taxa de empreendedorismo dos negócios que já são estabelecidos no Brasil com mais de 3,5 anos de existência, teve um aumento de 9,9% em 2021 para 10,4% em 2022. Essa taxa permitiu que o Brasil se mantivesse na 7ª posição do ranking mundial quanto à taxa de empreendedores estabelecidos, perdendo apenas para Coreia do Sul, Togo, Grécia, Letônia, Guatemala e Irã. Esse resultado demonstra uma retomada na economia e uma melhoria na gestão de negócios (GEM, 2022).

Aproximadamente 67% da população brasileira é composta por empreendedores ativos, ou seja, que já exercem alguma atividade e por potenciais empreendedores, indivíduos que desejam empreender. Esse número representa um total de 93 milhões de brasileiros. Desse total de empreendedores, 42 milhões já estão à frente de algum empreendimento, pessoas adultas (entre 18 e 64 anos), e 51 milhões de pessoas adultas (entre 18 e 64 anos) demonstrando potencial em empreender. A expressiva presença destes potenciais empreendedores, posicionou o Brasil como o segundo país com a maior população de potenciais empreendedores em 2022.

Segundo a mesma pesquisa, dos 42 milhões de indivíduos em 2022 à frente de algum tipo de empreendimento, 30,3% corresponde a uma taxa de empreendedorismo total (TTE).

Desse total, aproximadamente 10 milhões de empreendimentos correspondem aos nascentes (negócio ainda em fase de estruturação e sem rendimento), cerca de 18 milhões aos novos empreendimentos (que já apresentam rendimentos) e 14 milhões deles aos chamados empreendimentos estabelecidos (que já atuam de maneira consistente no mercado).

Para uma melhor compreensão, o quadro 2 expõe as taxas e estimativas, de acordo com cada estágio do empreendedorismo e suas respectivas estimativas de empreendimentos.

Quadro 2 -Taxas (%) e estimativas (número de pessoas) de empreendedorismo segundo o estágio - Brasil - 2022

Estágio	Taxas	Estimativas
Empreendedorismo Total (TTE)	30,3	42.157.295
Empreendedorismo Inicial (TEA)	20,0	27.884.678
Novos	12,6	17.543.018
Nascentes	7,5	10.467.952
Empreendedorismo estabelecido	10,4	14.432.248

Fonte: GEM Brasil, 2022.

Sendo o empreendedorismo um dos maiores sonhos dos brasileiros, cabe ressaltar as motivações que levam essas pessoas a iniciarem seus próprios negócios. De acordo com o método proposto pela GEM, a primeira motivação é a necessidade, que acontece quando o indivíduo se envolve com atividades empreendedoras por não ter a sua disponibilidade melhores opções de trabalho, buscando no empreendedorismo sua própria subsistência assim como a de seus familiares.

Já a segunda motivação é a oportunidade, que acontece quando a atividade empreendedora se inicia porque os indivíduos identificam uma oportunidade de negócio a ser aproveitada, e não somente pela falta de trabalho ou geração de renda (GEM, 2022). Diante dessas motivações, foi observado pela pesquisa GEM (2022), através de dados explorados sobre negócios nascentes, que houve uma queda na porcentagem da taxa dos empreendedores iniciais, o que reflete uma redução no empreendedorismo por necessidade, ou seja, os indivíduos estão identificando oportunidades de negócios a serem aproveitadas. Pelo segundo ano consecutivo, caiu o percentual nesse grupo: de 48,9%, em 2021, para 47,3%, em 2022. E a tendência é continuar em queda, já que o mercado está com a oferta de crédito e um ambiente seguro para empreender (GEM, 2022).

Considerando a medição da intensidade empreendedora nas variáveis sexo, o relatório GEM de 2022 aponta que, de maneira geral, os homens mostraram-se mais envolvidos em atividades empreendedoras. A taxa masculina total é de 37,1% comparado a das mulheres que é de 23,9%, o que representa uma diferença de 13 pontos percentuais entre os dois sexos.

Embora as mulheres tenham se envolvido menos nas atividades empreendedoras por se esbarrar em barreiras e dificuldades, foi detectado pela pesquisa GEM que em relação ao empreendedorismo estabelecido, que as taxas entre mulheres e homens ficaram em patamar similar ao encontrado no ano anterior: 6,8 e 14,2 respectivamente - no entanto, houve variação positiva de 11% para as mulheres e variação muito menor entre os homens, apenas 1%. Isso revela um certo avanço, resultado do esforço das mulheres na sua maior presença entre os negócios já estabelecidos (GEM, 2022).

Em relação à faixa etária e nível de escolaridade, a pesquisa GEM definiu que 71% do perfil dos empreendedores se encontram entre os mais jovens (de 18 a 44 anos), sendo que no nível escolaridade metade (49,4%) têm nível médio, e 23% têm nível superior. Outra constatação da pesquisa é uma maior busca por atividades que não exigem escolaridade elevada e nem recursos tecnológicos sofisticados, as atividades que demandam nível superior se encontram em menor percentual (GEM, 2022).

2.3 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo possui definições que podem servir tanto ao gênero masculino como ao gênero feminino. Entretanto, durante muito tempo as mulheres não desempenhavam um papel ativo na sociedade, pois as lideranças e os papéis econômicos eram designados aos homens, enquanto as mulheres estavam destinadas ao cuidado do lar. Com o tempo, os avanços ocorridos no mercado de trabalho com o passar do tempo, permitiram que a força de trabalho feminina pudesse ser valorizada (Teixeira *et al.*, 2021).

Ferreira *et al.* (2011) destacam que foi durante o período das Guerras Mundiais, que as mulheres começaram a adentrar no meio empresarial que antes eram ocupadas apenas por homens. O extenso período da guerra, ocasionou uma redução na força de trabalho masculina, permitindo uma maior atuação feminina na força de trabalho para que essa deficiência fosse compensada. No início, as tarefas femininas eram destinadas ao trabalho agrícola e às atividades de manufatura em pequena escala. Com o processo de industrialização, devido a Revolução Industrial, elas foram sendo inseridas no mercado das indústrias siderúrgicas, petrolífera, química e automotiva apresentando uma boa contribuição (Schlickmann e Pizarro, 2003).

Aos poucos, as mulheres foram conquistando cada vez mais espaço no mercado de trabalho, nos mais diversos setores e hoje ocupam importantes cargos nas empresas. Luz e Fuchina (2009) enfatizam que a profissionalização do trabalho feminino e sua inserção no mercado formal, foi ocasionando o seu desenvolvimento pessoal e uma mudança de mentalidade que gradativamente permitiu esse crescimento e estabilidade no mercado.

Porém, é importante destacar que o primeiro contato das mulheres com o mercado de trabalho encontrou desafios. A demanda de trabalho feminina ultrapassa os serviços de empresa pois se estendem também aos serviços da família, da casa e das questões pessoais, o que ocasiona uma dupla jornada de trabalho. A falta de credibilidade imposta ao gênero, principalmente na relação de crédito e financiamentos do negócio, uma resistência maior da participação de empreendedoras no mercado, dificulta seu desenvolvimento (Teixeira *et al.*, 2021).

As mulheres ainda enfrentam um outro aspecto que cabe ser destacado que é o medo do fracasso, que vai além de aspectos econômicos, estratégicos, culturais e políticos. Esse medo muitas vezes ocorre pela falta de apoio de familiares e de órgãos que incentivam e capacitem essas mulheres no mundo dos negócios (Fernandes e Duarte, 2019).

Foi nos anos 1970 que, no Brasil, a mulher ingressou de maneira mais efetiva no mercado de trabalho, surgindo por fim os movimentos sindicais e proteção de determinados direitos trabalhistas, como exemplo, a Constituição Federal Brasileira de 1988, ao estabelecer, no art. 5º, I, que homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações (Ferreira *et al.*, 2011).

De acordo com o Sebrae (2019), a presença feminina em diversos setores vem ganhando cada vez mais espaço no empreendedorismo, pelas mudanças que são promovidas na economia e na sociedade que se encontram inseridas. Diante desse avanço, Silva (2013) afirma que esse crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho é marcado por diversos fatores, uma maior busca por inserção na educação a fim de se especializarem e buscarem melhores condições no trabalho, como cargos e salários, uma menor quantidade de filhos e a maior aceitação da presença feminina no mercado de trabalho tem contribuído para um maior crescimento da participação feminina.

Segundo Gomes (2006), a iniciativa de abrir negócios e assumir riscos em busca de realização pessoal deixou de ser apenas interesse masculino, pois cada vez mais mulheres estão em busca de envolvimento em negócios, criando suas fontes de geração de renda. A mudança de pensamento das mulheres em relação a sua busca por satisfação fora do lar, investindo seu tempo, dinheiro e intelecto no seu próprio negócio, durante muito tempo foi vista como uma realidade não muito aceita pela sociedade, portanto terem suas capacidades reconhecidas ainda

é um processo constante diante da sociedade. Essas mudanças, explicam não apenas o crescimento que as atividades femininas estão ganhando, mas também as transformações que ocorrem nas famílias e no perfil da força de trabalho.

Segundo os dados de 2021 do Relatório de Empreendedorismo Feminino: Prosperando na Crise, do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), as mulheres investem no empreendedorismo pelas mesmas razões que os homens, seja visando uma independência financeira, o sustento de suas famílias e de si mesma. Porém, os estudos realizados apontam que as motivações femininas vão além do que só motivação financeira, os princípios internos que motivam as mulheres a empreender ultrapassam fatores apenas econômicos, pois elas encontram a oportunidade de experienciar suas ideias, seus valores, suas emoções e sentimentos.

Sendo assim, alcançar um equilíbrio entre as demandas familiar e do lar com a profissional é o desejo das empreendedoras que decidem ser donas do próprio negócio. Conclui-se que, mais do que conseguir determinar o ritmo de trabalho a ser executado e o retorno financeiro que alcançam, as empreendedoras percebem uma oportunidade de se desenvolverem, utilizando suas próprias ideias e competências realizando seus sonhos e conquistando seus valores pessoais. A mulher ao empreender busca mais do que apenas um objetivo profissional, ela está em busca de realização pessoal.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae junto ao PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios), retrata que o país apresentou até o terceiro trimestre de 2022 uma estimativa que contabilizou mais de 10,11 milhões de mulheres à frente de algum empreendimento. A revolução no trabalho e na família com a inserção dessas mulheres no mercado de trabalho gerou mudanças sociais, institucionais e culturais. Os efeitos dessa revolução passaram a ser sentidos quando as mulheres entraram no mercado de trabalho, não somente como empregadas, mas sim administrando e empregando outras pessoas (Meira *et al.*, 2008). Diante dessa afirmação, uma amostra da pesquisa destacou um aumento consecutivo no número de mulheres empregadoras, 30% de mulheres (1.392.678) em relação a 8% dos homens.

A mesma pesquisa apontou que 44% dessas empreendedoras se encontram na região Sudeste, 24% no Nordeste, 15% no Sul e com a menor taxa de 8% na região Centro-Oeste.

Conforme a GEM (2019), a pouca oferta de trabalho ao público feminino e a hostilidade do mundo corporativo ligada a falta de oportunidade de desenvolvimento de suas carreiras se tornam um fator motivador para que o público feminino busque na abertura de suas empresas, independência financeira, flexibilidade de jornadas, permitindo que essas empreendedoras se encontrem presente no ambiente familiar, além de construam riquezas.

No quesito da formação educacional das empreendedoras, elas se destacam pela formação superior. Nos últimos seis anos a proporção de mulheres com ensino superior passou de 22% para 28%. A percepção das mulheres empreendedoras, é que a formação acadêmica poderá proporcionar um diferencial competitivo, principalmente na gestão estratégica de seus negócios, formando mulheres empreendedoras mais assertivas e dinâmicas. Além do perfil é importante compreender, segundo a mesma pesquisa, as áreas de atuação das empreendedoras. Os ramos que as mulheres mais se destacam atualmente é na área de serviço, concentrando cerca de 55,83% das empreendedoras. Seguido das atividades de comércio 25,44%, indústria 12,13% e, por fim, a agropecuária com participação de 5,76% (Sebrae, 2024).

2.4 Agente Empreendedor

Segundo Dolabela (2008), ninguém nasce empreendedor. O contato com a sociedade, ou seja, família, amigos, trabalho, possibilitam que o desenvolvimento de algumas características de personalidade seja desenvolvido. O empreendedor é um ser social, que vai sendo moldado pelas circunstâncias do meio em que se encontra inserido, desenvolvendo características pessoais.

A figura do indivíduo empreendedor (*entrepreneur*), se destaca como o responsável principal pela reunião e aplicação de recursos, atuando na construção das oportunidades que serão ofertadas ao mercado. Parte importante da literatura destaca que o indivíduo empreendedor deve ser visto como o elemento que caracteriza e delimita o conceito de empreendedorismo (Vale, 2014).

O agente empreendedor é definido como um indivíduo que possui habilidades e características de personalidade únicas, definido a partir de traços psicológicos e de um comportamento particular. Segundo Vale (2014), os empreendedores se destacam pelas rápidas transformações que estão dispostos a sofrer diante de um mercado competitivo e em constante mudança. Nassif, Andreassi e Simões (2011), afirmam que os empreendedores são dotados de competência particular, influenciadas pela formação pessoal e profissional, bem como por suas habilidade e motivações, que os diferenciam de outros indivíduos.

Cabe ressaltar que o surgimento e as alterações que foram surgimento na definição de empreendedor, relatam que a evolução da própria sociedade saindo de uma base de produção agrária (feudalismo) para uma sociedade industrial (capitalista), permitiu que a figura do empreendedor, fosse definida como um agente que assume riscos em um ambiente de incertezas, buscando alcançar lucros e sua permanência no mercado (Costa, 2011).

De acordo com Schumpeter (1997), o indivíduo empreendedor é aquele que promove alguma intervenção em uma determinada realidade econômica e social, seja através da abertura de um novo negócio, ou pela criação de um produto/ serviço ou trazendo melhorias em algo já existente. O empreendedor pode ser reconhecido também, como uma pessoa criativa e hábil, capaz de interpretar o ambiente a fim de criar novas oportunidades de negócios (Barreto *et al.*, 2014).

Diante da descoberta de que o empreendedorismo pode ser desenvolvido, David McClelland (1961) consegue mapear algumas características típicas de empreendedores assim como seu comportamento em relação aos seus negócios. Características essas que são aplicadas pela ONU, juntamente com o Sebrae em todo território brasileiro.

McClelland (1972) relata as principais características comportamentais que levantou em seus estudos, descritas no quadro 3.

Quadro 3 - Características comportamentais empreendedoras

Busca de Oportunidades e Iniciativa	O empreendedor desenvolve a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços. Tem atitude de proatividade, busca possibilidades de expandir e aproveitar oportunidades incomuns para aplicar em seus negócios;
Persistência	Desenvolve a habilidade de enfrentar obstáculos para alcançar o sucesso. O empreendedor não desiste diante de obstáculos, reavalia e insiste ou muda seus planos para superar objetivos, esforça-se além da média para atingir seus objetivos;
Correr riscos calculados	Nesta situação o empreendedor assume desafios e responde por eles. O comportamento aqui é procurar e avaliar alternativas para tomar decisões, buscar reduzir as chances de erro, aceitar desafios moderados, com boas chances de sucesso;
Exigência de qualidade e eficiência	Disposição do empreendedor para fazer sempre mais e melhor. Ele tem a característica de melhorar continuamente seu negócio ou seus produtos, satisfaz e excede as expectativas dos clientes, cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade;
Comprometimento	A característica envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes. A atitude empreendedora aparece quando o empreendedor traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso, atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados e coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo.
Busca de informações	A característica envolve a atualização constante de dados e informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio. Refere-se ao empreendedor envolver-se pessoalmente na avaliação do seu mercado, investigar sempre como oferecer novos produtos e serviços e buscar a orientação de especialistas para decidir
	O empreendedor compreende e estabelece objetivos que sejam claros

Estabelecimento de metas	para a empresa, tanto em longo como em curto prazo (com data pré-definida). Assim, o empreendedor persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo, tem clara visão de longo prazo e cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado;
Planejamento e monitoramento sistemático	Ele desenvolve a organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que os resultados possam ser medidos e avaliados. O empreendedor enfrenta grandes desafios, age por etapas, adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado, acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão
Persuasão e rede de contatos	Este comportamento engloba o uso de estratégias para influenciar e persuadir pessoas. Assim, o empreendedor cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos, obtém apoio de pessoas chave para seus objetivos, desenvolve redes de contatos e construir bons relacionamentos comerciais;
Independência e autoconfiança	O empreendedor desenvolve a autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso. Um empreendedor que possui essa característica confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros, é otimista e determinado mesmo diante da oposição, transmite confiança na sua própria capacidade

Fonte: Adaptado pela autora de McClelland (1972).

Embora as definições sobre as características empreendedoras sejam diversas conforme evidenciado por Gonçalves (2016), há um consenso dos padrões de comportamento das pessoas que empreendem que inclui iniciativa, organização, reorganização dos processos e métodos e a aceitação do risco para obter sucesso ou fracasso baseado na dedicação pessoal.

Dornelas (2014) apresentou as principais características apontadas como sendo do empreendedor de sucesso, descritas no quadro 4 abaixo:

Quadro 4 - Características de empreendedores de sucesso.

Características	Descrição
São visionários	Têm a visão de futuro e tato para o negócio como para a vida pessoa
Sabem tomar decisões	São seguros e ágeis na tomada de decisão, principalmente em momentos de adversidade, fator chave para o sucesso.
São indivíduos que fazem a diferença	Transformam o impossível em algo concreto e realizável, além de agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	São exímios em identificar oportunidades, curiosos e atentos às informações.
São determinados e dinâmicos	Implementam suas ações com total comprometimento, passam pelas adversidades

	ultrapassando os obstáculos a fim de concretizar seu objetivo.
São dedicados	Dedicam-se 24 horas por dia e 7 dias por semana ao negócio e ainda encontram energia para seguir adiante mesmo quando se deparam com algum obstáculo no caminho. São incansáveis.
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	O amor ao trabalho é o principal combustível para sempre seguir em frente e o otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso ao invés do fracasso.
São independentes e constroem seu próprio destino	Querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino.
Ficam ricos	Acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios
São líderes e formadores de equipes	Têm um senso de liderança incomum, e sabem que para obter êxito e sucesso dependem de uma equipe de profissionais competentes.
São bem relacionados (networking)	Sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa.
São organizados	Sabem alocar os recursos de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
Planejam, planejam e planejam	Planejam desde o primeiro rascunho do plano de negócios até a apresentação para investidores
Possuem conhecimento	Têm sede de conhecimento, e sabem que quanto maior o domínio sobre o ramo de negócio, maior é a chance de sucesso.
Assumem riscos calculados	Essa é a característica mais conhecida dos empreendedores: além de assumir riscos, o verdadeiro empreendedor sabe gerenciar o risco avaliando as reais chances de sucesso. Para ele, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.
Criam valor para a sociedade	Utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, gerando emprego, dinamizando a economia e inovando sempre em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Fonte: Dornelas (2014).

Embora esses atributos destacados por McClelland (1972) e Dornelas (2014) independentem de gênero, cabe destacar que as características de liderança feminina possuem algumas peculiaridades. Com o avanço da inserção das mulheres no mercado de trabalho, as características de liderança foram sendo moldadas ao perfil feminino. A participação das mulheres nos negócios criou uma nova forma de liderar (Gonçalves, 2016).

As organizações geridas por elas valorizam características que constroem o sucesso das organizações. Questões como flexibilidade, sensibilidade, intuição, capacidade para trabalhar em equipe e administrar a diversidade são identidades femininas consideradas diferenciadas, permitindo uma maior produtividade e construção da permanência desses negócios no mercado (Lima, 2013). Esse novo perfil de liderança com o passar do tempo foi sendo bem recebido pelo mercado de trabalho.

A respeito ainda desse perfil empreendedor e suas principais características de liderar e gerenciar, Machado (1999) destaca que esse perfil feminino apresenta uma maior valorização do indivíduo além de apresentarem uma postura mais conservadora buscando ter um maior foco na qualidade, da produção e prestação de serviços. Esse perfil feminino envolve uma postura mais favorável ao desenvolvimento familiar, e elas acabam trazendo um pouco dessa forma de administrar o lar e delegar funções para dentro do setor de trabalho, visualizando o empreender não apenas como uma forma de gerar riquezas ou um simples fazer econômico, mas vê nas atividades exercidas uma forma de trazer benefícios a todos a seu redor (Zarpelon, 2010).

Neste contexto, evidencia-se que a participação feminina nos empreendimentos, seja liderando e administrando empresas de terceiros, seja em sua própria empresa, torna-se interessante analisar e conhecer as características de liderança das empreendedoras, identificando as diferenças femininas na gestão dos negócios. Os autores Hisrich e Peters (2009) investigaram, analisaram e estabeleceram oito aspectos que determinam algumas características empreendedoras por gênero. Nesse caso será avaliado as diferenças entre os gêneros masculinos e femininos, na forma de atuação da gestão do negócio, conforme evidenciado no quadro 5 abaixo:

Quadro 5 - Diferença entre empreendedores e empreendedoras na forma de atuar na gestão do negócio.

Características	Empreendedores	Empreendedoras
Motivação	- Realização: lutam para fazer as coisas acontecerem; - Independência Pessoal: auto imagem relacionada ao status obtido por seu desempenho na corporação não é importante; - Satisfação no trabalho: advinda do desejo de estar no comando.	- Realização: conquista de uma meta; - Independência: interesse em fazer as coisas sozinha.
Ponto de Partida	- Insatisfação com o emprego atual; - Atividades extras na faculdade, no emprego atual ou progresso no	- Frustração no emprego; - Interesse e reconhecimento de oportunidade na área;

	emprego atual; - Dispensa ou demissão; - Oportunidade de aquisição.	- Mudança na situação pessoal.
Fontes de Fundos	- Bens e economia pessoais, Financiamento bancário; - Investidores; - Empréstimos de amigos e familiares.	- Bens e economias pessoais; - Empréstimos pessoais.
Histórico Profissional	- Experiência na área de trabalho; - Especialista reconhecido ou que obteve um alto nível de realização na área; - Competente em áreas de funções empresariais.	- Experiência na área de negócios; - Experiência em gerência intermediária ou administração; - Histórico ocupacional relacionado com o trabalho.
Características de Personalidade	Dá opiniões e é persuasivo; - Orientado por metas; - Inovador e idealista; - Alto nível de autoconfiança; - Entusiasmo e enérgico; -Tem que ser seu próprio patrão.	-Flexível e tolerante; - Orientada para metas; - Criativa e realista; -Nível médio de autoconfiança; - Entusiasmada e enérgica; - Habilidade para lidar com o ambiente social e econômico.
Histórico	- Idade no início do negócio: 25- 35 anos; - O pai é profissional autônomo; - Educação superior: administração ou área técnica (geralmente engenharia); - Primogênito.	- Idade no início do negócio: 35- 45 anos; - O pai é profissional autônomo; - Educação superior: artes liberais; - Primogênita.
Grupos de Apoio	- Amigos, profissionais conhecidos (advogados, contadores), cônjuge.	-Amigos íntimos, cônjuge, família, grupos profissionais femininos, associações comerciais.
Tipo de Negócios	-Indústria ou construção.	-Relacionado à prestação de serviços: serviço educacional, consultoria ou relações públicas.

Fonte: Hisrisch; Peters (2009).

De acordo com a leitura da tabela, notam-se semelhanças e diferenças entre os dois gêneros na sua forma de atuação. As mulheres foram desenvolvendo frente ao mercado de trabalho características próprias na hora de executar a gestão. Segundo Machado (2003), acaba ocorrendo uma mistura das características masculinas como iniciativa, coragem e determinação, com características femininas, como sensibilidade, intuição e cooperação.

2.5 Projeto SEBRAE DELAS

Diante da expansão do empreendedorismo feminino, são inúmeras as iniciativas para que essa forma de atuação do gênero feminino cresça não só no Brasil, mas como no mundo. Diversos programas e projetos de capacitação estão sendo desenvolvidos a fim de que essas empreendedoras possam ser desenvolvidas para exercerem uma melhor gestão de seus negócios, como os programas de incubação de empresas, o desenvolvimento de tecnologias, a educação empreendedora em escolas e universidades, programas e subsídio governamentais que promovem e incentivam a criação de novos negócios, facilidades no acesso ao crédito, capacitação e treinamento, dentre diversas outras ações que permitem esse crescimento empreendedor..

Diante desse cenário e de todo o crescimento empreendedor liderado por mulheres, o SEBRAE reconheceu a necessidade de trabalhar na capacitação dessas empreendedoras, a fim de fomentar essa nova forma de empreendedorismo. Sendo assim, surge o SEBRAE DELAS um projeto de capacitação e apoio a esses novos negócios com o objetivo de incentivar, valorizar e acelerar a jornada de mulheres empreendedoras.

O SEBRAE DELAS é um programa criado pelo SEBRAE, que tem por objetivo fomentar e profissionalizar práticas empresariais e políticas públicas que visam valorizar as competências, o comportamento e as habilidades de mulheres que empreendem. Por meio desse programa algumas práticas empresariais são trabalhadas a fim de tornar os negócios liderados por mulheres mais competitivos. Essas práticas acontecem através de suportes a gestão, capacitação, oficinas, encontros e consultorias, e são iniciativas como foco no desenvolvimento de competências empreendedoras, gestão de negócios, marketing, finanças, inovação, entre outros temas relevantes para o sucesso das empreendedoras.

Uma das principais características do projeto é sua abordagem inclusiva, buscando atender mulheres de diferentes perfis e estágios de negócio, oferecendo toda as informações necessárias para cada porte de empresa que participa do programa, sendo aquelas que estão começando a empreender como aquelas que já se encontram estabelecidas no mercado de trabalho e buscam se aperfeiçoar. O projeto promove a equidade de gênero no empreendedorismo, proporcionando oportunidades de desenvolvimento e acesso a recursos para que as mulheres possam empreender com sucesso. O empreendedorismo feminino é importante para o Sebrae, e, por meio desse programa, torna-se possível acompanhar de perto e usar estratégias que permitam impulsionar o desempenho dessas mulheres e dos seus negócios, com o objetivo de torná-lo mais competitivo.

É considerado um projeto que permite identificar e trabalhar as questões emocionais, que em muitos casos se apresentam pelas inseguranças que são originadas pela pressão e pelos desafios do dia a dia (Sebrae, 2024). A falta de apoio ao decidirem empreender, tanto financeiro como também apoio dos familiares, são questões que originam mulheres com insegurança emocional e com medo do fracasso e dos julgamentos, pois não exploram as suas capacidades, competências e habilidades de maneira assertiva.

O projeto surge em 2019 como o intuito de desenvolver práticas de gestão que muitas empreendedoras desconhecem e que são de extrema importância para o sucesso dos negócios e para o desenvolvimento das empresas femininas. Teve o estado do Rio de Janeiro como pioneiro dessa execução. Segundo uma pesquisa realizada pelo próprio Sebrae (2022), foram registradas mais de 22 mil mulheres atendidas de forma direta por meio de capacitação, encontros, palestras e conexão, desde quando surgiu essa iniciativa em 2019, com o intuito de realizar ações de incentivos à cultura empreendedora das mulheres, impactando de forma positiva a economia e todo o ecossistema empreendedor feminino no estado do Rio de Janeiro e em todo território brasileiro.

2.5.1 Dinâmica do Projeto SEBRAE DELAS

O projeto é composto por um total de 50 horas de duração, e essas horas são divididas em trilhas com duração de sete meses. É composto por oficinas coletivas, também chamadas de aulas que são realizadas no formato online e por consultorias realizadas de formas individuais também sendo realizadas no formato online, além de alguns encontros presenciais entre as empresárias que podem vir a ser realizados durante a trilha de capacitação (Sebrae, 2024).

As capacitações coletivas, segundo o edital do projeto, são realizadas em 24 horas da carga horária total, ficando 20 horas destinadas às consultorias individuais e o restante da carga horária sendo destinada aos eventos presenciais para *networking*.

O projeto se destina a atender diferentes portes de empresas, que vão desde as microempreendedoras individuais até as empresas de pequeno porte. Devido às diferentes empresas que fazem parte do projeto, surgem diferentes demandas de atendimento e necessidades diferentes de capacitação para a gestão dos negócios. Sendo assim, diante dessas diferentes demandas, houve a necessidade de trabalhar as capacitações, segundo o programa Sebrae Delas, dividindo essas empresárias em dois grupos. Em um grupo se reúne todas as empreendedoras classificadas como MEI (Microempreendedores Individuais) que possuem faturamento de até R\$81.000,00 (oitenta e um mil) por ano, e em um segundo grupo se reúnem

as empreendedoras classificadas como ME (Microempresas) com faturamento de até R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil) e as empreendedoras classificadas como EPP (Empresas de Pequeno Porte) onde o faturamento pode chegar até R\$4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil) ao ano (Sebrae, 2023).

Ao longo do projeto, várias temáticas são abordadas e trabalhadas durante as oficinas coletivas com as empreendedoras nos dois grupos. Temas como habilidades comportamentais, atendimento e vendas, finanças e processos, marketing digital, fazem parte da trilha de capacitação para que cada empreendedor tenha a possibilidade de trabalhar as técnicas certas a fim de aprimorar e fortalecer seus negócios no mercado de trabalho. As consultorias, que ocorrem de maneira individual, acontecem com especialistas do Sebrae, para que haja a internalização e aplicação prática dos conhecimentos adquiridos durante a capacitação, para que melhor sejam aplicadas em seus negócios. São consultorias que acontecem através de agendamento com as empresárias ao longo do projeto.

O quadro a seguir retrata as divisões dos portes de empresa e como são trabalhadas cada tema do projeto nos dois grupos, quanto às trilhas de capacitação e às consultorias.

Quadro 6: Temáticas abordadas nas trilhas de capacitação e consultorias individuais

Trilha Microempreendedor Individual	-Fortalecimento das habilidades comportamentais; -Storytelling e Pitch; -Finanças e Formação de preço; -Divulgação nas mídias digitais; -Atendimento e vendas.
Trilha Microempresa e Empresa de Pequeno Porte	-Fortalecimento das habilidades comportamentais; -Storytelling e Pitch; -Gestão ágil de processo; -Divulgação nas mídias digitais; -Atendimento e vendas.
Consultoria Microempreendedor Individual	-Fortalecimento das habilidades comportamentais; -Gestão da marca; -Finanças; -Mídias sociais.
Consultoria Microempresa e Empresa de Pequeno Porte	-Fortalecimento das habilidades comportamentais; -Gestão da marca; -Gestão de processo; -Mídias sociais; -Gestão comercial.

Fonte: Adaptado do Sebrae (2024).

As diferentes temáticas abordadas e trabalhadas em cada trilha e em cada consultoria, levam em consideração o nível de estágio que se encontram as empresas. Os microempreendedores individuais por serem empresas que estão iniciando no mercado demandam um tipo de capacitação que trabalhe a permanência e o fortalecimento desses empreendimentos no mercado, enquanto as microempresas e empresas de pequeno porte por já se encontrarem mais estabelecidas no mercado e mais desenvolvidas que as microempreendedoras individuais demandam mais conhecimento em relação a processos e ao comercial do negócio, a fim de se expandirem cada vez mais.

São destinadas para esse projeto no estado do Rio de Janeiro 350 vagas, que são distribuídas pelas agências regionais. Por isso, o edital destaca que o requisito para participar é possuir CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) ativo, e estar enquadrado como MEI (microempreendedor individual), ME (microempresa) ou EPP (empresa de pequeno porte), além de estar legalmente constituída com sede ou filial no Estado do Rio de Janeiro. Este edital acontece uma vez ao ano, e logo após o encerramento das inscrições que ocorrem de maneira online, as empresárias são contatadas pela equipe do Sebrae a fim de consolidarem sua participação através do pagamento.

O investimento a ser realizado por parte das Micro empresas e Empresas de pequeno Porte com subsídio de 85% no valor integral do programa é R\$350,00 (trezentos e cinquenta reais), podendo ser parcelado em até 12 vezes (R\$29,17) sem juros. Já o investimento realizado pelas Microempreendedoras individuais com um subsídio de 90% no valor integral do programa - é de R\$150,00, podendo ser parcelado em até 12 vezes (R\$12,50) sem juros.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A princípio, foi desenvolvida uma extensa pesquisa bibliográfica em diversos meios midiáticos para a estruturação da fundamentação teórica do trabalho. O estudo buscou retratar a área do empreendedorismo e sua evolução ao longo do tempo, assim como o surgimento dessa atividade no Brasil. A estruturação do conceito de empreendedorismo feminino e a evolução dos estudos a seu respeito também foram parâmetros de pesquisa, o que levou à identificação e análise da interligação desse fenômeno com o dos agentes empreendedores e como eles se destacam em suas atividades.

Posteriormente, partiu-se para o desenvolvimento da pesquisa, que no caso se caracteriza por ser um estudo de caso, onde a pesquisa se baseia em algo existente, mas que ainda necessita de estudos e aprofundamentos. É um tipo de procedimento flexível, sem um roteiro específico. Segundo Yin (2005) o estudo de caso trata-se de uma investigação empírica, cujo objetivo é investigar um fenômeno contemporâneo no seu contexto real quando a delimitação entre o contexto e o fenômeno não está claramente definida. O objetivo é permitir uma maior profundidade e detalhamento quanto ao tema abordado (Vergara, 2000).

Identificou-se a tipologia da pesquisa como descritiva, uma vez que essa categoria de estudo se preocupa em detalhar sobre as características de um fenômeno e em como ele se manifesta em determinado meio (Sampieri; Collado; Lucio, 2013). Adquiriu-se, em conjunto, um teor quantitativo, consequente da estratégia adotada para delineamento do problema e tratamento dos resultados. Foram recolhidas 8 respostas referentes as empreendedoras participantes do projeto e que foram acopladas ao questionário proposto, empregadas como amostra para elaboração e desenvolvimento do estudo.

Identifica-se também um teor qualitativo que, segundo Vergara (2000), se caracteriza como “qualitativa” a pesquisa realizada para aprofundamento da compreensão acerca do assunto pesquisado, cujos dados analisados são “não-métricos”. Nesta pesquisa, foram analisados os aspectos da realidade que não podem ser quantificados. Nesse sentido, foi realizada por meio de entrevistas com as mulheres empreendedoras que participam do Projeto DELAS – Mulheres de Negócios (Sebrae, 2023), com o gestor do Sebrae na região de Três Rios e com a gestora responsável pelo projeto na região Centro Sul.

Já a natureza “aplicada” deve-se ao fato de os resultados gerarem conhecimento para aplicação prática e específica do assunto em questão. E, por fim, a autora define como “exploratória” a pesquisa, cujo objetivo é a familiarização do pesquisador com o tema, a fim de torná-lo mais claro.

Por último apresentamos a classificação quanto ao tipo de procedimento técnico do estudo. No que tange ao percurso metodológico, foram realizadas pesquisas em bases científicas como *Scopus*, *Spell*, *Scielo* para busca de produção crítica sobre os temas: empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, empreendedorismo feminino e agente empreendedor.

A coleta de dados foi realizada por meio do envio de questionários para as empreendedoras entrevistadas, sendo que este método de coleta de dados pode ser classificado segundo Mattar (2008) como questionário auto preenchido, em que o pesquisado lê o instrumento e o responde diretamente sem a intervenção do entrevistador, e por duas perguntas abertas e com a intervenção de entrevistador que foram direcionadas a gestora do projeto SEBRAE DELAS, e ao gerente regional do escritório Centro- Sul.

Para coleta de dados, foi utilizado um questionário (se encontra no apêndice), elaborado pela autora que usou de referência o modelo de questionário dos autores Coleti *et al.* (2021), composto por quatro categorias, a saber:

Categoria 1 – Perfil das empreendedoras

Categoria 2 – O empreendimento

Categoria 3 – Fatores que motivaram a abertura do negócio

Categoria 4 – Referências

Foram redigidas quinze questões fundamentadas nos tipos de empreendimento, dificuldades em abrir seu próprio negócio, fatores de motivação para abertura do negócio, desafios para a gestão do negócio, e o impacto que a participação no programa gerou na trajetória empreendedora das participantes.

Os dados coletados foram contabilizados e inseridos na planilha do Excel, analisados por meio das estatísticas descritivas e os resultados apresentados nos gráficos e tabelas.

3.1 Descrição da Empresa Analisada

Existente como instituição desde 1972, o SEBRAE, define-se como instituição privada e sem fins lucrativos, promovendo diversos programas de capacitação a fim de desenvolver as micro e pequenas empresas em todo território nacional. Mas sua história começou há quase uma década. A história do Sebrae encontra-se intimamente relacionada com a preocupação em apoiar as empresas de pequeno porte, em função de sua grande capacidade de geração de emprego e renda, elementos que são fundamentais para o bom desenvolvimento econômico de uma nação.

De acordo com a biblioteca Sebrae, em 1964 o então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico – BNDE, hoje BNDES, criou o Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa – FIPEME, que começou a operar em 1965. Os grupos de trabalho do FIPEME, tinham por objetivo ir até as empresas a fim de oferecer aos empresários, assistência tanto financeira como administrativa.

Como esse projeto não atendia a região nordeste do país, a então Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE, se deparou com a necessidade de criar um programa para as pequenas e médias empresas da região. A partir da SUDENE são criados os Núcleos de Assistência Industrial – NAIs, que tinham suas atividades voltadas à assistência técnica das empresas, elaboração de projetos e obtenção de financiamentos e incentivos fiscais. Os NAIs foram embriões do trabalho que futuramente seria realizado pelo Sebrae.

Em uma pesquisa foi identificado que a má gestão das empresas estava diretamente relacionada com os índices de inadimplência nos contratos de financiamento celebrados com o Banco. Ao ser reconhecido que os problemas econômicos e financeiros das empresas estavam relacionados com problemas de gerência, por iniciativa do BNDE e do Ministério do Planejamento, foi criado o Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa – CEBRAE, com o intuito do governo federal em fortalecer a indústria nacional.

Após a sua criação, o Cebrae passou por uma fase de consolidação do sistema. Através de seus programas criados com o intuito de levar propostas para melhorar a produtividade das empresas, passa a ter uma importância diante do governo. Com a mobilização do próprio órgão, juntamente ao Poder Legislativo Federal e Instituições Empresariais e de apoio à micro e pequena empresa, a Lei nº 8.029 de 12/04/90, que determinou a extinção de várias entidades da administração federal, autorizou a desvinculação do CEBRAE do poder público, transformando-o em serviço social autônomo.

A partir desse momento, houve a transformação de CEBRAE para SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que passou a fazer parte do Sistema S (juntamente com Senai, Senac). Essa nova forma de atuação do Sebrae passa a ser mais ampla, atuando no fomento da gestão empresarial, no acesso a mercados, na orientação ao crédito, empreendedorismo, inovação e tecnologia e políticas públicas.

Utilizando-se de diversos produtos para disseminar o empreendedorismo, a instituição oferece palestras, cursos, treinamentos, consultorias, seminários e eventos, além de atendimentos individuais e coletivos, para pessoas físicas ou jurídicas, sendo de forma presencial ou a distância, com o intuito de prestar um atendimento sempre de qualidade e

continuado, possibilitando um relacionamento duradouro e assistido entre o Sebrae e o empreendedor.

Os programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, incentivo a educação empreendedora na educação formal, feiras e rodadas de negócios são soluções desenvolvidas a fim de fomentar cada vez mais o empreendedorismo de uma forma que se possa atender desde o empreendedor que pretende abrir o seu primeiro negócio até as empresas que já se encontram consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado (Sebrae, 2024).

Para que o atendimento dos pequenos negócios seja garantido, além da sede nacional, situada em Brasília-DF, a instituição conta com unidades localizadas nas capitais dos 27 estados do país.

Neste trabalho, a unidade a ser destacada é o escritório regional Centro Sul localizado na cidade de Três Rios, interior do Rio de Janeiro. Tendo como coordenador regional Jorge Luis Gomes de Pinho, esse escritório é responsável por atender as demandas de dez municípios sendo eles, Areal, Comendador Levy Gasparian, Engenheiro Paulo de Frontin, Mendes, Miguel Pereira, Paraíba do Sul, Paty do Alferes, Rio das Flores, Sapucaia e Três Rios.

3.2 Coleta de Dados

A amostra de entrevistadas com a qual se trabalhou foi bem pequena, dado que o enfoque deste estudo não é fornecer índices numéricos, visa compreender as percepções, razões e consequências dessa movimentação. A entrevista foi realizada com oito mulheres que participaram do projeto Sebrae Delas por meio de um questionário de perguntas semiestruturado, aplicado de forma individual a cada uma das participantes. Todas as respondentes se encontram estabelecidas na região Centro Sul.

Logo após as entrevistas realizadas com as oito empreendedoras, foram realizadas também duas entrevistas de forma presencial com a Gestora do Projeto Sebrae Delas da região Centro Sul, Renata Bernardes, e também com o coordenador regional Jorge Luis Gomes de Pinho.

As entrevistas aconteceram no período de março de 2024 após o consentimento cedido pelas participantes, quando solicitadas para participarem da pesquisa e da importância do retorno delas para o presente trabalho. Todo o contato aconteceu de forma online via *whatsapp*, já que cada uma das participantes do projeto apresentou o termo de aceite da LGPD (A Lei

Geral de Proteção de Dados Pessoais) assinado junto ao Sebrae, permitindo serem contatadas através de mensagens via *whatsapp*.

Para coletar as respostas do presente estudo, foi utilizado o Google Forms, uma página na internet onde se pode criar questionários, formulários e pesquisas profissionais. É um servidor gratuito, que pode ser utilizado adquirindo apenas uma conta Gmail.

O formato de questionário online foi escolhido pela sua rapidez, praticidade e pela facilidade na coleta dos dados e análise dos resultados, e também pelo fato de algumas empreendedoras residirem em outros municípios mais distantes, o que dificultaria uma entrevista de forma presencial. Já as duas entrevistas realizadas presencialmente, puderam assim acontecer pois o escritório se encontra localizado na cidade de Três Rios e é de fácil acesso para ser contatado.

As perguntas realizadas na forma presencial possibilitaram também uma conversa mais informal referente ao tema, fazendo com que os entrevistados tivessem maior liberdade ao responder as perguntas. As entrevistas foram transcritas para o presente trabalho. Para o presente estudo houve a presença de perguntas abertas, em forma de entrevista, onde as seis respostas dadas pelos respondentes foram livres, e treze respostas com opção de escolha ou alternativa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo destina-se a descrever detalhadamente os resultados obtidos durante a pesquisa. Com o intuito de apresentar os dados de maneira clara e objetiva, foram utilizados tabelas e gráficos que, por sua vez, facilitam a compreensão das informações. Cada conjunto de dados foi acompanhado de uma breve descrição textual, esclarecendo o que está sendo mostrado e destacando os aspectos mais relevantes.

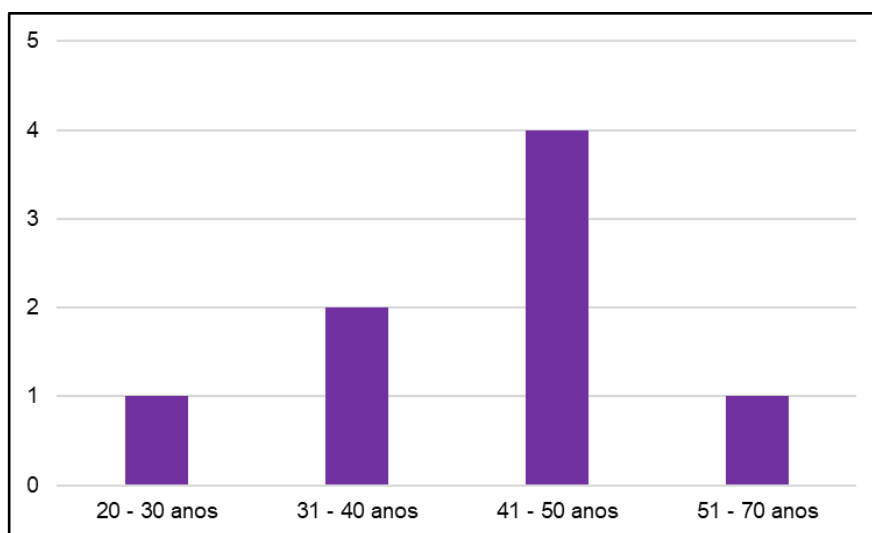
4.1 Categorias

Com o objetivo de melhor relatar os resultados, a pesquisa foi dividida em categorias. A primeira parte contou com perguntas sobre o perfil das empreendedoras participantes da pesquisa, a segunda parte contou com perguntas sobre o empreendimento, a terceira parte foi composta por fatores motivacionais para abertura do negócio, e por fim a categoria, que apresenta as principais referências que inspiram, capacitam e orientam as mulheres empreendedoras.

Categoria 1 - Perfil das empreendedoras:

A presente categoria detalha o perfil das empreendedoras participantes da pesquisa, com o objetivo de identificar características comuns e variáveis que possam influenciar suas trajetórias e desempenho no empreendedorismo feminino.

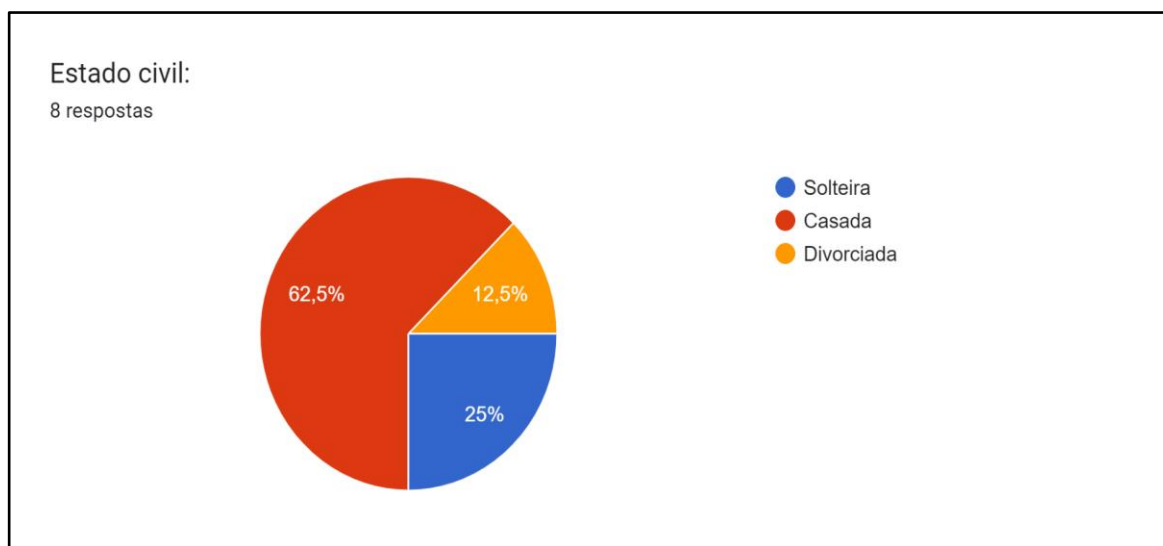
Gráfico 1 - Faixa Etária



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Diante do gráfico apresentado, percebe-se que a maior concentração de empreendedoras está na faixa de 41 a 50 anos, com um total de 4 mulheres. Isso pode sugerir que empreendedoras nessa idade possuem maior estabilidade financeira, experiência profissional acumulada, e confiança para empreender, comparadas às faixas mais jovens ou mais velhas.

Gráfico 2 - Estado Civil



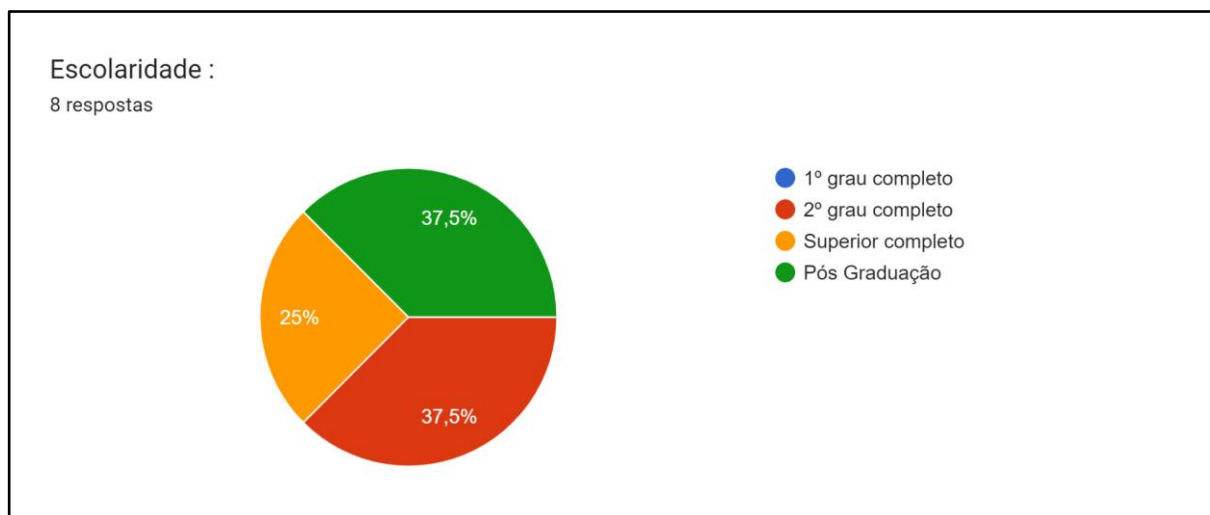
Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Diante do exposto, a maioria das empreendedoras são casadas (62,5%), o que pode indicar que ter um parceiro pode fornecer um suporte emocional ou financeiro necessário para a tomada de riscos associada ao empreendedorismo. Além disso, isso pode sugerir que as empreendedoras casadas possam ter mais recursos disponíveis, como a renda do cônjuge, que pode atuar como uma rede de segurança ao iniciar um novo negócio.

No que diz respeito às empreendedoras solteiras, as mesmas representam 25% das empreendedoras respondentes. As mesmas, por serem solteiras, podem enfrentar desafios e oportunidades únicas. Por um lado, elas podem ter mais autonomia na tomada de decisões empresariais sem as responsabilidades familiares que as casadas podem ter.

Por fim, as empreendedoras divorciadas representam 12,5%. Este resultado pode refletir as dificuldades adicionais que o divórcio pode impor, como estresse emocional e financeiro. No entanto, para algumas mulheres, o divórcio pode também representar um novo começo e a motivação para a independência financeira através do empreendedorismo.

Gráfico 3 - Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

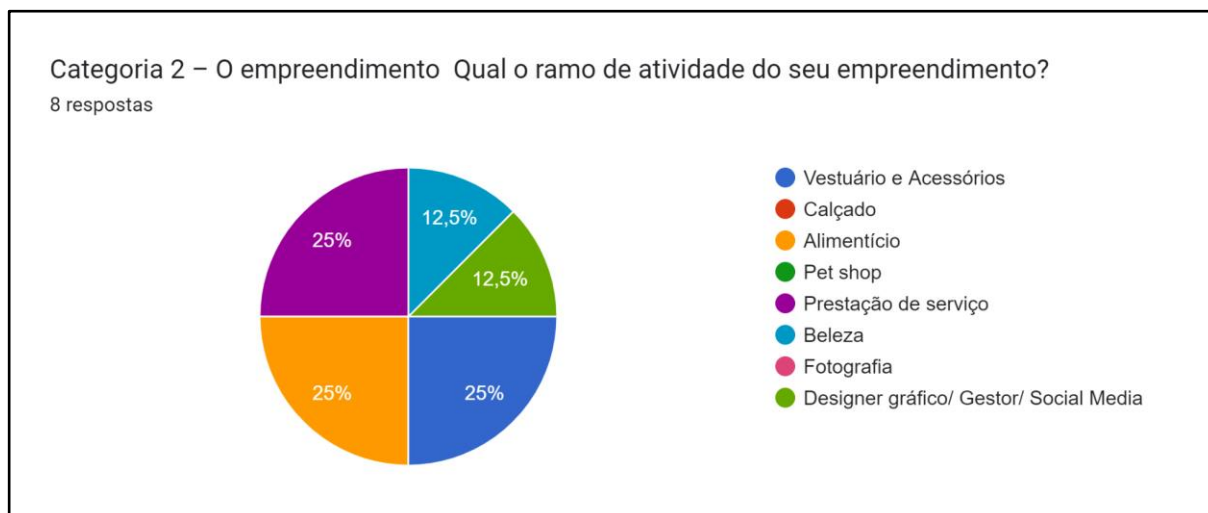
O gráfico acima evidencia que 37,5% apresentam 2º grau completo. No que diz respeito à educação superior, 25% é o percentual que representa este grupo, onde um quarto das empreendedoras possui formação universitária, o que pode proporcionar a elas um melhor entendimento de aspectos administrativos, financeiros e estratégicos do negócio. Este nível de educação pode também facilitar o acesso a redes de contato mais amplas e diversificadas, essenciais para o desenvolvimento empresarial.

Por fim, 37,5% representam as empreendedoras que possuem pós-graduação. Com um nível educacional mais avançado, entende-se que as empreendedoras podem estar mais amparadas e alicerçadas em conhecimentos especializados e avançados, o que pode ser um diferencial competitivo significativo. Este nível de educação pode não só melhorar a capacidade de gestão como também oferecer acesso a uma rede profissional que pode apoiar o crescimento do negócio.

Categoria 2 - O empreendimento:

A Categoria 2 deste trabalho de conclusão de curso aborda um tema crucial no estudo do empreendedorismo: o empreendimento. Esta seção é dedicada a explorar as características, os desafios e as estratégias dos negócios geridos pelas empreendedoras envolvidas na pesquisa. Analisar o empreendimento permite entender não apenas a natureza dos negócios criados, mas também como eles se desenvolvem, se sustentam e prosperam no mercado competitivo atual.

Gráfico 4 - Ramo de atividade



Fonte: Dados da pesquisa (2024)

A diversidade de setores representados pelas empreendedoras no seu estudo reflete a amplitude de interesses e oportunidades no mercado para mulheres empreendedoras. Diante do apresentado, percebe-se que existe uma predominância de setores mais tradicionais mediante a presença nos setores de vestuário e acessórios, alimentício, e prestação de Serviço, onde cada um está representando 25% do total. Esses setores, muitas vezes, requerem menor capital inicial e são conhecidos por terem uma demanda constante, o que pode ser atraente para novas empreendedoras.

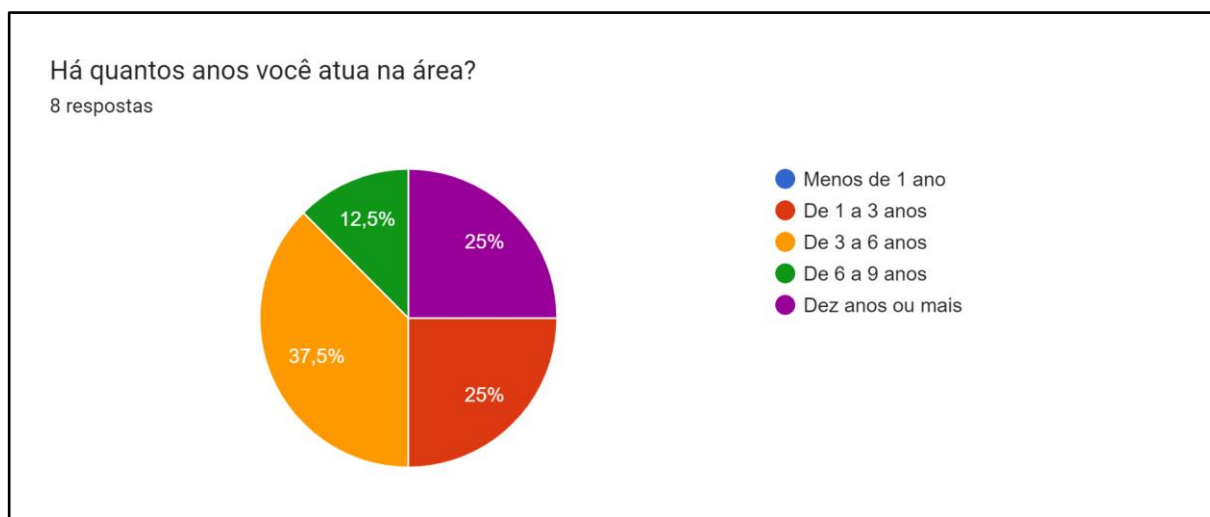
Já os setores especializados e criativos representado pelos setores de pet shop, beleza e designer gráfico/gestor/social média, cada um com 12,5%, indica uma maior diversificação nas áreas de interesse e especialização das empreendedoras. Isso pode refletir uma resposta à demanda de mercado específica ou um interesse pessoal em nichos mais especializados.

Por fim, alguns setores destacados representam ausência de representação de mulheres empreendedoras dentro do espaço amostral deste trabalho de conclusão de curso. A ausência de empreendimentos nos setores de calçado e fotografia pode indicar barreiras de entrada mais elevadas, como investimento inicial alto, competição intensa, ou uma demanda mais limitada nesses mercados específicos.

Conclui-se, portanto, que há uma variedade de escolhas de negócios, com uma inclinação para setores tradicionalmente populares e acessíveis. Ao mesmo tempo, a emergência de negócios em nichos criativos e especializados sugere uma evolução no perfil empreendedor feminino. Essas informações são essenciais para entender as dinâmicas do

empreendedorismo feminino e para desenvolver estratégias que apoiem o crescimento sustentável desses negócios em diferentes setores da economia.

Gráfico 5 - Tempo na área de atuação

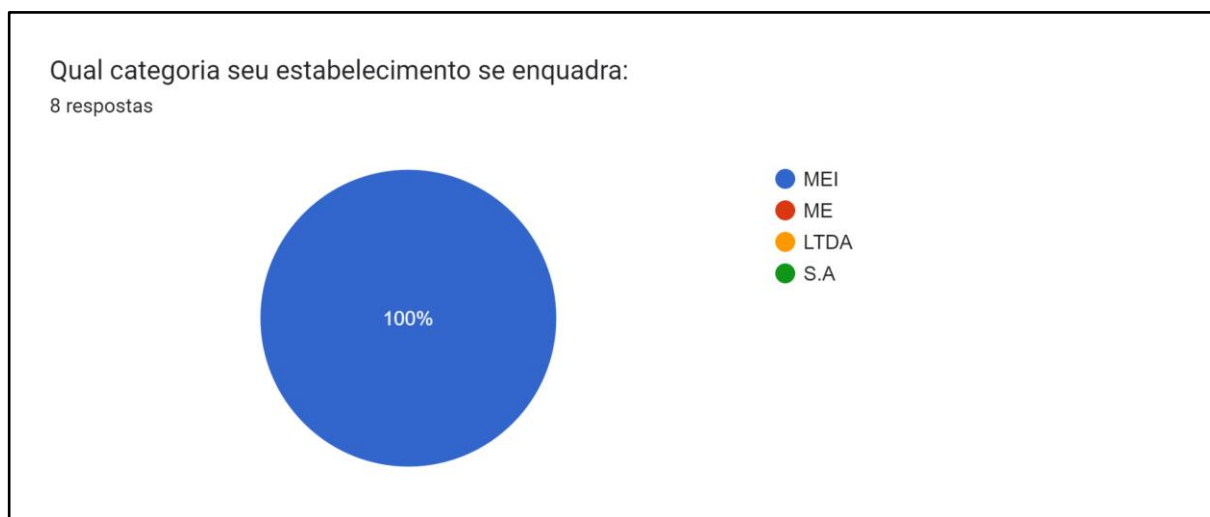


Fonte: Dados da pesquisa (2024).

O gráfico evidencia que as respondentes já atuam à um determinado tempo considerável de tempo na área de atuação, onde de 1 a 3 anos representam 25%, de 3 a 6 anos têm-se 37,5% de representatividade, 6 a 9 anos tem-se 12,5% e dez anos ou mais foi caracterizado por 25%.

Os dados sugerem que a maioria das empreendedoras femininas tende a permanecer na área por um período moderado, com a maior proporção concentrada entre 3 e 6 anos, seguida por uma parcela significativa de dez anos ou mais. Isso pode indicar um certo nível de estabilidade e crescimento sustentado ao longo do tempo para algumas empreendedoras.

Gráfico 6 - Categoria do estabelecimento

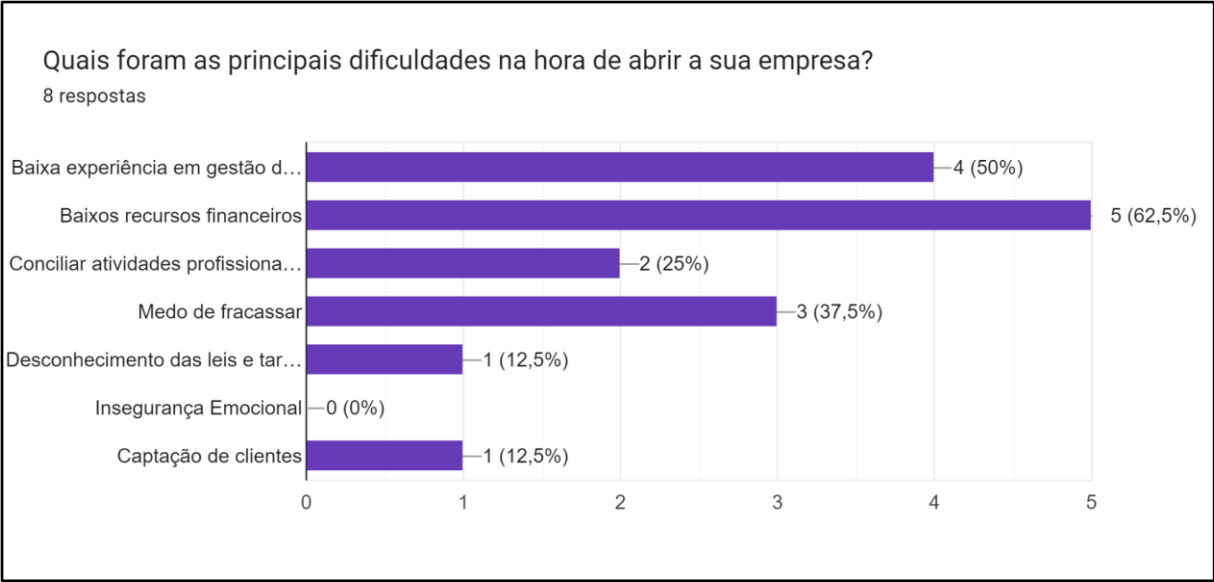


Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Como demonstrado no gráfico, 100% das empresas analisadas no estudo são classificadas como Microempreendedor Individual (MEI). O Microempreendedor Individual (MEI) é uma forma simplificada e acessível de formalização de pequenos negócios no Brasil. Esse modelo de negócio foi criado para facilitar a entrada de empreendedores no mercado, reduzindo a burocracia e oferecendo vantagens fiscais.

Diante desse resultado observa-se que as participantes do projeto se encontram no nível inicial de empreendimento, e estão em busca de aperfeiçoamento da gestão a fim de alcançarem maior desenvolvimento dos negócios.

Gráfico 7 -Principais dificuldades na hora de abrir a empresa



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

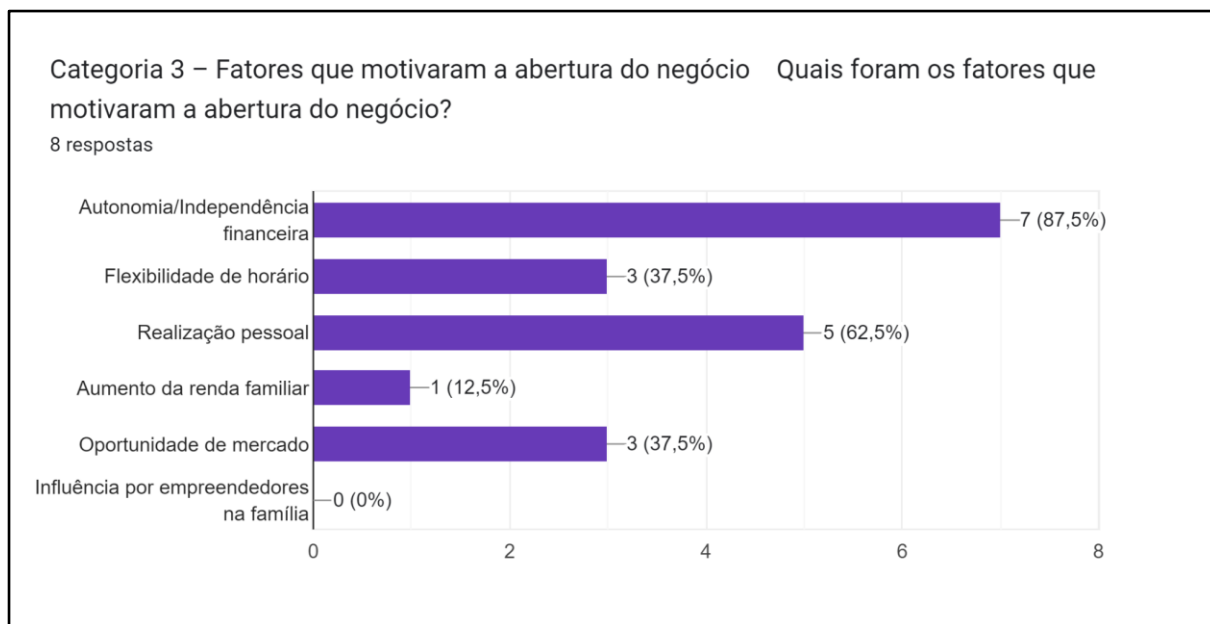
Perante aos dados expostos, as duas principais dificuldades mencionadas são baixos recursos financeiros e baixa experiência em gestão de negócios, ambas com uma 62,5% e 50% respectivamente. Isso sugere que esses são os desafios que tendem a ser mais comuns enfrentados pelas empreendedoras na hora de abrir um negócio.

Quanto ao medo de fracassar, que representa 37,6%, é uma preocupação comum entre empreendedores de todas as origens, mas para mulheres empreendedoras, pode assumir nuances adicionais, como pressão social e cultural, equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, barreiras de acesso à financiamentos, rede de apoio e oportunidades de negócios, resiliência e autoconfiança.

Categoria 3 - Fatores motivacionais para abertura do negócio:

A presente categoria, apresenta os elementos que impulsionam as mulheres a iniciarem seus próprios empreendimentos.

Gráfico 8 - Principais fatores para a abertura do negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

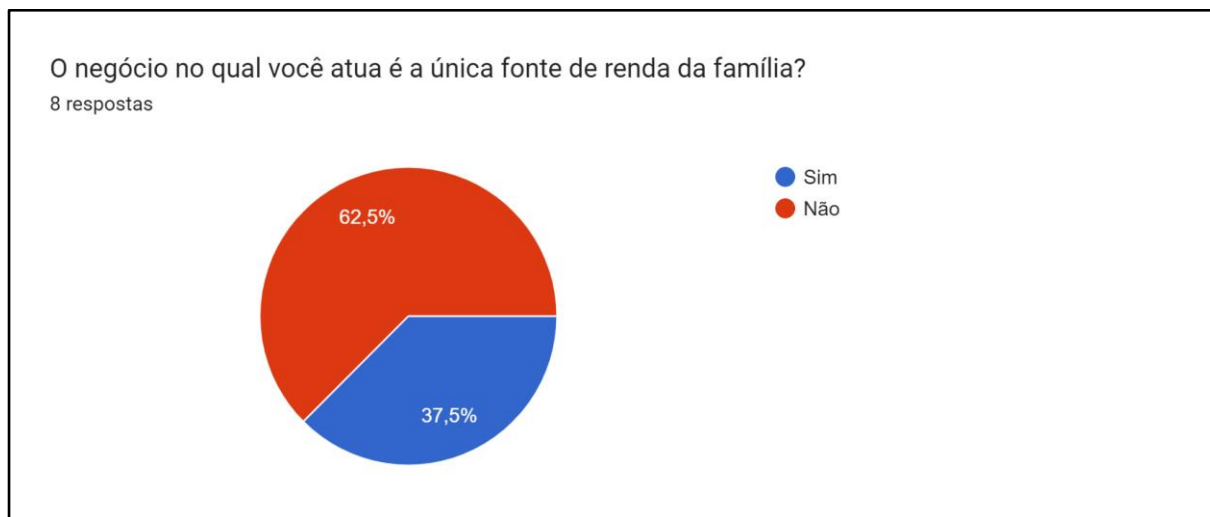
Com base nestes resultados, foi indicado que a autonomia/independência financeira são os principais fatores motivacionais para as mulheres empreendedoras (87,5%), seguidos de perto pela busca por realização pessoal (65,5%) e pela identificação de oportunidades no mercado (37,5%). A flexibilidade de horário também é um fator significativo, representando também (37,5%) enquanto o aumento da renda familiar aparece com menor frequência como motivador, com 12,5%.

Com os dados apresentados, pode-se interpretar que para muitas mulheres o empreendedorismo surge como uma oportunidade de assumir o controle de suas vidas financeiras e conquistar independência financeira.

Quanto à realização pessoal para algumas mulheres, o empreendedorismo oferece a oportunidade de seguir suas paixões, realizar seus sonhos e alcançar metas pessoais. Abrir um negócio pode proporcionar um senso de realização e satisfação que pode ser difícil de encontrar em um emprego tradicional.

Por fim, cabe destacar que os demais fatores também refletem diferentes motivações e prioridades que podem influenciar as mulheres a iniciar seus próprios negócios, destacando a complexidade e a diversidade de fatores envolvidos no empreendedorismo feminino.

Gráfico 9 - Fonte de renda familiar



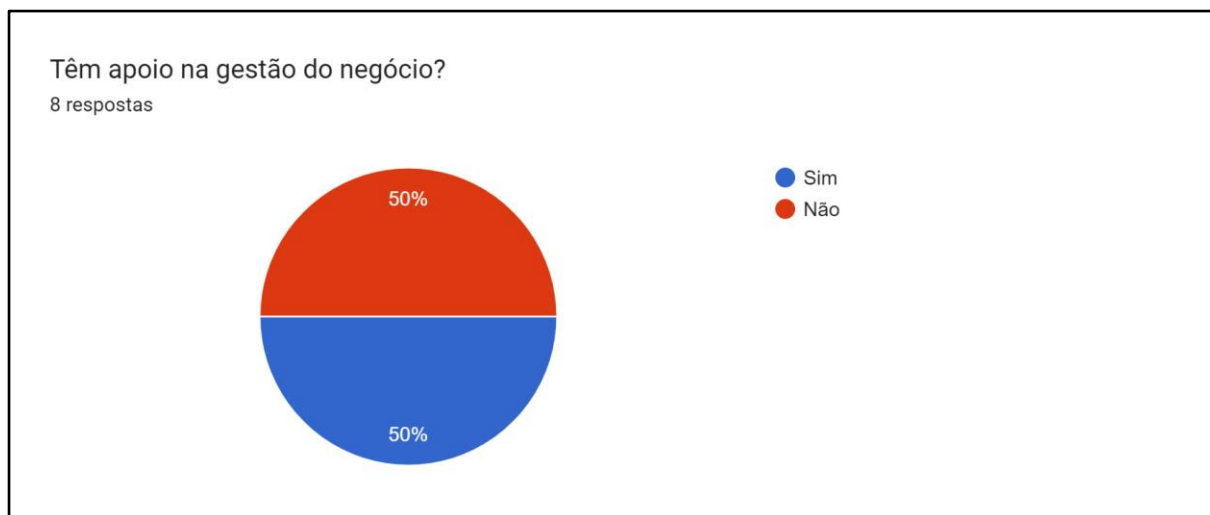
Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Em vista do apresentado, 37,5% das empreendedoras dependem exclusivamente de seus respectivos negócios como fonte de renda familiar, enquanto o restante tem outras fontes de renda além desse negócio. Isso pode indicar a importância econômica desses empreendimentos para algumas famílias.

Além disso, tal indicador representa que essas mulheres estão desempenhando um papel crucial no sustento de suas famílias através de seus empreendimentos. Para essas empreendedoras, o sucesso do seu negócio não é apenas uma questão de realização pessoal ou financeira, mas também tem um impacto direto no bem-estar e na estabilidade econômica de suas famílias. Elas podem enfrentar uma pressão adicional para garantir que o negócio prospere, pois isso afeta diretamente a qualidade de vida de seus entes queridos.

Por outro lado, para aquelas que têm outras fontes de renda além do seu negócio, pode haver uma dinâmica diferente. Elas podem ter mais flexibilidade financeira e menos pressão imediata para que o negócio gere lucro rapidamente. Isso pode permitir que elas invistam mais em estratégias de crescimento a longo prazo ou tenham uma abordagem mais experimental em relação ao seu empreendimento.

Gráfico 10 - Apoio na gestão do negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Assim exposto, metade das empreendedoras recebe algum tipo de apoio na gestão do seu negócio, enquanto a outra metade não recebe esse suporte. Para as respondentes que recebem apoio na gestão do negócio, isso pode significar uma vantagem significativa. Elas podem ter acesso a orientação, recursos e experiência que podem ajudá-las a enfrentar desafios e tomar decisões mais informadas. Esse suporte pode vir de diferentes fontes, como mentores, consultores, programas de capacitação ou até mesmo de familiares e amigos com experiência em empreendedorismo.

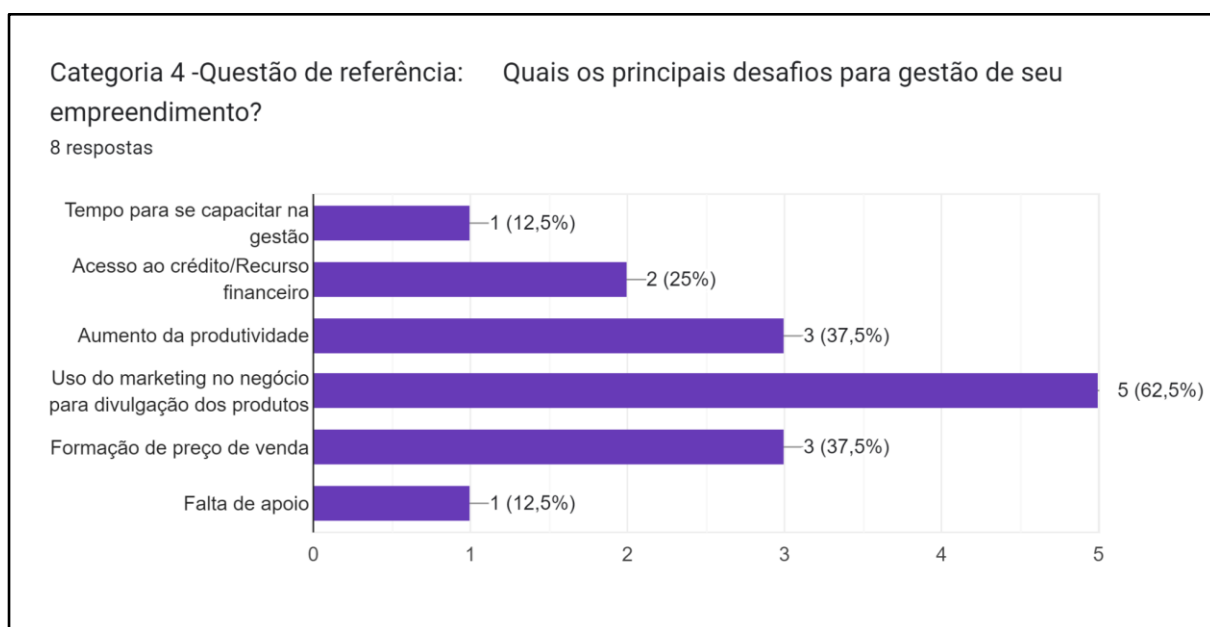
Porém, para as empreendedoras que não têm apoio na gestão do negócio, pode ser mais desafiador enfrentar os obstáculos sozinhas. Elas podem precisar confiar exclusivamente em sua própria experiência e intuição para tomar decisões, o que pode aumentar o risco de erros ou dificuldades na condução do empreendimento, além de uma maior pressão no momento de tomada de decisão.

Independentemente de terem ou não apoio na gestão do negócio, todas as empreendedoras enfrentam desafios únicos e têm a oportunidade de aprender e crescer com suas experiências. No entanto, aquelas que têm acesso a apoio podem estar em uma posição ligeiramente mais favorável para superar esses desafios e alcançar o sucesso em seus empreendimentos.

Categoria 4 - Referências

A categoria apresenta as principais referências que inspiram, capacita e orienta mulheres empreendedoras, fornecendo-lhes exemplos tangíveis de conquistas e possibilitando o acesso a recursos e oportunidades valiosas.

Gráfico 11 - Principais desafios para a gestão do negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Com base nestes resultados, consegue-se observar que o uso do marketing no negócio para divulgação dos produtos é o principal motivo mencionado pelas mulheres empreendedoras (62,5%), seguido pelo aumento da produtividade e pela formação do preço de venda (37,5%). O acesso ao crédito/recursos financeiros também é relevante (25%), enquanto o tempo para se capacitar na gestão e a falta de apoio aparecem com menor frequência como motivadores.

Cabe destacar que implementar estratégias eficazes de marketing pode ser desafiador devido à necessidade de entender o público-alvo, escolher as plataformas certas e gerar conteúdo impactante, tudo enquanto se mantém dentro do orçamento. Assim como o aumento da produtividade pode ser difícil, especialmente para empreendedoras que gerenciam múltiplos papéis e responsabilidades.

Quanto à parte técnica, a formação de preço de venda é um processo complexo e, por sua vez, as empreendedoras podem enfrentar dificuldades em calcular adequadamente os custos de produção e serviços, além de considerar a concorrência e a percepção de valor do cliente.

No que tange ao acesso ao crédito e recursos financeiros, o mesmo, sendo de forma limitado pode ser um desafio significativo para as mulheres empreendedoras, especialmente aquelas que não têm histórico financeiro estabelecido ou garantias para oferecer aos credores. Isso pode dificultar o investimento necessário para o crescimento e expansão do negócio.

Quadro 7: Motivos que levaram a aderir ao projeto SEBRAE DELAS

Entrevistadas/ Questão	O que te motivou a entrar para o projeto Sebrae Delas?
Entrevistada 1	“Me capacitar, aprender e ter mais autonomia no negócio.”
Entrevistada 2	“Ampliar visão de mercado e crescimento do negócio para um outro patamar.”
Entrevistada 3	“Auto estima, saber mais e ter experiências com outras pessoas.”
Entrevistada 4	“A dinâmica do programa e o feedback de outras empreendedoras.”
Entrevistada 5	“Buscar conhecimento.”
Entrevistada 6	“Ter mais conhecimento.”
Entrevistada 7	“Experiência relatada por minha mãe que tinha participado.”

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Nesse resultado foi constatado que apenas sete das oito participantes da pesquisa responderam a pergunta. Nos motivos pela busca do projeto, pode-se perceber que a busca pelo conhecimento é abordada mais de uma vez, pelas empreendedoras 5 e 6, ou seja, as mulheres que estão à frente dos empreendimentos sentem a necessidade de se desenvolverem mais e buscar aqueles conhecimentos que ainda não fazem parte do seu dia a dia e que são importantes para um melhor desenvolvimento do negócio.

Segundo a entrevistada 1, o que ela esperava alcançar ao aderir ao projeto era sua autonomia, através da capacitação. Já a entrevistada 2, demonstrou o interesse pelo projeto pois sua intenção é a de ter uma melhor visão de mercado, fazendo com que seu negócio cresça. Com esses dados apresentados, percebe-se que o objetivo das empreendedoras além de encontrarem autonomia ao liderar seus próprios negócios também desejam conhecer melhor o mercado para que seu desenvolvimento e crescimento seja algo cada vez maior, alcançando a estabilidade.

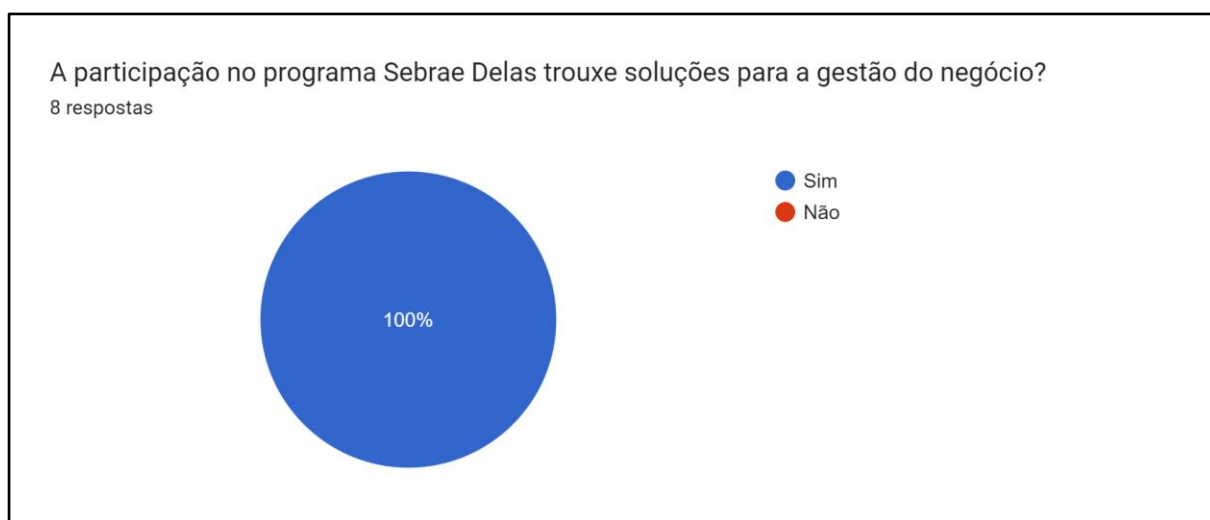
A entrevistada 3, ainda aborda um outro aspecto de extrema importância nesse cenário que é a sua “auto estima”, além de adquirir experiência com outras pessoas. A realização pessoal tem uma grande participação quando as mulheres se decidem a empreender, pois ao se dedicarem às atividades do negócio, mais do que a realização financeira acontece também a

realização em experimentar suas ideias, suas emoções. A busca por auto estima, segundo a entrevistada, é poder se sentir valorizada pelas suas ações e se sentir bem com o seu modo de vida.

Dessa forma, elas estão sempre em busca de capacitação e conhecimento para que se sintam confiantes em suas tomadas de decisões. Acredita-se que o relacionamento com outras empreendedoras que compartilham da mesma ideia, possa abrir espaço para trocas a fim de que superem juntas seus obstáculos pessoais.

Por fim, temos as entrevistadas 4 e 7 interessadas no projeto, pois receberam de outras empreendedoras avaliações a respeito do que foi trabalhado durante todo período de capacitação no projeto, e se sentiram interessadas em conhecer um pouco mais do que é ofertado a fim de se desenvolverem em habilidades técnicas e comportamentais.

Gráfico 12- Soluções para a gestão do negócio gerados pela participação no programa



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Quando questionadas em relação às soluções de gestão que o projeto proporcionou aos negócios, 100% das empreendedoras responderam que soluções foram geradas. Percebe-se nesse resultado que as técnicas desenvolvidas na criação do projeto que tem por finalidade trabalhar e aprimorar as técnicas da gestão do negócio estão obtendo resultados positivos quando avaliados.

As empreendedoras começam a perceber que os obstáculos do dia a dia na hora de empreender, podem ser superados quando encontram apoio e formação necessária para o bom funcionamento e desenvolvimento de suas empresas. Diante dessas respostas, pode-se observar

que as mulheres empreendedoras quando desenvolvem de forma correta as suas competências técnicas e comportamentais, conseguem desenvolver de forma mais assertiva seus negócios.

Quadro 8: Pontos em que o projeto SEBRAE DELAS contribuiu para o negócio

Entrevistadas/ Questão	Quais foram os pontos em que o Sebrae Delas contribuiu para o seu negócio?
Entrevistada 1	“Auto confiança, entender que não estamos sozinhas, marketing, organização sobre o que é prioridade, importante e urgente.”
Entrevistada 2	“Coragem para encarar os desafios, visão sobre o marketing atual e network.”
Entrevistada 3	“No desenvolvimento da minha primeira coleção com poucos recursos.”
Entrevistada 4	“Gestão emocional.”
Entrevistada 5	“Gestão, marketing.”
Entrevistada 6	“Liderança, gestão financeira, planejamento.”
Entrevistada 7	“Criar estratégias, trabalhar a comunicação, abrir a mente para coisas novas e para o crescimento.”

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Nesse resultado foi constatado que apenas sete das oito participantes da pesquisa responderam à pergunta. Diante da questão de contribuição do projeto nos negócios das empreendedoras, pode-se perceber que as entrevistadas citaram contribuições técnicas e comportamentais. Com base nos resultados, três das entrevistadas citaram o marketing como ponto de contribuição para um melhor funcionamento do negócio. Cabe destacar que quando perguntadas em relação aos principais desafios na gestão dos negócios, o marketing foi o mais citado pelas entrevistadas, visto que a falta de divulgação correta dos seus produtos e serviços e a utilização de plataformas corretas impactam diretamente no bom funcionamento e êxito dos negócios.

A entrevistada 1 e a entrevistada 2, quando questionadas sobre os pontos de contribuição, destacam também a network e apoio encontrados no programa. Um dos pontos trabalhados durante o projeto é esse envolvimento e conexão entre as empreendedoras a fim de construir e fortalecer uma rede de empreendedorismo feminino onde as mesmas possam encontrar os apoios necessários a fim de formarem parcerias para trocas, divulgação e vendas de produtos e serviços além de desenvolverem as habilidades de gestão emocional, permitindo uma maior segurança, autoconfiança em liderar os seus negócios, como responde a entrevistada quatro.

Um outro ponto abordado pelas entrevistadas foi a respeito da gestão financeira, um tema de importância que é essencial para a gestão dos negócios. Conseguir analisar e controlar as atividades financeiras dos empreendimentos permite que decisões cada vez mais acertadas sejam tomadas, permitindo consequente uma maximização dos resultados financeiros. O bom planejamento e a boa gestão dos negócios, segundo o programa, permite cada vez mais o crescimento das empreendedoras.

Quadro 9: Impacto do projeto na rede de contatos

Entrevistadas/ Questão	Como a participação no Sebrae Delas impactou sua rede de contatos profissionais e apoio entre empreendedoras?
Entrevistada 1	“Não impactou muito.”
Entrevistada 2	“Foi um fator muito positivo, ampliei minha rede de contatos.”
Entrevistada 3	“Abriu muitos horizontes, aprendi a procurar pesquisar, por fornecedores, na gestão de marketing.”
Entrevistada 4	“Não impactou muito.”
Entrevistada 5	“Estou começando a colher os resultados, fazendo parcerias.”
Entrevistada 6	“De forma positiva.”
Entrevistada 7	“Foi fantástico, conhecer novas pessoas e trabalhos. Possibilitou novas parcerias e troca de experiência.”

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Nesse resultado foi constatado que apenas sete das oito participantes da pesquisa responderam a pergunta. Quando questionadas a respeito da rede de contatos, percebe-se que a maioria das entrevistadas avaliaram de forma positiva o retorno que o projeto trouxe para expandir suas conexões. Além de permitir que diferentes empreendedoras façam networking, criando novas oportunidades de negócios, compartilhando informações, buscando novos parceiros, esses contatos são uma ótima forma de desenvolverem as habilidades comportamentais.

De acordo com o projeto Sebrae Delas, a possibilidade dos encontros virtuais e presenciais são uma forma de fazer com que as empresárias saiam da rotina, e tenham a oportunidade de conhecer outras histórias empreendedoras e aprender por meio das trocas de experiência. Conseguem perceber o que falta e precisa ser melhorado nelas, a fim de se tornarem melhores líderes de seus negócios, desenvolvendo uma melhor performance no mercado.

Quadro 10: Influência do projeto na visão e confiança empreendedora

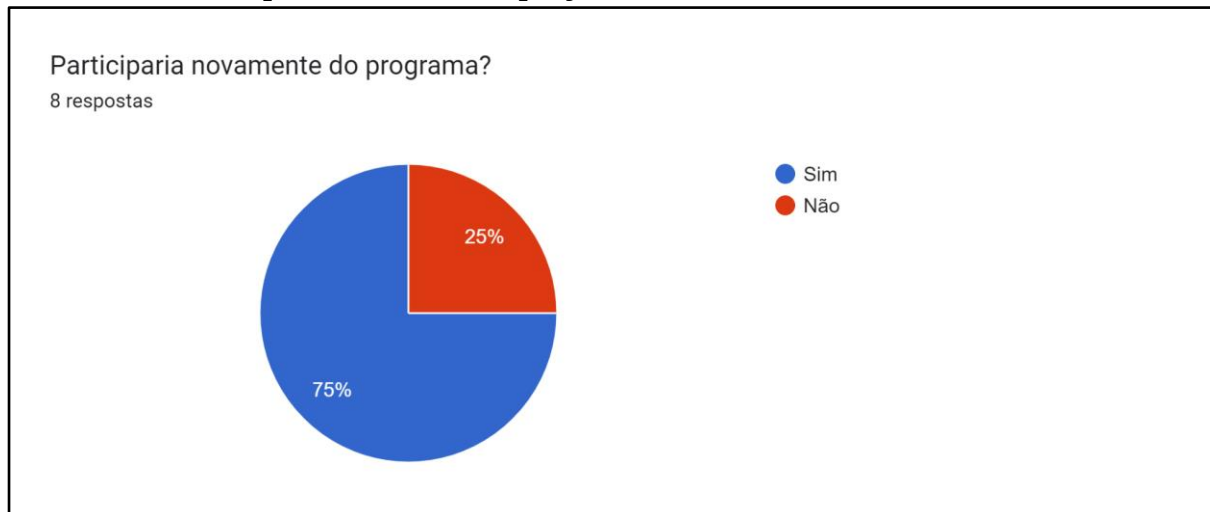
Entrevistadas/ Questão	De que forma a participação no projeto Sebrae Delas influenciou sua visão e confiança como empreendedora?
Entrevistada 1	“Aumentou minha segurança, minha autoestima e minha visão ampliou muito.”
Entrevistada 2	“Certamente!”
Entrevistada 3	“Que eu posso, eu quero, eu consigo.”
Entrevistada 4	“Me colocando em contato com outros empreendedores.”
Entrevistada 5	“Tive a visão de que eu não estou sozinha.”
Entrevistada 6	“De forma positiva.”
Entrevistada 7	“Me fez encher o meu potencial e ter coragem de encarar as oportunidades.”

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Nesse resultado foi constatado que apenas sete das oito participantes da pesquisa responderam a pergunta. Quando questionadas sobre as influências que o projeto gerou na visão e confiança, percebe-se que cada entrevistada reage de uma determinada maneira, devido a essas questões serem bem particulares em cada empresa. A entrevistada um, avalia que a participação no projeto ocasionou o aumento da sua autoestima e da sua segurança em relação a empreender. Essas habilidades permitem que mulheres se tornem mais confiantes e obtenham uma melhor visão do que querem alcançar, buscando melhores capacitações.

A entrevistada dois, apenas apontou que certamente o projeto influenciou em sua visão e confiança. É importante destacar, segundo a resposta da entrevista de número três e sete, como há um impacto do projeto em relação às habilidades emocionais. Entender o seu papel no mercado de trabalho e poder desenvolver melhor as suas habilidades é competência permite que as empreendedoras desempenhem papéis de grande importância gerando ganhos não só econômicos mais a toda a sociedade ao redor. Além de alcançarem suas realizações financeiras, alcançam também as realizações pessoais.

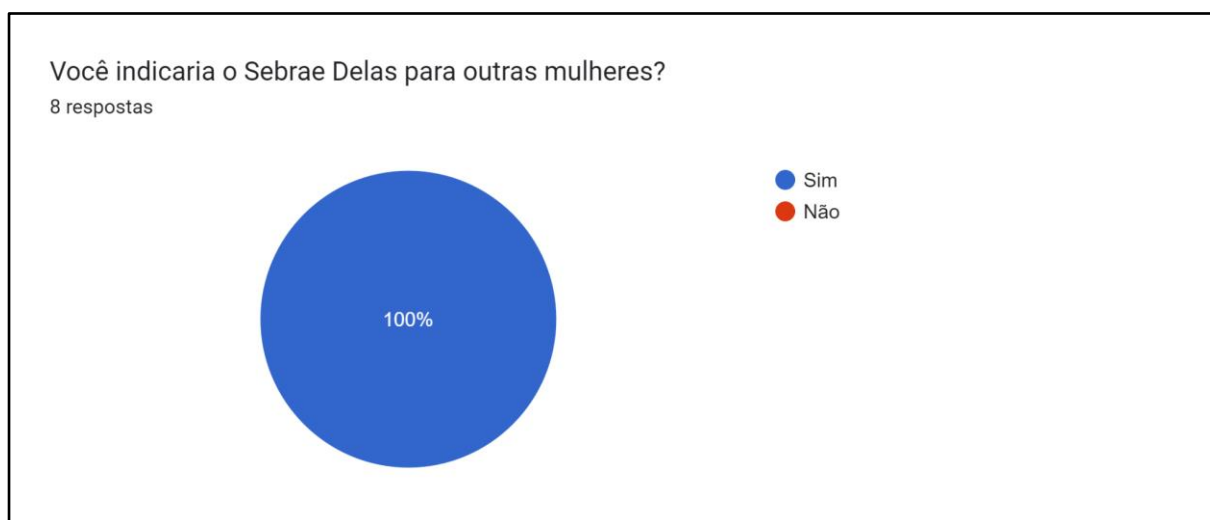
A resposta das entrevistadas quatro e cinco vão ao encontro do apoio que o projeto mostra a elas que é possível ter. As empreendedoras não precisam caminhar sozinhas e podem encontrar apoio junto a outras mulheres que também empreendem e junto ao Sebrae que é um grande apoiador do desenvolvimento da visão e da confiança dessas mulheres. Por fim, a entrevistada seis só afirmou que também foi impactada de forma positiva nesses campos pelo projeto.

Gráfico 13- Participar novamente do projeto

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Quanta a vontade de participar novamente do projeto 75% das empreendedoras demonstraram interesse. O projeto tem por iniciativa criar novos ciclos a cada ano, permitindo que participantes de outros anos possam ter a oportunidade de se capacitarem novamente. Por ser um projeto que está em constante atualização sobre as necessidades da gestão dos negócios e sempre buscando inovar na aplicação das práticas de gestão, é válido participar novamente, já que a todo tempo ocorre mudanças no cenário econômico e social.

Além do mais, essas empreendedoras podem através do projeto, se relacionar com novas participantes e dessa forma aumentar ainda mais as suas redes de contato.

Gráfico 14- Indicação do projeto para outras mulheres

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Como relata o gráfico acima, a satisfação das participantes no projeto permite que todas o indiquem para futuras participantes, a fim de que essa rede se amplie e cada vez mais mulheres possam estar capacitadas e confiantes ao entrarem no mercado de trabalho.

As empreendedoras começam a perceber que o projeto desenvolve inúmeras habilidades técnicas e comportamentais, através de seus conteúdos exclusivos e inovadores que permitem uma melhor gestão dos negócios e sua permanência no mercado. O Sebrae é o órgão que mais auxilia quem deseja empreender, com ele cada entrevistada obteve a oportunidade de adquirir novos conhecimentos acerca de ferramentas que possibilitam planejar e traçar estratégias para o futuro da empresa.

A fim de complementar a pesquisa foram realizadas duas entrevistas de forma presencial. A primeira foi realizada com a gestora do Projeto Sebrae Delas da região Centro Sul, que foi questionada a respeito do acontecimento do processo de sensibilização e garantia de acessibilidade para as mulheres participarem do Programa Sebrae Delas e quais estratégias foram implementadas para promover a inclusão e engajamento das mulheres empreendedoras no projeto. Segundo a gestora do Projeto,

o processo de sensibilização em sua maior parte foi feito através de eventos organizados pelo SEBRAE e parceiros com o intuito de não só divulgar o projeto, mas também o de empoderar, mulheres e estimular o empreendedorismo feminino. As estratégias utilizadas foram realização de palestras, talks e oficinas com conteúdos relacionados ao empreendedorismo feminino e de rodada de negócios para network entre elas, estimulando-as a fazerem negócios entre si e assim fortalecer-se umas às outras (Gestora do Projeto Sebrae Delas do escritório de Três Rios, 2024).

A segunda pesquisa realizada foi com o coordenador regional, que foi convidado a descrever a relevância do projeto Sebrae Delas na região centro sul e qual impacto significativo esse projeto proporciona para as mulheres empreendedoras e o ecossistema empresarial local. Segundo o coordenador, o

Sebrae Delas desempenha um papel importantíssimo na região centro sul fluminense, ao oferecer suporte específico e direcionamento para mulheres empreendedoras. A relevância desse projeto se manifesta de diversas maneiras:

1. Empoderamento Econômico: Ao fornecer capacitação, mentorias e acesso a recursos, o Sebrae Delas capacita as mulheres empreendedoras, permitindo que elas desenvolvam suas habilidades de negócios e alcancem um maior sucesso econômico. Isso contribui diretamente para o empoderamento financeiro das mulheres na região.
2. Inclusão e Diversidade: O projeto Sebrae Delas promove a igualdade de gênero no ambiente empresarial, criando oportunidades para que as mulheres superem barreiras e desafios que possam enfrentar devido a preconceitos ou desigualdades estruturais. Isso não apenas beneficia as mulheres empreendedoras individualmente, mas também contribui para um ambiente empresarial mais inclusivo e diversificado.
3. Estímulo ao Empreendedorismo Feminino: Ao destacar e apoiar especificamente as mulheres empreendedoras, o projeto Sebrae Delas estimula o crescimento do empreendedorismo feminino na região centro sul fluminense. Isso não apenas fortalece as empresas lideradas por mulheres, mas também inspira outras mulheres a seguirem o mesmo caminho, ampliando assim a presença feminina no cenário empreendedor local.

4.Criação de Redes de Apoio: O projeto Sebrae Delas proporciona um ambiente onde as mulheres empreendedoras podem se conectar, compartilhar experiências e apoiar-se umas às outras. Essas redes de apoio são fundamentais para o crescimento e desenvolvimento dos negócios, oferecendo suporte emocional, troca de conhecimento e oportunidades de colaboração (Coordenador Regional do Sebrae Três Rios, 2024).

O impacto positivo do projeto é notável, promovendo igualdade de gênero, empoderamento econômico e crescimento socioeconômico na região. Ao apoiar e capacitar as mulheres empreendedoras, o projeto não apenas transforma vidas individuais, mas também impulsiona o desenvolvimento socioeconômico de toda a comunidade.

Diante dos resultados apresentados, através da pesquisa com as empreendedoras do projeto, pode-se analisar que as principais dificuldades que elas relatam quando entrevistadas, são pontos trabalhados durante todo o período de capacitação. Elas são orientadas e capacitadas com a intenção de estarem mais capacitadas em relação ao que o mercado exige para que consigam obter bons resultados.

Cabe ainda destacar que a instituição do SEBRAE, que tem como principal objetivo o fomento do empreendedorismo em todo território nacional, está sempre buscando maneiras de orientar e capacitar os empreendedores, a fim de que eles alcancem o sucesso em seus negócios, tanto econômico, quanto pessoal. De acordo com a pesquisa, também fica claro que as empreendedoras bem capacitadas conseguem superar melhor os desafios que aparecem durante a jornada empreendedora, pois se encontram tecnicamente e emocionalmente mais fortes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetivando expressar a importância que o entendimento e a análise do empreendedorismo feminino têm para a sociedade contemporânea, o presente estudo propôs-se a retratar, a participação das mulheres nos negócios, seus desafios e necessidades ao se decidirem em empreender, e o apoio gerado pelo Projeto SEBRAE DELAS na gestão do negócio das empreendedoras participantes.

Os resultados obtidos foram através de uma amostra de oito empresárias que já participaram do projeto na região Centro Sul que responderam a uma entrevista realizada pelo google forms, respondendo sobre questões relacionadas aos seus empreendimentos e sobre as mudanças que a participação no projeto resultou em seus negócios. O resultado também contou com a participação da gestora do projeto e do coordenador da região Centro Sul.

Constatou-se através do estudo, que as empresárias apresentam a necessidade de se desenvolverem, a fim de alcançarem maior êxito em seus negócios. Este estudo buscou relatar a importância de capacitações na gestão de negócios dos empreendimentos femininos, visto que as empreendedoras apresentam algumas dificuldades tanto técnicas quanto comportamentais na hora de liderar os negócios.

A pesquisa também buscou descrever todo o projeto e qual sua dinâmica de atuação na região Centro Sul, contabilizando as estratégias utilizadas que permitem que as mulheres alcancem um melhor desempenho dos seus negócios, com o objetivo de torná-los mais competitivos. A partir da análise das dificuldades apontadas pelas empreendedoras, tendo como suporte as respostas obtidas pelo questionário aplicado, constata-se que as empreendedoras, com diferentes níveis de idade, de estado civil e de escolaridade, apresentam o objetivo em comum de empreender e buscar uma melhor gestão que as impulse no mercado.

Os resultados do estudo revelam algumas dificuldades que elas encontram ao se decidirem por empreender, as entrevistadas destacam que o baixo recurso financeiro e a baixa experiência na gestão dos negócios são as duas principais dificuldades. Quanto às questões sobre os desafios na gestão, mais de 60% das entrevistadas relacionaram a pouca familiaridade com o marketing.

O estudo possibilitou também, observar a importância do desenvolvimento do projeto para se trabalhar as habilidades empreendedoras nas mulheres que se decidem participar em busca de transformações, para que possam melhor atuar e se posicionar no mercado. Através do relato dessas entrevistadas, foi possível observar as mudanças do comportamento e o

desenvolvimento emocional, que também são pontos explorados pelo projeto durante as trilhas de capacitação.

Salienta-se que, o estudo apresentado contribui para o entendimento das manifestações empreendedoras no gênero feminino, e como conseguem alcançar mais confiança, determinação e melhores resultados quando encontram apoio e formas de se capacitar corretamente, uma vez que se analisou mulheres capacitadas na gestão dos negócios. Conclui-se então que o empreendedorismo é uma área que as mulheres podem atuar desempenhando seus serviços de acordo com suas necessidades e com suas competências empreendedoras.

Pelos resultados apurados pela pesquisa de campo, em conjunto com o embasamento teórico coletado, entende-se que o empreendedorismo feminino é muito importante e contribui diretamente para o desenvolvimento econômico e social do país. Deste modo, para um aperfeiçoamento abrangente desta pesquisa, recomenda-se o estudo e exploração de outros projetos que possam vir a capacitar outras empreendedoras, a fim de proporcionar uma compreensão mais detalhada do fenômeno, e os impactos gerados por eles no ambiente social e econômico.

Torna-se necessário mencionar também os fatores limitantes da pesquisa, como a quantidade de questionários aplicados às entrevistadas, configurando-se como um número relativamente pequeno ao total de empreendedoras que participaram do projeto visto que o retorno de respostas foi aquém do esperado, entretanto não comprometeu a avaliação na medida em que os retornos se tornaram muito semelhantes, e, neste caso a saturação pode ser considerada como resposta metodológica na análise final.

Em síntese, o trabalho estabelecido agregou veementemente para vida acadêmica e profissional da autora, tendo sido estruturado e desenvolvido de modo a estimular novos estudos referentes ao fenômeno de empreendedorismo feminino e como sua gestão pode ser melhorada que, mesmo ganhando destaque nas últimas décadas, ainda tem muito a ser explorado.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Lucas Oliveira; COSTA, Túlio Vieira Bassi. Perfil empreendedor: um estudo sobre as características do perfil empreendedor. **Repositório Institucional da Universidade Federal Fluminense (RIUFF)**, 2015. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/6712>. Acesso em: 19 jan. 2024.

BARROS, Francisco Sávio de Oliveira; FIÚSA, João Luis Alexandre; IPIRANGA, Ana Silva Rocha. O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. **Organizações & Sociedade**, v. 12, n. 33, p. 109–128, abr. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/osoc/a/qXMYbf983XnvMxmzzBJPhXb/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 19 mar. 2023.

BARROS, Manoel Joaquim; PASSOS Elizete Silva. Remando a favor da maré: racionalidade instrumental no curso de administração de empresas. **Organizações & Sociedade**, v.7, n.19, p.161-174, 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/osoc/a/YjCxpQFdfST7KtybnXjXqMH/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 19 abr. 2023.

BARRETO, João Carlos; NASSIF, Vânia Maria Jorge. O empreendedor líder e a disseminação da orientação empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 16, n. 51, p. 180- 198, abr./jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/4W5ybNxNWP9QMD7W6XPZBWf/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 04 jun. 2024.

BOAVA, Diego Luiz Teixeira; MACEDO, Fernanda Maria Felício. Sentido axiológico do empreendedorismo. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, São Paulo, n. 33, p. 6, setembro, 2009. Disponível em: https://arquivo.anpad.org.br/diversos/download_zips/58/ESO1421.pdf . Acesso em: 20 jan. 2022.

BORGES, Alex Fernando; LIMA, Juvêncio Braga de; BRITO, Mozar José de. Fundamentos da Pesquisa em Empreendedorismo: Aspectos Conceituais, Teóricos, Ontológicos e Epistemológicos. **Enanpad**, São Paulo, out., 2017.

Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/320353535_Fundamentos_da_Pesquisa_em_Empreendedorismo_aspectos_conceituais_teoricos_ontologicos_e_epistemologicos. Acesso em: 10 jan. 2023.

COLETI, Jamile de Campos; SILVA, Juliana; MORAIS, Lorena Silva. Empreendedorismo Feminino: Um estudo do Perfil Com as Mulheres Empreendedoras de Frutal- MG. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, mai. – set. 2021. Disponível em:

<https://periodicos.uff.br/cge/article/view/50171> . Acesso em: 23 maio. 2023.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; MARTINS, Paulo Emilio Matos. Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho: a construção discursiva do conceito de empreendedorismo. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 5, p. 995–1018, set. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/cQwshh9SQKJQnYsBgBfrK9s/> . Acesso em: 19 Mai. 2022.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 179–197, mar. 2011.

Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552011000200002>. Acesso em: 27 Mar. 2023.

DA SILVA, José Alan Barbosa; SILVA, Murilo Sérgio Vieira. Análise da Evolução do Empreendedorismo no Brasil no Período de 2002 A 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 115–137, 2019. DOI:10.30781/repad.v3i2.8674. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/8674>. Acesso em: 31 jan. 2024.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**, Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 9788575424032. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 97885754233873. Disponível em: <https://repositorio.pgsscogna.com.br/bitstream/123456789/1465/1/Artigo%2011.pdf>. Acesso em: 12 de jan. 2024.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, p.6, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. 4a Edição. São Paulo: Pioneira, 1991.

ESCARLATE, Luis Felipe. **Aprender a empreender**. Brasília: Fundação Roberto Marinho; Sebrae, 2010.

FERNANDES, Ronaldo Augusto Silva; DUARTE, karoeny de Amorim. Empreendedorismo Feminino: Análise de Perfil de Mulheres Empreendedoras no Brasil. **Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação**, v. 6, n. 2, 2019. Disponível em:

<https://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1030/0>. Acesso em: 25 Mar. 2022.

FERREIRA, Juliana de Campos; SANTOS, Simone Aparecida Soares; TOMÉ, Marta Fresneda. Mulher e o mercado de trabalho: uma revisão sobre os percursos da mulher no mercado do trabalho. **Revistas Científicas Eletrônicas da FAEF, Faculdade de Ensino Superior e Formação Integral**, vol.20, n. 20, p.1-7, jun, 2011. Disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/OToQIVadLbtEKd6_2013-5-3-11-56-25.pdf . Acesso em: 15 fev. 2024.

FILION, Louis Jacques. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 39, n.4, p. 6-20, 1999a. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/dJmwgX8NrnXrk9gKBBSRLvL/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 19 set. 2022.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n.2, p. 5-28, 1999b. Disponível em: <http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/3402005.pdf> . Acesso em: 19 set. 2022.

FILION, Louis Jacques. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. Palestra proferida no **Seminário A Universidade Formando Empreendedores**, Brasília, 1999.

GARCIA, André Spuri; ANDRADE, Daniela Meirelles. O campo de pesquisas do empreendedorismo: transformações, padrões e tendências na literatura científica (1990-2019). **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas, v. 21, p. e 022002, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbi/a/GZ3HWnMChMdtkJWVn5tKwy/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em: 21 mai. 2023.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório de Empreendedorismo Feminino GEM 2020/21: Prosperando em Meio à Crise**, 2021. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-202021-womens-entrepreneurship-report-thriving-through-crisis> . Acesso em: 10 out. 2022.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**, 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-BR-2022-2023-Livro-Final.pdf> . Acesso em: 10 mar. 2022.

GOMES, Almiralva Ferraz. O empreendedorismo como alavanca para o desenvolvimento local. **Revista Eletrônica de Administração**, Bahia, v. 4, n. 2, 2005. Disponível em:

<http://periodicos.unifacef.com.br/rea/article/view/192/44> . Acesso em: 25 Dez. 2023.

GOMES, Almiralva Ferraz. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: Edições Uesb, p. 52, 2006.

GONÇALVES, Kelly Lima Fonseca. Empreendedorismo Feminino: fatores de influência na gestão eficiente. **Universidade Paulista - UNIP/ Vicente- Reitoria de Pesquisa e Pós Salvador**, São Paulo, mar.2016. Disponível em:

https://repositorio.unip.br/wpcontent/uploads/tainacanitems/198/11474/eng_kellyfonsecagoncalves.pdf . Acesso em: 20 Mar. 2023.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009, p. 29.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMA, Ana Natiara dos Santos. Empreendedorismo feminino: estudo sobre o perfil empreendedor das mulheres no gerenciamento das micro e pequenas empresas no município de Rolim de Moura - RO. 37 f. **Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração)** - Universidade Federal de Rondônia, Cacoal, 2013.

Disponível em : <https://www.ri.unir.br/jspui/handle/123456789/1673>. Acesso: 05 Mar. 2024.

LUZ, Alex Faverzanida; FUCHINA, Rosimeri. Evolução histórica dos direitos da mulher sob a ótica do direito do trabalho. **Anais II Seminário Nacional de Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, 2009. Disponível em:

https://issuu.com/multiaveiro/docs/a_evolu_o_hist_rica_dos_direito . Acesso em: 10 Fev. 2024.

MCCLELLAND, David Clarence. **A sociedade competitiva**: Realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MACHADO, Hilka Vier. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. **Anais do Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração**, ENANPAD, Foz do Iguaçu, 1999. Disponível em:

https://www.gov.br/mulheres/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas-1/acoes-e-programas-de-gestoes-anteriores/politicas-para-mulheres/arquivo/assuntos/poder-e-participacao-politica/referencias/genero-e-mercado-de-trabalho-pr/tendencias_do_comportamento.pdf .

Acesso em: 23 jan. 2022.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; BARROS, Gislaine Vieira; PALHANO, Dayane Yoshie Miyaji. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. **Anais do III EGEPE**, Brasília, p. 171-197, nov, 2003. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/13.pdf> . Acesso em: 20 Mar. 2023.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2007.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; ANDREASSI, Tales; SIMÕES, Fabíola. Competências empreendedoras: Há diferenças entre empreendedores e intraempreendedores? **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 33-54, jul./set. 2011. Disponível em:

https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/andreassi_-_empreeneurial_competences_0.pdf . Acesso em 05 jun. 2024.

SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. 2008. 364 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Curso de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Uma-escala-para-identificar-potencial-empreendedor-Santos/49e6c9f8472ce337cf97a241424888449638cad5> . Acesso em: 25 Jul. 2022.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Os Desafios do Empreendedorismo Feminino**, 2024. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/empreendedorismo-feminino-no-brasil-desafios-e-o-sebrae-delas,811d29c0c96cd810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Desafios%20do%20Empreendedorismo%20Feminino&text=Apoio%20dos%20parceiros%3A%2068%25%20dos,homens%20concordam%20com%20essa%20afirma%C3%A7%C3%A3o.> . Acesso em: 23 Fev. 2024.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Novos Desafios para o Empreendedorismo Feminino**, 2022. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/novos-desafios-para-o-empreendedorismo-feminino,b425760dd0f72810VgnVCM100000d701210aRCRD..>

Acesso em: 20 nov. 2022.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo Feminino: desafios e oportunidades**, 2019. Disponível em:

<https://sebraemg.com.br/empreendedorismo-feminino-desafios-oportunidades/> . Acesso em: 10 jan. 2023.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como o Sebrae Delas melhora o ambiente de negócios para empreendedoras**, 2022. Disponível em:

<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/como-o-sebrae-delas-melhora-o-ambiente-de-negocios-para-empreendedoras> . Acesso em: 10 maio. 2023.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Projeto Delas – Mulher de Negócios**, 2021. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/sebrae-delas-mulher-de-negocios,b1a7b16268bda610VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em: 02 maio. 2023.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Edital Sebrae Delas Mulher de Negócios**, 2024.

Disponível em: <https://sites.rj.sebrae.com.br/inscricao/projeto-sebrae-delas> . Acesso em: 20 jan. 2024.

SILVA, José Alan Barbosa da; SILVA, Murilo Sergio Vieira. Análise da Evolução do Empreendedorismo no Brasil no Período de 2002 a 2016. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, [S.l.], v. 3, n. 2, p. 115-137, 2019. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/8674>. Acesso em:

29 nov. 2023.

SILVA, Wankleber de Farias. **Empreendedorismo feminino no Município de Picos Piauí**. 2013. 68 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Piauí, Picos, 2013. Disponível em:

<http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/Wankleber%20-%20TCC%20concluido.pdf> . Acesso em: 09 set. 2019.

SCHLICKMANN, Eugênio, PIZARRO, Daniella. A evolução da mulher no trabalho: uma abordagem sob a ótica da liderança. **Revista Borges**, Faculdade Borges de Mendonça, Florianópolis/SC, vol. 3, nº 1, p. 70-89, jul, 2003. Acesso em: 10 Fev. 2024.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **A teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro, e o ciclo econômico São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro, e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

TAPINOS, Georges, 1983. Prefácio. In J. B. Say, Tratado de economia política (pp. 3-35). São Paulo: Editora Abril.

TEIXEIRA, Cristiane Martins; SILVA, Andréa Ferreira da; SOUSA, Felipe Neris Torres de; LAVOR, Neukele Bento de. Empreendedorismo Feminino. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v.6, n.3 ,p.151-171, mai-jun, 2021. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/473> . Acesso em: 19 Mar. 2022.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 6, p. 874-891, 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rac/a/s8SRpzv4FFtYZWfCqLn7kyn/?format=pdf&lang=pt> . Acesso: 05 jun. 2024.

VALE, Glaucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, mai. 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/?lang=pt&format=pdf> . Acesso em: 20 jan. 2019.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio; MELATI, Gerson Antonio; OGUIDO, Wagner Seiki; PELISSON, Cleufe; NEGREIROS, Leticia Fernandes de. Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Administração: Um levantamento da Realidade Brasileira. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 12, n. 2, p. 93-114, abr-jun, 2013, Minas Gerais. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1940/194032106006.pdf> . Acesso em: 25 Fev. 2019.

YIN, Robert. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZARPELLON, Sérgio Cristóvão. O empreendedorismo e a teoria da economia institucional. **Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía**, v.1, n.1, p. 47-55, 2010. Disponível em: <http://35.198.61.198/index.php/ricee/article/view/1> . Acesso em: 28 jan. 2022.

APÊNDICE A – Instrumentos de Pesquisa

Questionário aplicado pelo google forms:

Categoria 1 – Perfil da empreendedora

Idade:

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

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

Filhos: Sim () Não ()

Categoria 2 – O empreendimento

- Qual o ramo de atividade do seu empreendimento?

() Vestuário

() Calçado

() Alimentício

() Pet shop

() Ótica e relojoaria

() Prestação de serviço

() Saúde e bem-estar

() Acessórios

() Beleza

() Fotografia

() Cama, mesa e banho

() Tinta

() Cosméticos

() Outros

qual? _____

- Há quantos anos você atua na área?

() Menos de 1 ano

() De 1 a 3 anos

() De 3 a 6 anos

() De 6 a 9 anos

() Dez anos ou mais

- Qual categoria seu estabelecimento se enquadra: () MEI () ME () LTDA () S.A

-Quais foram as principais dificuldades na hora de abrir a sua empresa?

- () Baixa experiência em gestão de negócios
- () Baixos recursos financeiros
- () Conciliar atividades profissionais/ familiares
- () Medo de fracassar
- () Desconhecimento das leis e tarefas
- () Insegurança Emocional
- () Outros

quais?_____

Categoria 3 – Fatores que motivaram a abertura do negócio

-Quais foram os fatores que motivaram a abertura do negócio?

- () Autonomia/Independência financeira
- () Flexibilidade de horário
- () Realização pessoal
- () Aumento da renda familiar
- () Oportunidade de mercado
- () Influência por empreendedores na família

-O negócio no qual você atua é a única fonte de renda da família?

- () Sim () Não

-Têm apoio na gestão do negócio?

- () sim () Não

Categoria 4 -Questão de referência:

-Quais os principais desafios para gestão de seu empreendimento?

- () Tempo para se capacitar na gestão
- () Acesso ao crédito/Recurso financeiro
- () Aumento da produtividade
- () Formação de preço de venda

☐ Uso do marketing no negócio para divulgação dos produtos

☐ Falta de apoio

-O que te motivou a entrar para o programa Sebrae Delas?

-A participação no programa Sebrae Delas trouxe soluções para a gestão do negócio?

☐ sim ☐ não

-Quais foram os pontos em que o Sebrae Delas contribuiu para o seu negócio?

-Como a participação no 'Sebrae Delas' impactou sua rede de contatos profissionais e apoio entre empreendedoras?

-De que forma a participação no programa 'Sebrae Delas' influenciou sua visão e confiança como empreendedora?"

-Participaria novamente do programa?

☐ Sim ☐ Não

-Você indicaria o Sebrae Delas para outras mulheres?

☐ sim ☐ não

Entrevista com a Gestora do Projeto:

Como gestora do Projeto Sebrae Delas na região Centro Sul, poderia informar como foi o processo de sensibilização e garantia de acessibilidade para as mulheres participarem do Programa Sebrae Delas? Quais estratégias foram implementadas para promover a inclusão e engajamento das mulheres empreendedoras?

Entrevista com o Gerente Regional:

Como descreve a relevância do projeto Sebrae Delas na região centro sul e qual impacto significativo esse projeto proporciona para as mulheres empreendedoras e o ecossistema empresarial local?

