



BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um estudo das características e práticas de gestão na cidade de Rio Verde - GO em 2022

JENNYFER GONÇALVES PEREIRA

Rio Verde, Goiás 2023

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um estudo das características e práticas de gestão na cidade de Rio Verde-GO em 2022

JENNYFER GONÇALVES PEREIRA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Rogério Antonio Mauro

Rio Verde, Goiás

2023

Sistema desenvolvido pelo ICMC/USP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas - Instituto Federal Goiano

PP436e Pereira, Jennyfer Gonçalves
 EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um estudo das
características e práticas de gestão na cidade de Rio
Verde-GO em 2022 / Jennyfer Gonçalves Pereira;
orientador Rogerio Antonio Mauro. -- Rio Verde, 2023.
42 p.

TCC (Graduação em Bacharelado em Administração) --
Instituto Federal Goiano, Campus Rio Verde, 2023.

1. Empreendimentos. 2. Gestão feminina. 3.
Planejamento. 4. Estratégia. 5. Empreendedorismo
feminino . I. Mauro, Rogerio Antonio, orient. II.
Título.

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano a disponibilizar gratuitamente o documento em formato digital no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

IDENTIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Tese (doutorado) | <input type="checkbox"/> Artigo científico |
| <input type="checkbox"/> Dissertação (mestrado) | <input type="checkbox"/> Capítulo de livro |
| <input type="checkbox"/> Monografia (especialização) | <input type="checkbox"/> Livro |
| <input checked="" type="checkbox"/> TCC (graduação) | <input type="checkbox"/> Trabalho apresentado em evento |

Produto técnico e educacional - Tipo:

Nome completo do autor:

Jennyfer Gonçalves Pereira

Matrícula:

2019102202930159

Título do trabalho:

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um estudo das características e práticas de gestão na cidade de Rio Verde-GO

2022

RESTRICÇÕES DE ACESSO AO DOCUMENTO

Documento confidencial: Não Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIIF Goiano: 13 /03 /2024

O documento está sujeito a registro de patente? Sim Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? Sim Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O(a) referido(a) autor(a) declara:

- Que o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- Que obteve autorização de quaisquer materiais incluídos no documento do qual não detém os direitos de autoria, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- Que cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Rio Verde

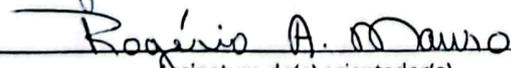
Local

11 /03 /2024

Data


Assinatura do autor e/ou detentor dos direitos autorais

Ciente e de acordo:


Assinatura do(a) orientador(a)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Ata nº 73/2023 - GGRAD-RV/DE-RV/CMPRV/IFGOIANO

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CURSO

Aos **15 (quinze)** dias do mês de **dezembro** de **2023**, às **08** horas e **10** minutos, reuniu-se a banca examinadora composta pelos docentes: **Rogério Antonio Mauro (orientador)**, **Frankcione Borges de Almeida (membro interno)**, **Samantha Rezende Mendes (membro interno)**, para examinar o Trabalho de Curso intitulado "EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo das práticas de gestão", da estudante **Jennyfer Gonçalves Pereira**, Matrícula nº 20191022020930159 do Curso de **Bacharelado em Administração** do IF Goiano – Campus **Rio Verde**. A palavra foi concedida primeiramente a estudante para a apresentação oral do TC. Em seguida houve arguição da candidata pelos membros da banca examinadora. Após tal etapa, a banca examinadora decidiu pela **APROVAÇÃO** da estudante, com algumas ressalvas, sustentando que a mesma deverá realizar as devidas correções e adequações propostas pela banca até o dia 16 de janeiro de 2024. Ao final da sessão pública de defesa foi lavrada a presente ata que segue assinada pelos membros da Banca Examinadora.

(Assinado Eletronicamente)

(Nome do professor)

Orientador(a)

(Assinado Eletronicamente)

(Nome do membro)

Membro

(Assinado Eletronicamente)

(Nome do membro)

Membro

Observação:

() O(a) estudante não compareceu à defesa do TC.

Documento assinado eletronicamente por:

- Jesiel Souza Silva, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 19/02/2024 15:31:20.
- Samantha Rezende Mendes, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 19/02/2024 10:07:29.
- Rogerio Antonio Mauro, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 17/12/2023 22:56:50.
- Frankcione Borges de Almeida, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 22/12/2023 15:56:12.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 17/12/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 558911

Código de Autenticação: 28d914a0f1



INSTITUTO FEDERAL GOIANO

Campus Rio Verde

Rodovia Sul Goiana, Km 01, Zona Rural, 01, Zona Rural, RIO VERDE / GO, CEP 75901-970

(64) 3624-1000

DEDICATÓRIA

Quero dedicar este trabalho primeiramente aos meus pais, é um sonho nosso realizado, me sinto muito orgulhosa e sei que é motivo de orgulho também para vocês este trabalho que marca o fim da minha faculdade.

Principalmente a minha mãe, que se preocupou as vezes mais do que eu própria, que segurou a minha mão e não me deixou desistir, que é o meu ponto de equilíbrio, a minha fortaleza, que foi o meu apoio e alicerce.

Também dedico este a todos os meus professores do Instituto Federal Goiano, todos os ensinamentos por vocês compartilhados contribuíram para a realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades.

Quero agradecer imensamente ao meu querido orientador, que se dispôs e esteve ao meu lado nessa trajetória, me conduzindo, direcionando, corrigindo e mesmo de longe não soltou a minha mão.

Agradecer a minha família, por todo o incentivo desde o início, por não permitirem que em algum momento eu desistisse, por fazerem que eu buscasse a melhor versão de mim todos os dias.

Agradeço também ao meu namorado pela paciência, por estar ao meu lado mesmo quando não podíamos ter nossos momentos de lazer pelo motivo de eu estar estudando/pesquisado e agradeço também por todo o apoio.

Gostaria de agradecer também aos meus professores, por terem feito com que eu apaixonasse pela Administração e por me impulsionarem a sempre aprender mais, vocês me fizeram sentir vontade de estudar e continuar.

Agradecer as amigadas que fiz nessa instituição, vocês foram essenciais para que eu traçasse essa jornada com alegria e leveza.

Agradeço também a minha banca avaliadora, vocês foram escolhidas por serem exemplos de mulheres e profissionais, foram e serão referências para mim.

Enfim, um agradecimento em geral a todos que contribuíram para esta pesquisa de alguma forma, direta ou indiretamente.

RESUMO

Este trabalho teve por objetivo principal compreender as práticas de gestão utilizadas por mulheres empreendedoras em Rio Verde – GO. A base teórica consistiu em conceituar o empreendedorismo, origem e evolução, abordando a ascensão da mulher no mercado de trabalho e o empreendedorismo feminino e analisar a gestão empresarial e as principais práticas existentes aplicáveis ao empreendedorismo e sua eficácia. Em vista de melhor compreender a realidade objetiva, realizou-se uma pesquisa de campo, sendo utilizada a entrevista com base em roteiro pré-estruturado com 18 questões, sendo respondidas por 20 entrevistadas na cidade. Os dados foram tabulados por meio do software Excel e os resultados apresentados em forma de gráficos e em seguida descritos e analisados. Os resultados apontaram que planejar, buscar antever ações que podem ocorrer acerca desse novo empreendimento, além de analisar a viabilidade do projeto, é fundamental. Contribui-se assim, que é possível afirmar que o planejamento é essencial para que o empreendedor descubra quais as melhores decisões, práticas e caminhos deve percorrer, bem como para que consiga acompanhar e administrar o desenvolvimento de sua empresa.

Palavras-chave: Empreendimentos. Estratégia. Gestão feminina. Planejamento.

ABSTRACT

The main objective of this work was to understand the management practices used by women entrepreneurs in Rio Verde – GO. The theoretical basis consisted of conceptualizing entrepreneurship, origin and evolution, addressing the rise of women in the job market and female entrepreneurship and analyzing business management and the main existing practices applicable to entrepreneurship and their effectiveness. In order to better understand the objective reality, field research was carried out, using interviews based on a pre-structured script with 18 questions, answered by 20 interviewees in the municipality. The data were tabulated using Excel software and the results were presented in graph form and then described and analyzed. The results showed that planning, seeking to anticipate actions that may occur regarding this new venture, in addition to analyzing the viability of the project, is fundamental. This contributes to the conclusion that it is possible to state that planning is essential for entrepreneurs to discover the best decisions, practices and paths they should take, as well as for them to be able to monitor and manage the development of their company.

Keywords: *Enterprises. Strategy. Female management. Planning.*

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade das Entrevistadas.....	25
Gráfico 2 – Escolaridade das Entrevistadas	26
Gráfico 3 – Estado Civil das Entrevistadas	26
Gráfico 4 – Informação Relacionada à Maternidade das Entrevistadas.....	27
Gráfico 5 – Tempo de Empreendimento	27
Gráfico 6 – Setor ou Ramo de Atividade Econômica	28
Gráfico 7 – Existência ou não de Empregados e Quantidade de Empregos	29
Gráfico 8 – Origem do Empreendimento	29
Gráfico 9 – Ocupação ou Emprego Anterior.....	30
Gráfico 10 - Horas de Trabalho por Dia.....	30
Gráfico 11 – Fator Motivacional	31
Gráfico 12 – Você planejou o seu negócio?	31
Gráfico 13 - Você é a responsável pela gestão do Empreendimento?.....	32
Gráfico 14 - Sentimento com Relação a Atuação Profissional	32
Gráfico 15 - Separa as despesas pessoais e da empresa.....	33
Gráfico 16 - Realiza fluxo de caixa.....	34
Gráfico 17 - Conhece e pratica as práticas de gestão mencionadas	34

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. COMPREENDENDO O EMPREENDEDORISMO	11
2.1 Algumas Estatísticas do Empreendedorismo no Brasil	13
2.2 Comportamento e Características Essenciais no Empreendedorismo	14
2.3 Considerações Sobre o Empreendedorismo Feminino.....	16
2.4 Plano de Negócio como Ferramenta de Gestão.....	18
2.5 Planejamento Sistemático	19
2.6 Ferramentas de Gestão Empresarial e o Sucesso dos Empreendimentos	20
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	21
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	23
CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS.....	35
ANEXOS.....	38
ANEXO 1.....	38

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema central o empreendedorismo feminino, e o interesse surgiu devido a sua grande relevância socioeconômica, como também, devido ao aumento do desemprego e da informalidade. Nesse cenário de desemprego crescente, as pessoas se viram obrigadas a buscar na informalidade maneiras de obter sustento, desenvolvendo formas de empreendimentos. É a partir da repercussão de parte destes empreendimentos que cada vez mais pessoas desejam construir o próprio negócio.

No entanto, não são apenas histórias de sucesso. Há também, histórias de fracasso, quase sempre associadas ao voluntarismo, que ocorre quando o início do negócio acontece sem um planejamento adequado e, conseqüentemente, com poucas perspectivas de mercado. É o caso, por exemplo, do empreendedor por necessidade. Todavia, existe outro tipo de empreendedor, que é aquele que detém certo nível de conhecimentos, acumula experiência e conhece relativamente bem o mercado, estando aberto à pesquisa e a busca por novas informações e que, já dispõe de algum capital. Este é conhecido como empreendedor por oportunidade.

No caso das mulheres, tem se verificado que, especialmente, após a maternidade, elas têm, crescentemente, optado por deixar os empregos formais para garantirem a possibilidade de estarem mais presentes na vida dos filhos. Principalmente, nos primeiros anos de vida, quando é mais difícil conciliar sua participação no mercado de trabalho, tendo que cumprir carga horária de até 44 horas semanais com os cuidados maternos. Outro fator que acaba estimulando o empreendedorismo feminino são as disparidades de gênero que, infelizmente, ainda ocorrem dentro de muitas empresas.

Assim, vai se desenvolvendo o que chamamos de empreendedorismo feminino, que é um assunto que vem ganhando cada vez mais atenção. As mulheres vêm se destacando cada vez mais no mercado, possuindo maior tato para o atendimento do cliente, além de se destacar em diversos outros setores da economia, além do comércio (DE SOUZA et al., 2012).

A habilidade das mulheres nos setores de comércio atende a necessidade de reivindicar a igualdade também no ambiente dos negócios, no qual estas se tornaram participantes ativas do crescimento econômico, com destaque e notoriedade. Apesar de todos os desafios, o número de mulheres a frente de negócios e obtendo sucesso não para de crescer. Segundo Machado (2002), o desenvolvimento econômico de várias localidades é favorecido pela atuação das mulheres empreendedoras.

A motivação das mulheres assim como dos homens são, desejo de ter o próprio negócio; a identificação de uma oportunidade de negócio; aumento ou melhoria de rendimentos;

desemprego ou insatisfação com o emprego; e o desejo de ter mais tempo para a família. Um aspecto que chama a atenção é o desestímulo do mundo empresarial para as mulheres, por conta das divergências salariais e de cargos (DOS SANTOS, 2021).

Vale destacar, que o empreendedorismo está em um ponto de destaque na economia no Brasil e em todo o mundo, segundo pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan, 2017), onde a cada três jovens, dois pretendem empreender. Chama a atenção o fato de que a possibilidade de altos ganhos não está entre as maiores razões (GANDRA, 2017).

Ao se analisar os dados da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* de (2017), a taxa de empreendedorismo de empresas de até três anos, é maior entre mulheres, porém, quando se considera o empreendedorismo total por gênero, os homens ainda aparecem à frente, com uma diferença de três pontos percentuais.

O sucesso neste tipo de negócio requer, além de atitudes e conhecimentos, um processo prévio de planejamento estratégico para se iniciar, com o estudo do ambiente e dos passos a serem seguidos, e após a implementação do negócio, a escolha das práticas de gestão e a tomada de decisões adequadas.

Na perspectiva de somar neste debate, o presente estudo aborda a influência dos fatores planejamento prévio do negócio e gestão empresarial para o sucesso de mulheres empreendedoras. Assim, a pesquisa realizada buscou reunir dados e informações que ajudem a responder à seguinte questão: Quais são as principais características e práticas de gestão utilizadas por mulheres empreendedoras em Rio Verde (GO)?

Define-se como objetivo geral da pesquisa, compreender as práticas de gestão utilizadas por mulheres empreendedoras em Rio Verde – GO. Daí a necessidade de conceituar o empreendedorismo, contextualizando sua origem e evolução. A partir daí, abordar a ascensão da mulher no mercado de trabalho e o empreendedorismo feminino, além de analisar a gestão empresarial e as principais práticas existentes aplicáveis ao empreendedorismo e sua eficácia.

Para o desenvolvimento deste estudo, inicialmente, foram utilizadas pesquisas bibliográficas que fundamentassem os conceitos e teorias estudadas, e posteriormente foi realizada pesquisa de campo através da aplicação de questionário e entrevista, além de pesquisa descritiva.

A pesquisa bibliográfica baseou-se em livros e publicações científicas nas áreas do empreendedorismo, empreendedorismo feminino, gestão empresarial e de planejamento. Já a pesquisa descritiva, foi desenvolvida através de pesquisa de campo, com questionários para mulheres empreendedoras de diferentes nichos e segmentos de mercado.

O interesse pelo assunto estudado se deu pelo fato de que o empreendedorismo feminino tem mostrado sua força, e que as mulheres têm se destacado no mercado de trabalho e no ambiente de negócio em diversos setores da economia.

Entende-se que a necessidade do estudo do empreendedorismo, é a de conscientizar de que abertura de um empreendimento pode ser iniciada com base em um sonho, porém, este requer cuidado e dedicação, visando a sobrevivência e a estabilidade do negócio no mercado, bem como para que esta obtenha sucesso e evitando frustrações futuras.

Assim, o estudo apresenta a relevância do planejamento com o intuito de antever ações que possam ser realizadas frente a um novo empreendimento, apresentando ainda o quanto é fundamental e viável a elaboração do projeto, e como este embasa as decisões, práticas e caminhos a percorrer, e quanto ao acompanhamento, gestão e desenvolvimento de sua empresa. O estudo se divide em um referencial teórico onde busca compreender o empreendedorismo, as estatísticas do Empreendedorismo no Brasil, os comportamento e características essenciais neste, aborda brevemente o empreendedorismo feminino, e o uso do plano de negócio como ferramenta de gestão e do uso do planejamento sistemático, abordou as ferramentas de gestão empresarial e o sucesso dos Empreendimentos e com base neste apresenta os procedimentos metodológicos, os resultados e discussões e as considerações finais.

2. COMPREENDENDO O EMPREENDEDORISMO

A origem do empreendedorismo não é exata, e o termo não possui um conceito único, o termo empreendedorismo está presente e é bastante usado no vocabulário da Economia e da Administração. Segundo Filion (1999), uma teoria é de que o empreendedorismo teria surgido das ciências econômicas, porém, estudiosos acerca do conceito pontuam que o primeiro a citá-lo em suas obras foi o autor Richard Cantillon, durante o século XVIII. Este denominou como empreendedores àqueles indivíduos que conseguiam comprar matérias-primas (em geral produtos advindos da agricultura), e as revendiam a terceiros, após o processamento delas, identificando nesta prática uma oportunidade de negócio.

Jean-Baptiste Say (1803), autor da célebre Lei de Say, citado por Filion (2000) e Cerqueira; Paula e Albuquerque (2000), considerou os novos empreendimentos como os responsáveis pelos resultados do desenvolvimento econômico. Elaborou uma teoria quanto às funções do empresário, atribuindo-lhe um papel de grande relevância na dinâmica de crescimento da economia, considerado um agente econômico racional e dinâmico, que se

aproveita dos conhecimentos que são postos à sua disposição pelos cientistas, reunindo e combinando formas de produção e criando novos produtos úteis e inovadores, capazes de satisfazer as necessidades daqueles que estão dispostos a comprá-los.

Say e Cantillon possuíam formação em economia e interesse por gestão de empresas, no entanto, ainda de acordo com Fillion (1999), foi somente Schumpeter (1883-1950) quem realmente deu ao termo empreendedor, maior projeção e visibilidade, além de tê-lo associado de forma definitiva ao conceito de inovação. Sempre o dando por responsável por disparar o desenvolvimento econômico, a visão schumpeteriana crê que, para que se alcance o desenvolvimento econômico é necessário associar três fatores fundamentais, sendo eles: empresário inovador (agente capaz de realizar combinações eficientes, mobilizar crédito bancário e empreender em um novo negócio); emprego de inovações tecnológicas; e utilização do crédito bancário.

Assim, cabe enfatizar que, o empreendedor não é necessariamente aquele que detém capital disponível, porém, aquele que consegue mobilizá-lo, além de ser capaz de identificar e usar novas combinações de forma eficiente no processo produtivo. Quanto à origem etimológica do termo, de acordo com Oliveira (2017), o termo empreendedorismo originou-se, da palavra francesa *entrepreneur*, que significa fazer algo ou empreender, dando origem a palavra inglesa *entrepreneurship*, que foi traduzida para o português como “espírito empreendedor”.

Para Degen (2009), porém, o significado da palavra empreendedor deriva da palavra derivada latim *inter* - que significa reciprocidade – e *preneur*, que deriva do latim *prehendere* – que significa comprador, sendo que a combinação das duas palavras, significa simplesmente intermediário. Empreender tem se tornado uma alternativa cada vez mais atraente para o brasileiro, o que tem relacionado o empreendedor a abertura de micro e pequenas empresas que contribuem de forma expressiva para a economia, conforme mostra a pesquisa GEM-Brasil (2017) que mais de 46% dos brasileiros reconhecem boas oportunidades nas proximidades onde vivem.

Para Drucker (2011), nem todo novo negócio pode ser considerado empreendedorismo, pois, nem todo empreendimento traz uma nova sensação aos seus clientes, ou atende às suas necessidades e interesses de uma forma inovadora. Segundo Dornelas (2008), o empreendedorismo é a união de processos, aprendizagem e características, que podem levar à transformação de ideias em oportunidade de negócio de sucesso. Para Carreira *et al.* (2015), tratar a respeito de empreendedorismo é tratar sobre a figura do empreendedor e sobre os resultados que este traz para a sociedade, por meio do seu empreendimento.

É válido lembrar que o conceito de processo empreendedor adotado pela pesquisa GEM Brasil (2016), consiste em analisar um contexto que envolve as características do indivíduo, a postura da sociedade em que está inserido e o ambiente institucional. Considera-se que, em termos de características dos indivíduos, o potencial empreendedor deve ser capaz de identificar oportunidades, ter conhecimento e desenvolver habilidades, encarar a possibilidade de fracassar e ter atitude positiva.

A partir desta definição, é interessante destacar a necessidade de aprendizado, imaginação e consciência do meio em que vive o empreendedor, para assim reconhecer e aproveitar uma oportunidade de negócio. Entregar resultados para si e para a sociedade através do seu negócio, com mudanças significativas é sempre uma conquista para o empreendedor, porém, essa figura pode ser facilmente confundida com a do dono do negócio. Nem sempre o dono do negócio é um empreendedor, já que o empreendedor é aquele que busca soluções para os problemas e com isso inova e consegue lucrar.

Empreender remete à inovação e, toda mudança que vise gerar nova sensação ao consumidor, ou que melhore o que já existe no intuito de se constituir uma nova percepção, é inovação. Segundo Drucker (2011) e GEM-BRASIL (2017) a inovação não precisa necessariamente ser técnica, cita-se as compras a prazo, pois muda a economia onde quer que sejam introduzidas.

Empreender não é só sinônimo de oportunidade para quem está investindo, mas também pela geração de valor, empregos e distribuição de renda, isso significa dizer que o empreendedorismo é parcela importante na economia. Apesar de mostrar que grande parcela dos empreendedores busca atingir melhores condições para si e para família, também se nota a capacidade da geração de empregos no Brasil a partir do empreendedorismo.

A atividade empreendedora no Brasil é responsável também por geração expressiva de ocupação e renda para empregados e/ou familiares(...)é possível concluir que os empreendedores iniciais, em 2017, empregam, formal ou informalmente, mais de 8 milhões de pessoas, e os empreendedores estabelecidos, aproximadamente 11 milhões. Não é possível desprezar a relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social do País. (GEM-BRASIL, 2017, p. 15).

Os empreendedores se dividem em dois tipos, os que empreendem por necessidade e os que empreendem por oportunidade. Quando buscado por necessidade, normalmente, são pessoas que iniciam um trabalho autônomo por falta de melhores condições de emprego. Os que empreendem por oportunidade são aqueles que detêm conhecimento e mesmo que tenham outras opções de emprego, optam por abrir seu próprio negócio de maneira inovadora (GEM-BRASIL, 2017).

Segundo Degen (2008), o impacto de uma atividade empreendedora no sistema econômico de um país depende da motivação, pois se esta atividade for motivada por oportunidade, tende a gerar maior impacto devido as inovações, preparo e maior potencial de riqueza. De acordo com Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009), o crescimento populacional em contraste com a baixa oferta de emprego e geração de renda, gera maior interesse pelo empreendedorismo por necessidade de sobrevivência.

Ainda para Degen (2008), os empreendedores motivados por necessidade têm pouco impacto sobre o crescimento econômico de um país, porque esses empreendedores desenvolvem mais negócios sem inovação e sem nova tecnologia.

Logo, é importante compreender como a ideia empreendedora está inserida no processo de desenvolvimento econômico, passando pela agregação de valor aos serviços e produtos, além da exploração das oportunidades trazidas pelas mudanças, assim, deve-se exemplificar empreendedorismo como fator importante no crescimento e desenvolvimento dos negócios e principalmente no desenvolvimento econômico de nações e regiões.

2.1 Algumas Estatísticas do Empreendedorismo no Brasil

De acordo com dados da Receita Federal 3,8 milhões de novas empresas foram abertas no Brasil, em 2022. Sendo que, somente no primeiro semestre, essas aberturas totalizaram 2.016.481 empresas. Em 2021, já haviam sido registradas mais de 4 milhões de empresas, sendo, 2.016.078 destas, no primeiro semestre (SERPRO, 2022).

Há diversos fatores macro e microeconômicos a serem considerados ao justificar esse fenômeno. mesmo durante o enfrentamento da pandemia, diante de um cenário global desfavorável, o empreendedorismo seguiu crescendo (MENDES, 2022).

Deste universo de empresas criadas, 78,48% são MEIs (microempreendedores individuais), podendo refletir, também, uma reação ao desemprego crescente no período. O setor de serviços se destaca como o principal setor onde os novos CNPJs foram abertos, totalizando 60,41%. Se destacam, ainda, o comércio e a indústria (MENDES, 2022).

Soares (2020, p. 1) pontua que,

Entre 2015 até 2019, o mercado de abertura de empresas já vinha em uma crescente bem significativa no Brasil, de 11,1% quando comparamos o primeiro semestre com o ano anterior. Devido à pandemia mundial, o 1º semestre de 2020 sofreu um decréscimo de -1,8% no número de aberturas quando comparado a 2019. Assim, acreditamos que esta alta na abertura de CNPJs pode ser explicada pelo fato de que estamos voltando ao ritmo de pré-pandemia.

Entre 2020 e 2022 milhares de pessoas perderam o emprego e, para recuperar a renda, muitas delas abriram o próprio negócio, houve ainda empresas que já tinham um negócio informal e optaram por formalizar por meio de CNPJ e MEI, o que ocorreu pela flexibilização permitida pela Reforma Trabalhista. Assim, observou-se que mesmo em um cenário inflacionário e eleitoral, a economia brasileira apresentava sinais de recuperação, com certa estabilidade no número de abertura de empresas, apresentando boas perspectivas para o ano de 2023, podendo chegar a mais de 4,35 milhões de aberturas de empreendimentos ao longo do ano (MENDES, 2022).

2.2 Comportamento e Características Essenciais no Empreendedorismo

Entre os autores que abordam o tema, há concordâncias sobre os traços de personalidade, comportamentos e atitudes que podem contribuir para o êxito nos negócios. De acordo com Baggio e Baggio (2014), existe a percepção do empreendedor nato, aquele que nasce e desenvolve as características necessárias para desempenhar uma função de sucesso. E existe a percepção do empreendedor que é capacitado para tal, influenciado através do estudo, meio, família, amigos e atuação.

Segundo Degen (2009), o empreendedor bem-sucedido é alguém que não se conforma com produtos e serviços disponíveis no mercado e procura melhorá-los, denominado como inconformista; pode ainda ser aquele que por meio de produtos e serviços procura superar os existentes no mercado, se tornando agente do processo de destruição; pode ainda ser aquele que não se intimida com as dificuldades e desafia o padrão com o seu novo jeito de fazer as coisas, por meio da necessidade de melhorar.

As características empreendedoras podem ajudar a definir o sucesso ou o fracasso dos negócios dependendo de suas habilidades. As chances de sucesso nos negócios serão maiores se seu desempenho for de encontro ao seu perfil. De acordo com Degen (2008), a necessidade de executar as tarefas básicas do negócio tem sido, em muitos casos, uma das barreiras que muitos aspirantes a empreendedor não conseguem transpor, já que é raro o candidato a empreendedor que domina todas as habilidades necessárias para o sucesso do negócio.

Já de acordo com Dornelas (2016), os empreendedores de sucesso têm como características: ser visionários; saber tomar decisões; fazer a diferença; explorar ao máximo as oportunidades; sendo determinados e dinâmicos. O autor ainda pontua que, em geral, eles são ainda dedicados, otimistas e apaixonados pelo que fazem, além de serem independentes e construir o próprio destino, são protagonistas de suas próprias vidas, assim, conseguem

enriquecer, tornam-se líderes e formadores de equipe, são bem relacionados, organizados e planejadores, possuidores de conhecimento, porém, vivem novas experiências assumindo os riscos calculados, criando assim, valor para a sociedade.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), ao empreendedor, não basta ter as habilidades técnicas e administrativas, é ainda necessário e fundamental ter habilidades empreendedoras, que em geral estão relacionadas com gestão da mudança, liderança, inovação, controle pessoal, além de possuir a capacidade de correr riscos e possui visão de futuro, o que torna evidente que esse conjunto seja essencial para o empreendedor do século XXI.

2.3 Considerações Sobre o Empreendedorismo Feminino

Para Rezende (2010) a mulher tem se destacado socialmente por suas conquistas à base de lutas intensas. Ela vem conquistando seu lugar no mundo e no mercado de trabalho, mas continua na busca por seus direitos de igualdade e respeito. Se no passado chegaram a ser consideradas frágeis e destinadas a exercerem funções básicas e desvalorizadas, como cuidar do lar e dos filhos, em razão da cultura machista, com o advento da revolução industrial e do êxodo rural, as mulheres passaram a assumir novas funções sociais. Em muitos casos, não apenas por opção, mas por necessidade, especialmente, no caso das mães solteiras, viúvas, que sem contar com respaldo econômico de marido ou da família, eram obrigadas a trabalhar em prol de seu próprio sustento e de seus filhos.

Para Vaz (2009) inicialmente, o trabalho da mulher a colocava em situações de discriminação, humilhação, desvalorização, desigualdade, entre muitos outros impasses deixando-a inferior ao homem neste cenário.

De acordo com Araújo Filho (2011), ainda no século XIX, se constituiu no Brasil, o movimento feminista, inicialmente, conduzido por um pequeno grupo de mulheres manifestantes, que explanavam sua insatisfação quanto à falta de liberdade de expressão e diferenças de responsabilidade atribuídas a cada gênero. A partir das lutas das mulheres, direitos foram sendo conquistados, como a liberdade de expressar e manifestar livremente seus pensamentos e a participação nas decisões políticas. Para Silva (1992), de todas as conquistas alcançadas pelo gênero feminino, o direito ao voto foi uma das mais relevantes e significativas, pois este direito representa o progresso da sociedade feminina, que como cidadãs brasileiras passaram a poder escolher os candidatos que representam este país.

Segundo Almeida e Gomes (2011) as mulheres estão crescendo e se destacando como grandes empreendedoras e entre os fatores que justificam esse crescimento estão: as dificuldades enfrentadas no trabalho formal; a necessidade de suprir ou complementar a renda familiar; e a busca da auto realização.

No Brasil, a participação da mulher empreendedora ganhou nova conotação, especialmente, à frente de pequenos e médios empreendimentos. Esse tipo de negócio também cresceu em importância. De acordo com o Sebrae (2023) no último trimestre do ano de 2022, houve o recorde de mulheres Donas de Negócios (10.344.858 mulheres), responderam por 34,4% do total de Donos de Negócios. Além disso também ocorreu uma expansão de 30% no número de mulheres empregadoras, ao contrário de 8% em relação aos homens. Tais percentuais corroboram para a compreensão de que, no país, a mulher vai conquistando seu espaço e, contribuindo significativamente para com grande parte da geração dos empregos da população economicamente ativa.

Entretanto, em pleno século XXI, as mulheres ainda enfrentam desvantagens e precisam seguir derrubando barreiras para atingir uma posição de destaque nas organizações e à frente dos negócios.

As mulheres podem enxergar oportunidades no topo de suas organizações, mas o caminho muitas vezes é bloqueado pelo preconceito de gênero. Este preconceito também determina como a realidade organizacional é criada e sustentada no dia-a-dia. Isto é muito óbvio em situações de discriminação aberta e em várias formas de assédio sexual, mas geralmente permeia a cultura de uma organização de maneiras muito menos visíveis (MORGAN, 2002, 205).

A existência do preconceito e da discriminação no interior das organizações é um fator que limita o potencial feminino de empreender. O cenário organizacional descrito por Morgan aponta para as dificuldades postas para as mulheres no exercício de suas atividades. Estas dificuldades se relacionam ainda como a aceitação, falta de apoio de familiares e amigos, dificuldades com financiamento e credibilidade, como confirma o relato de Porto (2002), no qual afirma que à mulher é mais exigida e posta à prova quanto à sua capacidade, que os homens, sem essa ‘prova’ não são bem-vistas e não conseguem credibilidade e confiança no mercado. Em outro trecho de seu estudo, o autor ainda afirma que é mais difícil para algumas mulheres serem competitivas devido a determinadas características femininas como a emoção e a subjetividade, definidas por sua formação cultural.

De acordo com Morgan (2002) do ponto de vista cultural, as organizações estruturadas em torno de valores femininos têm maior probabilidade de equilibrar e integrar o modo racional analítico, com valores que enfatizam formas de comportamento mais intuitivo, orgânico e baseado na empatia, promovendo relações inclusivas, caracterizadas pela confiança, apoio,

estímulo e respeito mútuo. Elas ajudam a produzir organizações que são verdadeiramente ‘redes’, onde o processo de fazer coisas é tão importante quanto o resultado final ou produto.

Quanto a motivação para o empreendedorismo feminino cabe ressaltar que, igualmente aos homens, “estas empreendem visando o sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira”. (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2017, p.46).

De acordo com o artigo de Braga e Oliveira (2022) para a CNN Brasil, a quantidade de mulheres empreendedoras durante a pandemia cresceu em todo o mundo durante a pandemia, sendo que no Brasil, a porcentagem de mulheres empreendedoras chegou a 41% em 2020, em comparação com crescimento de 22% em relação aos homens que começaram a empreender no período, além disso, a representação da liderança feminina no Brasil é de 27%, deixando o país na 27ª posição dos países abrangidos e abaixo da média global de 31%, o que se deve a uma série de desafios que elas enfrentam em suas vidas profissionais, e que na pandemia se somou a obrigatoriedade de assumir a dupla responsabilidade de trabalhar e cuidar de casa ou da família, a necessidade de flexibilidade, levando a tal opção em detrimento do trabalho formal.

Já segundo Alves e Santos (2016) o Brasil encontra-se em 7º lugar no ranking mundial de empreendedorismo feminino segundo informações do Instituto Rede Mulher Empreendedora, destacando ainda que as mulheres são as gestoras do próprio negócio sendo aproximadamente 30 milhões de empresárias brasileiras, que se motivam pela busca de independência financeira e crescimento profissional, essas porém, sofrem com o baixo faturamento, a informalidade e a falta de conhecimento em tecnologias para alavancar os negócios, e acabam se utilizando de ferramentas com as redes sociais.

Índices da Rede Mulher Empreendedora, mostram que 63% das brasileiras que empreendem tem rendimento de R\$ 2.500 por mês e destaca a informalidade como uma das barreiras para as empreendedoras no Brasil, quanto as mulheres que não possuem CNPJ nos estados brasileiros, o artigo aponta que na região Sudeste, elas são 41%; no Sul, 43%; na região Centro-Oeste, 49%; no Nordeste, 63%; e na região Norte, 75%. O artigo destaca que o desemprego e a falta de renda durante a pandemia impulsionaram 26% das mulheres a iniciar o próprio negócio e 77% delas avaliam que são totalmente ou parcialmente independentes financeiramente. (ALVES E SANTOS, 2016).

Hortela (2022) em artigo publicado pelo Sebrae enfatizam que o Brasil é o 7º país com maior número de empreendedoras, com aproximadamente 32 milhões de mulheres, destas 49% são chefes de família, com pretensão de gerar de 1 a 5 vagas de emprego. Do total 82% empreendem por necessidade e 69% desejam fazer a diferença no mundo, sendo 49% mulheres

brancas e 48% negras, sendo que destas 67% têm entre 35 e 64 anos, possuem escolaridade de ensino médio completo 68% ou superior completo ou maior. Elas ainda encontram-se à frente do uso de novas tecnologias e criatividade para gerir seu negócio, 71% usam redes sociais, APP, e a internet para vender seus produtos e serviços, 11% afirmaram ter inovado em seus negócios durante a crise, por fim, 11% são empregadoras.

Tantas contribuições conferiram a essas mulheres, o dia do empreendedorismo feminino, comemorado em 19 de novembro, sendo a data instituída pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2014, visando mobilizar a comunidade global para obtenção de apoio às mulheres empreendedoras, e ainda homenageá-las (CRESOL, 2022).

O Cresol (2022) ainda destaca como exemplos de empreendedorismo feminino, personalidades como: Margareth Menezes (criadora da ONG Fábrica Cultural, uma associação focada na economia criativa, que promove a capacitação de jovens da periferia baiana); Luiza Helena Trajano (fundadora da Magazine Luiza); Mary Kay Ash (criadora da marca de cosméticos que leva seu nome), entre outras.

2.4 Plano de Negócio como Ferramenta de Gestão

Ao se iniciar qualquer tipo de atividade, previamente, é necessário pensar sobre ela, no entanto, nem sempre o pensamento que gera a ação é desenvolvido elaborando um planejamento, o que pode levar ao fracasso do plano inicial, já que situações não previstas e dificuldades podem surgir. Sem o preparo prévio ou plano para executar essa ideia é mais provável que tais limitações não venham a ser superadas, o que evidencia a necessidade, principalmente no caso das atividades econômicas e empresariais, da elaboração de um plano que será usado como ferramenta para a gestão do mesmo.

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014), plano de negócio é um documento criado para auxiliar o empreendedor no processo de realização de uma oportunidade, através do planejamento. É nesta etapa que se deve definir fatores relacionados ao negócio, respondendo a questões como: O que será monetizado? Qual é o público interessado? Quais são os concorrentes? Qual o preço praticado? Além de questões relacionadas ao atendimento, posicionamento da empresa, entre outras. Deve-se definir, ainda, fornecedores, estoques, aspectos logísticos e gerenciais do processo, visando a materialização e o sucesso da ideia inicial.

De acordo com Dornelas (2011), o plano de negócio é aplicado como ferramenta de planejamento para orientar o empreendedor que pretende iniciar ou expandir um negócio. Serve para orientar as ações de gerenciamento, antecipar possíveis dificuldades, reduzindo as possibilidades de fechamento do negócio. Evidentemente, a aplicação pode ser utilizada para a melhor análise na tomada de decisão, testar a ideia no papel, visualizar os obstáculos e antever possíveis problemas. Usa-se para facilitar o mapeamento do negócio, definir o público, identificar suas necessidades e prevenir futuros problemas. Cita-se, por exemplo, para a abertura de uma lanchonete de comida árabe, é necessário saber a necessidade dos públicos, se aquele cardápio atenderia os clientes, qual a maior demanda etc.

Ainda para Dornelas (2011), o plano de negócios pode e deve também ser utilizado após a constituição do negócio propriamente dita, as propostas nele contidas podem ser revisadas e atualizadas periodicamente, a fim de garantir que a execução das estratégias ocorra de forma adequada, caminhando rumo ao crescimento objetivando o alcance de sua evolução. Daí a importância da elaboração deste documento, que reúne tanto informações atuais como também projeções futuras, que orientam o desenvolvimento das ações que propicia o alcance de metas pré-estabelecidas.

2.5 Planejamento Sistemático

Segundo Figueiredo e Caggiano (1997), o ato de planejar é essencial para qualquer tipo de negócio ou atividade econômica, devendo compreender os mais diversos fatores que possam afetar a organização, sendo eles, controláveis ou não. É uma função gerencial básica visando o desempenho, além de determinar o sucesso possível para todas as operações, sendo definido como o processo em que se reflete anteriormente a ação que será tomada, além de orientar a tomada de decisão futura. O ideal é que o planejamento seja feito por um gestor com capacitação e experiência para tal, visando a inovação e criação de diferenciais, já que a concorrência é crucial para a forma de desenvolvimento das atividades, assim, tudo deve ser estudado e detalhado no planejamento, traçando uma rota com um destino a ser alcançado, detalhando os passos e etapas a serem seguidos.

Para Oliveira (2001), o planejamento trata-se da área em que os gestores devem seguir os princípios gerais a serem apresentados a seguir:

- 1) o princípio da contribuição aos objetivos e, neste aspecto, o planejamento deve sempre visar aos objetivos máximos da empresa. No processo de planejamento devem-se hierarquizar os objetivos estabelecidos e procurar alcançá-los em sua totalidade, tendo em vista a integração entre eles; 2) o princípio da precedência do

planejamento, corresponde a uma função administrativa que vem antes das outras, obedecendo ao princípio organização, direção e controle. Na realidade é difícil sequenciar as funções administrativas, mas pode-se considerar de maneira geral que, o planejamento “do que e como vai ser feito” como a ponta desse processo. Como consequência, o planejamento assume a situação de maior importância dentro do processo administrativo; 3) princípio de maior penetração e abrangência, pois o planejamento pode provocar uma série de modificações nas características e nas atividades da empresa. (OLIVEIRA, 2001, p. 90 e 91)

De acordo com Braga (2005) um importante método de planejamento é o chamado planejamento estratégico sistêmico, que depende de uma visão sistêmica, com a capacidade de perceber as conexões ocultas entre os fenômenos, com base em um raciocínio que abrange em termos de padrões, de redes e de relacionamentos. A visão sistêmica garante uma maior compreensão das mudanças paradigmáticas que atuam sobre a realidade de mercado na atualidade. Quanto às características desta forma de planejamento, ressalta-se ainda que, o planejamento requer ciclos curtos e frequentes, estruturados, flexíveis e adaptativos, com decisões tomadas de forma rápida, há grande imprevisibilidade do ambiente mercadológico.

2.6 Ferramentas de Gestão Empresarial e o Sucesso dos Empreendimentos

A gestão é uma atividade presente em diversas situações, embora nem sempre sejam devidamente percebidas, como por exemplo, no lar. Desde os tempos mais remotos a mulher enquanto companheira e mãe atua gerindo o conjunto das atividades da casa, seja os mantimentos e seu preparo, organizando, dividindo e cuidando. Na atualidade essa tarefa se tornou ainda mais importante, já que é necessário gerir diversos insumos utilizados no lar em prol do conforto, nutrição e cuidados com todos (QUINTANA, 2009).

A gestão está ainda presente na educação (unidades escolares), e principalmente nas empresas, onde cada vez mais se estuda e aprimora as possíveis ferramentas e instrumentos de gestão. As ferramentas de gestão foram criadas com o intuito de alcançar os objetivos organizacionais dos mesmos por meio de um trabalho que abrange técnicas e pessoas capacitadas, abrangendo ainda os princípios básicos da administração de empresas, de acordo com Quintana (2009): Planejamento; Execução e Controle das atividades.

Clemente (2018), afirma que gerenciar um negócio não é uma tarefa simples, porém, um grande desafio que exige bastante dos empreendedores, mesmo tratando-se de um pequeno negócio é preciso atenção e seriedade no processo de gestão, sendo as principais ferramentas em sua visão o planejamento estratégico, sendo aquele onde o processo permite alinhar as metas e as tarefas com os devidos processos para o alcance dos objetivos; a KPI (*Performance Indicators*) que consiste em detectar os possíveis gargalos de produção e ainda as falhas em

processos visando o monitoramento do desempenho de setores específicos ou da organização como um todo; a análise SWOT que consiste em uma ferramenta bastante popular que permite aprofundar o conhecimento acerca do negócio e os cenários internos e externos.

Ainda quanto as ferramentas cabe destacar o Ciclo PDCA (Planejar–Fazer–Checar–Agir), possibilita averiguar a eficácia de implantar novos planos de ação e o acompanhamento e checagem de possíveis problemas e suas soluções; a Matriz GUT (Gravidade, Urgência e Tendência) auxilia na elaboração de estratégias e resolução de problemas; enquanto que a Matriz BCG possibilita a formulação de estratégias de ação e por fim, o Modelo de negócio Canvas gera modelos de negócio para inovação da diferenciação da empresa frente aos concorrentes em momentos de lançamento de novos produtos ou serviços ou expansão de mercados (CLEMENTE, 2018).

De acordo com Quintana (2009) um dos principais modelos de gestão que deve ser estruturado e aplicado em qualquer negócio é o fluxo de caixa, ferramenta de gestão financeira para as empresas que permite visualizar de forma clara e real, a movimentação financeira da empresa, tanto diária, mensal e anual, determinando recebimentos e pagamentos realizados e suas formas (em espécie, a prazo, cheques ou cartões de crédito). Refletindo a situação da organização, prevendo problemas futuros da empresa e a disponibilidade financeira para reservas e futuros investimentos, sua ausência gerará dificuldades e complicações para a gestão financeira.

Ainda de acordo com Quintana (2009), o fluxo de caixa permite a antecipação e planejamento, tanto do uso de dinheiro em caixa disponível, bem como se preparar para possível falta de dinheiro em caixa, evitando a inadimplência. Assim, compreende-se que cabe ao gestor considerando o tipo de atividade gerida por ele, este deve analisar quais as ferramentas são mais apropriadas e podem favorecer suas atividades e resultados ao longo do exercício desta função.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quando um problema de pesquisa é identificado, é necessário definir todo procedimento que deverá ser realizado para respondê-lo. As opções e métodos de responder a esta questão são chamados de procedimentos metodológicos ou metodologia de pesquisa. Este trabalho é classificado como método dedutivo, em que o pesquisador por meio de levantamento

particular, determina as conclusões gerais que responderão ao problema de pesquisa e cumprem com os objetivos.

Esta pesquisa utiliza-se de objetivos descritivos, de modo que apresenta a utilização, descrição, coleta e registro dos dados das empreendedoras entrevistadas. Segundo Gil (2002), as pesquisas se classificam quanto aos objetivos como pesquisa descritiva, explicativa e exploratória.

Considerando as limitações e necessidades de preservação de dados com relação aos entrevistados, definiu-se como método ideal o dedutivo, e a partir deste, deve-se explorar os resultados obtidos, descrevê-los e explicá-los. De acordo com Gil (2002), os procedimentos se classificam em: bibliográficos, documental, de campo, estudo de caso, de ação e participantes. Esta, classifica-se como pesquisa bibliográfica e de campo, utilizando a entrevista direta com as empreendedoras como fonte de pesquisa, além de basear-se em pesquisas na literatura, sendo em livros, artigos e jornais, que devem contribuir com teorias acerca do tema.

Quanto ao método, Marconi e Lakatos (2003) definem como o conjunto das atividades organizadas e coerentes, visando a segurança e o controle na busca pelos conhecimentos, favorecendo que se trace o caminho a ser seguido, além de detectar erros e auxiliar as decisões que deverão ser tomadas ao longo do estudo. Assim, compreende-se que o estudo pode contribuir ao relatar as experiências comuns dos entrevistados e que, analisadas, podem ser replicadas e melhoradas quando houver sucesso, ou ainda corrigidas quando houver falhas e assim for possível, motivando e inspirando empreendimentos futuros.

Para Marconi e Lakatos (2003), as técnicas de coleta de dados consistem em definir a documentação indireta (apontada pelas pesquisas bibliográficas e documentais) e a documentação direta (baseia-se em entrevistas, observações, avaliações, exames, questionários, formulários, protocolos, balancetes e planilhas).

Diante disso, este trabalho foi elaborado por meio de pesquisa de campo e a técnica de coleta de dados foi baseada em documentação direta extensiva. Especificamente, a população desta pesquisa é composta por um grupo formado aleatoriamente por uma amostra de 20 (vinte) mulheres empreendedoras formais na cidade de Rio Verde - GO, sendo a amostra utilizada para estudo da mesma, as quais foram abordadas por ligações telefônicas, redes sociais e pessoalmente entre os dias 1º e 22 de novembro de 2022 por meio do questionário em anexo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com o intuito de compreender o público pré-definido “Empreendedoras da cidade de Rio Verde”, aplicou-se um questionário (em anexo) com 18 questões, com o intuito de caracterizar o perfil sociodemográfico das entrevistadas, abrangendo aspectos, como: setor de atividades que atua, geração de empregos, motivação para empreender e ocupação anterior. Além de apresentar o tempo de trabalho atual, principais obstáculos enfrentados, objetivos futuros, envolvimento familiar, compreensão do empreendedorismo e uso ou não do planejamento como ferramenta de gestão.

A cidade se estabeleceu com a chegada aos sertões da cidade de Rio Verde, de pessoas como: José Rodrigues de Mendonça que se estabeleceu junto a sua família na Fazenda São Tomaz nas proximidades de Rio Verde. Alguns anos depois, em 25 de agosto de 1846, a família Rodrigues de Mendonça doou parte de suas terras para a construção de uma capela direcionada a Nossa Senhora das Dores dando origem ao nome de Arraial de Nossa Senhora das Dores de Rio Verde (PASSOS, 2010).

A Lei nº 08 instituída em 6 de novembro de 1854, elevou o então povoado de Nossa Senhora das Dores de Rio Verde à categoria de Vila, a população local carrega o apelido de “abobrenses” que segundo o IBGE (2009, p. 1) deu-se por:

Em primeiro de novembro de 1865, uma coluna de 3 mil soldados, a caminho da Guerra do Paraguai, chegou ao povoado. O grupo não ficou imune ao espírito sarcástico de pessoas do lugar e foram apelidados de abóboras, em referência à grande quantidade de plantação de abóboras na época. Como a vila não tinha outra alimentação para o exército que acabara de chegar, os soldados só comiam abóboras, escreveu o Visconde de Taunay.

A formalização histórica da cidade no entanto, foi marcada pela data de 5 de agosto de 1848, em que a cidade tornou-se Distrito de Rio Verde, deixando de ser vila, sendo esta estabelecida como data do aniversário da cidade, com base na lei de nº 6, dessa data em diante, foram criadas leis, decretos e resoluções, sendo então criadas divisões territoriais em 2003 a cidade passou a ter em sua constituição os distritos de Lagoa Bauzinho, Ouroana e Riverlândia, que assim permanecem até 2007 conforme consta no IBGE (2009).

O IBGE (2010) delimita que Rio Verde tem uma área de 8.388km² e estima-se uma população de 176.424 habitantes, sendo esta composta por 50,3% de indivíduos do sexo masculino enquanto, 49,7% sejam do feminino havendo uma densidade demográfica de 19 habitantes por km², tendo uma taxa média de crescimento populacional de 3,8% anuais.

A cidade está em destaque entre as demais cidades do Estado, pois, é um entroncamento rodoviário, as margens da BR 060, que liga Goiânia a Cuiabá, também fica as margens da BR

452 (liga Rio Verde à BR 153), e da GO 174 (liga Rio Verde ao Mato Grosso Goiano e à BR 364 com destino a São Paulo); dessa forma, a cidade foi escolhida por diversas agroindústrias para sua instalação já que ele é dotado de boa infraestrutura locacional e disponibilidade de grãos, basicamente soja e milho (PASSOS, 2010).

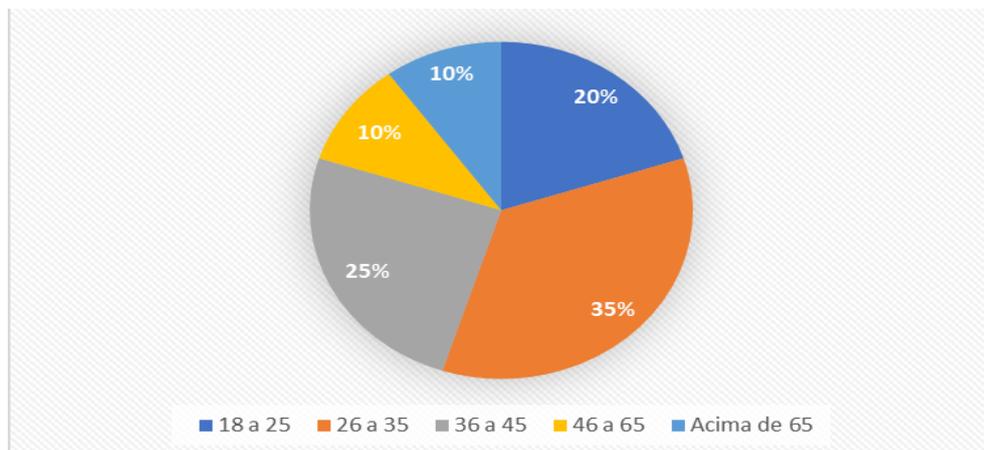
Rio Verde é destaque no estado de Goiás e no Brasil, estando no ranking como o segundo mais competitivo, sua produção alcança diversos setores da economia com ênfase, desde a agropecuária a agroindústria, abarcando ainda o comércio e os serviços, está em 2º lugar no Valor Adicionado estadual da agropecuária com 4,3%; além de estar em 4º lugar, com 6,85% do Valor Adicionado da indústria estadual, a atividade representa 38% do total da estrutura econômica da cidade em 2007, sua produção agroindustrial é evidenciada em todo o país, sendo as principais atividades econômicas da cidade, relacionadas ao agronegócio e a agropecuária (SILVEIRA, 2016).

A cidade é diretamente impactada e influenciada pelo agronegócio, que impulsiona sua economia, além de gerar empregos e renda, a cidade também impacta e influencia por sua atividade, sendo conhecida como polo do agronegócio no estado e hoje, conta com uma das maiores feiras específicas do setor, que ocorre anualmente, atraindo pessoas de todo o país e gerando um grande fluxo de negociações.

Com o intuito de conhecer melhor o perfil das mulheres empreendedoras de Rio Verde – GO, aplicou-se o questionário analisando dados como idade, escolaridade, estado civil e se possuíam filhos. Os dados estão representados nos gráficos a seguir:

Conforme se pode observar no gráfico 1, a maioria das entrevistadas é jovem, visto que 80% delas possui 45 anos ou menos, sendo: 18 e 25 anos (20%), 26 e 35 anos (35%), 36 e 45 anos (25%). As mulheres com idade acima de 46 totalizaram 20%, sendo que destas, 10% tinham idade superior a 65 anos.

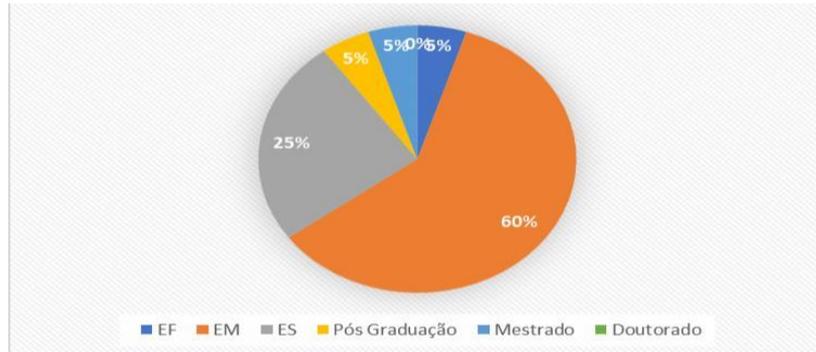
Gráfico 1 - Idade das Entrevistadas



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Em relação à escolaridade, de acordo com o Gráfico 2, verificou-se que a grande maioria (60%) possui o ensino médio (completo ou incompleto). As que possuíam Ensino Superior somaram (25%), com Especialização (5%) e Mestrado (5%). Apenas 5% das entrevistadas indicaram possuir somente o Ensino Fundamental.

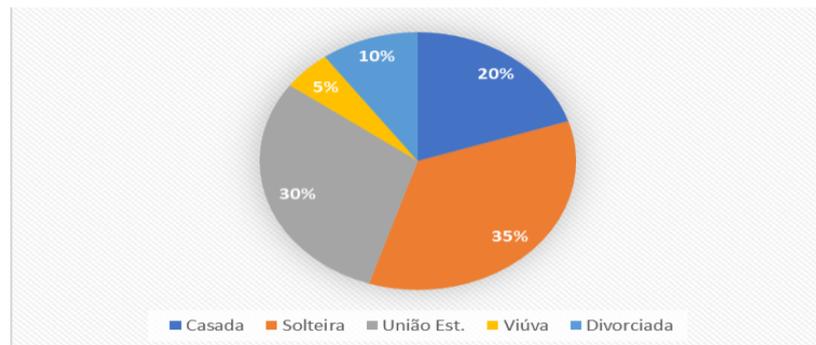
Gráfico 2 – Escolaridade das Entrevistadas¹



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O Gráfico 3 ilustra o estado civil das entrevistadas. Observou-se a prevalência de empreendedoras solteiras (35%), seguida por aquelas que se encontram em união estável (30%), casadas 20%, divorciadas 10% e viúvas 5%.

Gráfico 3 – Estado Civil das Entrevistadas



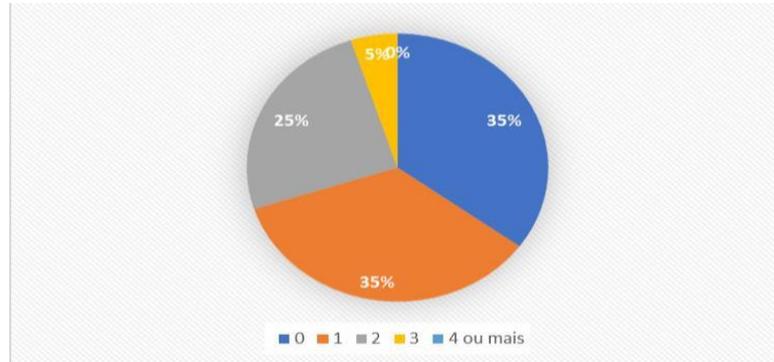
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Em relação à maternidade, o Gráfico 4 indica que as mulheres empreendedoras entrevistadas ou não possuem filhos ou possuem poucos filhos, já que 35% responderam não

¹ EF: Ensino Fundamental;
EM: Ensino Médio;
ES: Ensino Superior

possuir filhos, outras 35% possuem apenas 1 filho, 25% tem 2 filhos e 5% 3 filhos, que foi o número máximo encontrado.

Gráfico 4 – Informação Relacionada à Maternidade das Entrevistadas

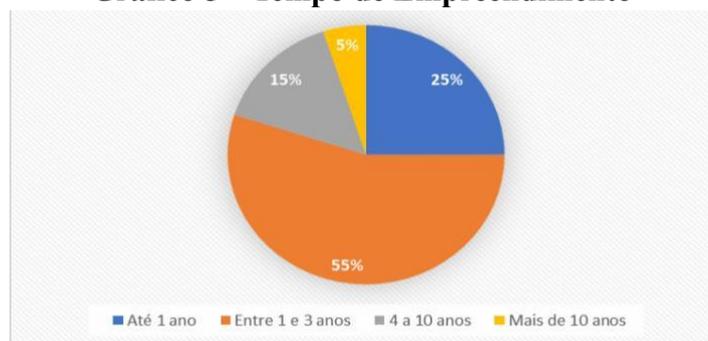


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Esta próxima seção tem como objetivo compreender mais sobre o tipo de empreendimento fundado por essas mulheres, bem como, características adicionais relacionadas ao mercado e área de atuação.

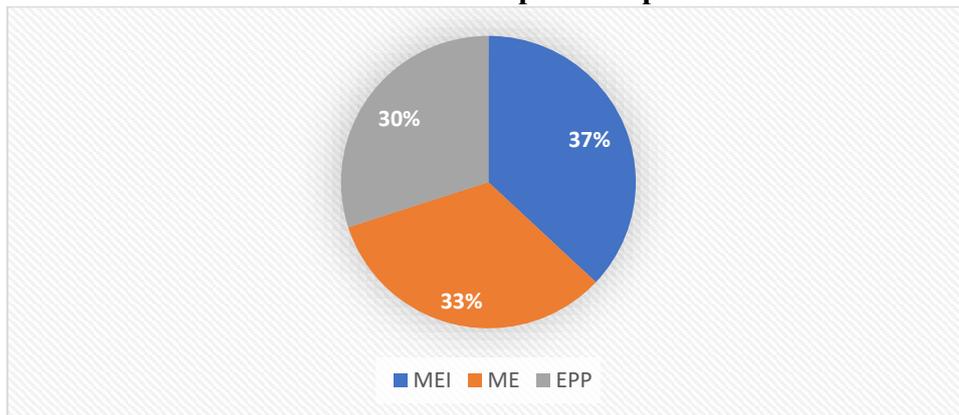
O Gráfico 5 apresenta o tempo de atividade dos empreendimentos das entrevistadas. Observou-se que 55% do total estão ativos em um período de 1 a 3 anos. Outros 25% possuem um ano ou menos, 15% já estão em atividade de 4 a 10 anos e 5% possuem mais de 10 anos de mercado.

Gráfico 5 – Tempo de Empreendimento



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O Gráfico 6 apresenta o tipo de empresa se microempresa, microempreendedor ou empresa de pequeno porte

Gráfico 6 – Tipo de empresa

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

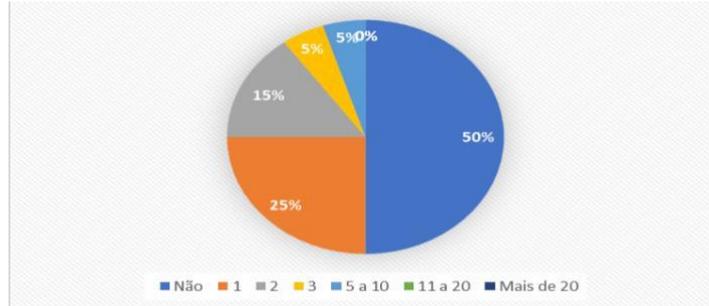
Observa-se que 37% das entrevistadas estão formalizada como Microempreendedora individual, 33% encontram-se enquadradas no regime de microempresa e 30% são Empresas de Pequeno Porte (EPP).

O gráfico 7 trata do setor ou ramo de atividade econômica em que as empreendedoras entrevistadas atuam. Observa-se que os quatro principais segmentos foram: moda (20%); produtos alimentícios (20%); serviços de estética (15%) e venda de produtos de estética (15%). Os demais segmentos citados foram: consultorias, franquias, *e-commerce*, *digital influencer*, *pet shop*, cada um destes com 5%, percentual que corresponde a uma entrevistada.

Gráfico 7 – Setor ou Ramo de Atividade Econômica

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

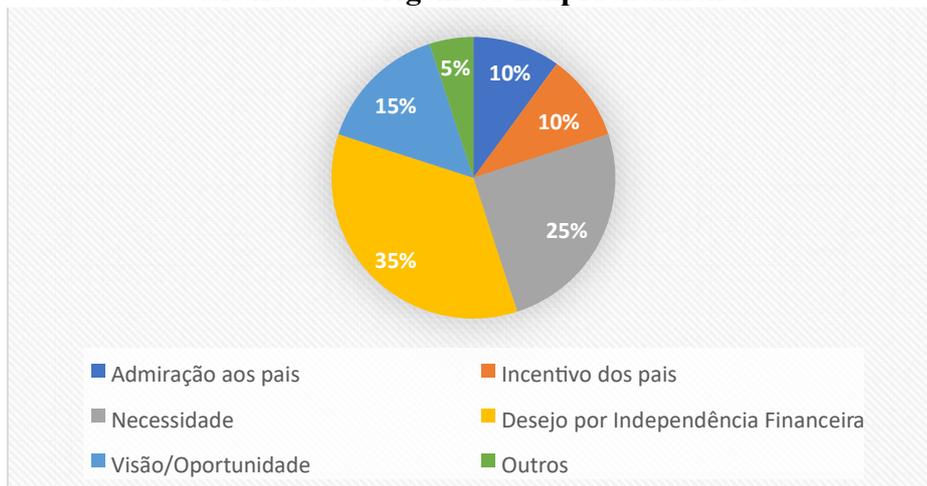
O Gráfico 8 aborda se há geração de empregos e quantos empregados são contratados. Verificou-se que a metade dos empreendimentos não contam com empregados adicionais, se caracterizando como um micro empreendimento individual. Outros 25% indicaram possuir apenas 1 funcionário contratado, 15% possuíam 2 colaboradores, 5% tinham 3 e 5% afirmaram ter entre 5 e 10 colaboradores.

Gráfico 8 – Existência ou não de Empregados e Quantidade de Empregos

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Para a presente pesquisa foram selecionadas pequenas empresas, empreendimentos iniciados por mulher com baixos investimentos, pela necessidade de subsistência que as levaram a arriscar iniciar o próprio negócio, e que as levou a buscar conhecimento e aprimoramento para a atividade escolhida para atingir relativa estabilidade no mercado atualmente.

O gráfico 9 aborda esse tema da origem dos empreendimentos, a partir da questão “a que você atribui o seu desejo de empreender?” e observou-se que, 35% o fizeram pela busca da independência financeira, 25% por necessidade de sobrevivência, 15% porque vislumbraram uma oportunidade ou uma visão estratégica e 10% fizeram por admiração ou incentivo dos pais. Uma entrevistada (5%) alegou outros motivos.

Gráfico 9 – Origem do Empreendimento

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

De acordo com as entrevistas, 65% das entrevistadas revelaram possuir um emprego anterior, enquanto 35% destas não tiveram nenhum emprego formal anterior.

Ao serem questionadas sobre qual era sua ocupação anterior, obteve-se os resultados expressos pelo Gráfico 10, onde: 25% haviam atuado profissionalmente como vendedora, 25%

como trabalhadora de escritórios de advocacia ou contabilidade, 15% como gestora, 10% cozinheira, 10% professora e 5% costureira.

Quanto ao aspecto de ocupação ou emprego anterior observa-se o gráfico 9 a seguir:

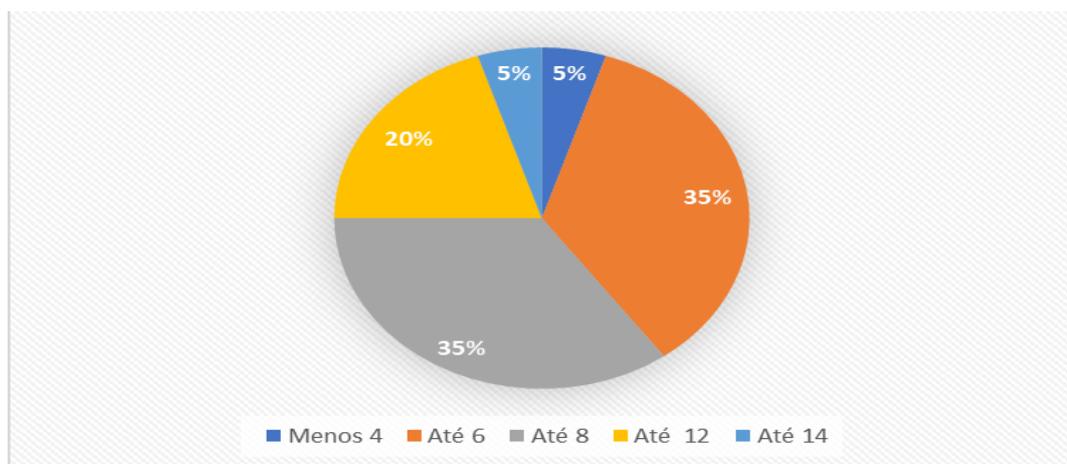
Gráfico 10 – Ocupação ou Emprego Anterior



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Também foi perguntado a respeito de quantas horas por dia cada empreendedora trabalha atualmente. A partir desta questão obteve-se que, 35% trabalham até 6 horas por dia, outras 35% trabalham até 8 horas por dia, 20% trabalham até 12 horas, 5% trabalham mais de 14 e 5% trabalham menos de 4 horas por dia (Gráfico 11). Perguntadas sobre o que envolve este tempo de trabalho gasto, verificou-se que, em sua maioria, está ligado a gestão ou execução de atividades relativas ao seu próprio negócio.

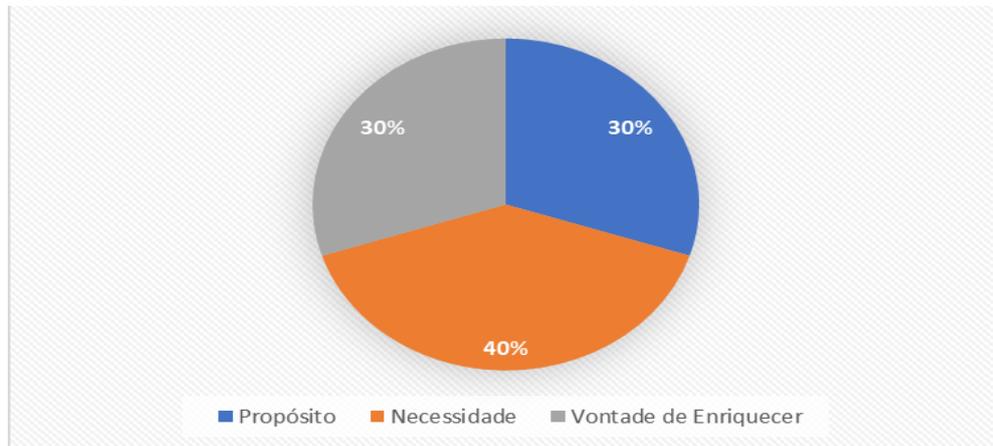
Gráfico 11 - Horas de Trabalho por Dia



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Outro questionamento foi a respeito do principal fator motivacional que as entrevistadas possuem para prosseguir atuando profissionalmente desta forma. O Gráfico 12 revela que 40% delas é motivada pela necessidade, 30% pelo propósito e 30% pela vontade de enriquecer.

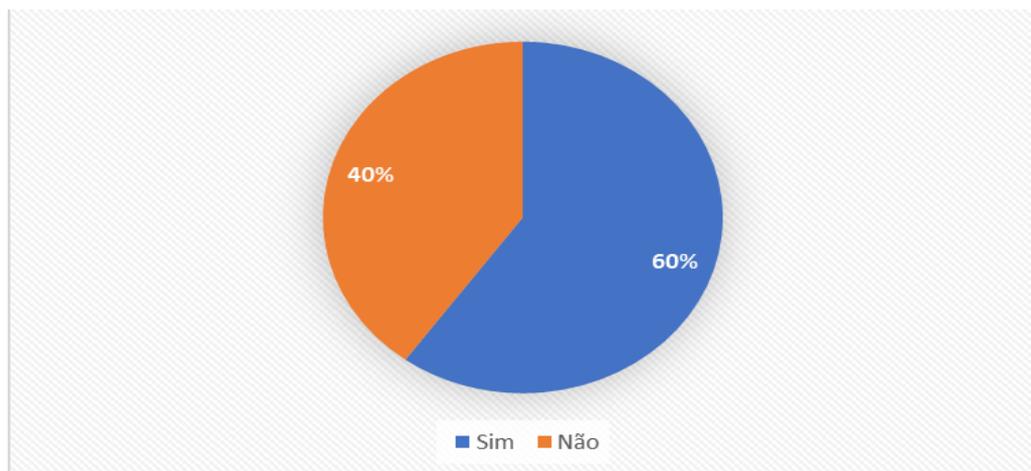
Gráfico 12 – Fator Motivacional



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

De acordo com o gráfico 13 observa-se que 60% planejou o seu negócio, enquanto que 40% assim não o fez. Apesar disso, 70% delas acredita que o planejamento facilita muito o processo, ao passo que 30% não reconhecem a importância e o benefício do planejamento.

Gráfico 13 – Você planejou o seu negócio?



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Também foi perguntado se elas eram responsáveis diretas pela gestão do seu negócio. O Gráfico 14 revela que 90% das empreendedoras responderam sim, que são as responsáveis

diretas pela gestão de seus empreendimentos, contra 10% que indicaram não fazer a própria gestão.

Gráfico 14 - Você é a responsável pela gestão do Empreendimento?

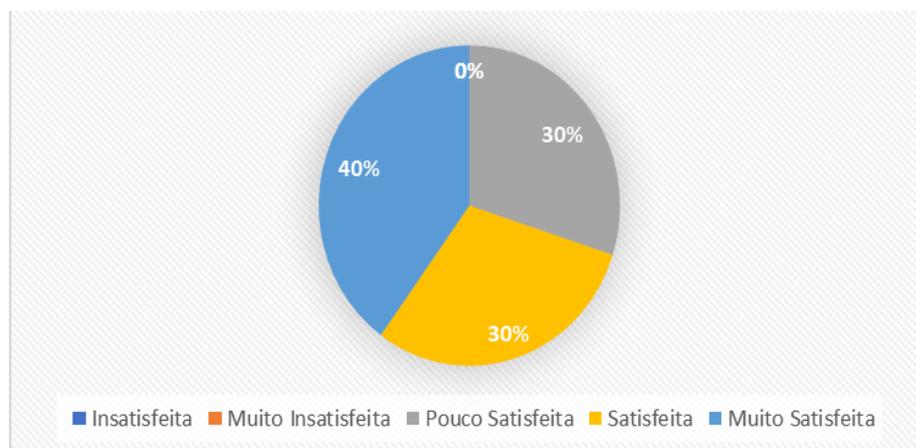


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Toda instituição, independentemente de seu porte (tamanho) e nicho de atuação, está incluída em um cenário marcado de forma direta por ameaças e oportunidades que devem ser identificadas, analisadas e dribladas de forma constante e estratégica para que possa manter-se ativa. Desse modo, as ferramentas de gestão, são mecanismos indispensáveis na gestão do negócio: facilita a tomada de decisão, agrega valor e imprime uma cultura de melhoria contínua dos processos, das ações, dos produtos e serviços.

Ainda foram questionadas sobre como elas se sentem com relação ao que fazem atualmente, 40% consideraram-se muito satisfeitas, 30% satisfeitas, e outras 30% pouco satisfeitas. Não houve nenhum registro de insatisfeitas ou muito insatisfeitas (Gráfico 15).

Gráfico 15 - Sentimento com Relação a Atuação Profissional

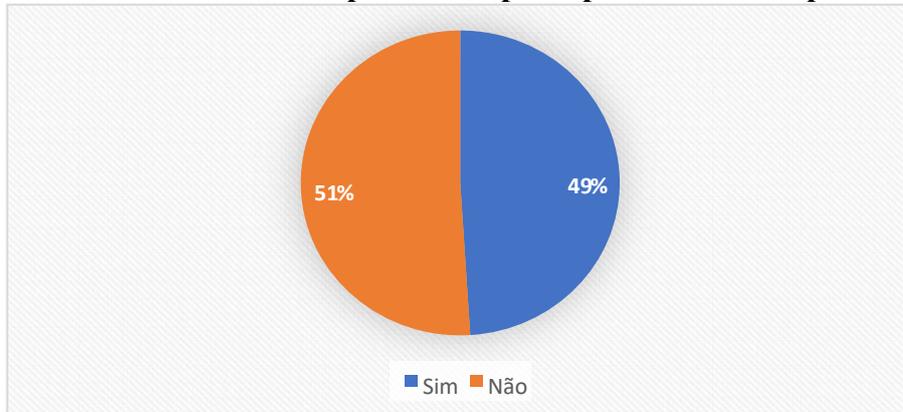


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Sobre os principais obstáculos enfrentados, as entrevistadas citaram: a falta de conhecimento do mercado; problemas relacionados à gestão; dificuldade de obter recursos financeiros; falta de apoio; inadimplência dos clientes; excesso de burocracias; dentre outros. Todas elas têm como plano e sonho para o futuro, se manterem ativas, ampliarem os seus empreendimentos e dominarem o mercado, deixando a empresa para seus sucessores.

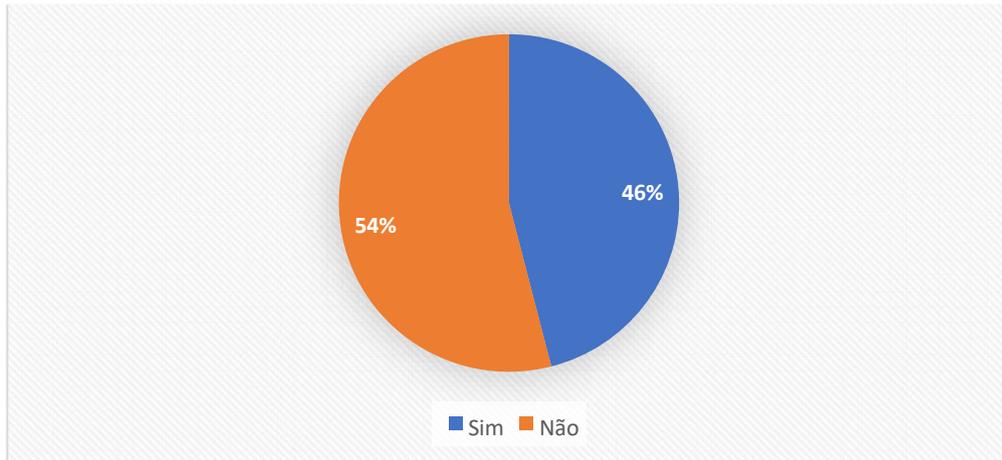
Quanto à preocupação com relação à empresa, seis entrevistadas responderam não haver nenhuma. As demais apontaram a rotatividade e a instabilidade política e econômica e a falta de familiares envolvidos com o negócio.

Gráfico 16 - Separa as despesas pessoais e da empresa?



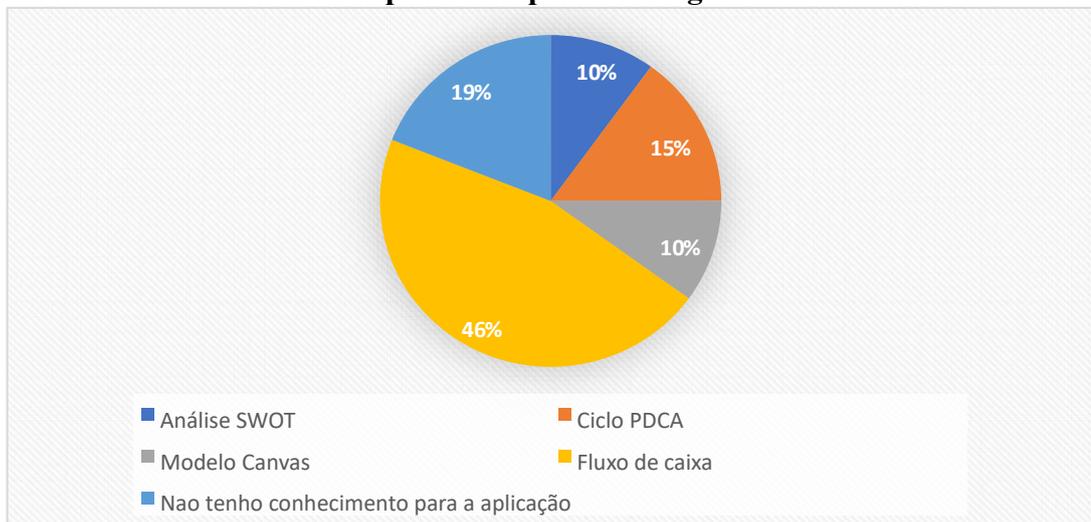
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Observou-se que do total das entrevistadas, 49% separam as finanças pessoais das finanças empresariais, enquanto 51% não o faz, tal prática é de grande relevância, pois, por meio desta separação a empresa detém maior controle e reduz os riscos de prejuízos e falência por falha de gestão (QUINTANA, 2011).

Gráfico 17 - Realiza fluxo de caixa?

Fonte: DADOS DA PESQUISA (2022).

Quanto a realização de fluxo de caixa, 54% dos entrevistados afirmam que não o fazem, e 46% afirmam que o fazem, sendo essa de grande relevância como pontua Oliveira (2001), o fluxo de caixa servirá como uma ferramenta tática em certos momentos, já que seus resultados afetam os negócios em curto prazo, e principalmente em longo prazo.

Gráfico 18 - Conhece e pratica as práticas de gestão mencionadas?

Fonte: DADOS DA PESQUISA (2022).

Quanto as práticas questionadas, 46% afirmaram que pratica o fluxo de caixa sendo a ferramenta mais popular, no entanto 19% afirmaram não aplicar as ferramentas por falta de conhecimento, 15% aplicam o ciclo PDCA, e 10% a análise SWOT e 10% o modelo Canvas.

De acordo com Quintana (2011) o fluxo de caixa é uma ferramenta essencial, pois, por meio da análise de um resultado negativo ou abaixo do esperado gera a falta de previsibilidade

de futuros resultados que por sua vez geram uma dependência financeira da empresa, que se limita na tomada de decisões em curto prazo devendo então em caso de resultados indesejados rapidamente uma obter uma estratégia bem definida para solucionar o problema.

A respeito da compreensão do ato de empreender, todas as entrevistadas demonstraram possuir boa concepção, relacionando a prática de uma atividade econômica de modo inovador e diferenciado, atendendo a uma necessidade ou público, que até o momento não eram atendidos por outro empreendedor ou comércio/profissional. Relacionam o empreendedorismo a uma atitude diferenciada do convencional. Todas se consideram mulheres empreendedoras e afirmam serem admiradas por seus companheiros, pais, filhos e amigos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho permitiu abordar o empreendedorismo feminino e as práticas de gestão aplicadas por mulheres empreendedoras, a pesquisa selecionou empreendedoras de pequenos negócios da cidade de Rio Verde - GO. O início ocorreu com baixo investimento, a partir de necessidades que as levaram a empreender, buscar mais conhecimentos e aprimoramento para a atividade escolhida, que lhes permitiram se manter no mercado.

As empreendedoras rio-verdenses devem lidar com desafios e entraves, que mesmo presentes, colocam para cada uma, demandas a serem enfrentadas. No tocante à falta de conhecimentos do mercado, ferramentas como a Análise SWOT, a pesquisa de mercado, análise da concorrência, produto ou serviço entre outras, podem ser adotadas e auxiliar de forma qualitativa o empreendedor. Já, a obtenção de recursos, a falta de apoio, o excesso de burocracias, são dilemas que fogem do seu controle por envolver instâncias superiores, dificultando seu enfrentamento, que demandam outros níveis de articulação.

Motivadas pelo desejo de alcançar a independência financeira, resolver suas necessidades, e por visualizar uma oportunidade, a partir da ampliação de sua visão estratégica, após emprego formal, optaram pelo próprio negócio. Continuam mantendo sua motivação, seja por necessidade, ou por um propósito, além da vontade de enriquecer. Embora satisfeitas com o que já conquistaram, percebem a necessidade de ampliar seus conhecimentos de mercado e de gestão, como caminho para superar obstáculos como a falta de recursos financeiros e de apoio, a inadimplência, as burocracias, entre outros. Sendo assim, o desejo de ampliar os seus empreendimentos é unanimidade entre elas.

Observou-se que o planejamento existiu e que todas compreendem a importância do mesmo como facilitador do processo. Sendo elas as próprias responsáveis pela gestão do negócio, compreendem a necessidade de aplicação de ferramentas de gestão diversas.

Foi possível concluir e assim contribuir que as ferramentas de gestão e a opção por antever ações podem aprimorar o alcance dos objetivos dos novos empreendimentos e permitir que sejam alcançadas melhores condições e resultados, cabendo a essas empreendedoras o estudo primário acerca das ferramentas de gestão e sua aplicabilidade na prática dos empreendimentos.

Além das análises de viabilidade dos projetos se constituem em tarefas primordiais para o sucesso. Sendo o planejamento uma condição para que a empreendedora descubra quais as melhores decisões, práticas e caminhos deverá percorrer, bem como, garantir um bom acompanhamento, gestão e desenvolvimento de sua empresa.

Sugere-se que, para dar continuidade a esta pesquisa, novos estudos sejam realizados visando melhor destringir e especificar as ferramentas aplicadas e sua eficácia, bem como as principais dificuldades de gestão encontradas por mulheres empreendedoras.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, I. C.; GOMES, A. F. **Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow.** EnANPAD, Rio de Janeiro, setembro 2011. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR3104.pdf>>. Acesso em: nov. 2022.

ALVES, Fernando; SANTOS Ana Luísa. **SÃO PAULO: mesmo com cenário desafiador, empreendedorismo feminino ganha força.** Disponível em: <https://brasil61.com/n/sao-paulo-mesmo-com-cenario-desafiador-empreendedorismo-feminino-ganha-forca-pind233764>. Acesso em jan. 2024.

ARAÚJO FILHO, R. R. **Um estudo sobre violência doméstica contra a mulher e políticas públicas.** 2011. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/um-estudo-sobreviolencia-domestica-contra-a-mulher-e-politicas-publicas/82001/#ixzz3CRuHIZQk>. Acesso em: nov. 2022.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 2014. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>>. Acesso em: nov. 2022.

BRAGA, C. **Planejamento estratégico sistêmico.** Disponível em: <<https://www.beefpoint.com.br/planejamento-estrategico-sistemico-23910/>>. Acesso em nov. 2022.

BRAGA, D.; OLIVEIRA, B. **Empreendedorismo feminino no Brasil aumenta 41% durante a pandemia, diz LinkedIn**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/empreendedorismo-feminino-no-brasil-aumenta-41-durante-a-pandemia-diz-linkedin/>. Acesso em jan. 2024.

CARREIRA, S. D. S. et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. Florianópolis: **Navus**, v. 5, 2015. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/3504/350450617002.pdf>>. Acesso em: nov. 2022.

CLEMENTE, Lucas. **Ferramentas de Gestão Empresarial**. 2018. Disponível em: <https://blog.inepadconsulting.com.br/ferramentas-de-gestao-empresarial/>. Acesso em nov. 2022.

CRESOL. **Dia do Empreendedorismo Feminino: conheça essa data** Disponível em: <https://blog.cresol.com.br/dia-do-empreendedorismo-feminino-conheca-essa-data/>. Acesso em jan. 2024.

DEGEN, R. J. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v. 10, n. 21, mai/ago 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/21758069>. 2008 v10n21p11>. Acesso em: nov. 2022.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DE SOUZA, Jéssica Damas et al. O papel exercido pela mulher no comércio do centro de Tubarão. **Navus-Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 2, n. 1, p. 99-107, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo - Transformando Ideias em Negócios**. 3 edição. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

DOS SANTOS, Cintia Batista et al. **EMPREENDEDORISMO FEMININO: um estudo de caso sobre as razões empreendedoras no município de João Pinheiro–MG**. Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação, v. 7, p. 31-55, 2021.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Práticas e Princípios**. 1ª. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

DUARTE, R. D. **Mortalidade das empresas cresce 23% no Brasil em 2021: saiba como evitar a falência do seu negócio**. Disponível em: <<https://www.robertodiasduarte.com.br/mortalidade-das-empresas-cresce-23-no-brasil-em2021-saiba-como-evitar-a-falencia-do-seu-negocio/#gsc.tab=0>>. Acesso em mar. 2023.

FIGUEIREDO, Sandra; CAGGIANO, Paulo César. **Controladoria: teoria e prática**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista da Administração, São Paulo**, v. 34, abril/junho 1999. ISSN 2. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/18122/empreendedorismo--empreendedores-e-proprietarios-gerentes-de-pequenos-negocios>>. Acesso em nov. 2022.

FILION, L. J. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE - Revista de Administração de Empresas/EAESP/FGV**, São Paulo, Jul/Set. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n3/v40n3a13.pdf>>. Acesso em: nov. 2022.

GANDRA, A. **Dois em cada três jovens brasileiros planejam empreender nos próximos anos**. Agência Brasil, 2017. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-01/jovens-empreendedores-no-brasilsao-mais-ligados-causas-eticas-e-ambientais> Acesso em: nov. 2022.

GEM-BRASIL. **Global Entrepreneurship Monitor**. SEBRAE/IBQP/FGV. [S.l.], p. 23. 2017.

_____. **Global Entrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo no Brasil: 2016 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017. 208 p.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9ª Edição. ed. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda, 2014.

HORTELA, Tais Mara. **Sebrae Em Dados - Empreendedorismo Feminino**. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-empreendedorismo-feminino>. Acesso em jan. 2023.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio Verde – Goiás. Disponível em www.ibge.gov.br. Acesso em Jan. 2024.

IMB – INSTITUTO MAURO BORGES DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. Informe Técnico: Agronegócio Goiano. Disponível em: <<http://www.imb.go.gov.br/files/docs/publicacoes/informes-tecnicos/2018/03-agronegocio-goiano-201801.pdf>>. Acesso em jan. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Produção Agrícola Municipal. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/>. Acesso em jan. 2024.

LAKATOS, E. M. MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA-FILHO, D. D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, v. 11, n. 24, mai/ago 2009. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/21758077.2009v11n24p246>>. Acesso em 20 nov. 2022.

MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**, Santa Catarina, 2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/84447>>. Acesso em: 11 nov. 2022.

MENDES, D. **Brasil tem mais de 2 milhões de novas empresas abertas no 1º semestre de 2022**. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/brasil-temmais-de-2-milhoes-de-novas-empresas-abertas-no-1o-semester-de-2022/> Acesso em: nov. 2022.

MORGAN, G. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 2002. Acesso em: 04 fevereiro 2022.

OLIVEIRA, M. J. D. C. Empreendedorismo: A importância do plano de negócios para a constituição e desenvolvimento de uma empresa. **Revista Especialize On-line IPOG**, Goiânia, 2017.

OLIVEIRA, A. M. de. **Informações contábeis-financeiras para empreendedores de empresas de pequeno porte**. São Paulo: 2001. Dissertação de Mestrado, FEA/USP.

QUINTANA, A. C. **Análise da utilização da demonstração do fluxo de caixa como um instrumento de gestão financeira nas sociedades anônimas de capital aberto do Estado do Rio Grande Sul**. UFSC, Florianópolis, 2011.

PASSOS, Haihani Silva. **Zoneamento urbano de Rio Verde**: Uma proposta para ordenamento do uso do solo. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação Universidade Alves Faria - ALFA, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional: Goiânia, 2010.

REZENDE, E. de F. **Os múltiplos papéis da mulher trabalhadora: um olhar do Serviço Social**. 2010. Disponível em:<<http://catolicaonline.com.br/revistadacatolica2/artigosv3n5/artigo17.pdf>>. Acesso em nov. 2022.

SEBRAE. **“Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2022” (com dados até III trim/22)**. Março, 2023. Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2023/03/Pesquisa-Emp-Feminino-2022.pdf>> Acesso em abr. 2022.

SERPRO. **Quantidade de empresas abertas em um ano é a maior da história**. 2022. Disponível em: <<https://www.serpro.gov.br/menu/noticias/noticias-2022/mapa-empresasbalanco-2021>>. Acesso em mar. 2023.

SILVA, M. V. **Violência contra a mulher: quem mete a colher?** São Paulo: Cortez, 1992.

SILVEIRA, Michel Rezende da. **A dinâmica do agronegócio no estado de Goiás e a centralidade do município de Rio Verde**. 2016. 225 f., il. Tese (Doutorado em Geografia)—Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

VAZ, C. de F. M. **A inserção da mulher no mercado de trabalho e o surgimento da profissão secretária**. 2009. Disponível em:<www.upf.br/seer/index.php/ser/article/download/1783/1188>. Acesso em nov. 2022.

ANEXO
ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO

1- Idade:

- 18 e 25 anos
- 26 e 35 anos
- 36 e 45 anos
- 46 a 65 anos
- Acima de 65 anos

2- Escolaridade:

- EF
- EM
- ES
- Pós graduação
- Mestrado
- Doutorado

3- Estado civil

- Casada
- Solteira
- União est.
- Viúva
- Divorciada

4- Possuem filhos:

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4 ou mais

5- Tempo de atividade

- até 1 ano
- entre 1 e 3 anos
- 4 a 10 anos
- mais de 10 anos

6- Tipo de empreendimento

- MEI
- ME
- EPP

7- Setor ou ramo da atividade

- moda
- produtos alimentícios

- serviços / estética
- venda de produtos de estética
- consultorias
- franquias
- e-commerce
- digital influencer
- pet shop
- outros

8- Número de empregados

- 0 / não
- 1
- 2
- 3
- 3 a 5
- 5 a 10
- 11 a 20
- acima de 20

9- Origem do desejo de empreender

- busca da independência financeira
- necessidade de sobrevivência
- vislumbraram uma oportunidade ou uma visão estratégica
- admiração ou incentivo dos pais
- outros motivos.

10- Ocupação anterior

- vendedora
- escritórios de advocacia ou contabilidade
- gestora
- cozinheira
- professora
- costureira
- outras

11- Carga horária

- até 6 horas por dia
- até 8 horas por dia,
- até 12 horas
- mais de 14 horas por dia
- menos de 4 horas por dia

12- Fator Motivacional

- propósito
- necessidade
- vontade de enriquecer

13- Planejou o seu negócio?

sim

não

14- Você é a responsável pela gestão do Empreendimento?

sim

não

15- Sentimento com Relação a Atuação Profissional

Insatisfeita

Muito insatisfeita

Pouco satisfeita

Satisfeita

Muito satisfeita

16- Separa as despesas pessoais e da empresa?

sim

não

17- Realiza fluxo de caixa?

sim

não

18- Conhece e pratica as práticas de gestão mencionadas?

fluxo de caixa

ciclo PDCA

análise SWOT

modelo Canvas.

não aplica por falta de conhecimento