



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA**

**ISADORA APINAGÉ LIMA**

**O PERFIL DE MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE ARAGUAÍNA-  
TO**

**Araguaína,TO**

**2022**

**Isadora Apinagé Lima**

**O perfil de mulheres empreendedoras na cidade de Araguaína-TO**

Artigo apresentado à Universidade Federal do Tocantins (UFT), Campus Universitário de Araguaína para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística.

Orientadora: Profª Ma. Beatriz Batista Costa

**Araguaína, TO**

**2022**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

L732p Lima, Isadora.  
O perfil de mulheres empreendedoras na cidade de Araguaína-TO.  
/ Isadora Lima. – Araguaína, TO, 2022.  
33 f.

Artigo de Graduação - Universidade Federal do Tocantins –  
Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Logística, 2022.

Orientadora : Beatriz Batista Costa

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3.  
Mulheres. 4. Trajetória. I. Título

**CDD 658.5**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

**Isadora Apinagé Lima**

**O perfil de mulheres empreendedoras na cidade de Araguaína-TO**

Artigo apresentado à UFT - Universidade Federal do Tocantins - Campus Universitário de Araguaína, Curso Superior de Tecnologia em Logística, foi avaliado para a obtenção do título de Tecnólogo em Logística e aprovado em sua forma final pela Orientadora e pela Banca Examinadora.

Data da aprovação: 27/06/2022

Banca Examinadora

---

Prof. Ma. Beatriz Batista Costa, Orientadora, UFT

---

Prof. Ma. Clarete de Itoz, Examinadora, UFT

---

Prof. Dr. David Gabriel de Barros Franco, Examinador, UFT

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar a Deus que fez com que meus objetivos fossem alcançados, durante todos esses anos de estudos e por me ajudar a ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo do curso.

Agradeço a minha família e amigos, por acreditarem em meu potencial, me apoiando e não medindo esforços para que eu obtivesse êxito em todas as etapas. Agradeço a todos os professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação ao longo do curso.

Aos professores que sempre se dedicaram a prestar um excelente trabalho e me orientar de forma clara e precisa, em especial a Professora Clarete de Itoz, que não desistiu de me ajudar a concluir este trabalho e não mediu esforços para passar seus conhecimentos durante as aulas.

## RESUMO

Apesar de todos os preconceitos e dificuldades que uma mulher enfrenta para avançar com sua carreira, cada vez mais, elas têm assumido posições de destaque no mercado de trabalho. Dessa forma o estudo teve como objetivo analisar o perfil de mulheres empreendedoras na cidade de Araguaína/TO. Buscou-se também identificar os setores econômicos com maior representatividade feminina, verificar os principais obstáculos e desafios enfrentados por microempreendedora. O estudo foi realizado através de uma pesquisa de campo, teve natureza descritiva e exploratória com abordagem qualitativa, subsidiada em pesquisa bibliográfica. A pesquisa foi realizada através de um questionário estruturado com perguntas objetivas e discursivas, com mulheres empreendedoras de diversos setores econômicos do município. Quanto aos resultados percebe-se que embora os desafios enfrentados desde a criação da empresa, o empreendedorismo contribui de maneira significativa com a renda familiar e as mulheres consideram que seu negócio proporciona novos aprendizados, liberdade, autonomia, satisfação e autorrealização.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Mulheres. Trajetória.

## **ABSTRACT**

Despite all the prejudices and difficulties that a woman faces to advance her career, increasingly, they have assumed prominent positions in the labor market. Thus, the study aimed to analyze the profile of women entrepreneurs in the city of Araguaína/TO. We also sought to identify the economic sectors with greater female representation, to verify the main obstacles and challenges faced by microentrepreneurs. The research was carried out through a case study, had descriptive and exploratory nature with a qualitative approach, subsidized in bibliographic research. The research was conducted through a structured questionnaire with objective and discursive questions, with women entrepreneurs from various economic sectors of the municipality. As for the results, it is perceived that although the challenges faced since the creation of the company, entrepreneurship contributes significantly to family income and women consider that their business provides new learning, freedom, autonomy, satisfaction and self-realization.

**Keyword:** Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Women. Trajectory.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1</b>	<b>A participação da mulher no mercado de trabalho.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2</b>	<b>Empreendedorismo feminino.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.1</b>	<b>Característica de mulheres empreendedoras.....</b>	<b>15</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>18</b>
<b>3.1</b>	<b>Processo de coleta de dados.....</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>21</b>
<b>4.1</b>	<b>Perfil social e profissional.....</b>	<b>21</b>
<b>4.2</b>	<b>Processos decisórios e motivações para empreender.....</b>	<b>23</b>
<b>4.3</b>	<b>Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras.....</b>	<b>25</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>27</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>29</b>
	<b>APÊNDICE.....</b>	<b>32</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história havia uma restrita participação de mulheres em relação aos homens na criação e expansão de novas empresas. Recentemente, houve um crescimento nas pesquisas em relação ao empreendedorismo feminino no Brasil, tendo então, o reconhecimento de que o empreendedorismo feminino vem causando impactos positivo na prosperidade econômica. De acordo com Martinho (2012) o empreendedorismo vem sendo visto tanto no meio políticos como acadêmico como um importante mecanismo, não só para o crescimento econômico, mas também para o desenvolvimento de uma sociedade mais inclusiva.

A criação de pequenos negócios tem contribuído para impulsionar a inovação e a competitividade, além de favorecer significamente para a criação de emprego e estabilidade política e social. O empreendedorismo é definido como a criação e desenvolvimento de pequenas empresas. Empreendedores iniciam um negócio por vários motivos, alguns podem identificar uma oportunidade, alguns são motivados por querer ganhar dinheiro ou horários de trabalho flexíveis, outros podem querer empregar membros da família ou sentir que não têm outra opção (GEM, 2019; Duminelli, 2017).

Segundo dados levantados pela *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* realizada no Brasil pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) em 2019 no cenário brasileiro, o número de mulheres à frente de negócios já estabelecidos no mercado é cerca de 13,9% e o número de empreendedoras à frente de novos negócios chega a 23,1% (GEM, 2019).

Deste modo, observa-se o crescimento significativo da mulher no mercado de trabalho através do empreendedorismo. No entanto, empreender não é uma tarefa fácil, e de acordo com a pesquisa *Sobrevivência de Empresas (2020)*, realizada com base em dados da Receita Federal o setor de microempreendedores individuais (MEI) apresentou a maior taxa de mortalidade de negócios em até cinco anos, a taxa de mortalidade dessa área é de 29%, já as microempresas têm taxa de 21,6% e as de pequeno porte, de 17% (GEM,2019).

No Brasil, a Taxa De Empreendedorismo Total (TTE) no ano de 2019 foi de 38,7%, representando, aproximadamente, 53 milhões de brasileiros adultos que realizavam alguma atividade empreendedora, como o envolvimento na criação ou na

consolidação de um novo negócio ou na manutenção de um empreendimento já estabelecido. A taxa dos empreendedores estabelecidos do sexo masculino foi de 18,4%, enquanto a do feminino foi de 13,9%, com uma diferença de 4,5 pontos percentuais. Em termos absolutos, estima-se que, mesmo com taxas de empreendedorismo total menores que as dos homens, a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 25,8 milhões, muito próxima dos 28,7 milhões de homens (GEM, 2019).

Iniciar um negócio em qualquer circunstância ainda há evidências de que alguns grupos podem achar mais difícil. Mulheres em particular, pode enfrentar algum grau de problemas adicionais ao tentar iniciar um o negócio, como por exemplo, acesso a recursos, incluindo finanças, habilidades e acesso a mercados. Segundo Marlow (1997), o empreendedorismo pode acabar sendo mais difícil para as mulheres, pois exige uma série de recursos como tempo e energia necessários para conduzir o negócio de modo eficaz, o que pode acabar entrando em conflitos com as tarefas domésticas e a criação dos filhos.

A atuação das mulheres no empreendedorismo busca, além da redução do preconceito, que rebaixa as mulheres a uma posição de inferioridade em relação aos homens, busca também um retorno econômico, independência financeira, elevação da autoestima e satisfação pessoal. Diante do exposto, este estudo tem como pergunta norteadora a seguinte questão: Quais as dificuldades e obstáculos enfrentados por empreendedoras na cidade de Araguaína-TO?

O estudo justifica-se a partir da necessidade acerca das transformações locais, por meio da inserção de mulheres no mercado de trabalho. Outro aspecto relevante é a expansão do empreendedorismo e a criação de novas empresas gerenciadas pelo gênero feminino, a geração de empregos diretos e indiretamente e a contribuição para o desenvolvimento econômico, social. Além de uma visão ampla que possibilita a criação de políticas públicas para apoio das atividades empreendedoras no Município de Araguaína-TO.

Nesse contexto, esta pesquisa tem como objetivo analisar o perfil de mulheres empreendedoras na cidade de Araguaína-TO, e como objetivos específicos buscou-se: I) identificar os setores econômicos com maior representatividade feminina; II) verificar os principais obstáculos e desafios enfrentados por microempreendedoras; e III) investigar o perfil empreendedor feminino na cidade de Araguaína-TO.

A pesquisa foi realizada através de um estudo de caso na cidade de Araguaína no Estado do Tocantins, teve natureza descritiva e exploratória com abordagem qualitativa, subsidiada em pesquisa bibliográfica. A pesquisa foi realizada através de um questionário com 12 perguntas objetivas e discursivas, com mulheres empreendedoras de diversos setores econômicos do município.

Este trabalho organiza-se da seguinte forma: primeiramente é feito a contextualização do estudo na introdução, com seus objetivos, justificativa e problemática; em seguida foi realizada uma reflexão teórica abordando assuntos pertinentes ao empreendedorismo feminino, participação da mulher no mercado de trabalho e características de mulheres empreendedoras. Na seção seguinte, trata-se dos procedimentos metodológicos utilizados para a construção da pesquisa. No quarto capítulo são apresentados os resultados do estudo; e finalizando o artigo, a quinta parte traz as considerações finais considerado o atingimento dos objetivos, as dificuldades e limitações enfrentadas, trazendo algumas recomendações para a realização de futuros trabalhos acerca do empreendedorismo feminino.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A participação da mulher no mercado de trabalho

Assim como em outros países devido uma subordinação histórica imposta às mulheres, no Brasil, a entrada desse gênero no mercado de trabalho foi tardia. Com diversas pautas de lutas por um espaço na sociedade as conquistas foram sendo obtidas, apesar do lento processo de inserção nos espaços, as mulheres começaram a ganhar voz ativa na sociedade. Devido as transformações ao longo dos anos, houve uma feminização em relação a alguns trabalhos, que seria julgado como trabalho apenas para o sexo feminino, como por exemplo; o setor terciário, área de serviços de limpeza, educação, saúde e emprego doméstico (AQUILINI E COSTA, 2003).

Historicamente a mulher era tratada deusa, escrava, ama-de-leite, caçadora ou mãe e a responsável por cuidar da família e dos afazeres domésticos, vivendo por muitos séculos, uma cultura patriarcal e machista. Segundo Fontanele Mourão (2006, p. 20) “Pode-se acreditar esta visão acerca da mulher a uma representação social herdada de uma cultura secular de discriminação e segregação das mulheres do âmbito público”.

Fontanele Mourão (2006) ressalta que qualquer atividade econômica que fosse realizada fora do lar, era restrita apenas a figura do homem, configurando ao longo da história, um cenário de inferioridade às mulheres dentro de uma sociedade dominada pelo sexo masculino. O que em partes contribuiu para a figura da mulher trabalhadora, fosse um sinal de imensa mudança na sua posição na sociedade.

Somente no final do século XVIII, com a Revolução Industrial, ocorreu o processo definitivo de inserção da mão-de-obra feminina nas indústrias. Contudo, tal mão de obra deveria ser barata, onde cumprir jornada de trabalho exorbitante com condições insalubres, além de ser submetidas a espancamentos e humilhações. (AS MULHERES E O MERCADO DE TRABALHO, 2017).

De acordo com Silva (2013) são diversos fatores que justificam o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, como: maior nível de escolaridade em relação aos homens até as alterações na composição familiar, com uma menor quantidade de filhos e novos valores referentes à inclusão da mulher na sociedade brasileira.

Segundo o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV-IBRE), um estudo realizado baseado em análise de dados da PNAD de 2021, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) entre os anos de 2014 e 2019, a taxa de participação feminina no mercado de trabalho cresceu continuamente e atingiu 54,34% em 2019. (IBGE, 2021). Tal crescimento do empreendedorismo feminino tem sido uma ferramenta onde direitos femininos e masculinos tem sido igualado na medida em que buscam posições mais relevantes nos negócios. Osório (2016) afirma que a presença das mulheres em pequenos negócios é equivalente aqueles que faturam até R\$ 3,6 milhões por ano, entre os anos de 2001 até 2011, onde as mesmas vêm conquistando cada vez mais espaço à frente das pequenas empresas e medias do Brasil.

## **2.2 Empreendedorismo Feminino**

O empreendedorismo teve um crescimento significativo em todo o mundo. Por outro lado, são apontados alguns limitantes na atuação feminina em relação a inserção ao mercado de trabalho, visto que elas ainda sofrem preconceito de gênero em diversos sentido como salário inferior, menos emprego, dentre outros. (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014).

Segundo Loiola (2016) o processo empreendedor já é dotado de dificuldades e empecilhos naturais, àqueles que buscam empreender. As mulheres, por conta de sua construção histórica atrelada ao gênero feminino, enfrentam dificuldades extras quando tentam empreender. O empreendedorismo feminino acarretou um aumento de responsabilidades para as mulheres uma vez que qualquer que seja o seu nível de desenvolvimento profissional na grande maioria das famílias ela ainda é a maior responsável pela casa e pelos filhos.

A evolução do número de mulheres no mundo empreendedor revela a construção e modificação das empresas ao longo dos anos, a quantidade de homens e mulheres que abriram novas empresas no país se manteve estável, e o número de homens é pouco maior que o de mulheres, sendo no Brasil a participação da mulher diferenciada, com uma nova conotação, principalmente frente a micro e médio empreendimentos (QUERINO; DOMINGUES; LUZ, 2013).

Autores como Silva, Mainardes & Lasso (2016) afirmam que, as mulheres estão começando a ganhar destaque em seus negócios, boa parte deste mérito

advém da força de vontade e capacidade de assumir riscos, porém, ainda existe uma certa dificuldade na obtenção de empréstimos bancários, por esta razão, optam por priorizar sua fonte própria de recursos. Observou ainda, que experiências adquiridas ao longo de trabalhos anteriores, colaboraram para a administração de seus próprios negócios.

Além disso, outras resistências estão relacionadas pela discriminação de gênero ou até mesmo pela cultura onde as mulheres eram vistas apenas para realização de tarefas domésticas e não como gestoras de negócios. Entretanto as mulheres não medem esforços e constantemente estão garantindo o seu espaço no mercado, enfrentando todas essas barreiras e preconceitos (FERNANDES e DUARTE, 2019).

No Brasil, o empreendedorismo feminino, teve um crescimento significativo da presença das mulheres na esfera econômica, apresenta um movimento diferente daquele tradicionalmente visto pela sociedade até então. Não se trata apenas de episódios de ingresso no mercado de trabalho para complementar a renda familiar, embora essa motivação também esteja presente, especialmente quando se consideram as sucessivas crises da economia brasileira e as altas taxas de emprego. Trata-se de uma mudança social de grandes proporções, pois envolve transformações nas expectativas de vida profissional, pessoas e nas relações familiares (Gomes, 2014).

A pesquisa GEM de 2018 mostra que cerca de 52 milhões de brasileiros estavam empreendendo no Brasil em 2018, dentre elas estão empreendedores iniciais, novos, nascentes e empreendedores estabelecidos (GEM, 2018). O empreendedorismo pode surgir da oportunidade ou necessidade do empreendedor:

Os empreendedores por oportunidade são aqueles que, quando indagados na entrevista de campo a que são submetidos, afirmam ter iniciado o negócio principalmente pelo fato de terem identificado uma oportunidade de negócio viável a ser concretizada no ambiente em que atuam; Os empreendedores por necessidade são aqueles que respondem que a criação do negócio foi efetivada pela falta de outras possibilidades para geração de renda e de ocupação.” (GEM, 2018, p. 11).

Conforme o relatório especial do SEBRAE (2019), sobre o empreendedorismo feminino no Brasil, fora perceptível que em 2018, quando comparado com os outros países, o Brasil teve a 7ª maior colocação de mulheres entre os empreendedores. Seguindo a mesma linha comparativa entre os dois

gêneros, a proporção de negócios criados por necessidade é maior no grupo das mulheres. Nesse sentido, 48% dos microempreendedores individuais existentes no Brasil são do sexo feminino, e se destacam em atividades de beleza, moda e alimentação.

Em relação às motivações para a abertura do seu próprio negócio, em 2018, 55,6% das mulheres no estágio inicial de seus negócios, foram motivadas por alguma oportunidade (GEM, 2018). Ou seja, identificaram uma oportunidade no mercado com chances de crescimento e investiram nessa ideia, partindo de várias análises e planejamentos. Enquanto que 44% optaram por abrir um empreendimento por necessidade, partindo de falta de oportunidade de trabalho no mercado e necessidade de uma segunda renda. Na sua maior parte, sem qualquer estudo de mercado ou planejamento (SEBRAE, 2018).

### 2.2.1 Característica de mulheres empreendedoras

A análise do empreendedorismo feminino tem despertado a atenção de investigadores, as autoras Buttner e Moore (1997) realizaram um estudo que analisou as razões pelas quais 129 mulheres executivas e profissionais deixaram grandes organizações para se tornarem empreendedoras, e como elas mediram o seu sucesso.

Os resultados do estudo indicaram que as motivações empreendedoras mais importantes das mulheres foram o desejo de desafio e a autodeterminação, assim como o desejo de tornar equilibrada as responsabilidades familiares e de trabalho. Outro aspecto que também foi importante envolveu os bloqueios para o avanço da carreira em grandes organizações, incluindo discriminação e dinâmica organizacional.

Constatou-se que essas empreendedoras medem o seu sucesso em termos de auto realização e a realização de metas próprias. Os lucros e o crescimento dos negócios, embora importantes, foram medidos como menos relevantes no seu sucesso como empreendedoras. Assim, a motivação para se tornarem empreendedoras estava relacionada, essencialmente, àqueles critérios que as mulheres utilizavam para medir seu sucesso, e que envolveu também a questão do conflito trabalho-família.

Para a maioria das mulheres, o empreendedorismo representa uma única estratégia de sobrevivência, tal exemplo são mulheres que migram de regiões subdesenvolvidas para economias desenvolvidas, buscando na ação empreendedora uma única forma de se sobressaírem.

Para Vita, Mari e Poggesi (2014), esse cruzamento entre gênero e origem étnica também pode ser visto como uma ajuda na criação de novas identidades empresariais que podem favorecer a criatividade e inovação com base na literatura sobre empreendedorismo, em particular o feminino, é possível perceber a diversidade de motivações e de características presentes nas ações de mulheres empreendedoras.

A questão da criação e condução de firmas por mulheres brasileiras possui grande relevância social e econômica no âmbito das micro, pequenas e médias empresas, pois é neste contexto que se concentram os empreendedores brasileiros dos quais 46% são mulheres, somando a expressiva cifra de 6,4 milhões de empreendedoras (GEM, 2003).

Conforme Bolson e Oliveira (2018) no mercado de trabalho mundial, ainda prevalece o preconceito de gênero, refletindo assim, salários abaixo do esperado e menos emprego. Porém essa colocação feminina no mundo de negócios trouxe mudanças principalmente na maneira de como se dão as relações profissionais e nas estratégias empresariais em pequenas empresas. O maior nível de escolaridade das mulheres quando comparado com o dos homens, as alterações nas composições familiares com um menor número de filhos são fatores que impulsionam o aumento da representatividade feminina no mercado de trabalho.

Em um estudo elaborado pelos autores Gazola, Guedes e Machado (2017, p. 85-99) os principais fatores que determinam o crescimento de empresas criadas por mulheres são: “a quantidade de horas de trabalho dedicadas ao negócio, o conhecimento prévio, a capacidade de ser criativa e inovadora, e a diversificação de produtos e serviços”. Ainda nesse mesmo estudo, os autores observaram que a avaliação de determinantes e dificuldades de crescimento das empresas foi influenciada pelo nível de escolaridade das empreendedoras.

Já Kassai (1996) destaca as características mais presentes em pesquisas que procuram examinar o perfil do empreendedor: necessidade de auto realização, necessidade de desenvolver sua criatividade, autoconfiança, dedicação, busca de conhecimento, iniciativa, independência e disposição para assumir riscos.

Para Ana Fontes, diretora da Rede Mulher Empreendedora, as mulheres têm um jeito diferente de fazer negócios: elas são mais participativas e menos agressivas na gestão. “Elas gostam de trocar ideias com parceiros, funcionários e colaboradores e também são mais cautelosas”, explica. Isso faz com elas se planejem melhor, mas também progridam de forma mais lenta.

Ficou evidente que elas são protagonistas de sua história, mas que também existe uma visão naturalizada dos gêneros, mesmo assim, elas não estão interessadas em fazer gênero de forma consciente (FERREIRA; NOGUEIRA 2013).

### 3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste estudo utilizou-se do método estudo de caso com orientação empírica de produção. O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento (YIN, 2001; GIL, 2007).

Do ponto de vista dos objetivos apresentados, este estudo foi desenvolvido por meio de uma pesquisa de natureza exploratória e descritiva. Segundo Koche (1997) o principal objetivo da pesquisa exploratória é proporcionar maior familiaridade com o objeto de estudo. Na maioria das vezes o pesquisador não dispõe de conhecimento suficiente para elaborar adequadamente um problema ou apresentar de forma mais específica uma hipótese. Nesse caso, é necessário “desencadear um processo de investigação que identifique a natureza do fenômeno e aponte as características essenciais das variáveis que se quer estudar”.

Para Gil (2008, p27) “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. O autor ressalta que entre os demais tipos de pesquisa, as pesquisas exploratórias são as que apresentam menor rigidez no planejamento e envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.

A pesquisa descritiva busca abordar as características de um fenômeno para que assim seja possível estabelecer possíveis relações entre as variáveis, permitindo ao investigador conhecer e interpretar a realidade sem que se possa interferir ou modificá-la. “Dentre as pesquisas descritivas salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, nível de escolaridade, nível de renda, estado de saúde física e mental etc.” (GIL, 2008, p.28).

Com relação a abordagem do problema utilizou-se pesquisa qualitativa, segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem.

Esta pesquisa foi desenvolvido com apoio de pesquisa bibliográfica. Segundo Marconi e Lakatos (1992), a pesquisa bibliográfica é o levantamento de

toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. Ela pode ser considerada como o primeiro passo de toda a pesquisa científica.

Gil (2002, p.44) salienta que “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído de livros e artigos científicos”. No qual, buscou-se, pesquisar e reunir ideias determinantes que pudessem servir de embasamento para o direcionamento da temática, através dos inúmeros autores que expressaram seus pensamentos, por via de materiais de apoio, como: livros, revistas, sites e artigos científicos.

### **3.1 Processo de coleta de dados e aplicação da pesquisa**

Inicialmente houve o levantamento e análise do material bibliográfico referente ao tema em questão para que assim fosse elaborado um referencial teórico que pudesse orientar sobre o problema da pesquisa. Foram levantadas, com base em textos, as características mais existentes em empreendedoras.

Como critério de inclusão foram escolhidos estudos que abordassem o empreendedorismo feminino, bem como as dificuldades e limitações enfrentadas pelo gênero feminino em relação ao empreendedorismo. Após a definição de todos estes pontos, analisou-se os estudos selecionados a fim de responder as seguintes questões norteadoras: Que dilemas as empreendedoras vivenciam? De que forma elas lidam com demandas conflitantes? Como articulam os espaços profissional, familiar e pessoal? Essas são as questões centrais para as quais se buscam respostas em busca de atender o objetivo da pesquisa.

Os resultados deste estudo são compostos por informações obtidas de 37 mulheres empreendedoras residentes do município de Araguaína no Norte do Estado do Tocantins. A coleta de dados aconteceu no mês de junho de 2022 através de questionário, aplicado a empreendedoras de diversos setores econômicos. O questionário foi elaborado com base em estudos de COUTO (2013) e SILVA (2021) com perguntas baseadas na intenção de obter resultados satisfatórios para resposta dos objetivos deste trabalho. O questionário é apresentado no Apêndice deste trabalho.

Foram contatadas 80 mulheres empreendedoras por meio de mensagens eletrônicas, no qual foram enviadas via e-mail um questionário com perguntas

objetivas e subjetivas para que houvesse o preenchimento do mesmo. Aproximadamente, 50 % das mulheres que completaram a pesquisa.

Foram consideradas a inclusão de mulheres empreendedoras que operam diferentes tipos de negócios, diferentes tamanhos de negócios e variedade no número de anos de operação. Tanto as mulheres que operavam negócios com um sócio quanto as mulheres que operavam negócios como proprietárias individuais foram incluídas na amostra, assim como, possuir uma empresa não franqueada atuando no mercado; ter significativa participação acionária no empreendimento; estar ativamente envolvida no dia-a-dia da empresa; desempenhar uma função de liderança administrativa e/ou técnica.

As mulheres empreendedoras que participaram do questionário do estudo variaram no tipo de negócios que operavam os seguintes tipos de negócios: Loja de roupas, cosméticos e artigos de artesanato. A partir desse questionário produziu-se os gráficos e análise que serviram de base para a discussão do tema escolhido.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi realizada no município de Araguaína no estado do Tocantins, situado na região norte do país. Sua população estimada em 2021 era de 186.245 habitantes, sendo o segundo mais populoso do estado, atrás apenas da capital Palmas. Araguaína é chamada de "Capital do Boi Gordo", uma vez que uma das principais fontes de renda é a criação de gado. (IBGE 2021).

### 4.1 Perfil social e profissional

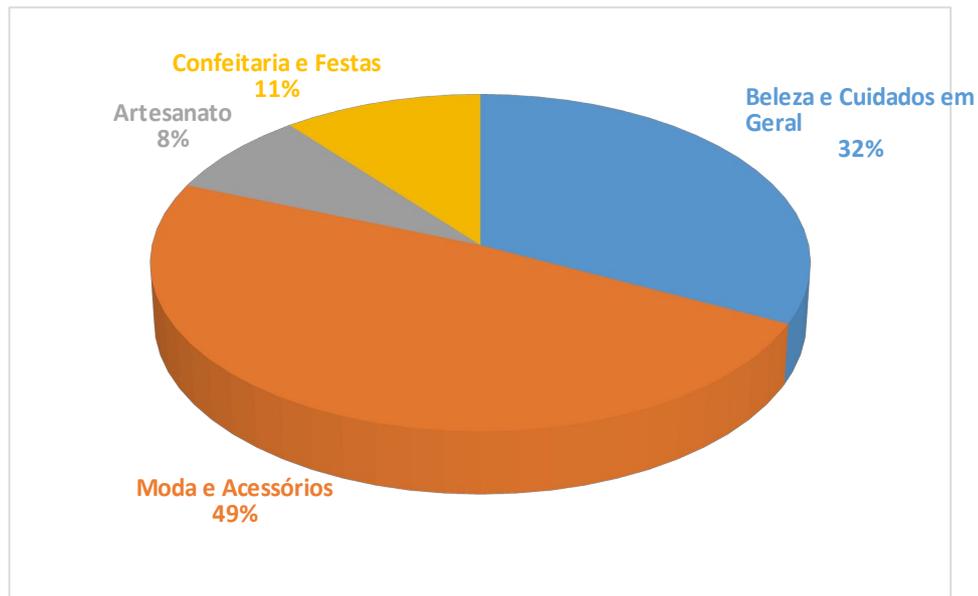
Analisando os dados obtidos, pôde-se constatar que 54% das empreendedoras da cidade de Araguaína/TO quando iniciaram o empreendimento pertenciam à faixa etária entre 18 e 25 anos, sendo considerado um público jovem. Outros resultados apontam a abertura de um negócio mais cedo ou mais tarde com 22% com menos de 18 anos, 19% com idade entre 26 e 35 anos e 05% com mais de 40 anos.

Quando questionadas sobre possuir filhos 59,46% das mulheres responderam que possuem e 40,54% responderam que não possuem. Enfatizando a questão trabalho-família enfrentada por essas mulheres no decorrer do empreendimento. A vertente trabalho-família foi abordada por Strobino e Teixeira (2014) que investigava três dimensões: a) tempo dispensado ao trabalho, muitas vezes maior do que o vivido quando eram funcionárias de empresas; b) tensão ocasionada pelos problemas gerados pela dedicação ao negócio; c) comportamento, que é resultante da carga elevada de trabalho e responsabilidades com a família.

Foi abordado também o nível de escolaridade das empreendedoras, constatou-se pelos dados que a maior parte com 43% têm o ensino superior completo, em seguida com as mesmas porcentagens vem o ensino médio e ensino superior incompleto com 22% e por último o ensino fundamental com 13%.

Com relação ao segmento empresarial no qual estão atuando, os resultados apontam que 49% das mulheres participantes estão entre o ramo de moda e acessórios, 32% no ramo de beleza e cuidados em geral, 11% em confeitaria e festas e 8% no ramo do artesanato. Podendo ser observado no Gráfico 01, abaixo:

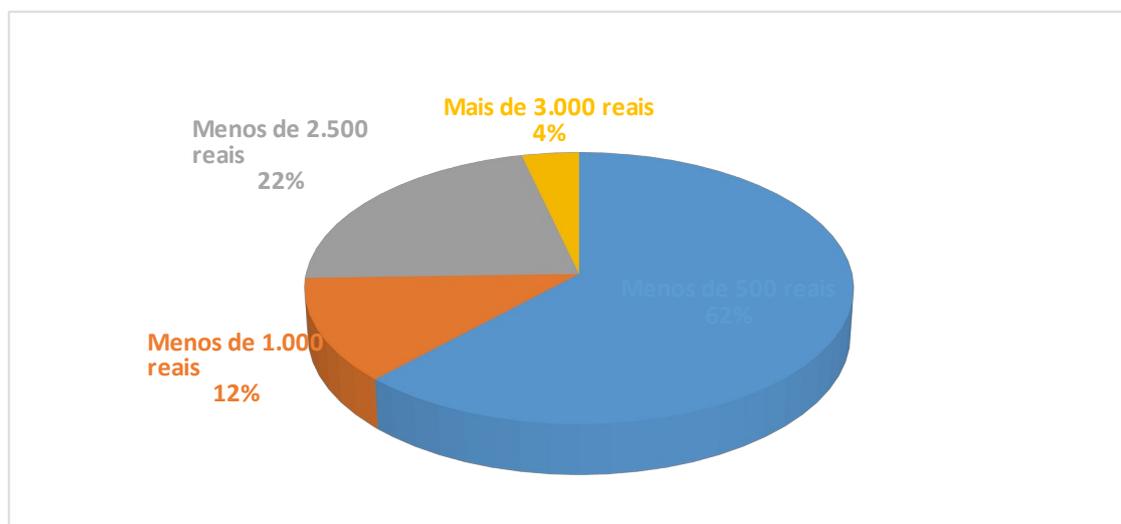
Gráfico 01: Segmento empresarial



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Sobre o investimento realizado no início do empreendimento, a quantia utilizada para dar o ponta pé inicial para empreender: 62% investiram menos de 500 reais, 12% investiram menos de 1.000 reais, 22% menos de 2.500 reais e 4% investiram mais de 3.000 reais.

Gráfico 02: Investimento Inicial



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Sobre o atendimento, questionamos qual forma elas utilizavam para atender os clientes, se atendiam somente virtual ou físico e virtual, 70,6% atendem

de forma física e virtual e 29,4% atendem somente virtualmente seus clientes. Para Dornellas (2008) muitos negócios totalmente online irão continuar a surgir, mas o mais comum será a junção de competências do mundo real com complementos apenas do mundo virtual.

#### 4.2 Processos decisórios e motivações para empreender

Estudos apontam que uma das principais motivações que levam o sexo feminino a empreender estar relacionada como uma forma de atingirem um nível de realização pessoal e independência financeira mais elevada, buscam abrir seu próprio negócio por falta de oportunidade no mercado e para obter uma renda extra.

Através do gráfico 03 foram analisadas como as mulheres respondentes se tornaram empreendedoras.

Gráfico 03: Motivações para empreender



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Deste modo, 73% buscavam Independência financeira/ Pretensão salarial maior; 0% responderam flexibilidade de horário; 8,1% começaram a empreender devido à falta de oportunidade no mercado; e 2,7% devido a Frustração no emprego anterior. Portanto houve algumas respostas na opção “outros” que foram: “Vontade

de colocar em prática minhas ideias e habilidades sem pedir permissão”, “desvalorização da mão de obra” e “vencer a depressão e a dificuldade financeira”.

Com relação a sua realização, quando questionadas se estas empreendedoras já atingiram seus objetivos iniciais ou se sentiam realizadas, 61% destacaram que sim, enquanto 39% que não. As pesquisas têm demonstrado que as mulheres estão em busca da autorrealização pessoal através da criação e do comando de seus próprios negócios (Jonathan, 2001; Moore & Buttner, 1997).

Deste modo, ao questioná-las em “Como sua empresa começou” as respostas foram as mais diversas: Dentre elas as empreendedoras responderam que “iniciaram de porta em porta” assim como, “após um período difícil na CLT e a necessidade de abrir o próprio negócio”.

“Começou focada no varejo, nas classes C e D, e usando as redes sociais ao nosso favor. A decisão de não abrir um ponto físico foi pelo fato de termos feito um plano de negócios que nos indicou que deveríamos começar do jeito certo, focando mais em estratégia que em estrutura. Isso nos deu a possibilidade de termos mais folego no caixa e menos despesas.” (E1)

“Quando decidi atender o público feminino e foi quando abri minha academia feminina, com várias aulas coletivas. Meu objetivo sempre foi ajudar as mulheres a conquistarem o corpo que sempre desejaram”. (E5)

“Com um sonho de ter minha independência financeira e trabalhar com roupas fitness, comecei comprando um pouquinho de peças e vendendo de porta em porta, assim foi dando certo e desenvolvendo a cada dia”. (E10)

“Começou a partir da ideia de inovar na hora de presentear a pessoa que você ama, uma vez que Araguaína quase não tem empresas que vendem presentes personalizados, logo a ideia seria/é uma ótima escolha para empreendimento”. (E7)

Houve também respostas ligadas à necessidade do quesito trabalho-família já citado durante este trabalho: “desejo de fazer algo mais além de cuidar da família”.

“Quando tive meu primeiro filho, vi que era bem mais difícil trabalhar fora. Então resolvi trabalhar com algo que me identificasse e conheci o mundo de designer de sobancelhas e cílios, hoje amo o que faço!”. (E3)

Esta questão ganha maior visibilidade na medida em que mulheres, e especificamente mães, que trabalham apresentam melhores índices de bem-estar e de satisfação (Cherlin, 2001; Vandewater, Ostrove & Stewart, 1997). Tais dados sugerem a necessidade de modificar o pensamento em relação ao trabalho

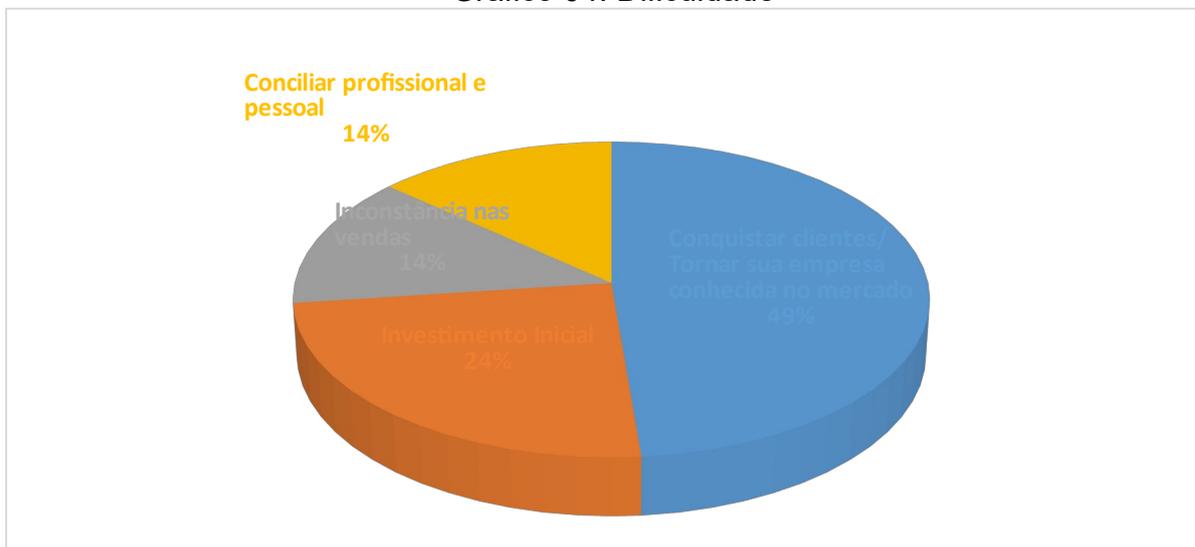
feminino, de questionar o tabu do fardo que o trabalho fora do lar representa para as mulheres.

### 4.3 Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras

Já foram abordadas diversas vezes no decorrer do trabalho a questão das dificuldades enfrentadas pelas mulheres na trajetória do empreendedorismo, os autores Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) descrevem que: “A conciliação dos múltiplos papéis da mãe, esposa e empreendedora é uma das dificuldades mais destacadas.”.

Ao serem questionadas qual teria sido a maior dificuldade enfrentada no início do empreendimento, 49% enfatizaram a questão da conquista e fidelização de clientes, além de tentar fazer a sua empresa conhecida no mercado; 24% destacaram que foi Investimento inicial; 14% relataram que foi conciliar profissional e pessoal, enquanto que enquanto 13% seria a inconstância nas vendas.

Gráfico 04: Dificuldade



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Por fim, realizou-se uma pergunta aberta a fim de compreender “O que ainda não conquistou e que pretende realizar?”. Nesta questão, observou-se as mais diversas respostas, dentre elas, “Ter uma clientela maior”, “Expandir a empresa”, “Abrir uma loja física” e “Pretendo conquistar inicial o mercado de presentes personalizados do Tocantins, e depois da Região Norte e assim sucessivamente”.

“Um empreendedor de verdade nunca pode se limitar e parar onde está, pretendo e viso sempre outros lugares e conquistas diferentes para a marca” (E2)

“Não conquistei meu objetivo inicial ainda. Pretendo conquistar inicial o mercado de presentes personalizados do Tocantins, e depois da Região Norte e assim sucessivamente” (E12)

“Temos muitas coisas que não realizamos, mas que trabalhamos para concretizar. Mas no momento pretendemos ter profissionais capacitados para construir sonhos e vestir mulheres reais” (E24)

Percebe-se que hoje a maioria delas já obteve realizações importantes, mas não estagnam em apenas um sonho, consolidando o pensamento de Cunha (2011) que afirma que o empreendedor é aquele que sonha, e realiza motivado pelo desejo de autorrealização e de assumir riscos e responsabilidades. Goza de capacidade para fazer acontecer, tendo sempre novas ideias, acredita que suas ações possam gerar consequências positivas, e cria atividades empresariais crescentes que geram lucratividade, e sem deixar que se tornem rotineiras. Observa-se que o empreendedor tem paixão, criatividade e se dedica intensamente aquilo que quer realizar, aprende através de experiências e como tem um alto nível crítico está sempre avaliando e controlando seu comportamento em busca do seu autodesenvolvimento.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho se desenvolveu com a problemática de analisar o perfil empreendedor da mulher em Araguaína - TO, bem como estas se tornaram donas de seus próprios negócios. Ao analisar o perfil e as características das empreendedoras, foi possível constatar que a maioria das respondentes são mulheres jovens, na faixa etária entre 18 a 25 anos, e que buscam uma independência ou estabilidade financeira.

Este estudo buscou contribuir para a identificação do perfil da empreendedora brasileira, suas dificuldades e influências. Buscou contribuir também para o melhor entendimento das razões pelas quais as mulheres araguanenses entram no empreendedorismo.

Percebe-se que hoje a maioria dessas empreendedoras contribui, de maneira significativa, com a renda familiar e consideram que seu negócio proporciona a elas novos aprendizados, liberdade, autonomia, satisfação e realização.

Os ramos de negócios das empreendedoras entrevistadas estão os de moda e acessórios, o que é maioria, artesanato, beleza, cuidados em geral e confeitaria. Como se pode observar, são atividades nas quais as mulheres têm habilidades e conhecimento por própria experiência. Viram uma boa oportunidade de negócio e usando de criatividade resolveram empreender.

O objetivo da pesquisa foi alcançado na medida em que se pode aferir no resultado, identificando os setores econômicos em que as empreendedoras atuam e sua representatividade, as dificuldades enfrentadas por elas ao empreender e o perfil de cada mulher representada através do questionário, considerando as perspectivas de futuro dessas empreendedoras.

A realização desta pesquisa contribuiu para a análise do perfil empreendedor no município de Araguaína-TO, auxiliando no processo de empreendedorismo feminino e suas principais atuações. Foram identificadas as principais dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras entrevistadas, no início de abertura do negócio, dentre as dificuldades enfrentadas inicialmente, as empreendedoras relataram tornar o seu negócio conhecido e conquistar clientes para tal.

Para estudos futuros, é interessante que sejam realizadas pesquisas com maior campo de amostragem e um questionário mais abrangente e detalhado, a fim de conhecer a fundo seus empreendimentos e características pessoais das empreendedoras. Recomenda-se ainda, pesquisar as empreendedoras segundo os diferentes ramos de negócio, separadamente, buscando captar as suas

particularidades. Por fim, sugere-se que realizem pesquisas buscando identificar empreendedoras num âmbito geográfico de nível estadual, ou até em demais regiões do país.

## **REFERÊNCIAS**

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. **Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em história de vida.** Revista de Ciências da Administração, v. 16, nº 40, p. 221-234, dez. 2014.

AQUILINI, Guiomar de Haro; COSTA, Patrícia Lino. **O sobre-desemprego e a inatividade das mulheres na metrópole paulista.** Estudos Avançados, São Paulo, v.17, n.49, 2003, p.17-33. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext & pid=S0103-40142003000300003 & lng= en\ nrm=isso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142003000300003&lng=en&nrm=isso)

BOLSON, Saionara Branco; OLIVEIRA, Líbia Maria Paiva. **Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas, v. 3, n. 2, p. 84-102, Mai./Ago. 2018.

BUTTNER, E. Holly; MOORE, Dorothy P. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. Journal of Small Business Management, Jan., p. 34-47, 1997.

CADERNO. **CADERNOS DE FORMAÇÃO Mulheres: mundo do trabalho e autonomia econômica As mulheres e o mercado de trabalho.** [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.eco.unicamp.br/images/arquivos/Caderno-3-web.pdf>>. CHERLIN, A. J. (2001). Public and private families: An introduction (3rd ed.). New York: Mc Graw Hill.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. **Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa.** In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens.* 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.**3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books/about/Empreendedorismo.html?hl=pt-BR&id=oKlayz7rBVIC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/Empreendedorismo.html?hl=pt-BR&id=oKlayz7rBVIC&redir_esc=y)>. Acesso em: 12 abr. 2022

FERNANDES, A. S.; DUARTE, K. A. **Empreendedorismo feminino: análise de perfil de mulheres empreendedoras no Brasil.** Cosmopolita em Ação. v. 6, n. 2, 2019.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. **Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino.** Rev. adm. contemp., v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v17n4/a02v17n4.pdf>.

FONTANELE-MOURÃO, Tânia Maria. **Mulheres no topo da carreira: flexibilidade e persistência.** Brasília, Secretaria Especial de Políticas para as mulheres, p. 20, 2006.

GAZOLA, Sebastião; GUEDES, Alexandre; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. **Determinantes e dificuldade de crescimento para mulheres empreendedoras.** Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 85-99, Jan/Mar 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - **GEM. Empreendedorismo no Brasil - 2018**. Curitiba: IBQP, 2018. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 22 set. 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - **GEM. Empreendedorismo no Brasil - 2019**: relatório executivo. Curitiba: IBQP, 2020.

Gil, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua 2018). Disponível em: < <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html> >. Acesso em: 22 de maio de 2022

Jonathan, E. G. (2001). **Mulheres empreendedoras: Quebrando alguns tabus**. In Anais do III Encontro Nacional de Empreendedorismo – ESANENPRE [CD-ROM]. Florianópolis, SC: Editora da Universidade Federal de Santa Catarina.

KASSAI, Silvia. **As Empresas de Pequeno Porte e a Contabilidade**. São Paulo: 1996. Dissertação de Mestrado, FEA /USP. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/cest/n15/n15a04> >.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos da metodologia científica: teoria da ciência e prática de pesquisa**. 14. ed. rev. e atual. Petrópolis: Vozes, 1997.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LOIOLA, Camila Coutinho. Mulher empreendedora: dificuldades e preconceitos. 2016. 50f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração de Empresas). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

MARLOW, S. *Self-employed women: new opportunities, old challenges?* **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 9, n. 3, p. 199-210, 1997.

Meline Vitali Duminelli, Marina de Bettio Topanotti y Cristina Keiko Yamaguchi (2017): **Análise dos estudos sobre o empreendedorismo e o empoderamento feminino**, Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (enero-marzo 2017).

Moura Da Cunha, Caroline, et al. **“EMPREENDEDORISMO: Histórias Que Motivam, Despertam E Encantam.”** *Anuário Da Produção Acadêmica Docente*, vol. 5, no. 12, 2011.

OSÓRIO, J. Os desafios do empreendedorismo feminino. **Mulheres empreendedoras**. 2016. Disponível em:

<https://www.mulheresempreendedoras.net.br/desafios-doempreendedorismo-feminino/>

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil - 2019**. Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf)>.

SILVA, M. A. **MULHERES EMPREENDEDORAS: Uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados por empreendedoras em Belo Horizonte-MG**. Belo Horizonte, 2021.

SILVA, M. S.; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. (2016). **Características do empreendedorismo feminino no brasil**. Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370/1523#>>. Acesso em: 13 mai. de 2022.

SILVA, Wankleber de Farias. **Empreendedorismo Feminino no Município de Picos Piauí**. Monografia (Bacharelado em Administração) –Universidade Federal do Piauí. Picos -PI, p. 21. 2013.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **O Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de caso no setor da construção civil da cidade de Curitiba**. Revista de Administração da USP - RAUSP, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 59-76, jan./fev./mar. 2014.

Vandewater, E. A., Ostrover, J. M., & Stewart, A. J. (1997). **Predicting women's well-being in midlife: The importance of personality development and social role involvements**. Journal of Personality and Social Psychology, 72(5), 1147-1160.

VITA, L.; MARI, M.; POGGESI, S. **Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature**. European Management Journal, v. 32, n. 3, p. 451-460, 2014.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookmam. 2001

## APÊNDICE

APÊNDICE A- Questionário da pesquisa

## **O PERFIL DE MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE ARAGUAÍNA-TO**

Questionário realizado com empreendedoras da cidade de Araguaína-TO para realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da Aluna: Isadora Apinagé Lima.

### **1.Seu nome**

### **2.Nome da empresa**

### **3.Possui filhos?**

- Sim
- Não

### **4.Qual sua escolaridade?**

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Ensino Superior Incompleto

### **5.Como sua empresa começou?**

### **6.Quantos anos você tinha quando iniciou?**

- Menos de 18 anos
- Entre 18 e 25 anos
- Entre 26 e 35 anos
- Mais de 40 anos

### **7.Ramo Empresarial**

- Beleza e Cuidados em Geral
- Moda/ Acessórios
- Alimentício/ Confeitaria
- Decoração/ Eventos
- Artesanato
- Outros

### **8.Já teve alguma experiência anterior?**

- Sim
- Não

### **9.Qual foi sua motivação? O que te fez querer abrir o próprio negócio?**

- Independência financeira/ Pretensão salarial maior
- Flexibilidade de horário
- Falta de oportunidade no mercado
- Frustração no emprego
- Outro

### **10.Atualmente, você já atingiu seu objetivo inicial? Se sente realizada?**

- Sim
- Não

### **11.Seu negócio atualmente é?**

- Somente virtual

- Virtual e físico

**12.Qual foi sua maior dificuldade no início?**

- Conquistar clientes/ Tornar sua empresa conhecida no mercado
- Investimento inicial
- Inconstância nas vendas
- Conciliar profissional e pessoal

**13.Qual foi o investimento inicial?**

- Menos de 500 reais
- Menos de 1.000 reais
- Menos de 2.500 reais
- Mais de 3.000 reais

**14.O que ainda não conquistou e que pretende realizar?**