

**FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

DANIELLY DA SILVA PRADO

DIFICULDADES NO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM ARACRUZ /ES

ARACRUZ, ES

2017

DANIELLY DA SILVA PRADO

DIFICULDADES NO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM ARACRUZ/ES

Monografia apresentada ao Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz (FAACZ) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Me. Robson Moro Aioffi.

ARACRUZ, ES
2017



CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Autorização: Portaria Mec nº 186 de 06/03/1998

Reconhecimento: Portaria MEC nº 2272 de 30/06/2005

Danielly da Silva Prado

DIFICULDADES NO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM ARACRUZ/ES

Esta Monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz, sendo **AVALIADA** pela banca constituída pelos professores mencionados abaixo.

Aracruz, 04 de dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Professor Edivan Guidote Ribeiro

Professor Arismar Maneia

*“A alegria que se tem em pensar e aprender
faz-nos pensar e aprender ainda mais.”*

Aristóteles

RESUMO

Mulheres encontram diversas dificuldades para empreender, no entanto, há pouco conhecimento sobre aspectos associados à criação e gestão de empresas. Dificuldades essas como pouco ou nenhum suporte familiar, dificuldades com o preconceito, com a administração do tempo, devido aos múltiplos papéis assumidos pelo gênero, dificuldades na captação de dinheiro junto a instituições financeiras, etc. Assim, o objetivo desta pesquisa foi descrever as dificuldades encontradas por mulheres para criação das empresas. A pesquisa foi realizada no município de Aracruz, Espírito Santo. A amostra foi constituída por 42 empreendedoras do comercio. O instrumento para coleta de dados foi um questionário estruturado. Os principais resultados foram o conhecimento das principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres ao empreender no município de Aracruz/ES, onde as dificuldades para encontrar funcionários adequados para o empreendimento, seguida respectivamente das dificuldades para conseguir dinheiro para o capital inicial, das dificuldades enfrentadas pela falta de dinheiro, das dificuldades por não conhecer um plano de negócios e por último a dificuldade em conseguir cursos que auxiliem no processo empreendedor foram as mais citadas pelas empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Dificuldades empreendedoras.

ABSTRACT

Women encounter several difficulties to undertake, however, there is little knowledge about aspects associated with the creation and management of companies. Difficulties such as little or no family support, difficulties with prejudice, time management, due to the multiple roles assumed by the gender, difficulties in raising money from financial institutions, etc. Thus, the objective of this research was to describe the difficulties encountered by women in setting up businesses. The research was carried out in the municipality of Aracruz, Espírito Santo. The sample consisted of 42 entrepreneurs of commerce. The instrument for data collection was a structured questionnaire. The main results were the knowledge of the main difficulties faced by women in the municipality of Aracruz / ES, where difficulties to find suitable employees for the enterprise followed, respectively, the difficulties to obtain money for the initial capital, the difficulties faced by the lack of money, the difficulties of not knowing a business plan and finally the difficulty in obtaining courses that help in the entrepreneurial process were the most cited by the entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship; Female entrepreneurship; Entrepreneurial difficulties.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estatística descritiva.....	26
Tabela 2 - Variável A1	27
Tabela 3 - Variável A2.....	28
Tabela 4 - Experiência e formação na área	29
Tabela 5 - Cursos e informações	29
Tabela 6 - Potencial	30
Tabela 7 - Dinheiro.....	31
Tabela 8 - Mão de obra	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 EMPREENDEDORISMO	10
2.2 PROCESSO EMPREENDEDOR	11
2.2.1 Identificação e Avaliação da Oportunidade	12
2.2.2 Desenvolvimento do Plano de Negócios	13
2.2.3 Captação dos Recursos Necessários.....	15
2.2.4 Gerenciar a Empresa Criada	16
3 EMPREENDEDORISMO FEMININO	17
3.1 DIFICULDADES NO EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	18
4 METODOLOGIA	21
4.1 MÉTODO.....	21
4.2 LOCAL DE ESTUDO.....	22
4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA.....	22
4.4 VARIÁVEIS PESQUISADAS.....	23
4.5 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS.....	23
5 ANÁLISE DE DADOS	25
5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	25
5.2. DIFICULDADES	26
6 CONCLUSÃO	33
REFERÊNCIAS	34
APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO	37

1 INTRODUÇÃO

Com os grandes avanços tecnológicos e instabilidade econômica, o mercado necessita cada vez mais de empreendedores. O empreendedorismo no Brasil começou a crescer na década de 1990, quando surgiram entidades como o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas –, sendo ele um dos principais órgãos do pequeno empresário brasileiro, onde por ele é possível receber suporte para dar início a o empreendimento e consultorias a todos aqueles que tiverem interesse em empreender (DORNELAS, 2001).

Desta forma, a atividade empreendedora no Brasil conta com uma característica marcante, que é a igualdade de gênero, pois as mulheres são responsáveis pela criação de aproximadamente metade de novos negócios, de modo que “[...] a crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico e a significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país [...]” (JONATHAN, 2011, p. 67, GEM, 2015).

Considerando que o processo empreendedor envolve grandes desafios na decisão e desenvolvimento do empreendimento, Machado et al. (2013) afirma que o principal fator que levam as mulheres a empreender é a insatisfação com o emprego anterior, além de outros, como a realização profissional, pessoal/social e identificação de oportunidade para investimento.

Por outro lado, as mulheres, em função de toda uma questão histórica de embates quanto ao gênero, enfrentam dificuldades a mais quando empreendem (ALPERSTEDT et al.,2014). Entre essas dificuldades estão a falta do apoio da família, de experiência de mercado e em gestão, de treinamento e pouco acesso a informações (MACHADO, 2013).

Diante do contexto apresentado elegeu-se como o tema dessa pesquisa: dificuldades no empreendedorismo feminino em Aracruz/ES. Desse modo, especificamente o problema da pesquisa que será: quais as dificuldades no empreendedorismo feminino em Aracruz/ES?

Sendo assim, esta pesquisa tem como objetivo principal: descrever as dificuldades no empreendedorismo feminino em Aracruz/ES.

Com base no tema definiu-se como os seguintes objetivos específicos:

- Caracterizar empreendedorismo
- Caracterizar empreendedorismo feminino

O relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (2015) confirma o crescimento da atividade empreendedora feminina no Brasil, onde as taxas são praticamente iguais entre empreendedores homens e mulheres, segundo Baron e Shane (2011) a atividade empreendedora provoca grande impacto na economia da sociedade, de forma que essa crescente participação das mulheres no empreendedorismo gera novos empregos, sua importância dá-se também no comportamento da mulher ao administrar sua dupla jornada, dividindo-se entre trabalho e família e no crescimento da autonomia feminina, o que anos atrás era considerado algo improvável (AMORIM; BATISTA, 2012).

Portanto, o estudo é relevante pois, mesmo com a queda na economia do país, a atividade empreendedora vem crescendo nos últimos anos e dessa forma contribui economicamente para o ambiente em que estão inseridas, pois movimentam a economia. Dessa forma os resultados da pesquisa contribuem para desenvolvimento de melhorias para a classe, incentivos e políticas direcionadas para mulheres empreendedoras.

A pesquisa está estruturada em seis capítulos. O primeiro é composto pela introdução, onde está apresentado o problema, objetivo geral e específico, e a relevância deste trabalho. O segundo e terceiro capítulos abrangem a literatura, na qual são abordados os temas seguintes: empreendedorismo e empreendedorismo feminino. No quarto capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos do estudo. No quinto capítulo são apresentadas as análises e seus resultados. Por fim, no sexto capítulo é apresentada a conclusão do estudo.

2 EMPREENDEDORISMO

O mundo vem sofrendo diversas transformações, principalmente no século XX, onde houveram diversas invenções que mudaram o estilo de vida da população, essas invenções são frutos da inovação, de uma nova visão. De forma que por traz dessas inovações existem um determinado grupo de pessoas com características específicas, que são os empreendedores (DORNELAS, 2012).

O empreendedorismo é algo contínuo que vem se modificando de acordo com o cenário social da época correspondente, segundo Hisrich e Peters (2004) a origem do vocábulo empreendedor está relacionado ao termo francês *entrepreneur*, que possui sentido de “aquele que está entre” ou “intermediário”. Marco Polo foi o primeiro exemplo da manifestação de empreendedor, assumindo papel de intermediário, durante a idade média o mesmo assinou um contrato com uma certa pessoa que detinha recursos (o capitalista), para comercializar suas mercadorias, dessa forma Marco Polo assumia riscos de forma ativa, sendo esses riscos emocionais e físicos enquanto o capitalista assumia os riscos de forma passiva.

Dornelas (2008) realiza uma análise histórica a respeito do surgimento do empreendedorismo, a mesma é dividida e organizada em épocas, iniciando pela idade média quando o termo empreendedor era aplicado apenas a gestores de grandes projetos de produção, onde os mesmos não assumiam riscos, e o seu papel era apenas gerenciar projetos. No século XVII começou-se a relacionar empreendedorismo com assunção de riscos e com o passar do tempo, no século XVIII houve a diferenciação entre o capitalista e o empreendedor, até chegar nos séculos XIX e XX onde os empreendedores foram confundidos com gerentes e administradores de empresas.

Desde a sua origem, quando o termo era utilizado para determinar atividades específicas, a concepção de empreender passou a ter novo significado e dimensão, tendo assim definições relacionadas às pessoas e não a suas ocupações. Os fatores como inovação, criação de riqueza e risco foram melhorados à medida que cresciam os estudos acerca da criação de novos empreendimentos (HISRICH; PETERS, 2004).

De acordo com Baron e Shane (2011) empreendedorismo é reconhecer a oportunidade para criar algo novo, sendo que não necessariamente seja um serviço ou produto, mas oportunidade de desenvolver um mercado novo, de fazer uso de nova matéria prima ou desenvolver um novo método de produção. Corroborando com o conceito Chiavenato (2003) cita que empreendedores não são apenas criadores de grandes empresas, mas sim todos aqueles que inovam, exploram oportunidades, arriscam e iniciam novos projetos.

2.2 PROCESSO EMPREENDEDOR

Milhões de novos empreendimentos são criados, apesar de toda instabilidade econômica, como inflação e altas taxas de juros, que geram incertezas econômicas e grande possibilidade de fracasso. Esses empreendimentos são formados através de um processo único, porém que reúne algumas características comuns a todos. (HERISCH; PETERS, 2004).

O processo empreendedor, é um processo pelo qual inicia-se um novo empreendimento por um empreendedor (Hisrich e Peters, 2004). De acordo com Baron e Shane (2011) esse processo se desenvolve com o passar do tempo e é composto por fases que se relacionam, onde as principais estão apresentadas no Quadro 1:

Quadro 1 - Fases do processo empreendedor segundo Baron e Shane (2011)

Fases	Explicação
• Reconhecimento de uma oportunidade	É o início do processo empreendedor, onde é reconhecida uma oportunidade para se criar algo novo.
• Decisão de seguir em frente e reunir recursos iniciais	É por a ideia ou oportunidade em prática efetivamente, procurar suporte financeiro e preparar um plano de negócios.
• Lançar um novo empreendimento	Após reunir os recursos financeiros, é hora então de lançar o novo empreendimento, ou seja, escolher o formato jurídico do empreendimento, definir os papéis da equipe.
• Construir o Sucesso	É administrar o empreendimento, de forma a transforma-lo em uma empresa que gere lucros e que cresça.
• Colher as recompensas	Por fim, nessa etapa os empreendedores definem uma estratégia de saída que lhes permitam colher as recompensas.

Fonte: Adaptado pelo autor, conforme Baron e Shane (2011).

Para Dornelas (2008) o processo empreendedor se classifica nas seguintes etapas: Identificação e avaliação da oportunidade, desenvolvimento do plano de negócio, determinação e captação dos recursos necessários e gerenciamento da empresa criada.

2.2.1 Identificação e avaliação da oportunidade

A identificação e avaliação da oportunidade é a primeira fase do processo empreendedor, onde envolve a atenção nas oportunidades do mercado, valores, riscos, retornos, habilidades, metas pessoais do empreendedor e a sua situação perante os concorrentes (HISRICH; PETERS, 2004).

Para Dornelas (2001) empreendedores podem passar anos sem conseguir aproveitar uma oportunidade, pois o fato de ter uma ideia não basta, é preciso utiliza-la de forma que a transforme em um produto ou serviço.

Baron e Shane (2011) citam que Josef Schumpeter, um economista de Harvard University destaca que oportunidades de criar um novo empreendimento surgem de três fontes: mudanças tecnológicas, políticas, sociais e demográficas. Sendo a primeira a maior fonte de oportunidades empreendedoras, pois incentivam que as pessoas realizem tarefas de forma nova e de forma mais produtiva. No intuito de esclarecer a interação entre a fonte de oportunidade e surgimento da mesma, os autores criaram o Quadro 2:

Quadro 2 – Fontes de oportunidades de empreendedorismo a partir de mudanças tecnológicas

Forma de oportunidade	Mudança Tecnológica	Exemplo de uma ideia de negócio em resposta à oportunidade	Justificativa
Novo produto ou serviço	Motor de combustão interna	Automóvel	O motor de combustão interna é utilizado para fornecer energia aos automóveis.
Nova forma de organização	Internet	Venda de livros on-line	A internet permite que as pessoas vendam produtos sem precisar de lojas.
Novo mercado	Refrigeração	Navios refrigerados	Os navios refrigerados permitem aos pecuaristas de um país vender sua produção em outro país.

(continuação do Quadro 2)

Novos métodos de produção	Computador	Projetos auxiliados por computador	Os computadores permitem aos projetistas desenvolver os produtos sem a necessidade de protótipos físicos.
Nova matéria-prima	Petróleo	Produção de gasolina	O petróleo é refinado sob forma de gasolina para fornecer energia aos veículos.

Fonte: Baron e Shane (2011, p.40)

Após identificadas as oportunidades é necessário elaborar o plano de negócios, os empreendedores precisam planejar suas ações e estabelecer estratégias para a empresa criada, o plano de negócios é uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento da empresa.

2.2.2 Desenvolvimento do plano de negócios

A segunda etapa do processo empreendedor é apresentada pela elaboração do plano de negócio, considerada a fase mais difícil, pois exige dedicação e empenho por parte do empreendedor (BARON; SHANE, 2011).

Tal ferramenta deve ser utilizada em todo processo empreendedor, planejando as oportunidades, os riscos e os retornos, e considerando que como a concorrência, o mercado e as pessoas mudam constantemente, o plano de negócio também deve mudar (DORNELAS, 2008).

Segundo Hisrich e Peters (2004) o plano de negócio é um documento composto por todos os elementos internos e externos que estão envolvidos com o início de um novo negócio, orientando o futuro do empreendimento. Dessa forma o Sebrae (2013) elaborou um modelo de plano de negócio que é composto de acordo com o Quadro 3:

Quadro 3 – Seções e subseções do Plano de negócios do Sebrae (2011)

Seções	Subseções
1 - Sumário Executivo	1.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio 1.2 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições 1.3 – Dados do empreendimento 1.4 – Missão da empresa 1.5 – Setores de atividades 1.6 – Forma jurídica 1.7 – Enquadramento tributário 1.8 – Capital social 1.9 – Fonte de recursos
2 – Análise de mercado	2.1 – Estudo dos clientes 2.2 – Estudo dos concorrentes 2.3 – Estudo dos fornecedores
3 – Plano de Marketing	3.1 – Descrição dos principais produtos e serviços 3.2 – Preço 3.3 – Estratégias promocionais 3.4 – Estrutura de comercialização 3.5 – Localização do negócio
4 – Plano Operacional	4.1 – Layout ou arranjo físico 4.2 – Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços 4.3 – Processos operacionais 4.4. Necessidade de pessoal
5 – Plano Financeiro	5.1 – Estimativa dos investimentos fixos 5.2 – Capital de giro 5.3 – Investimentos pré-operacionais 5.4 – Investimento total (resumo) 5.5 – Estimativa do faturamento mensal 5.6 – Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações 5.7 – Estimativa dos custos de comercialização 5.8 – Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas 5.9 – Estimativa dos custos com mão de obra 5.10 – Estimativa do custo com depreciação 5.11 – Estimativa dos custos fixos operacionais mensais 5.12 – Demonstrativo de resultados 5.13 – Indicadores de viabilidade 5.13.1 – Ponto de equilíbrio 5.13.2 – Lucratividade 5.13.3 – Rentabilidade 5.13.4 – Prazo de retorno do investimento
6 – Construção de cenários	
7 – Avaliação estratégica	7.1. Análise da matriz F.O.F.A

Fonte: Adaptado pelo autor, conforme Sebrae (2013).

A elaboração dessa etapa do processo empreendedor dá-se devido que a falta de planejamento se encontra em primeiro lugar como a principal causa de insucesso dos empreendimentos (DORNELAS, 2012). Bernardi (2012) ressalta que uma empresa sem o planejamento adequado e sem um direcionamento, faz com que suas chances de sucesso sejam reduzidas.

O plano de negócio tem grande importância para o próximo passo do processo empreendedor, pois essa ferramenta é utilizada como instrumento para captação de recursos financeiros junto com bancos (DORNELAS, 2012).

2.2.3 Captação dos recursos necessários

A obtenção de financiamento no Brasil é um dos principais problemas enfrentados pelos empreendedores, devido às altas taxas de juros, levando a grande dificuldade no pagamento do empréstimo, as exigências dos bancos e a falta de políticas públicas que apoiem o empreendedorismo (DORNELAS, 2012).

Existem duas formas de captação de recursos, que são por meios internos ou externos. De princípio é recomendável o uso dos recursos internos, que são obtidos de fonte de dentro da empresa, como: lucros, venda de ativos, redução no capital de giro, prorrogação de prazos de pagamento. Porém se necessário, recorre-se a fonte de recursos externos, onde devem ser avaliadas em alguns elementos, como: período de tempo para a liberação dos recursos, os custos relacionados e o grau de perda de controle da empresa. As principais fontes de captação de recursos externos são: família e amigos, *angel investor* (investidor “anjo”), fornecedores e capital de risco (HISRICH et al., 2014).

Os empreendedores alegam dificuldades para levantar recursos para criação do empreendimento, tal fato ocorre devido a assimetria de informações, devido que os empreendedores detêm informações sobre as oportunidades comerciais que os investidores desconhecem, gerando assim incertezas por parte dos investidores (BARON; SHANE, 2011).

Por fim, apesar da dificuldade em captar recursos financeiros para futuros negócios, existem programas governamentais de financiamentos, alguns deles são: programas da FINEP, programa Criatec do BNDES, programa RHAE Inovação, microcrédito, Progex, programa Sebratec e Sebrae Mais. Muitos desses programas têm custo subsidiado, ou seja, abaixo do praticado no mercado (DORNELAS, 2012). Esses

programas estimulam e desenvolvem a prática do empreendedorismo, fornecendo também suporte para o gerenciamento dos empreendimentos.

2.2.4 Gerenciar a empresa criada

Gerenciar uma empresa pode parecer a parte mais fácil do processo empreendedor, uma vez que as outras fases já foram concluídas. Porém não é assim, pois quando é o momento de pôr as ações em prática, começam a surgir alguns problemas como: problema com clientes, concorrentes, funcionários e maquinário, é nesse momento que se identifica o estilo de gestão do empreendedor e suas limitações (DORNELAS, 2012).

O estilo de administração do empreendedor deve estar relacionado com as estratégias e metas estabelecidas anteriormente no plano de negócio. Alguns empreendedores almejam o crescimento, explorando mercados novos e desenvolvendo novos produtos. Porém existem empreendedores que não desejam o crescimento, mas sim benefícios de pequenas empresas, como: rápida adaptação, inovação e geração de respostas ao mercado, aumentando assim sua competitividade (HISRICH et al., 2014).

Segundo Dornelas (2012) a busca por assessorias é uma das ações necessárias para garantir a sobrevivência e alcançar o sucesso do empreendimento. Exemplos de organizações que oferecem apoio aos empreendedores são: incubadoras de empresas, incubadoras de empresas Pontocom, Sebrae, assessoria jurídica, universidades e institutos de pesquisa, instituto empreendedor *Endeavor*, e *franchising*.

3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

As mudanças que ocorreram nos últimos anos modificaram a vida da sociedade e das organizações, dentre essas mudanças é possível destacar as que influenciaram no ambiente das organizações, como: a globalização, avanços tecnológicos, mudança cultural da mão de obra, as mudanças das exigências por parte dos clientes e as mudanças nas expectativas da sociedade. A respeito da diversidade cultural, existe um elemento de grande importância, não só para as organizações, mas também para toda a sociedade, que é a inserção da mulher no mercado de trabalho.

Foi durante a década de 1970 no Brasil, que as mulheres ingressaram no mercado de trabalho, dando início aos movimentos trabalhistas e feministas no país. Na década de 1980, as mulheres passaram a ser mais percebidas dentro do movimento sindical, como resultado da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única dos Trabalhadores (CUT). Na Constituição Federal de 1988 a mulher conquistou sua igualdade jurídica, sendo considerada capaz como o homem (DE GOUVÊA et al., 2013; AMORIM e BATISTA, 2012).

O brasileiro é um povo empreendedor. Segundo o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), publicado em 2015, o Brasil está entre os dez países mais empreendedores do mundo, onde conta com uma taxa de atividade empreendedora de 21%, ou seja, 21 em cada 100 brasileiros estão envolvidos em alguma atividade empreendedora. Dentre esses empreendedores estão as mulheres, que representam cerca de 49% na criação de novos negócios (GEM, 2015).

O crescimento da atividade empreendedora exercida pelas mulheres é um desafio, levando em consideração a entrada tardia das mulheres no mercado de trabalho e sua grande batalha para conseguir essa conquista, que é mais que um dado estatístico, mas sim é um resultado histórico de luta e de quebra de parâmetros e preconceitos (ALMEIDA et al., 2011).

A razão para iniciar uma atividade empresarial é um assunto diverso e importante para identificar a natureza do empreendedorismo. Para Bernardi (2012) entre as razões para empreender, estão: necessidade de realização, implementação das

ideias, independência, sair da rotina profissional, assumir maiores responsabilidades e riscos, provar a capacidade, auto realização, conquistar maior ganho, alcançar *status* e controlar a qualidade de vida. No que diz respeito ao empreendedorismo feminino, são apontadas tanto razões económicas, como sociais e psicológicas. As motivações diferem de pessoa para pessoa, atendendo às necessidades de cada um (AMORIM; BATISTA, 2012).

3.1 DIFICULDADES NO EMPREENDEDORISMO FEMININO

No Brasil, o empreendedorismo feminino vem crescendo e as razões que justificam esse crescimento estão às dificuldades enfrentadas no trabalho formal, a necessidade complementar a renda familiar e a busca da auto realização. De forma geral, os estudiosos acreditam que as mulheres possuem diferenças que foram construídas socialmente e culturalmente em relação aos homens (ALMEIDA; GOMES, 2011).

Estudos destacam que empreendedoras são destemidas, autoconfiantes e apaixonadas pelo que fazem (JONATHAN, 2005). Segundo Machado et al. (2003) a maioria são casadas, possuem pelo menos um filho e apresentam escolaridade elevada. Dentre as razões que levam as mulheres a empreender, destacam-se: necessidade de sobrevivência, influência familiar, desejo de conciliar trabalho e família, alcançar a independência e autonomia.

Contudo, durante o processo empreendedor, além das barreiras encontradas por qualquer empreendedor, existem as que têm maior impacto no empreendedorismo feminino, como: dificuldades na captação de recursos nas instituições financeiras e investidores anjos; a percepção em relação ao crescimento, pois empreendedoras colocam a auto realização a cima do crescimento financeiro (JONATHAN, 2003).

De acordo Machado et al. (2003) as principais dificuldades encontradas pelas empreendedoras durante o processo empreendedor foram: dificuldade em conciliar trabalho e família, a falta de tempo e de acesso a informações e a dificuldade para obter financiamento. Para superar tais dificuldades, as mulheres procuram ajuda dos

familiares, amigos e principalmente do marido, que assume papel de maior importância do que do sócio.

Dessa forma as dificuldades apresentadas pelas mulheres estão frequentemente relacionadas com os familiares, como os pais, maridos e filhos. Para Alperstedt et al. (2014) mulheres empreendedoras enfrentam dificuldades resultantes de sua pouca experiência, medo de arriscar financeiramente, e pouca assistência.

Machado (2002) cita algumas importantes dificuldades enfrentadas pelas mulheres durante o processo empreendedor, tais como:

- a) Autoconceito e aceitação: Tem relação com o histórico cultural vivido pelas mulheres, onde levam as mesmas a se considerarem dependentes, passivas e emotivas, e o seu curto tempo de atuação no mercado.
- b) Pouco suporte: Falta de suporte dos familiares, poucos contatos sociais e canais de informações para novos negócios.
- c) Dificuldades em atividades no mercado internacional: No caso de empresárias com atuação no exterior, onde homens se recusaram a fazer novos negócios com empreendedoras e a falta de network.
- d) Dificuldade de crédito e financiamento: Dificuldades em obter empréstimos bancários, onde uma das razões apontadas pelas instituições bancárias para a negação do crédito é que ao ceder o empréstimo para a mulher, a instituição assume o risco de atender um casal, pois o marido pode ser o beneficiário.
- e) Falta de mentores e acesso a redes de informações: Uma dificuldade apresentada é a falta de alguém para orientar, fornecer informações, treinamentos e um direcionamento, além de suporte psicológico.
- f) Tamanho dos empreendimentos: As variedades de papéis exercidos pelas mulheres fazem com que as empresas criadas por elas sejam menores que as da média e com dificuldades no crescimento, devido à dificuldade em equilibrar trabalho e família.

Em alguns países mulheres encontram barreiras culturais para empreender, como no caso da Alemanha, onde não é comum que o marido assuma uma posição secundária na família; na Suíça existe uma regra cultural, onde o homem é considerado incapaz de fornecer o sustento de sua família, por isso a mulher precisa trabalhar fora de casa, devido a isso os homens não incentivam suas mulheres a

seguirem carreira; na Itália a principal causa de abandono do mercado de trabalho pelas mulheres é o casamento e em Portugal a principal expectativa das mulheres é que se casem e tornem-se mães (GOMES et al., 2005).

Segundo Gomes et al. (2005) por uma pesquisa desenvolvida por Still e Timms (2000) com mulheres australianas, foi possível identificar algumas barreiras encontradas por empreendedoras femininas, tais como: acesso a redes e falta de mentores, falta de tempo para si, divisão desvantajosa das tarefas domésticas e problemas culturais que prejudicam o seu desempenho.

4 METODOLOGIA

Neste capítulo serão apresentados os conceitos e as definições sobre o tipo de pesquisa que foram utilizados na elaboração desta pesquisa e como os dados foram coletados e posteriormente analisados.

4.1 MÉTODO

Esta é uma pesquisa de natureza aplicada, pois tem como motivação a tentativa de solucionar um problema específico para auxiliar na tomada de decisões (HAIR et al., 2007). Para o desenvolvimento da mesma utilizou uma abordagem quantitativa e descritiva.

Quanto à abordagem, este estudo é classificado como uma pesquisa quantitativa, em função de utilizar números para representar de forma direta as concepções de cada empreendedora sobre as questões estudadas, sendo que essas concepções são registradas diretamente por números, onde os dados estão organizados de forma que é possível realizar uma análise estatística (HAIR et al., 2007).

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é descritiva, pois tem como propósito descrever as características de um determinado grupo. Como método para coleta de dados utilizou-se um questionário composto por 22 perguntas fechadas, ou seja, contendo alternativas fixas, onde o informante escolhe sua resposta entre as opções disponíveis (MALHOTRA, 2012, MARCONI e LAKATOS, 2016).

Quanto aos procedimentos, este estudo utilizou-se de uma *survey*, que é uma técnica aplicada para obter informações através da coleta de dados primários de uma ampla amostra (HAIR et al., 2007).

Quanto aos dados, utilizaram-se dados primários, pois são informações obtidas em campo, diretamente na sua origem (RAMOS, 2009).

4.2 LOCAL DE ESTUDO

A pesquisa foi realizada no município de Aracruz no estado do Espírito Santo, localizado no litoral norte capixaba. Segundo estimativa do IBGE (2016) o município conta com uma população de 96.746 habitantes e um total de 2.188 empresas atuantes.

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA

A população deste estudo é composta pelas lojas comerciais do município de Aracruz, que conforme o CDL – Clube Diretores Lojistas de Aracruz é composta por em média 400 lojas comerciais registradas junto ao clube. Dessas lojas cerca de 106 são de empreendedoras femininas. Desta população foram selecionadas uma amostra de 42 lojas comerciais para realizar a pesquisa, este quantitativo foi obtido através do Cálculo Amostral Online, desenvolvido por Glauber Santos, onde utiliza-se a fórmula abaixo:

Figura 1 - Fórmula do cálculo amostral

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Santos (2017)

Em que n=amostra calculada, N=população, Z=variável normal padronizada associada ao nível de confiança, p=verdadeira probabilidade do evento e e=erro amostral. Para o cálculo foram considerados os valores de erro amostral referente a 10% e nível de confiança de 90%.

Dessa forma, este estudo fez uso de uma amostragem por conveniência, pois, entre as empreendedoras que poderiam fornecer as informações necessárias para a pesquisa, foram selecionadas as que estavam mais disponíveis para participar do estudo (HAIR, et al., 2007).

4.4 VARIÁVEIS PESQUISADAS

As variáveis que foram utilizados para a elaboração do questionário foram retiradas da literatura a respeito do empreendedorismo feminino. No quadro 3 estão dispostas quais fatores e variáveis foram utilizadas.

Quadro 4 - Fatores e variáveis de análise

Fatores	Variáveis
Perfil da empreendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Idade; • Formação; • Estado civil; • Quantidade de filhos; • Experiência anterior;
Dificuldades	<ul style="list-style-type: none"> • Finanças: dificuldade na gestão da área financeira e discriminação com instituições financeira; • Família: dificuldades em conciliar família e trabalho; • Informações/Apoio: dificuldades na busca de informações, treinamentos, orientações; • Cultural: dificuldades com o preconceito. • Formação/Experiência: dificuldades por não ter formação e/ou experiência na área

Fonte: Elaborado pela autora, com base na literatura.

4.5 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados o instrumento utilizado foi um questionário não disfarçado, composto por perguntas fechadas e por questões relacionadas às dificuldades enfrentadas por empreendedoras, questões estas adaptadas do questionário de Machado, Anez e Gazola (2013). Utilizou-se a escala de intensidade de Likert composta por cinco categorias de resposta, que são “discordo totalmente”, “discordo”, “indiferente”, “concordo”, “concordo totalmente” (MALHOTRA, 2012).

A aplicação do questionário foi feita de forma presencial, nas lojas comerciais das empreendedoras e através de ferramentas online, onde foi criado o questionário online no “Formulários Google” e as ferramentas “e-mail”, “Facebook” e “Instagram”, foram utilizadas para envio dos questionários as empreendedoras.

Os questionários foram aplicados entre os dias 12/09/2017 e 30/10/2017, obtiveram-se 42 respostas.

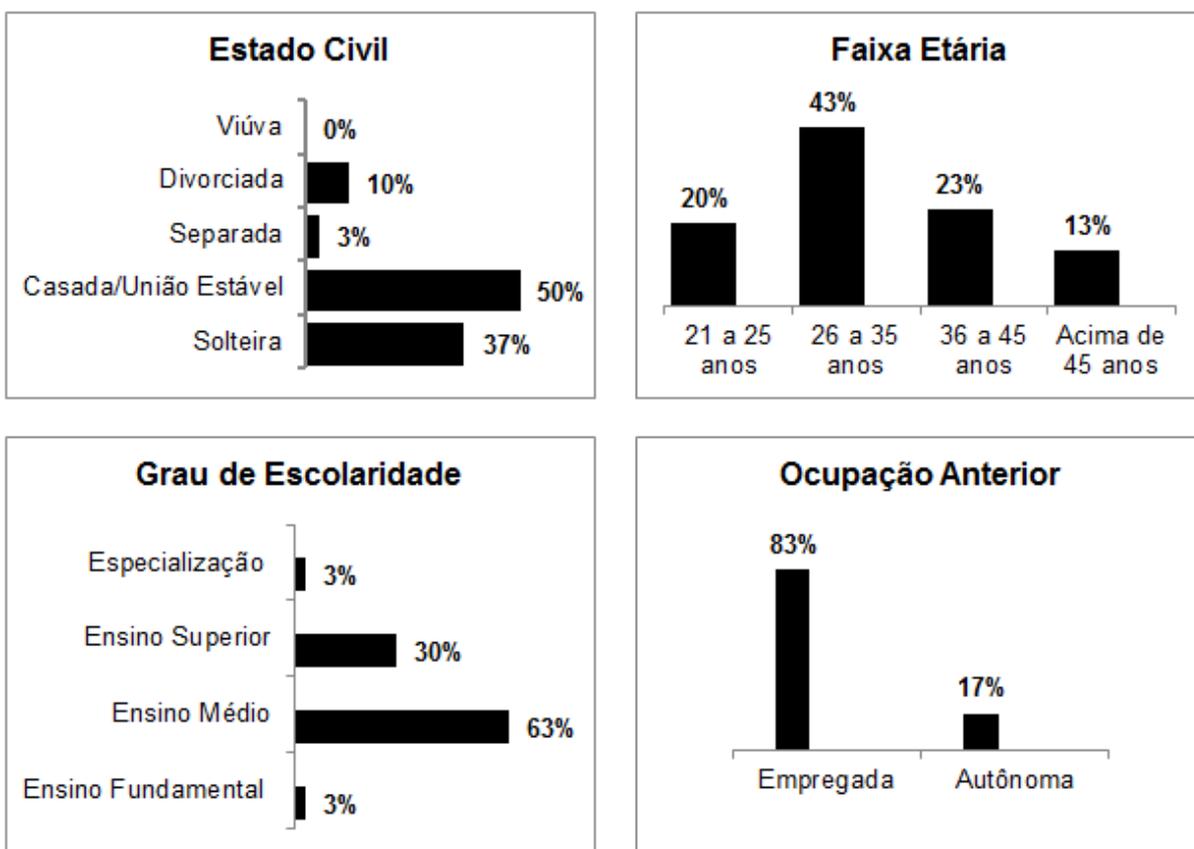
5 ANÁLISE DE DADOS

Nesta etapa apresenta-se, a análise dos dados a fim de responder aos objetivos deste estudo. De início, apresenta-se a caracterização e análise da amostra, ato contínuo, a estatística descritiva de cada variável (média e desvio padrão).

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

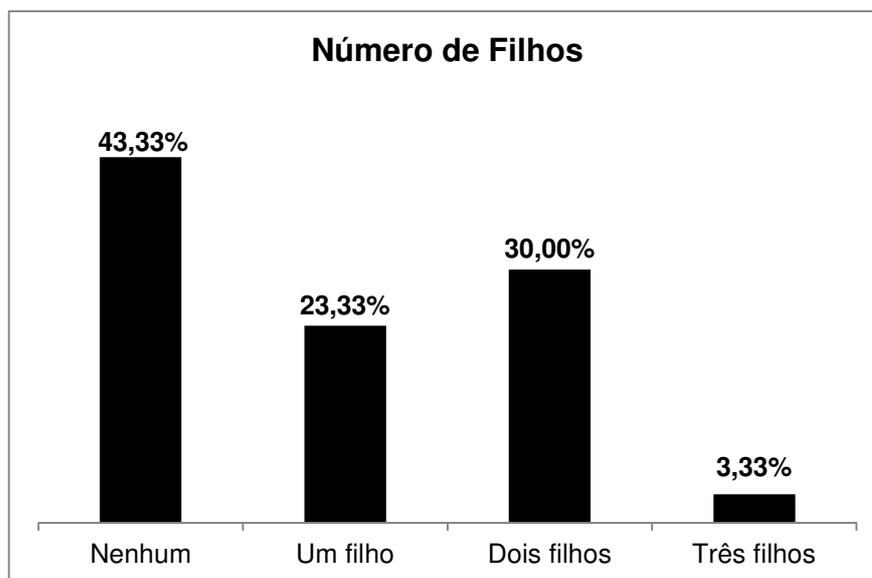
A amostra caracteriza-se por empreendedoras casadas/união estável (50%), com a faixa etária entre 26 a 35 anos, com nível de ensino médio (64%), quanto à ocupação antes da abertura do negócio, a maior parte das respondentes estavam empregadas (83%) e possuem de um à três filhos (57%).

Gráfico 1 – Estado civil, faixa etária, grau de escolaridade e ocupação anterior



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 2 – Número de filhos



Fonte: Dados da pesquisa

5.2 DIFICULDADES

A fim de realizar uma análise inicial das variáveis propostas no modelo, realizou-se uma estatística descritiva de cada variável, observando-se média (M) e desvio-padrão (DP).

Com isso, em razão dos objetivos da pesquisa, as respondentes foram questionadas quanto às dificuldades ao empreender, sendo 22 perguntas. Os resultados estão dispostos na Tabela 1

Tabela 1: Estatística descritiva

Dificuldades	Média	Desvio Padrão
A1 Sempre tive falta de apoio familiar.	3,42	1,50
A2 Encontrei muita dificuldade, por ter filhos pequenos.	3,48	1,38
A3 Tive muita dificuldade, pois me falta experiência na área.	3,87	1,34
A4 Sempre trabalhei na área administrativa.	4,06	1,40

A5	Sempre tive dificuldade devido a falta de formação na área.	3,81	1,55
A6	Tive muita dificuldade em encontrar cursos para me ajudar.	4,45	1,45
A7	Tive dificuldades em acreditar no meu potencial.	3,52	1,69
A8	Sempre tive dificuldade em ter acesso a informações, internet, viagens, e revistas especializadas.	3,29	1,40
A9	Nunca tinha tido contato com outras empresas.	3,39	1,53
A10	Sempre encontrei dificuldade em ter acesso a informações do setor.	3,65	1,41
A11	O pouco tempo que tive para decidir e criar a empresa me trouxe muitas dificuldades.	4,29	1,38
A12	Sempre tive muitas dificuldades por não ter conhecimento das leis.	3,58	1,39
A13	Encontrei muito preconceito por ser mulher.	4,03	1,44
A14	Sempre desacreditavam no meu potencial.	3,81	1,36
A15	Sempre tive muito medo de deixar o emprego anterior.	3,71	1,60
A16	Sempre tive muita dificuldade devido à falta de dinheiro.	4,81	0,89
A17	Encontrei muita dificuldade por não conhecer um plano de negócios.	4,52	1,40
A18	Tive muita dificuldade em conseguir dinheiro para o capital inicial.	4,97	0,90
A19	Encontrei muitas dificuldades para escolher o ponto comercial.	4,26	1,35
A20	Tive dificuldades para escolher um sócio.	4,42	1,43
A21	Sempre tive muitas dificuldades para encontrar funcionários adequados.	5,03	1,16
A22	Tive muita dificuldade em divulgar o negócio, pois não tinha dinheiro.	4,81	0,96

Fonte: Dados da pesquisa

Para melhor análise dos dados, a Tabela 2 foi desmembrada e apresentam-se os resultados para cada questão do modelo proposto. As tabelas e gráficos abaixo representam os dados das questões feitas em pesquisa de campo.

Tabela 2 - Família

Variável	Média				
	DT	D	IND	C	CT
A1 - Sempre tive falta de apoio familiar	37%	20%	10%	20%	13%

Fonte: Preparada pela autora a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Legenda: DT (Discordo totalmente); D (Discordo); IND (Indiferente); C (Concordo) e CT (Concordo totalmente).

Os autores Buttner e Moore (1997) apontam a influência da família na decisão de empreender como um dos fatores mais citados em seu estudo, onde as empreendedoras, muitas vezes, sofrem pressão por parte dos familiares. (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Dessa forma, analisando os resultados obtidos na variável A1, no que diz respeito ao apoio dos familiares à empreendedora, as mesmas discordam que sempre tiveram falta de apoio dos familiares (57%). Este dado pode demonstrar uma maior segurança para as empreendedoras, pois de acordo com Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) a família é uma fonte de apoio emocional de grande importância no fortalecimento do ato de empreender pela mulher, assim tendo o apoio de âmbito familiar a empreendedora pode se sentir mais segura e confiante ao empreender.

Tabela 3 - Variável A2

Variável	Média				
	DT	D	IND	C	CT
A2 - Encontrei muita dificuldade, por ter filhos pequenos.	27%	30%	10%	23%	10%

Fonte: Preparada pela autora a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Legenda: DT (Discordo totalmente); D (Discordo); IND (Indiferente); C (Concordo) e CT (Concordo totalmente).

Segundo Jonathan (2005) os múltiplos papéis exercidos pelas mulheres, a “dupla jornada” é considerado causa e origem de vários conflitos e desgastes, porém de acordo com a pesquisa, apesar de a maior parte das empreendedoras terem filhos (57%), as mesmas discordam que ter filhos pequenos motivou dificuldades para criar e gerir o empreendimento (57%), apesar de na maioria das vezes a mulher ser responsável exclusivamente pela educação, criação dos filhos e bem estar da família, este dado possivelmente mostra uma melhor conciliação entre trabalho e família por parte da empreendedora, uma das causas pode ser a maior aceitação da inserção da mulher no mercado de trabalho, fazendo com que as famílias se adaptem melhor a esse novo cenário, dividindo de forma igualitária as tarefas domésticas.

Tabela 4 - Experiência e formação na área

Variável	Média				
	DT	D	IND	C	CT
A3 - Tive muita dificuldade, pois me falta experiência na área.	13%	33%	7%	33%	13%
A4 - Sempre trabalhei na área administrativa.	10%	33%	7%	27%	23%
A5 - Sempre tive dificuldade devido à falta de formação na área.	20%	33%	7%	13%	27%
A9 - Nunca tinha tido contato com outras empresas.	40%	17%	10%	20%	13%

Fonte: Preparada pela autora a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Legenda: DT (Discordo totalmente); D (Discordo); IND (Indiferente); C (Concordo) e CT (Concordo totalmente).

No que tange a respeito da experiência e formação na área administrativa, grande parte das respondentes haviam trabalhado em outras empresas, sendo que 50% afirmam que sempre trabalharam na área administrativa, porém ainda sim acreditam que encontraram dificuldades para empreender, por ter falta de experiência na área (47%) e por falta de formação (43%). Possíveis causas da falta de experiência pode ser por barreiras impostas pela sociedade, família e muitas vezes pela própria mulher, que em alguns casos prioriza a família do que a sua realização profissional e que também a poucos anos atrás não existiam tantos programadas que facilitam o acesso a faculdades como existem hoje.

Tabela 5 - Cursos e informações

Variável	Média				
	DT	D	IND	C	CT
A6 - Tive muita dificuldade em encontrar cursos para me ajudar.	13%	17%	0%	37%	33%
A8 - Sempre tive dificuldade em ter acesso a informações, internet, viagens, e revistas especializadas.	33%	33%	3%	20%	10%
A10 - Sempre encontrei dificuldade em ter acesso a informações do setor.	20%	37%	3%	27%	13%

Fonte: Preparada pela autora a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Legenda: DT (Discordo totalmente); D (Discordo); IND (Indiferente); C (Concordo) e CT (Concordo totalmente).

Atrelado a falta de formação na área, as empreendedoras tiveram muita dificuldade para encontrar cursos (70%) que as auxiliassem na criação do empreendimento,

porém não encontraram dificuldades em ter acesso a informações pela internet e em revistas especializadas (67%) e também a informações sobre o setor (57%). Hoje com o grande avanço da tecnologia e a globalização, tornou-se cada vez mais fácil o acesso a informações, pois virtualmente milhares de informações importantes são postadas e compartilhadas a todo o tempo. Porém por questões financeiras não são todos que tem acesso a cursos técnicos e faculdades.

Tabela 6 - Potencial

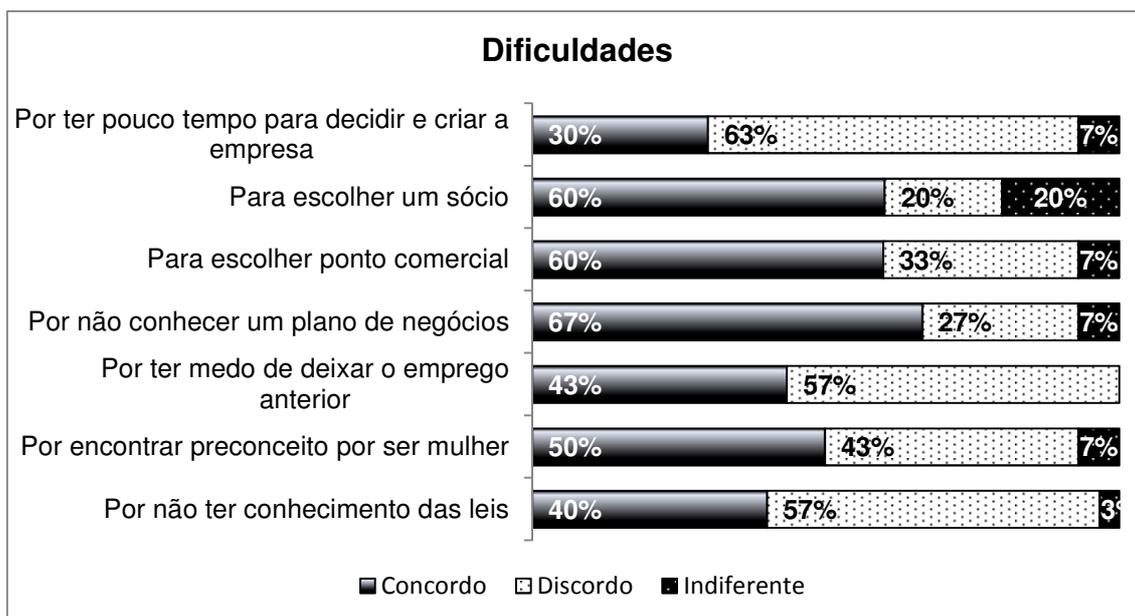
Variável	Média				
	DT	D	IND	C	CT
A7 - Tive dificuldades em acreditar no meu potencial	40%	20%	0%	17%	23%
A14 - Sempre desacreditavam no meu potencial	20%	20%	20%	27%	13%

Fonte: Preparada pela autora a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Legenda: DT (Discordo totalmente); D (Discordo); IND (Indiferente); C (Concordo) e CT (Concordo totalmente).

Na questão “A7- Tive dificuldades em acreditar no meu potencial”, 60% das entrevistadas não concordam com a afirmativa, e na afirmativa “A14 - Sempre desacreditavam no meu potencial”, 40% das empreendedoras discordam, porém 20% escolherem a afirmativa como indiferente, este dado pode demonstrar uma crescente confiança da empreendedora em si mesma e também devido à quantidade de empreendimentos de sucessos criados por mulheres no município, onde as empreendedoras podem se espelhar e adquirirem maior confiança.

Gráfico 3 – Dificuldades gerais



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com os dados, as empreendedoras em sua maioria concordam que encontraram dificuldades para escolher um sócio para o empreendimento (60%), para escolher o ponto comercial (60%), por não conhecer um plano de negócios (67%) e por ter encontrado preconceito de gênero (50%), porém 57% das entrevistadas não acreditam que encontraram dificuldades por ter medo de deixar o emprego anterior, 57% por não conhecer as leis e 63% por ter tido pouco tempo para decidir e criar a empresa. A dificuldade por não ter um plano de negócios definido, de encontrar sócios e escolher um ponto comercial pode vir do pouco tempo para criar a empresa, impossibilitando o desenvolvimento de um planejamento adequado.

Tabela 7 - Dinheiro

Variável	Média				
	DT	D	IND	C	CT
A16 - Sempre tive muita dificuldade devido à falta de dinheiro.	0%	7%	20%	43%	30%
A18 - Tive muita dificuldade em conseguir dinheiro para o capital inicial.	0%	7%	13%	40%	40%
A22 - Tive muita dificuldade em divulgar o negócio, pois não tinha dinheiro.	0%	10%	17%	40%	33%

Fonte: Preparada pela autora a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Legenda: DT (Discordo totalmente); D (Discordo); IND (Indiferente); C (Concordo) e CT (Concordo totalmente).

Observando os resultados da alternativa “A16 - Sempre tive muita dificuldade devido à falta de dinheiro”, 73% das entrevistadas acreditam que sempre tiveram dificuldade devido a falta de dinheiro, mesmo a pesquisa relatando indiferença pelas entrevistadas, obteve uma parcela significativa referente ao a falta de dinheiro ser um fator gerador de dificuldades para as empreendedoras.

Na “A18 - Tive muita dificuldade em conseguir dinheiro para o capital inicial”, consta que 80% concordam que tiveram muita dificuldade em conseguir dinheiro para compor o capital inicial de seu empreendimento. Corroborando com o estudo de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), que cita que Carland, Carland e Card (2005) evidenciaram que as mulheres têm encontrado inúmeras formas para explorar o empreendedorismo e alcançar o sucesso, estão conseguindo equilibrar as várias demandas para o seu tempo. Entretanto, as mulheres empreendedoras apresentam maior dificuldade em obter financiamento para suas empresas.

A falta de dinheiro também motivou a dificuldade em conseguir realizar divulgação do empreendimento, como consta nos dados da afirmativa “A22 - Tive muita dificuldade em divulgar o negócio, pois não tinha dinheiro”, onde 73% das respondentes concordaram com a questão.

Tabela 8 - Mão de obra

Variável	Média				
	DT	D	IND	C	CT
A21 - Sempre tive muitas dificuldades para encontrar funcionários adequados	3%	10%	7%	23%	57%

Fonte: Preparada pela autora a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Legenda: DT (Discordo totalmente); D (Discordo); IND (Indiferente); C (Concordo) e CT (Concordo totalmente).

Em análise da afirmativa “A21 - Sempre tive muitas dificuldades para encontrar funcionários adequados”, a maior parte das entrevistadas (80%) concordam que sempre tiveram dificuldades para encontrar funcionários adequados. Esse dado corrobora com a pesquisa de Jonathan (2005) onde aponta que as empreendedoras embora reconheçam o valor de seus funcionários, afirmam serem insatisfeitas com sua equipe e desempenho dos mesmos.

6 CONCLUSÃO

O objetivo desse estudo é descrever as dificuldades no empreendedorismo feminino em Aracruz/ES, e ainda teve como objetivos específicos: (a) caracterizar empreendedorismo e (b) caracterizar empreendedorismo feminino. Para alcançar este objetivo foi realizada uma pesquisa com 42 lojas comerciais do município, pesquisa esta que foi aplicada em regiões diferentes do comércio.

Os principais resultados alcançados foram o conhecimento das principais dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras, onde a variável que obteve maior média foi relacionada a dificuldades para encontrar funcionários adequados para o empreendimento, seguida respectivamente das dificuldades para conseguir dinheiro para o capital inicial, das dificuldades enfrentadas pela falta de dinheiro, das dificuldades por não conhecer um plano de negócios e por último a dificuldade em conseguir cursos que auxiliem no processo empreendedor.

Dessa forma, conhecendo essas dificuldades, as mesmas podem ser avaliadas pelos órgãos responsáveis por conceder apoio à classe para assim um fornecimento melhor de condições de concessão de crédito e financiamento, como também suporte para melhor planejamento financeiro de suas empresas e apoio para captação e treinamento de seus funcionários, como também cursos preparatórios para a empreendedora, tanto na abertura do empreendimento como também no decorrer de todas as fases.

Este estudo se limita, pelo motivo dessa investigação ser em apenas um município e com empresas somente do setor do comércio. Outra limitação deste estudo pode estar em variáveis que possivelmente podem não estar contempladas, dificultando uma análise mais completa. Por fim, foram utilizados métodos de amostragem não probabilística (generalistas e por conveniência), com isso, os resultados não podem ser generalizados para toda a população da pesquisa (HAIR et al, 2003).

Como sugestão para pesquisas futuras recomenda-se a aplicação de estudos como este em mais lojas comerciais e de outros setores, podendo ser no norte do estado ou até mesmo em outros municípios do Espírito Santo, objetivando obter uma pesquisa mais abrangente e com aspecto comparativo.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ivana Carneiro; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; GOMES, Amiralva Ferraz. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011. Disponível em: <http://repositorio.ufla.br/jspui/bitstream/1/277/1/ARTIGO_Comportamento%20estrat%C3%A9gico%20de%20mulheres%20empres%C3%A1rias%20estudo%20baseado%20na%20Tipologia%20de%20Miles%20e%20Snow.pdf>. Acesso em: 07 maio 2017.
- ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, p. 221 - 234, dez. 2014. ISSN 2175-8077. Disponível em:<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/viewFile/2175-8077.2014v16n40p221/pdf_45>. Acesso em: 05 maio 2017.
- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da Finan**, v. 3, n. 3, 2012. Disponível em:<<http://www.academia.edu/download/33653434/empreendedorismo-feminino.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2017.
- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo** - uma visão do processo. Cengage Learning Edições Ltda., 2011.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1. ed. – São Paulo: Atlas, 2012.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. Editora Saraiva, 2003.
- DE GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzká; SILVEIRA, Amelia; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 2, 2013. Disponível em:< <http://regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/60>>. Acesso em: 20 maio 2017.
- DORNELAS, José Carlos Assis . **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008a.
- _____. **Empreendedorismo: transformando Ideias em Negocios**. Rio de Janeiro: Campus Anhanguera, 2012.
- _____. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2001.
- GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo, 2015. Disponível em: <www.sebrae.com.br>. Acesso em: 20 abril 2017.

GOMES, Almira Ferraz; SANTAN, Piau Gusmão Weslei; SILVA, Jovino Moreira. Mulheres empreendedoras: desafios e competências. **Técnica administrativa, Buenos Aires**, v. 4, n. 24, out./dez. 2005. Disponível em <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>>. Acesso em: 21 abril 2017

HAIR, Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Bookman Companhia Ed, 2007.

_____. BABIN, B.J.; MONEY, A.H. and SAMOUEL, P., **Essentials of Business Research Methods**, Wiley, New York, NY, 2003.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael R. **Empreendedorismo**. Tradução: Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

_____. SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. ed. AMGH Editora, 2014.

JONATHAN, Eva G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. **Encontro de Gestão Estratégica de Pequenas Empresas**, n. 3, 2003. Disponível em: <<http://www.dad.uem.br/graduacao/adm/graduacao/download/2762-04.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2017.

_____. Mulheres Empreendedoras: Medos, Conquistas e Qualidade de Vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v.10, n.3, p. 373-382, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04>>. Acesso em: 25 maio 2017.

_____. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pc/v23n1/a05v23n1>>. Acesso em: 25 maio 2017.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; ANEZ, Miguel Eduardo Moreno; GAZOLA, Sebastião. Criação de empresas por mulheres: Um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 5, 2013. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/3687>>. Acesso em: 20 abril 2017.

_____. Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. 2002. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. **Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção**, Santa Catarina. Disponível em: <<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/84447>>. Acesso em: 20 abril 2017.

_____. BARROS, Gislaine Viera de; PALHANO, Dayane Yoshie Miyaji. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. **Anais EGEPE-3º Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresa**, p. 171-197, 2003. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Hilka_Machado/publication/239592787_Conhecendo_a_empreendedora_norte_paranaense_perfil_porte_das_empresas_e_dificulda>

des_de_gerenciamento/links/56f13dd108aec9e096b318a0.pdf>. Acesso em: 20 abril 2017

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman Editora, 2012.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2016.

RAMOS, Albenides. **Metodologia da pesquisa científica**: como uma monografia pode abrir o horizonte do conhecimento. Atlas, 2009.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**, 2013. Disponível em:<www.sebrae.com.br>. Acesso em: 20 maio 2017.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014. Disponível em:<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0080210716303387> >. Acesso em: 20 outubro 2017.

APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO



CURSO ADMINISTRAÇÃO

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA SOBRE AS DIFICULDADES NO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM ARACRUZ/ES

A aluna Danielly da Silva Prado do curso de Administração está realizando esta pesquisa científica em nome das Faculdades Integradas de Aracruz – FAACZ. Esta pesquisa científica é anônima e informações que identifique o respondente não fazem parte deste trabalho, portanto não é necessário se identificar. Quaisquer dúvidas podem ser tiradas com a aluna (27) 99878-6064.

Fatores	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
Sempre tive falta de apoio familiar.					
Encontrei muita dificuldade, por ter filhos pequenos.					
Tive muita dificuldade, pois me falta experiência na área.					
Sempre trabalhei na área administrativa.					
Sempre tive dificuldade devido à falta de formação na área.					
Tive muita dificuldade em encontrar cursos para me ajudar.					
Tive dificuldades em acreditar no meu potencial.					
Sempre tive dificuldade em ter acesso a informações, internet, viagens, e revistas especializadas.					
Nunca tinha tido contato com outras empresas.					
Sempre encontrei dificuldade em ter acesso a informações do setor.					
O pouco tempo que tive para decidir e criar a empresa me trouxe muitas dificuldades.					
Sempre tive muitas dificuldades por não ter conhecimento das leis.					
Encontrei muito preconceito por ser mulher.					
Sempre desacreditavam no meu potencial.					
Sempre tive muito medo de deixar o emprego anterior.					
Sempre tive muita dificuldade devido à falta de dinheiro.					
Encontrei muita dificuldade por não conhecer um plano de negócios.					
Tive muita dificuldade em conseguir dinheiro para o capital inicial.					
Encontrei muitas dificuldades para escolher o ponto comercial.					
Tive dificuldades para escolher um sócio.					
Sempre tive muitas dificuldades para encontrar funcionários adequados.					
Tive muita dificuldade em divulgar o negócio, pois não tinha dinheiro.					

Fonte: Adaptado de Machado, Anez e Gazola (2013).

2. Idade _____

3. Gênero.

- () Feminino
- () Masculino

4. Estado Civil.

- () Solteiro
- () Casado/União Estável
- () Separado
- () Divorciado
- () Viúvo

5. Quantidade de filhos _____

6. Ocupação Anterior

- () Empregado
- () Autônomo
- () Nunca trabalhei

7. Escolaridade.

- () Ensino Fundamental
- () Ensino Médio
- () Ensino Superior
- () Especialização
- () Mestrado
- () Doutorado
- () Pós Doutorado