

**ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR E NÍVEL DE MATURIDADE DOS
EMPREENDIMENTOS DAS MULHERES VINCULADAS AO PROJETO
DESENVOLVER NA CIDADE DE CABEDELO**

LUCIENE LARANJEIRA DINIZ
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
THAMIRES BRITO DA SILVA
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
PATRICIA DA SILVA SANTOS
Instituto Federal de Ciência e Tecnologia (IFPB)
AMANDA RAQUEL DE FRANÇA FILGUEIRAS D'AMORIM
Universidade Fernando Pessoa – Porto (UFP)
MANUELLE CRISTINE SILVA
(ECIT/PB)
RAMON SCHNAYDER DE FRANÇA FILGUEIRAS D'AMORIM
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

RESUMO

O empreendedorismo feminino tem despertado curiosidade dos estudiosos, pesquisadores, sendo um dos motivos do crescente interesse da sociedade e dos governos devido ao seu crescimento acelerado. Os dados demonstram que as mulheres brasileiras conseguem criar negócios na mesma proporção que os homens, e que os empreendimentos femininos, tem contribuído significativamente para o aumento das taxas de empreendimentos iniciais, e um dos importantes contribuintes para este fenômeno, tem sido o apoio e atenção das políticas públicas na criação dos órgãos de apoio ao microempreendedor. Deste modo, o presente trabalho tem como objetivo fazer o levantamento do perfil das mulheres assistidas por unidades de apoio, bem como o Projeto Desenvolver Cabedelo e analisar o nível de maturidade de seus empreendimentos. Buscando atender o objetivo propostos, a pesquisa possui uma abordagem quantitativa e qualitativa, de cunho descritivo, com aplicação de questionário “Perfil empreendedor e nível de maturidade do negócio”, instrumento validado pelo conselho regional de administração, aplicado a 28 empresárias na cidade de Cabedelo, para identificação do perfil das empreendedoras da Paraíba e a maturidade organizacional de seus negócios.

Palavras-chave: empreendedorismo, feminino, perfil empreendedor, maturidade das empresas.

1 INTRODUÇÃO

Os movimentos feministas são marcados pelas lutas, conquistas e capacidade de resiliência das mulheres, desde o final do século XIX o feminismo encontra-se na tentativa de promover a igualdade, dignidade e respeito, tendo como um de seus principais temas a autonomia econômica das mulheres, tal movimento acarretou grande evolução histórica do universo feminino (Scott, 1990) evidenciando atitudes empreendedoras e enfatizando o dinamismo feminino que enriquece e diversifica o campo do empreendedorismo.

De acordo com a estatística de gênero do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mesmo com maior participação das mulheres no mercado de trabalho, crescente escolarização, redução da fecundidade, disseminação de métodos contraceptivos, maior acesso à informação, as mulheres seguem dedicando relativamente mais tempo aos afazeres domésticos. Na Região Nordeste, as estatísticas é de que as mulheres dedicam cerca de 80% a mais de horas do que os homens, alcançando 19 horas semanais. Contudo, dados do SEBRAE (2017) apontam que 49% dos proprietários de novos negócios (com até três anos de criação) são do sexo feminino.

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor-GEM (2016), no Brasil a taxa específicas de empreendimento inicial é de 19,9% para mulheres é de 19,9% enquanto os homens representam 19,2%, porém as taxas diminuem quando se tratam de empreendimentos estabelecidos, as TEE segundo o gênero alcançou 19,6% entre os homens e 14,3% entre as mulheres. Assim, a diferença que era de apenas 0,7 pp. em relação aos empreendimentos iniciais (TEA), sobe para 5,3 pp. nos empreendimentos estabelecidos (TEE).

Os dados demonstram que as mulheres brasileiras conseguem criar negócios na mesma proporção que os homens, porém às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato do mundo dos negócios ser tradicionalmente associado aos homens; ocorrendo assim maior dificuldade de financiamento; outro contra tempo é a tarefa de conciliar a demanda familiar com os negócios, GEM (2016), os números ressaltam a importância de suporte e assistência ao empreendedorismo feminino.

Na cidade de Cabedelo-PB, a prefeitura criou o Programa Desenvolver Cabedelo, amparado pela Lei Municipal 1.751, de 12 de junho de 2015, voltado para dar apoio aos pequenos negócios, cujas atividades necessitem de amparo financeiro, capacitação empreendedora e financiamento. O projeto desenvolver cabedelo estabeleceu ainda a parceria com o Sebrae, entidade privada sem fins lucrativos, que atua como unidade de apoio para o desenvolvimento do empreendimento e que tem como missão promover a competitividade das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo no país. Atualmente o projeto conta com mais de 1000 atendimento desde o seu início, e já contemplou com recursos financeiros 614 empreendedores locais. De acordo com o GEM (2016) dentre aqueles com negócios nascentes o interesse por unidades de apoio pode ser considerado grande, pois apenas um em cada quatro (23,4%) afirmou não ter interesse. Já o desinteresse cresce com a maturidade do negócio.

Diante do cenário apresentado, o presente trabalho tem como objetivo fazer um levantamento do perfil das mulheres assistidas por unidades de apoio, bem como o Projeto Desenvolver Cabedelo e analisar o nível de maturidade de seus empreendimentos. De modo a alcançar o objetivo propostos, a pesquisa possui uma abordagem quantitativa, com aplicação de questionário “Perfil empreendedor e nível de maturidade do negócio”, instrumento validado pelo conselho regional de administração, aplicado a 28 empresárias na cidade de Cabedelo, para

identificação do perfil das empreendedoras da Paraíba e a maturidade organizacional de seus negócios.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

O termo “empreendedorismo” tem sido definido das mais diferentes formas, sendo comum que o seu conceito se diferencia em algumas literaturas. Para Dornelas, (2017) o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos, que em conjunto, leva a transformação de ideias em oportunidades”. Para a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (2003)” o empreendedorismo é uma maneira de ver as coisas e um processo para criar e desenvolver atividades econômicas com base em riscos, criatividade e inovação de gerenciamento, no interior de uma organização nova ou já existente”.

As de definições encontradas se complementam, Richard Cantillon considerado o criador do termo, em 1755 definiu como “alguém que exerce um julgamento de negócios em face da incerteza” para Ahmad e Seymour (2008) em seus estudos publicados pela OCDE, afirma que, “são pessoas, necessariamente donos de negócios, que buscam gerar valor por meio da criação ou expansão de alguma atividade econômica”.

A decisão de empreender pode surgir em diversas circunstâncias, seja a oportunidade de iniciar algo novo, a necessidade de uma nova fonte de renda, ou simplesmente um empreendimento herdado de familiar, Dolabela (2013). Independente dos mais diversos fatores que leva a decisão de empreender. De acordo com o IBGE (2015), no Brasil, a maior economia da América Latina e do Caribe, o ano de 2015 foi marcado por um período de crise no cenário político, combinado com um lento progresso nas reformas estruturais, redução das taxas de investimento e do crescimento da economia brasileira, além da alta inflação e aumento do desemprego.

O programa Global Entrepreneurship Monitor – GEM, que atualmente, no mundo, é o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora, em seu relatório anual de 2016 aborda em seus estudos a motivação pela qual os empreendedores iniciam pode ocorrer, podendo ser pela necessidade ou oportunidade. O relatório apresenta dados da TEA evidencia duas taxas: a Taxa de Empreendedores por Necessidade e a Taxa de Empreendedores por oportunidade, essas taxas apresenta uma correlação negativa, ou seja, a medida que taxa de empreendedorismo por necessidade aumenta, a de empreendedorismo por oportunidade diminui, e vice-versa. No ano de 2016, o Brasil apresentou uma melhora, sutil, se comparado a 2015 (56,5%), com o valor de 57,4%. Indicando que, a cada 100 empreendedores, 57 empreendem por oportunidade, vale ressaltar que essa proporção de empreendedores por oportunidade é mais alta nos grupos de países impulsionados por inovação, isto é, que apresentam maiores níveis de desenvolvimento socioeconômico GEM (2016).

2.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

O empreendedor é um indivíduo que possui em suas características a busca pela sua independência financeira, que se envolve diretamente com a atividade desempenhada, assume os riscos calculados de uma nova ideia lançada no mercado, são individuo apaixonados pelo

que fazem, que busca criar seus sonhos ou dar continuidade ao patrimônio familiar (DORNELAS 2016).

Nesse sentido Dornela (2016) afirma ainda que empreendedor possui características extra que o diferencia de um gerente de tradicional de empresas, tais características somados aos atributos pessoais e características sociológicas e ambientais, permite o nascimento de uma nova empresa.

No quadro 1, pode-se observar uma comparação entre gerentes tradicionais e empreendedores.

Quadro 1: Comparação entre gerentes tradicionais e empreendedores

Temas	Gerentes Tradicionais	Empreendedores
Motivação principal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária, status, poder, etc.	Independência, oportunidade para criar algo novo, ganhar dinheiro.
Referência e tempo	Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensal etc e com horizonte de planejamento anual	Sobreviver a atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio
Atividade	Delega e supervisiona	Envolve-se diretamente
Status	Preocupa-se com o status e como é visto na empresa	Não se preocupa com o status
Como vê o risco	Com cautela	Assume riscos calculados
Falhas e erros	Tenta evitar erros e surpresas	Aprende com erros e falhas
Decisões	Geralmente concorda com seus supervisores	Segue seus sonhos para tomar decisões
A quem serve	Aos outros (superiores)	A si próprio e a seus clientes
Histórico familiar	Membros da família trabalham em grandes empresas	Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é a base do relacionamento	As transações e acordos são a base do relacionamento

Fonte: Dornelas 2017.

Observando o quadro, perceber que o empreendedor sabe identificar e aproveitar as oportunidades para gerar lucros. São capazes de acumular habilidades relevantes e aprendem com seus erros, deste modo, aprimoram sua capacidade com o tempo, gerando benefícios próprios, para a sociedade e para o país. Todavia, o gerente tradicional é capacitado para tomar decisões a partir de um cenário atual. (Dornelas, 2017)

Para Machado et al. (2003) as mulheres que decidem empreender, possuem um gerenciamento diferenciado, devido às características femininas, como sensibilidade, intuição e cooperação, combinadas com características masculinas, como iniciativa, coragem e determinação, o que acaba atribuindo as mulheres um estilo próprio de gerenciamento, na criação de um empreendimento.

A definição de empreendedor, assim como o conceito de empreendedorismo tem sido modificado ao passar dos séculos, embora nem sempre haja uma concordância a respeito da definição e características, definitiva, podemos afirmar que são indivíduos que nascem para o sucesso. Entretanto, independente do gênero, não basta apenas ter um espírito empreendedor, é preciso, inovar, criar formas de organização, desenvolver produtos e serviços que possam gerar e atender a demandas na sociedade, mantendo um nicho de mercado com potencial de crescimento, e desenvolvimento de permanente inovação (DOLABELA, 2003).

2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O mundo encontra-se cada vez mais globalizado e os últimos anos, o empreendedorismo feminino pode ser considerado uma tendência devido ao seu crescimento acelerado, o crescente interesse da sociedade e dos governos pelo empreendedorismo feminino, tem despertado também a disposição e a curiosidade pelo tema entre os estudiosos e pesquisadores (GIMENEZ *et al.* 2000). Segundo o GEM 2016 a importância das mulheres para a formação da taxa de empreendimento inicial (TEA) tem sido significativa e é coerente com dados anteriores, pois nos anos de 2013 e 2015 as diferenças entre as taxas masculina e feminina foram de 0,2 e 1,4 pontos percentuais respectivamente.

Nogami, Medeiros & Faia, (2014) ressalta que o modo de empreender da mulher brasileira se sobressai no cenário mundial, colocando o Brasil como um dos principais países no qual as mulheres mais empreendem. De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (2016) o gênero masculino predomina no desenvolvimento de novos empreendimentos na maioria dos países. Exceto no Brasil e México, que apresentam as TEA mais balanceadas de empreendedores entre homens e mulheres. No Brasil a TEA para mulheres é de 19,9% enquanto para os homens representam 19,2% o que pode ser considerado uma distribuição bastante equilibrada.

Segundo o IBGE (2018), as mulheres atingem o nível médio de instrução superior aos homens, são muitas das vezes esse “superior completo”, um indicador de 37,9% superior aos dos homens, principalmente entre as pessoas da faixa etária de 25 a 44 anos, em que a porcentagem de homens que completaram a graduação foi de 15,6%, enquanto as mulheres atingiram 21,5%. As estatísticas demonstram o quanto as mulheres têm buscado cada vez mais a capacidade, o ensino superior é um fator de sucesso na condução de seus empreendimentos, e na busca de realização de pessoal.

Embora os percentuais de homens e mulheres entre os empreendedores iniciantes tenham sido mantidos ao longo da década em 2016, estes percentuais demonstraram uma leve supremacia feminina entre os empreendedores comerciais, com 51,5%, enquanto a participação masculina foi de 48,5%. Contudo, uma equidade entre homens e mulheres à frente de novos negócios não mantém quando é analisada a participação por gênero nos empreendimentos estabelecidos.

Entre os empreendedores brasileiros com negócios em funcionamento há mais de 3,5 anos, 57,3% são homens, enquanto 42,7% são mulheres, representado, uma diferença de 14,6% entre os gêneros. Este indicador era ainda mais contrastante até 2009 quando alcançou 25,4%, com mulheres dirigindo somente 37,3% dos negócios estabelecidos, enquanto os homens respondiam por 62,7%. Por outro lado, desde 2010 esta diferença segue relativamente estável, o que pode indicar a necessidade de mais investimento em programas de apoio a mulheres com negócios já estabelecidos (GEM 2016)

2.4 ÓRGÃOS DE APOIO AO MICRO EMPREENDEDOR

Os dados demonstram que as mulheres brasileiras conseguem criar negócios na mesma proporção que os homens, porém às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento são algumas das barreiras encontradas para fazer seus empreendimentos prosperarem (GEM 2016). Daí a importância dos órgãos de apoio para as mulheres que decidem empreender.

Os órgãos que prestam serviços de apoio ao empreendedor, têm o objetivo de auxiliar no desenvolvimento de novos negócios, oferecendo ajuda na análise de viabilidade de mercado, na elaboração do plano de negócios, no desenvolvimento de propostas para obtenção de recursos, entre outras atividades. O interesse por unidades de apoio pode ser considerado grande dentre aqueles com negócios nascentes, pois apenas um em cada quatro (23,4%) afirmou não ter interesse neste apoio, em contrapartida, o desinteresse por este tipo de apoio cresce com a maturidade do negócio. No Brasil existem diversas instituições que oferecem tais serviços, as que mais se destacam é o SEBRAE, SENAC e SENAI.

Dentre os que buscam ajuda, 68,1% procura apoio no SEBRAE, sendo esta a entidade mais reconhecida entre os empreendedores. O segundo lugar de buscas fica com o SENAC (19,0%), seguido pelo SENAI (14,9%). A maior participação relativa de empreendimentos nas áreas de comércio e serviços, frente aos empreendimentos industriais explica a maior procura pelo SENAC. Outras instituições, como a ENDEAVOR, as Associações Comerciais, e os Sindicatos Patronais somam 12,3% de procura (GEM 2016).

3 METODOLOGIA

O estudo foi conduzido no município de Cabedelo, região metropolitana de João Pessoa, no estado da Paraíba. Sua população estimada é de 67.736 habitantes e possui área territorial de 29,763 km² (IBGE, 2016). Este estudo é classificado como qualitativo e quantitativo já que os dados coletados são analisados estatisticamente, em seguida os dados recebem tratamento interpretativo (Gil 2008). Quanto ao objetivo, esta pesquisa é de cunho descritivo, pois busca descrever características de determinada população ou fenômeno e estabelecendo relações entre variáveis (Gil, 2008).

O objeto deste estudo foi composta pelas mulheres empreendedoras, atendida pelo órgão de apoio Projeto Desenvolver Cabedelo e Sebrae. Quanto a amostragem, foi feita por acessibilidade, em que se busca elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo (Gil 2008), assim, a amostra foi composta por 28 empresárias. A população pesquisada atua em diferentes segmentos do mercado partiu-se, assim, de uma amostra não probabilística, como uma amostra constituída por elementos considerados representativos da população-alvo por parte do pesquisador (Gil, 2008).

A coleta dos dados, foi realizada através da aplicação do questionário “Perfil e Nível de Maturidade do Negócio” do Conselho Regional da Paraíba, esse instrumento contempla dados sociodemográficos, como sexo, ano de nascimento e escolaridade, bem como informações a respeito do empreendimento, ano de abertura, setor da empresa, negócio, contém ainda duas

seções que abrangem questões relacionadas a característica da empreendedora e maturidade do negócio.

O questionário foi adaptado para o presente trabalho, por parte do pesquisador e em seguida submetida à análise estatística no *software microsoft excel*®. Dessa forma, o estudo tem por finalidade analisar por meio dos resultados apresentados a seguir, informações que podem contribuir para compreender melhor o perfil das empreendedoras da cidade de Cabedelo, e a maturidade organizacional de seus negócios.

4.DISSCUSSÃO E RESULTADOS

Nesta seção, apresentam-se a interpretação e análise dos dados tabulados do questionário aplicados a 28 empreendedoras da cidade de Cabedelo-PB, buscando atender o objetivo desta pesquisa, que se trata de identificar as principais características das mulheres que decidiram empreender, e o nível de maturidade da sua empresa, a seguir os resultados são discutidas em três subseções.

Na primeira subseção, são analisadas as respostas referentes às questões sociodemográfico do questionário, as quais se destinam a identificar o grau de escolaridade, formação complementar, idade, e estado civil das entrevistadas em seguida, análise das principais características determinante em seu perfil. A segunda subseção dá-se através de avaliações de informações a respeito do empreendimento, e a última subseção, aborda o nível de maturidade das empresas.

4.1 PERFIL DA EMPREENDEDORA

4.1.1 INFORMAÇÕES SOCIODEMOGRÁFICO

Tabela 1 Informações Sociodemográfico

Grau de Instrução		Formação Complementar	
Categoria	Percentual	Categoria	Percentual
Fundamental incompleto	0,00%	Sim	67,86%
Fundamental completo	17,86%	Não	32,14%
Médio Completo	50,00%		
Nível Superior	32,14%		
Pós Graduação	0,00%		
Faixa Etária		Estado Civil	
Categoria	Percentual	Categoria	Percentual
De 18 a 29 anos	39,29%	Casada	52,78%
De 30 a 39 anos	21,43%	Divorciada	8,33%
De 40 a 49 anos	7,14%	Solteira	36,11%
De 50 a 59 anos	28,57%	Viúva	2,78%
Acima de 60 anos	3,57%		

Fonte: Elaborada própria (2019)

Com relação ao grau de instrução das empreendedoras, 100% da amostra possui algum grau de instrução, pois 17,86%, menor percentual, corresponde ao número de empreendedora com o fundamental completo, 50% da amostra concluiu o ensino médio, e 32,14% possuem o nível superior completo, embora nenhuma das entrevistadas, possua uma pós-graduação, quando questionada sobre uma formação complementar, 67%, e 86% responderam positivamente, sejam cursos ou conteúdo para enriquecer seu conhecimento na área de atuação, enquanto 32,14% afirmam não buscar nenhum tipo formação complementar, esses resultados que pode ser identificado no estudo relatados no Anuário do trabalho na micro e pequena empresa, Sebrae 2008, nos quais esse quadro também foi predominante.

No que se refere ao estado civil das mulheres, os resultados demonstraram que o perfil das empreendedoras investigadas confirma aquele proposto pelo relatório anual do GEM 2016, em que 41,7% dos empreendedores são casados. Neste estudo 52% das respondentes são casadas, o segundo maior percentual, 36,11%, corresponde a solteiras, seguido de 8,33% representando mulheres divorciadas, e 2,78%, que figura o número de respondente viúva. Quanto a faixa etária 39,29% pertence ao grupo de mulheres “de 18 á 29 anos” o maior percentual entre as respondentes, e 28,57% está entre “50 á 59 anos”, já 21,43% representa as mulheres de idade entre “30 á 49 anos”, o menor percentual são de mulheres da faixa etária “acima de 60 anos”, com 3,57%.

4.1.2 CARACTERÍSTICAS DAS EMPREENDEDORAS

Nesta etapa do questionário foi disposto afirmações sobre características ou ações que configuram o perfil do empreendedor, desta forma foi solicitado pela entrevistadora, que as respondentes analisassem as afirmações e indicassem o quanto estavam de acordo com a frase. Desta forma os valores de 10, 5 e 1 foi atribuído a cada afirmação, no qual 10 representa um nível forte de identificação (você “faz muito bem” ou “faz com alta frequência), 5 Mediano, (você faz de modo”satisfatório” ou “com pouca frequência”), e 1 Fraco (você faz de modo “sofrível” ou “raras vezes”).

Tabela 2 Características do empreendedor

Afirmativas	Nota 10 (Forte)	Nota 5 (Médio)	
(AFI1)Sempre avalio as alternativas e cálculo os riscos!	85,71%	14,29%	0% %
(AFI2)Não tenho medo de errar.	42,86%	46,43%	10,71%
(AFI3)Reviso os meus planos quando necessário, levando em conta os resultados obtidos.	85,71%	14,29%	0%

Fonte: Fonte: Elaborada própria (2019)

Assumir riscos calculados é uma das características do empreendedor (Dornelas, 2017) e quando questionadas a respeito de como vê e avalia os riscos (AFI1), 85,71% das empreendedoras afirmaram que seja algo que faz com alta frequência, 14,29% avaliam com

pouca frequência e 0% não costuma avaliar as alternativas e calcular os riscos. No que se refere ao medo de errar (AFI2) os resultados apresentados nesta afirmativa, ressaltam a característica do empreendedor de aprender com os erros e falhas, nos resultados apresentados, o erro é algo pouco temido pelas respondentes, pois apenas 10,71% responderam que seja algo raro de acontecer, caracterizando o menor percentual de mulheres que não tem medo de errar, já 46,43% afirmam não ter medo de errar ser algo mediano, e 42,86% garante que não ter medo de errar, seja algo frequente. Na AFI3, 85,71% das entrevistadas asseguram que revisa os planos quando necessário e considera os resultados obtidos anteriormente, enquanto 14,29% faz com pouca frequência e 0% considera ser algo raro. Esses resultados remetem ao mito dos empreendedores serem “jogadores” e que sempre assume risco, altíssimos, citado por Dornelas (2017).

Tabela 3 Características do empreendedor

Afirmativas	Nota 10 (Forte)	Nota 5 (Médio)	Nota 1 (Fraco)
(AFI4)Tenho conhecimento e monitoro os registros financeiros do negócio, utilizando-os para tomar decisões.	67,86%	25,00%	7,14%
(AFI5)Penso e tomo decisões para expandir meus negócios e meus bens.	64,29%	25,00%	10,71%
(AFI6)Busco parcerias e alianças para meu negócio, pois unidos somos mais fortes.	25,00%	32,14%	42,86%

Fonte: Elaborada própria (2019)

As afirmativas da tabela três, relacionadas a motivação (AFI6) e tomada de decisão (AFI4 e AFI5), apresentam resultados semelhantes com pesquisas já realizado, pelo IBGE (2018) e GEM (2016) citados anteriormente no presente trabalho. O fator de monitoramento das finanças (AFI4) foi sinalizado pelas empreendedoras como algo importante, visto que, 67,86% das entrevistadas considera ser algo que faz com alta frequência, 25,00% de modo satisfatório, e apenas 7,14%, faz de modo sofrível, os resultados da AFI4 podem ser um fator que implicam na decisão de expansão do empreendimento (AFI5), pois 64,29% consideram com alta frequência a expansão do seu negócio, 25% de modo satisfatório e 10,71% pensa e toma decisão para expandir negócios e bens. Parcerias e alianças configurou-se entre as respondentes como um fator raro, com um percentual de 42,86% das entrevistadas, 32,14% afirmam que buscam com pouca frequência, e 25,00% considera ser algo que faz com alta frequência.

Tabela 4 Características do empreendedor

Afirmativas	Nota 10 (Forte)	Nota 5 (Médio)	Nota 1 (Fraco)
(AFI7)Sou responsável pelo sucesso do meu negócio.	92,86%	7,14%	0%
(AFI8)Faço as coisas antes que me peçam ou que seja obrigada.	89,29%	10,71%	0%
(AFI9)Reconheço a importância das pessoas que trabalham comigo, da minha equipe.	100,00%	0%	0%

(AFI10)Estou aberta a novas ideias mesmo que contrárias as minhas.	92,86%	7,14%	0%
--	--------	-------	----

Fonte: Elaborada própria (2019)

Quando questionadas sobre o envolvimento direto com a atividade de seu negócio (AFI7) 92,86% das empreendedoras consideram um forte fator, a responsabilidade do sucesso do negócio por parte das mesma, como proprietária do negócio, 7,14% responderam ser algo mediano. Na AFI8 89,29% atribuíram uma nota 10 a afirmação, e 10,71% responderam que “faz as coisas antes que me peçam ou que seja obrigada”, com pouca frequência, na AFI9 100% da amostra atribuíram nota 10 a afirmação, ou seja, com alta frequência, considerando que seja algo que faz muito bem, quando se trata em reconhecer a importância da equipe de trabalho, as afirmativas AFI7, AFI8, AFI9 e AFI10 foram pontuadas com nota 1, ou seja, foram consideradas fraca pelo total da amostra, configurando 0% respectivamente.

4.2 INFORMAÇÕES DO EMPREENDIMENTO

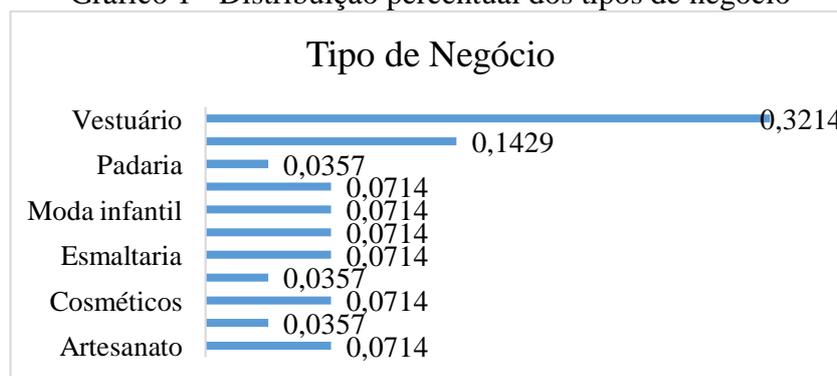
Tabela 5. Informações sobre a empresa

Setor da Empresa	Percentual
Comércio	75,00%
Empreendedora digital	0,00%
Indústria	0,00%
Serviços	25,00%
Terceiro setor ONGs	0,00%

Fonte: Elaborada própria (2019)

O percentual encontrado nesta pesquisa, convergem com um estudo realizado por Barbosa (apud IBQP,2009), que relata o aumento da participação das mulheres do setor de comércio e serviços no total do PIB brasileiro, as mulheres respondem por dois terços dos novos negócios. Os dados apontam que 75% das empreendedoras respondentes na cidade de cabedelo corresponde ao setor de comércio, e 25% do setor de serviço. Os percentuais dos tipos de negócio são apresentados no gráfico 1.

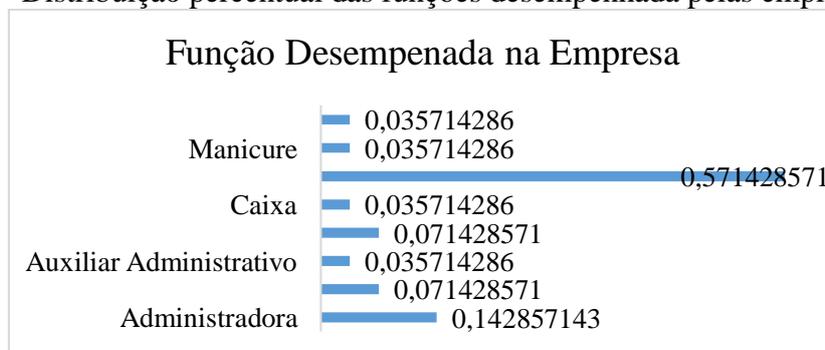
Gráfico 1 - Distribuição percentual dos tipos de negócio



Fonte: Elaborada própria (2019)

O maior percentual de tipo de negócios apresentado nas pesquisas, foi o de vestuário 32,14%, seguido de 14,29% que representa salões de beleza, 7,14% representaram repetitivamente os negócios do tipo moda íntima, moda infantil, lojas de informática, esmaltarias e artesanatos, o demais tipo de negócios foram representados pelo percentual de 3,57%. O gráfico abaixo apresenta as funções desempenhadas pelas empreendedoras

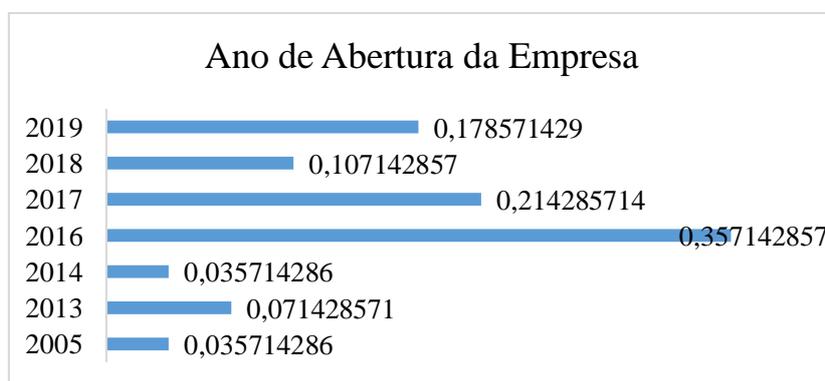
Gráfico 2 - Distribuição percentual das funções desempenhada pelas empreendedoras



Fonte: Elaborada própria (2019)

Os maiores percentuais concentram nas funções administrativas dos empreendimentos, 57,14% afirmam desempenhar a função de gerência, e 14,29% na administração, em seguida a função de atendente com 7,14%, as demais funções apresentam o percentual de 3,57% na devida ordem, auxiliar administrativo, cabeleireira, caixa, manicure e *nail desing*. O gráfico abaixo apresenta os anos de abertura dos empreendimentos.

Gráfico 3 - Distribuição percentual do ano de abertura das empresas



Fonte: Elaborada própria (2019)

O maior percentual concentra-se no ano de 2016, que corresponde a 35,71% o número de empreendimentos iniciais. Tal resultado corrobora com dados do relatório anual do GEM em que os percentuais demonstraram entre os empreendedores iniciais, apresentaram uma leve supremacia feminina com 51,5%, enquanto a participação masculina foi de 48,5%. Outro fator relevante para esses números tratam-se justamente do início do projeto Desenvolver Cabedelo, que passou a atuar como órgão de apoio aos microempreendedores da região, no ano seguinte,

2017 configurou-se a segunda maior variação de 21,43% entre os respondentes, em 2019 o percentual de abertura foi de 17,86%. O ano de 2018 representou nas pesquisas 10,71%, já os números de 2013, foi de 7,14% seguido de 3,57% para os anos de 2005 e 2014 respectivamente. Os mesmo dados a respeito do ano de abertura são apresentados nos gráficos abaixo, em que podemos notar que os dados das pesquisas apresentado pelo GEM 2016, e IBGE 2018 corroboram com os resultados foram predominantes neste estudo.

Gráfico 4- Distribuição percentual do ano de abertura das empresas



Fonte: Elaborada própria (2019)

Gráfico 5 - Distribuição percentual do ano de abertura das empresas



Fonte: Elaborada própria (2019)

Observe-se no gráfico 4 de 2004 – 2013 ocorreu um crescimento no número de abertura de novos empreendimentos, no entanto, os números tornam a cair nos anos seguintes 2013-2015, vale ressaltar que 2014, foi o ano em que o país passava por uma grave crise econômica, que resultou no recuo do produto interno bruto PIB, por dois anos consecutivos. Considerando que a amostra do estudo é composta por mulheres que recebem algum tipo de apoio do Projeto

Desenvolver Cabedelo, podemos considerar que projeto foi extremamente relevante para a contribuição de abertura de novos empreendimentos, pois o maior percentual de abertura de novos negócios concentra-se no ano de 2016 (ver gráfico 5), um ano após a criação do Projeto Desenvolver Cabedelo-Pb, nos anos seguintes 2017-2019, houve oscilações nos percentuais de abertura de novos negócios, uma diminuição abertura de novos empreendimentos nos anos de 2017 a 2018, tornando a apresentar um crescimento em 2019, ano em que o projeto firma parceria com o maior órgão de apoio ao microempreendedor, SEBRAE.

4.3 MATURIDADE DO EMPREENDIMENTO

Nesta etapa do questionário, foram apresentadas algumas ferramentas administrativas estratégicas para empreendedoras, e aplicação das mesma no seu empreendimento. De modo que, foi solicitado as respondentes que assinalassem “sim” ou “não” para o uso das ferramentas, de modo a medir o nível de maturidade das empresas, classificado em: startup, emergente, em expansão ou maduras.

4.3.1 Planejamento Estratégico e Análise Ambiental

Tabela 6- Identificação da maturidade do negócio

VARIÁVEL	%SIM	%NÃO
ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO	67,86%	32,14%
MIX DE PRODUTOS	78,57%	21,43%
ESTRATÉGIAS DE MARKETING	85,71%	14,29%
CONHECIMENTO DOS CLIENTES	92,86%	7,14%
CONHECIMENTO DA CONCORRÊNCIA	78,57%	21,43%
INOVAÇÃO	75,71%	24,29%

Fonte: Elaborada própria (2019)

Quando questionadas se a empresa possuía missão, visão e valores definidos e comunicado a todos os 67,86% das empreendedoras responderam que sim, e 32,14% afirmaram não possuir uma estratégia de negócio definida. No que tange a área de ‘marketing’ dos empreendimentos, 85,71% afirmam fazer uso de diversas formas de promoção/propaganda dos produtos/serviços e possuir identificação da marca, enquanto 14,29% afirmam não fazer uso. Quando questionadas sobre a área de produção e serviços apenas 21,43% responderam que não possui um amplo mix de produto, que pode ser oferecido a diferentes mercados, enquanto 78,57% responderam positivo.

O percentual das variáveis que contribuem para uma análise de interna e externa da organização, como conhecimento dos clientes apresentou 92,86% das respostas positivas por partes das respondentes, e 7,14% assinalaram negativo para o conhecimento sobre seus clientes e necessidades do público alvo, no que se refere ao número de respostas positivas para conhecimento da concorrência, 78,57% afirmam possui tal conhecimento, enquanto 24,29% não busca ou possui. Relativo à inovação em algum aspecto, por exemplo: adoção de novas e melhores práticas de produção; adoção de novas e melhores práticas gerenciais, apenas 24,29% assinalaram não para tal processo, enquanto 75,71% responderam que sim.

4.3.2 GESTÃO DE PESSOAS

Tabela 7- identificação da maturidade do negócio

VARIÁVEL	% SIM	%NÃO
GESTÃO DE PESSOAS	32,14 %	67,86%
CAPACITAÇÃO DE PESSOAL	39,29 %	60,71%
LIDERANÇA QUALIFICADA	92,86 %	7,14%

Fonte: Elaborada própria (2019)

O número de resposta positivas para a variável gestão de pessoa foi de apenas 32,14%, enquanto 67,86% responderam não possuir regra de gestão de pessoas definidas, processos de seleção, planos de cargo e carreiras. Na variável referente a capacitação de pessoal apenas 39,26% responderam positivo, enquanto 60,71% das empreendedoras assinalaram que, no último ano não foi ofertado alguma capacitação, curso ou treinamento ao pessoal que trabalha na empresa, um fator que pode influenciar no alto índice de respostas negativas nestas duas variáveis – gestão de pessoas e capacitação de pessoal - é o fato que maioria dos respondentes sejam as únicas sócias e não possuir equipe de trabalho, dado o resultado de respostas positivas quando indagadas a respeito da liderança qualificada, no qual 92,86% responderam acredita que a pessoa a frente do negócio seja qualificada para exercer funções de planejar, negociar e vender. Estes resultados que pode ser identificado em pesquisas semelhantes ao tema como Borges et al., nos quais esse quadro também foi predominante.

4.3.3 ÁREA FINANCEIRA

Tabela 8- identificação da maturidade do negócio

VARIÁVEL	% SIM	%NÃO
AQUISIÇÃO DE MÁQUINAS/EQUIPAMENTOS	64,29%	35,71%
PADRÃO DE PROCESSOS	57,14%	42,86%
POLÍTICA DE PREÇOS	89,29%	10,71%
CONTROLES FINANCEIROS	85,71%	14,29%
INADIMPLÊNCIA DE CLIENTES	17,86%	82,14%

Fonte: Elaborada própria (2019)

A área financeira dos empreendimentos investigados apresentou resultados satisfatórios quanto a natureza da aplicabilidade de ferramentas administrativa, demonstrado um bom planejamento e controle financeiro por parte da amostra, o percentual de respostas positivas foi de 64,29% de aquisição de máquina, equipamentos e 35,71% para negativa, os resultados corroboram com dados do relatório anual do GEM 2016, em que apresenta a dificuldade das mulheres de acesso a crédito é para abertura de negócio, uma das principais motivações para buscar um órgão de apoio, tendo em vista que tais entidades são criados para dar apoio aos

pequenos negócios, cujas atividades necessitem de amparo financeiro, capacitação empreendedora e financiamento.

Concernente a variável de padrão de processos 57,14% afirma conhecer e utilizar de processos padrão no negócio, enquanto 42,86% não possui. Com relação à política de preço 89,29% afirmam conhecer a estrutura de custos do seu negócio e sabe como definir seu preço com segurança, enquanto 10,71% não possui conhecimento sobre tais práticas. Neste sentido os percentuais da variável de controle financeiro coincidem, pois, quando questionados sobre o controle financeiros 14,9% das empreendedoras afirmam não possuir ou fazer uso de ferramentas de controle financeiro, e 85,71% contestaram positivo para o uso de ferramentas de controle financeiro.

A variável “inadimplência de clientes” apresentou um percentual de 82,14% para respostas negativas, indicando um baixo número de clientes que deixam de pagar suas contas, e 17,86% afirmam que sim, possui clientes inadimplentes. Contudo, quando questionadas sobre o faturamento da empresa nos últimos 12 meses os resultados exibidos na tabela 9 são satisfatórios. Observe que o percentual de 71,43% dos empreendimentos femininos apontara um crescimento no faturamento da empresa, 14,29% manteve-se no mesmo valor e 14,29% decresceu.

Tabela 9- identificação da maturidade do negócio

VARIÁVEL	%A (cresceu)	% B (manteve-se)	%C (decresceu)
FATURAMENTO	71,43%	14,29%	14,29%

Fonte: Elaborada própria (2019)

Os resultados apresentados configuram os empreendimentos estudados no nível empresas emergentes (segundo nível), embora os dados encontrados comprovem no que lhe concerne, a solidez dos empreendimentos das mulheres vinculadas ao projeto desenvolver Cabedelo, tendo em vista que já conseguiram recursos financeiros e atuam com mais autoconfiança no mercado. É possível identificar que as empreendedoras têm buscando otimizar a estrutura de gastos, a julgar que já possuem controle financeiro, e desejo de expansão otimizações dos negócios, entretanto o nível de expansão (terceiro nível) requer capital suficiente para financiar projetos a médio ou longo prazo, otimizações de processos, códigos de condutas entre outros fatores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do presente trabalho proporcionaram conhecer os perfis das empreendedoras atendidas pelo órgão de apoio Sebrae e o Projeto Desenvolver Cabedelo. Os dados apresentados trazem as características das empreendedoras, dentre as mais preponderantes encontra-se: determinação organização, proatividade, liderança e bons relacionamentos com os clientes. No que diz respeito as características do empreendimento, geralmente apresentam traços de empresas de estágios iniciais. Assim, o estudo realizou analisar do nível de maturidade de seus empreendimentos, apresentou resultados que confirmaram características do perfil das empreendedoras apontadas em outros estudos, já realizados pela OCDE (2008), além de características de empreendedores de sucesso.

As características apresentadas, indicaram que as empreendedoras em análise são, em sua maioria casadas, na faixa etária de 18 a 29 anos, com relação ao nível de instrução das empreendedoras, o total da amostra, são alfabetizadas, sendo o maior percentual, o de ensino médio completo. Outra característica relevante dos resultados obtidos, é que as mulheres empreendedoras em sua maioria, buscam uma formação complementar, o que pode explicar o fato do conhecimento e aplicabilidade das ferramentas da administração, apresentando um cenário positivo de planejamento administrativo e gerenciamento dos estabelecimentos, este em sua maioria encontra-se no setor de comércio, quanto a maturidade do empreendimento, os resultados apontam para empresas ao nível emergente. Vale ressaltar que os estudos voltados para a maturidade de pequenas empresas, ainda são bastante escassos, impossibilitando a comparação dos resultados obtidos no estudo.

Por fim, uma das principais contribuições teórica deste estudo volta-se para o estímulo de novas pesquisas que relacionam gênero e crescimento organizacional dos empreendimentos de pequeno porte, junto aos órgãos de apoio ao microempreendedor. Como sugestões para futuras pesquisas, aponta-se a possibilidade de estudos que permitam verificar as diferenças de perfil e estratégias entre gêneros, bem como a gestão e planejamento das microempresas.

REFERÊNCIAS

- AHMAD N.; SEYMOUR R Definig Entrepreneurial Activity. OECD- The University of Sydney.2008.
- AZEVEDO, P. M.; ANDRADE, M. O. *Empreendedorismo De Mulheres Artesãs: Caminhos Entre o Capital Social e a Autogestão* - ISSN 1517-5901 (online) Política & trabalho Revista de Ciências Sociais, n° 47, Junho/Dezembro de 2017, p. 173-189
- CAVARARO R. Et al. - *Coordenação de Marketing/Centro de Documentação e Disseminação de Informações - CDDI Estatísticas de empreendedorismo: 2015 / IBGE, Diretoria de Pesquisas*. - Rio de Janeiro: IBGE, 2017.
- DOLABELA, F. *A vez do sonho - 1. ed.* São Paulo. Cultura Editora Associados. 2000.
- DOLABELA, F. *Pedagogia Empreendedora: O Ensino De Empreendedorismo Na Educação*-São Paulo. Cultura Editora. 2003.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. – 12 ed. Rio de Janeiro. Elsevier. 2001.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. – 6. ed. São Paulo. Empreende/Atlas 2017.
- HOME PREFEITURA MUNICIPAL DE CABEDELLO. Desenvolver Cabedelo beneficia mais 32 microempreendedores locais com crédito de R\$ 110 mil reais. 2019. Disponível em:< <http://cabedelo.pb.gov.br/desenvolver-cabedelo-beneficia-mais-32-microempreendedores-locais-com-credito-de-r-110-mil-reais/> >. Acesso em: 2 jan. 2020.
- IBGE. *Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo: 2017 / IBGE, Coordenação de Cadastro e Classificações*. - Rio de Janeiro. IBGE, 2019.
- IBGE. *Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil*.- Rio de Janeiro. IBGE, 2018. Disponível em:<<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101551>> Acessado em: 04. Fev.2020
- GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008
- GRECO S. et al. *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2016* - Curitiba: IBQP, 2017.

- JULIEN, P. A. *Empreendedorismo Regional e Economia do Conhecimento - 1. ed.* São Paulo. Saraiva. 2010
- NOGAMI, V. K. C.; MEDEIROS, J.; FAIA, V. S. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre os anos de 2000 e 2013. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 3, n. 3, p. 31-76, 2014
- MATTE J.; et al. *Comportamento Empreendedor Feminino: Estudo No Estado Do Rio Grande Do Sul* - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco V. 5 N°1 jan.-jun. 2019.
- MELO M.R.; JESUS D. L. N. *Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul*- ISSN 2357-8211 (online) *Revista de Turismo Contemporâneo – RTC*, natal, v. 6, n. 1, p. 111-128, jan./jun. 2018.
- SABBAG, P. Y. *Gerenciamento de projetos e empreendedorismo - 2. ed.* São Paulo. Saraiva 2013
- SCOTT, J. W. (1990). *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. *Educação e Sociedade*, 16(2), 5-22.
- PEREIRA, J. H.; SANTOS, S. A. *Como desenvolver seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor – 1. ed.* Brasília. Sebrae. 19