



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

SARAH DAISE OLIVEIRA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: A INFLUÊNCIA DA
EMPREENDEDORA NO ÊXITO DO SEU NEGÓCIO**

**João Pessoa
2024**

SARAH DAISE OLIVEIRA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: “A INFLUÊNCIA DA
EMPREENDEDORA” NO ÊXITO DO SEU NEGÓCIO**



**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE
CURSO** apresentado ao Instituto
Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso
Superior de Bacharelado em
Administração, como requisito
institucional para a obtenção do Grau
de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): Prof. Dra Maria de Fatima da Silva Oliveira

**JOÃO PESSOA
2024**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha do IFPB, *campus* João Pessoa

S586e Silva, Sarah Daise Oliveira da.

Empreendedorismo feminino : a influência da
empreendedora no êxito do seu negócio / Sarah Daise
Oliveira da Silva. - 2024.

75 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) –
Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade
Acadêmica de Gestão e Negócios, 2024.

Orientação : Profa. Dra Maria de Fátima Silva
Oliveira.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Características
empreendedoras. 3. Comportamento da empreendedora.
4. Sucesso empresarial. 5. Estudo de caso. I. Título.

CDU 005.342-055.2(043)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

FOLHA DE APROVAÇÃO

SARAH DAISE OLIVEIRA DA SILVA
Matrícula 20201460013

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: A INFLUÊNCIA DA EMPREENDEDORA NO
ÊXITO DO SEU NEGÓCIO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em 18.09.2024
no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso
Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a
obtenção do Grau de Bacharel(a) em ADMINISTRAÇÃO.

Resultado: Aprovada

João Pessoa, 23.09.2024.

BANCA EXAMINADORA:
(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Dra. Maria de Fátima Silva Oliveira (IFPB)

Orientador(a)

Me. Andreia Cavalcanti de Oliveira (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Dr. José Washington de Moraes Medeiros (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- Maria de Fatima Silva Oliveira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 23/09/2024 15:33:09.
- Andreia Cavalcanti de Oliveira, COORDENADOR(A) - FG2 - CPGPESQ-JP, em 23/09/2024 15:38:21.
- Jose Washington de Moraes Medeiros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 23/09/2024 15:49:25.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 16/09/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse https://suap.ifpb.edu.br/autenticar_documento/ e forneça os dados abaixo:

Código: 606501
Verificador: 07303cccd5
Código de Autenticação:



Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, JOAO PESSOA / PB, CEP 58015-435
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3612-1200

Dedico este trabalho primeiramente ao meu bom Deus. Ao meu valioso esposo Nathanael Filipe, e aos meus queridos pais Geraldo José e Deize Oliveira.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela dádiva da vida, pela sua companhia em todos os momentos da minha vida, em especial na vida acadêmica no Instituto Federal.

Em especial ao amor da minha vida Nathanael Filipe que sempre está me apoiando e me incentivando, meus queridos pais Geraldo José e Deizi Oliveira, pelo amor e compreensão infinitos, aos meus irmãos, a saber, Alex, Leandro, Natallia Kelly, Raquel, Geovane, Gedeíás e Rebeca. Aos meus sobrinhos que me enchem de amor e alegria a saber Alice, Átila, Ana Isabel e Sophie. Aos meus cunhados, em especial a Anna Raquel que esteve comigo lado a lado, aos meus avós, tios, sogros e familiares que contribuíram com amor e atenção.

À minha orientadora e professora Maria de Fátima, que me conduziu nesta busca de conhecimento, reconheço que sua contribuição foi fundamental para o desenvolvimento deste estudo, ao me orientar com atenção, empenho e amor.

Agradeço a todos que de maneira direta ou indireta contribuíram e compartilho com vocês mais uma conquista.

“A persistência é o caminho do êxito.” (Charles Chaplin)

RESUMO

Este trabalho aborda o tema "Empreendedorismo Feminino: A Influência da Empreendedora no Êxito do Seu Negócio", com o objetivo principal de identificar o impacto do comportamento da empreendedora em diferentes fases do processo empreendedor, incluindo identificação da oportunidade, planejamento, implantação e crescimento do negócio. A pesquisa foi conduzida por meio de um estudo de caso do empreendimento "O Pioneiro", permitindo uma análise das características empreendedoras da literatura e sua aplicação prática. A metodologia empregada incluiu a revisão da literatura sobre características empreendedoras e um estudo de caso qualitativo, a partir de entrevistas tabuladas por meio da análise de conteúdo. Foram identificadas características como auto eficácia, propensão a assumir riscos calculados, persistência e inovação na empreendedora do estudo. A análise revelou que essas características foram determinantes para a superação de desafios e para o sucesso contínuo do empreendimento. Além disso, foi possível observar como a empreendedora utilizou seu comportamento proativo e resiliente para impulsionar o crescimento e a sustentabilidade do negócio. Os principais resultados obtidos confirmam que o comportamento da empreendedora teve um impacto significativo em todas as fases do processo empreendedor. A presença de características empreendedoras fundamentais contribuiu para a identificação de oportunidades e a gestão eficaz do negócio. A empreendedora desempenhou um papel crucial na liderança e na tomada de decisões, o que facilitou o desenvolvimento e a consolidação de "O Pioneiro" no mercado. Em conclusão, o estudo reforça a importância do comportamento empreendedor para o êxito dos negócios e destaca a necessidade de pesquisas futuras com amostras mais amplas e diversificadas. A inclusão de métodos quantitativos e a exploração de diferentes contextos podem proporcionar uma compreensão mais abrangente sobre a influência do comportamento da empreendedora no sucesso empresarial.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Características Empreendedoras. Comportamento da empreendedora. Sucesso empresarial. Estudo de caso.

ABSTRACT

This study explores "Female Entrepreneurship: The Influence of the Entrepreneur on Business Success," aiming to identify the impact of entrepreneurial behavior across various stages of the entrepreneurial process, including opportunity identification, planning, implementation, and business growth. The research was conducted through a case study of the business "O Pioneiro," allowing for a detailed analysis of entrepreneurial characteristics described in the literature and their practical application. The methodology involved a literature review on entrepreneurial traits and a qualitative case study. Key entrepreneurial characteristics such as self-efficacy, risk propensity, persistence, and innovation were identified in the entrepreneur studied. The analysis revealed that these traits were crucial in overcoming challenges and achieving continuous success for the business. Furthermore, the entrepreneur's proactive and resilient behavior was pivotal in driving growth and ensuring the business's sustainability. The main results indicate that the entrepreneur's behavior significantly impacted all stages of the entrepreneurial process. The presence of essential entrepreneurial traits contributed to opportunity recognition, strategic planning, and effective business management. The entrepreneur played a critical role in leadership and decision-making, facilitating the development and consolidation of "O Pioneiro" in the market. In conclusion, the study emphasizes the importance of entrepreneurial behavior for business success and highlights the need for future research with broader and more diverse samples. Incorporating quantitative methods and exploring different contexts could provide a more comprehensive understanding of the influence of entrepreneurial behavior on business success.

Keywords: Female Entrepreneurship. Entrepreneurial traits. Entrepreneur behavior. business success. case study.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Características de um empreendedor	22
FIGURA 2: Organograma da empresa O Pioneiro	36

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Características segundo Schmidt e Bohnenberger (2009)	19
QUADRO 2: Características das empreendedoras.	24

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Distribuição dos empreendedores	28
---	----

LISTA DE FOTOS

FOTO 1: Frente de loja	36
FOTO 2: Padaria	37
FOTO 3: Hortifrutl	38
FOTO 4: Meio de loja 1	38
FOTO 5: Açougue	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IFPB: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEI: Microempreendedor Individual

ONG: Organizações Não Governamentais

PIB: Produto Interno Bruto

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	DELIMITAÇÃO DO TEMA / PROBLEMÁTICA.....	15
1.2	OBJETIVOS	17
1.2.1	Objetivo Geral.....	17
1.2.2	Objetivos Específicos.....	17
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1	EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	18
2.2	CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR	20
2.3	PERFIL EMPREENDEDOR FEMININO	24
2.4	PROCESSO EMPREENDEDOR E O FEMININO DE ÊXITO	27
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	30
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	31
3.2	UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA.....	32
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	33
3.4	PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS.....	33
4	ANÁLISE DE DADOS	34
4.1	DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.....	35
4.2	ANÁLISE DA ENTREVISTA.....	40
4.2.1	VERIFICAR AS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS.....	40
4.2.2	CARACTERIZAR O EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	49
4.2.3	ANALISAR O COMPORTAMENTO DA EMPREENDEDORA.....	56
4.2.4	DESTACAR O PAPEL DA EMPREENDEDORA.....	58
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
	REFERÊNCIAS.....	63
	APÊNDICE 1 - GUIA DE ENTREVISTA.....	69
	ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO	73

1 INTRODUÇÃO

O papel da mulher na sociedade vem sendo alterado ao longo das últimas décadas, e esse movimento tem sido significativo para as mulheres, onde o seu papel passou a não se limitar a ser apenas dona de casa, passando também a desempenhar diversas funções no mercado de trabalho e no mundo dos negócios que outrora era dominado exclusivamente pelo homem. A mulher tem ganhado progressivamente mais espaço no cenário dos negócios e em outros cenários, conquistando também mais direitos e oportunidades diversas. Em 1932 além da conquista ao voto, foi promulgada a “Lei do Trabalho Feminino”, que possibilitou às mulheres a trabalharem fora de casa sem autorização do pai ou esposo, e como havia uma certa restrição e tabu ao trabalho feminino em lojas, abriu-se espaço para as atividades empreendedoras. O termo empreendedorismo feminino surgiu entre os anos de 1970 e 1980, mas de acordo com o artigo do Xp Investimentos (2022), no Brasil os primeiros estudos sobre o tema apareceram no final dos anos 1990 e o interesse por esse assunto tem se intensificado, uma vez que com o passar dos anos, políticas de igualdade de gênero e programas sociais em apoio ao empreendedorismo foram implementados pelo governo contribuindo para o surgimento de novas mulheres empreendedoras no Brasil.

Para Peter Drucker (1987), empreendedorismo é a habilidade de encontrar padrões onde outros vêem o caos, identificar oportunidades onde outros veem desafios e criar valores onde outros veem apenas dificuldades, e historicamente a criatividade e resistência das mulheres vinculadas a necessidade de busca de alternativas econômicas diante das limitações sociais impostas ao longo dos anos tem transformado muitos desses desafios em oportunidades, despertando o empreendedorismo feminino, que possibilita construir um futuro mais inclusivo para as mulheres no mercado de trabalho.

De acordo com uma perspectiva mais atual, o termo “empreendedorismo deve ser relacionado com a criação de riqueza para indivíduos e sociedade” (Blanco, 2021, p. 114), ou seja, o empreendedorismo como meio para a criação de riquezas a partir da criatividade e audácia de pessoas com desejo empreendedor, e que de forma direta e indireta contribuem para a manutenção da sociedade.

Hodiernamente, o empreendedorismo feminino no Brasil continua a crescer. “O número de mulheres empreendedoras chegou a uma marca histórica: a última pesquisa do Sebrae, feita com base em dados do IBGE, mostra que, no terceiro trimestre do ano 2022, havia 10,3 milhões de mulheres donas de negócios no país, mais de 34% dos empreendedores.”

Segundo Minniti & Naudé (2010) a existência de políticas públicas que apoiam o empreendedorismo feminino, como programas de capacitação, incentivos fiscais, e acesso facilitado ao crédito, são de suma importância para o sucesso de mulheres no empreendedorismo, onde ajudam as mulheres a prosperar com igualdade. Muitos esforços tem sido realizado no Brasil para o estímulo ao empreendedorismo feminino, dentre eles o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) desempenha um papel importantíssimo, oferecendo capacitação para mulheres que desejam empreender ou expandir seus conhecimentos; e a Rede Mulher Empreendedora, uma rede nacional que conecta mulheres por meio de eventos e recursos online. No entanto, mesmo com diversos esforços as mulheres brasileiras empreendedoras enfrentam muitas dificuldades, como o sexismo, investimento desigual, equilíbrio entre a vida pessoal e trabalho, desestímulo seja por fatores externos, como também internos no núcleo familiar.

Todos esses esforços auxiliam ao desenvolvimento do empreendedorismo feminino, e na nossa região, mais especificamente na cidade de João Pessoa, na Paraíba, as mulheres empreendedoras estão envolvidas em vários setores econômicos, como o comércio, turismo, artesanato, beleza, moda e alimentação. Com a crescente quantidade de empreendedoras na cidade, a prefeitura de João Pessoa, por meio do programa de microcrédito orientado Eu Posso, executado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho (Sedest), a gestão municipal conseguiu atender mais de mil mulheres por meio de crédito para o investimento em seus próprios negócios, contribuindo tanto para a continuidade, como para o surgimento de novas empreendedoras pessoenses.

O papel da mulher empreendedora no negócio é de forma multifacetada e trazendo uma gama diversificada de habilidades e perspectivas que se demonstram de forma intrínseca nas mulheres, e as organizações que possuem mulheres como líderes possuem algumas características especiais, como a liderança de forma única e mais humana, habilidade de construir relacionamentos e rede de apoio fora e

dentro do meio empresarial, como também a facilidade de inserir inovações nas organizações.

O tema abordado neste estudo trata portanto sobre o empreendedorismo feminino e de como a mulher empreendedora pode ser um fator importante para o êxito de seu negócio. O estudo pretende contribuir para a comunidade acadêmica por trazer um estudo sobre o empreendedorismo feminino e o case de sucesso da empreendedora estudada e que pode ser utilizado como fonte de conhecimento para outros estudantes, assim espera-se que o estudo sirva de instrumento e fomento a mulheres empreendedoras.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E PROBLEMÁTICA

Para Chiavenato (2007), o empreendedor é a pessoa que inicia e opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e buscando a inovação continuamente. Portanto, a mulher empreendedora que inicia um negócio, destaca-se a natureza desafiadora e dinâmica do empreendedorismo, que além dos entraves naturais do empreendedor, ela rompe barreiras estereotipadas e buscam continuamente a inovação para seu negócio, em meio a inovações contínuas elas buscam se destacar de forma singular, onde há investimento físico e financeiro para o sucesso do empreendimento, tomando decisões independentes para moldar o rumo de seus negócios de acordo com seus objetivos e valores pessoais. Uma tarefa que exige dedicação, força de vontade, planejamento e bastante busca pelo conhecimento daquilo que se pretende abrir e não desistir no primeiro obstáculo.

Dornelas (2001) afirma que no passado já se falava que o mercado passava por um momento chamado “era do empreendedorismo” pois o empreendedorismo dantes já se demonstrará como uma força motriz na economia e na inovação pela sua maleabilidade de se adaptar rapidamente a novos cenários e no surgimento de novas oportunidades a partir do contexto social ao qual o indivíduo está inserido, e hodiernamente não se distingue da realidade falada pelo autor.

No município de João Pessoa, PB, a atividade empreendedora tem ganhado destaque, de acordo com a Agência Sebrae de Notícias(ASN,2024) de João Pessoa, “No segundo semestre de 2023 a cidade chegou ao número de 98 mil empreendedores diretos, e em toda parte da cidade é perceptível a presença de muitas mulheres à frente do seu negócio”. O bairro Alto do Mateus não foge a essa tendência, sendo exemplar o caso de Deize Oliveira, proprietária do supermercado O Pioneiro.

O empreendimento teve início no ano de 1992 como um pequeno comércio, a princípio oferecendo uma variedade limitada de produtos. A gestão contou com a participação ativa de Geraldo Davi, na época namorado e atual esposo de Deize Oliveira. Graças à persistência e dedicação de ambos, a loja expandiu-se ao longo do tempo. O sucesso do supermercado não apenas impulsionou seu crescimento, mas também proporcionou sustento para os sete filhos do casal. Localizado no bairro Alto do Mateus, na cidade de João Pessoa, o supermercado tornou-se um ponto de referência para os moradores locais.

Até a data da realização da pesquisa, o supermercado O Pioneiro conta com aproximadamente 50 colaboradores e ocupa uma área de cerca de 400 m². Essa área compreende espaços destinados às vendas e armazenamento dos produtos, consolidando sua presença como um estabelecimento significativo na comunidade.

A empreendedora Deize Oliveira iniciou suas atividades em um pequeno box de aproximadamente 6 metros quadrados, observando que no bairro o qual estava residindo carecia de comércios de alimentos. Com apenas poucos itens da cesta básica ela começou a empreender, a saber: 1 fardo de café, 1 fardo de açúcar, 3 unidades de leite em pó e 1 fardo de arroz, e conforme a empreendedora ia comercializando os itens disponíveis, ela gradativamente ia repondo o estoque e aumentando o mix. Sempre persistente e nunca desistindo dos seus sonhos e objetivos, mesmo surgindo muitos desafios, como o sexismo, a dificuldade entre o equilíbrio da vida pessoal e profissional, rede de apoio limitada, ela não desistiu. Com seu carisma, ganhou o afeto dos clientes e fornecedores se tornando a peça chave para o sucesso do negócio familiar no qual ela está inserida.

O perfil empreendedor que é composto por uma série de características e habilidades que diferenciam os aventureiros dos empreendedores de sucesso, e seu impacto influencia de forma direta o empreendimento. A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2023 identificou que no Brasil características como resiliência,

capacidade de networking, inovação são um dos principais fatores que mais contribuem para o sucesso dos empreendedores, e destaca que empreendedores que estão sempre em busca de novas oportunidades e disposição para inovar tem as maiores chances de êxito a longo prazo.

Nesse contexto, com base no que foi exposto, para compreender o papel da mulher empreendedora inserida no contexto do estudo de caso, procura-se responder o seguinte questionamento: **Qual a influência do comportamento da empreendedora no êxito do seu negócio?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar qual o impacto do empreendedorismo feminino, a partir do comportamento da empreendedora nas diversas fases do processo empreendedor: identificação da oportunidade, planejamento, implantação e crescimento do seu negócio, o Supermercado O Pioneiro.

1.2.2 Objetivos Específicos

- 1. Verificar se as características empreendedoras da literatura estão presentes na empreendedora do estudo caso;
- 2. Caracterizar o empreendedorismo feminino e sua relação com o negócio O Pioneiro, da oportunidade ao crescimento;
- 3. Identificar se o comportamento da empreendedora foram determinantes para a evolução do seu empreendimento;
- 4. Destacar o papel da empreendedora no processo de gestão do negócio.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, será apresentado o desenvolvimento teórico que fornece o suporte para compreender a problemática do estudo. O objetivo é obter os pressupostos teóricos fundamentais para entender e analisar o fenômeno investigado. Dessarte, o capítulo está subdividido nas seguintes temáticas: Empreendedorismo feminino; as características do perfil empreendedor; o perfil empreendedor feminino; Empreendedorismo feminino e êxito.

2.1 Empreendedorismo feminino

Conforme descrito por Hisrich e Peters (2002), o empreendedorismo é caracterizado pela habilidade de identificar oportunidades e desenvolver algo inovador em meio à incerteza, assumindo os riscos associados. Na definição supracitada, persistência e visão de futuro são fundamentais no processo resultando em novas abordagens para realizar um trabalho - seja através de um novo produto, serviço ou atividade - ou na criação de um novo empreendimento.

Brush, de Bruin, e Welter (2009) definem que o empreendedorismo feminino refere-se a criação, gestão e desenvolvimento de organizações geridas por mulheres que atuam no mercado, e destaca que esse tipo de empreendedorismo não apenas contribui para o crescimento econômico, mas também para o empoderamento feminino e sua ascensão. As definições de empreendedorismo se aplicam a ambos os gêneros. No entanto, o que difere é a forma como o gênero feminino é posicionado na sociedade e como os agentes sociais que influenciam a construção desse gênero operam. Quando aplicado ao empreendedorismo feminino, definido como a atividade empreendedora liderada por mulheres, que abrange tanto aquelas que iniciam um projeto a partir do zero quanto aquelas que ocupam cargos de liderança em organizações estabelecidas, observa-se um cenário em que as mulheres estão cada vez mais assumindo papéis-chave na economia global já que durante muito tempo, a liderança nas empresas foi considerada um papel atribuído exclusivamente ao gênero masculino, enquanto as mulheres eram predominantemente associadas ao âmbito doméstico conforme observado por Silva et al. (2019).

No entanto, o relatório do Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2022) destaca que a motivação para empreender se sub divide entre por oportunidade ou por necessidade, no Brasil a taxa que empreende por necessidade é maior entre mulheres (54,3%), do que os homens (41,8%). Isso pode ser atribuído aos desafios históricos enfrentados pelas mulheres no ambiente corporativo, como dificuldade de estabelecimento na organização, discriminação do sexo para determinadas funções, expectativas sociais sobre o papel da mulher no lar, e entre outros fatores que acabam levando as mulheres a optarem o empreendedorismo por necessidade.

O processo de inserção da mulher no mercado de trabalho, conforme descrito acima, reflete uma mudança gradual nas percepções e oportunidades para as mulheres ao longo do tempo. Inicialmente as mulheres eram vistas como menos capazes para o trabalho fora de casa, enfrentando desigualdades salariais e jornadas desiguais. No século XIX, durante a Revolução de 1830 houve uma mudança significativa para o público feminino, de acordo com Thompson (1987, p. 170), ao analisar o operariado inglês no início da década de 1830, descreve que: “[...] a força de trabalho adulto nas indústrias têxteis do Reino Unido atingia 191.671 pessoas, das quais 102.812 eram mulheres e apenas 88.859, eram homens”. Evidenciando o predomínio feminino nas indústrias têxteis e manufaturas, e a partir de então, mulheres foram cada vez mais requisitadas para ocupar funções anteriormente reservadas aos homens, impulsionando sua presença no mercado de trabalho.

Gradativamente as mulheres têm ganhado destaque no mundo dos negócios e ocupando cargos que outrora eram exclusivamente masculino, assim como a ascensão em novos empreendimentos geridos por elas. O reconhecimento da importância e competência das mulheres no mercado de trabalho foi formalizado em legislações, como a Constituição Federal de 1988, que garantiu a igualdade jurídica entre homens e mulheres.

A necessidade de complementar a renda familiar, a auto realização , a busca por trabalho informal, entre outros motivos, têm levado a mulher brasileira a empreender (ALMEIDA et al, 2011). Dessa forma, é de suma importância entender o impacto do comportamento das empreendedoras no êxito do negócio.

2.2 As características do perfil empreendedor

Dornelas (2001), descreve que os empreendedores de sucesso apresentam as seguintes características: visão; sabem tomar decisões; fazem a diferença; exploram ao máximo as oportunidades; determinação e dinamismo; paixão; liderança; planejamento; conhecimento; assumem riscos e criam valor para a sociedade.

Luecke (2007), fala que o empreendedor é um agente de mudança de onde se pode esperar o progresso, pois eles inventam ou comercializam novas tecnologias que substituem as antigas. Isso quer dizer que o empreendedor tem que ter uma visão ampla das oportunidades, para quando surgir uma lacuna no mercado, ele possa “aproveitar”, trazendo consigo melhores formas de se trabalhar de forma criativa e com inovação.

Dessa forma, o indivíduo empreendedor deve estar em constante aprendizado para desenvolver suas habilidades e características empreendedoras, desenvolvidas de acordo com a personalidade de cada um, a fim fortalecer seu negócio, independente do tamanho, pois para ser empreendedor de sucesso é preciso ir muito além de abrir um negócio, há uma série de fatores que o tornam empreendedor.

Abaixo, segue o quadro, desenvolvido pelos autores Schmidt e Bohnenberger (2009) sobre as características do perfil empreendedor e sua descrição.

Quadro 1- Características do empreendedor

Características	Descrição
Auto Eficácia	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida.
Assume riscos calculados	Pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.
Planejador	Pessoa que se prepara para o futuro.
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.

Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.
Inovador	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.
Líder	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009).

No contexto do empreendedorismo, certas características são frequentemente identificadas como determinantes para o sucesso. Entre elas, destaca-se a autoeficácia, que se refere à crença que um indivíduo tem em sua capacidade de mobilizar recursos, motivação e cursos de ação necessários para exercer controle sobre os eventos em sua vida. Essa autoconfiança não apenas impulsiona a superação de desafios, mas também é crucial para a persistência diante das adversidades.

Além disso, a capacidade de assumir riscos calculados é uma característica essencial para qualquer empreendedor. Aqueles que possuem essa habilidade são capazes de analisar cuidadosamente as variáveis que podem influenciar o resultado de um projeto, tomando decisões informadas sobre a continuidade ou não do empreendimento. Ao fazer isso, conseguem equilibrar a ousadia com a prudência, o que é vital para navegar em ambientes incertos.

Outro atributo importante é o de planejador. Indivíduos com essa característica não apenas se preparam para o futuro, mas também organizam seus recursos e ações de forma estratégica, antecipando desafios e oportunidades. Essa preparação é um diferencial competitivo, permitindo que esses empreendedores estejam sempre um passo à frente, minimizando surpresas e maximizando as chances de sucesso.

A capacidade de detectar oportunidades também é uma característica marcante nos empreendedores de sucesso. Esta habilidade envolve capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas e em constante mudança,

transformando-as em vantagens competitivas. Aqueles que conseguem identificar e aproveitar oportunidades emergentes têm maior probabilidade de inovar e se destacar no mercado.

A persistência é outro fator crucial, especialmente em projetos de retorno incerto. Empreendedores persistentes são capazes de trabalhar intensivamente, muitas vezes se submetendo a privações sociais e pessoais, em busca de alcançar seus objetivos. Essa capacidade de resistir e continuar em face de obstáculos é o que muitas vezes diferencia aqueles que conseguem manter e expandir seus negócios dos que desistem prematuramente.

A sociabilidade é também uma característica valiosa, pois reflete o grau em que um empreendedor utiliza sua rede social como suporte para sua atividade profissional. Uma rede de contatos bem desenvolvida pode fornecer recursos, informações e apoio emocional, todos essenciais para o sucesso de um empreendimento.

A inovação é igualmente fundamental, caracterizando aqueles que conseguem relacionar ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de maneira criativa. Inovadores não apenas respondem às mudanças, mas também as criam, introduzindo novas soluções que podem revolucionar mercados inteiros.

Por fim, a capacidade de liderança é imprescindível. Um líder eficaz é aquele que, com base em seus próprios objetivos, consegue influenciar outras pessoas a adotarem voluntariamente esses mesmos objetivos, direcionando esforços coletivos para alcançar metas comuns. A liderança não apenas mobiliza, mas também inspira, transformando visões em realidades concretas.

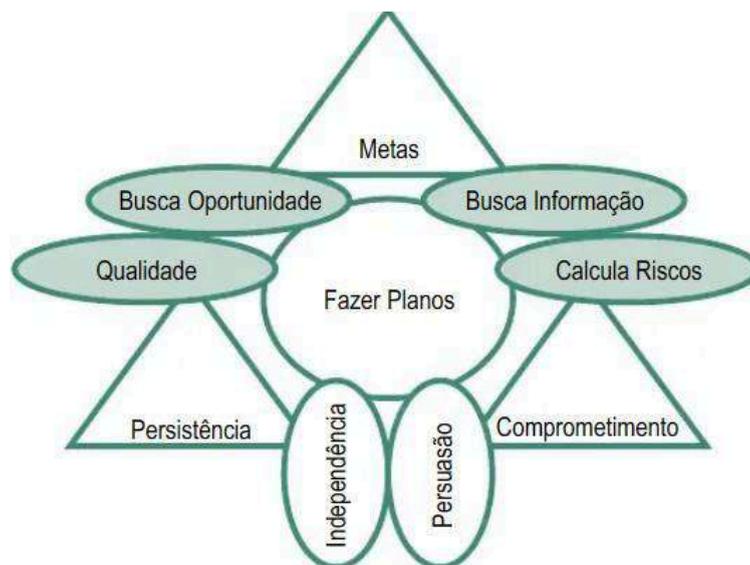
Além dos fatores mencionados no quadro acima, Oliveira e Iglesias (2012) realizaram uma análise comparativa de resultados de diversos estudos sobre os atributos dos empreendedores, conduzida pela ciência do comportamento humano e destacaram o esforço em desenvolver perfis de empreendedores e proprietários de pequenos negócios, identificando atributos como: propensão ao risco, necessidade de realização, necessidade de autonomia, auto eficácia, locus de controle interno, c. Segundo os autores antes citados, a propensão ao risco refere-se à capacidade de tomar decisões orientadas para oportunidades, percebendo situações como possibilidades a serem exploradas. A necessidade de realização envolve a definição de objetivos claros e a dedicação constante para alcançá-los de forma proativa.

A necessidade de autonomia reflete o desejo de ser independente e de ter autodireção em suas ações. Já a autoeficácia é a crença na própria capacidade de executar tarefas e atingir metas estabelecidas.

O locus de controle interno refere-se à convicção de que suas ações influenciam diretamente os resultados obtidos. A tolerância à ambiguidade, por sua vez, permite que se tomem decisões mesmo diante de incertezas ou com informações incompletas. Por fim, a criatividade é essencial para inovar e encontrar soluções únicas em situações desafiadoras.

A seguir se apresenta a figura 2 que aborda as características de um empreendedor:

Figura 1 : Características de um empreendedor



Fonte: Lapolli e Franzoni (2012, p. 123)

Conforme observado na figura 1, fica evidente as inúmeras características de um empreendedor e todas elas são de suma importância para o êxito de um empreendimento, quando aplicadas de forma eficaz essas características, podem ter um impacto significativo no sucesso do negócio.

Uma característica fundamental do empreendedor é sua capacidade de buscar oportunidades e buscar informações, que está intrinsecamente ligada à capacidade do empreendedor de assumir riscos calculados, onde a pessoa avalia cuidadosamente os riscos envolvidos em um projeto e decide continuar com base em uma análise ponderada das variáveis em questão.

Além disso, o empreendedor é um planejador meticuloso, sempre antecipando e preparando-se para o futuro. Sua capacidade de independência e comprometimento é crucial, permitindo-lhe operar de forma autônoma, reconhecendo e aproveitando efetivamente as informações em constante mudança que podem levar a novas oportunidades de negócios. A persuasão é outra característica-chave do empreendedor, demonstrando sua disposição para trabalhar intensamente e superar desafios.

Qualidade é uma característica importante, já que o empreendedor é o responsável por oferecer aos clientes um produto e serviço de qualidade.

No entanto, é importante notar que o sucesso de um empreendimento depende igualmente de uma série de combinações de fatores externos, como condições econômicas, concorrência, regulamentações governamentais e tendências de mercado (Malheiros, 2001).

2.3 Perfil empreendedor feminino

De acordo com um artigo divulgado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2022), existem algumas características únicas que diferenciam as mulheres empreendedoras dos homens, conforme quadro 2 apresentado a seguir, e como elas podem se tornar uma característica positiva para a obtenção de novos resultados.

Quadro 2- Características das empreendedoras

Determinação	As mulheres são muito boas para liderar a tomada de decisões em equipes de trabalho. Isso porque levam em consideração a opinião de todos os integrantes do grupo. Além disso, tentam buscar a melhor opção em cada situação com a qual se deparam.
--------------	---

Criatividade	Essas características, quando presentes em um empreendedor e aplicadas de forma eficaz, podem ter um impacto significativo no sucesso do negócio. No entanto, é importante notar que o sucesso de um empreendimento também depende de uma combinação de fatores externos, como condições econômicas, concorrência, regulamentações governamentais e tendências de mercado.
Empatia	As mulheres empreendedoras são mais carismáticas mesmo quando a situação exige uma postura mais firme. Mas, firmeza não tem a ver com rigidez, por isso lideram com entusiasmo e geralmente alcançam melhores resultados, principalmente na resolução de conflitos.
Organização	As mulheres são, normalmente, organizadas, o que se reflete nos seus locais de trabalho. Geralmente a mulher empreendedora busca criar um ambiente agradável.
Rapidez	Mulheres não gostam de “dormir com problemas”, por isso buscam, tanto quanto possível, resolvê-los logo que aparecerem, usando a combinação do seu lado emocional e racional.
Precisão	No mundo do empreendedorismo feminino, sim, elas são muito diretas. Tanto na hora de dar direcionamento, solicitar a opinião de colaboradores ou ao atender às solicitações de seus compradores e parceiros, por exemplo.
Sensibilidade	Se tem uma característica que define bem o empreendedorismo feminino é a sensibilidade, sem que isso represente fragilidade.

Determinação	As mulheres são muito boas para liderar a tomada de decisões em equipes de trabalho. Isso porque levam em consideração a opinião de todos os integrantes do grupo. Além disso, tentam buscar a melhor opção em cada situação com a qual se deparam.
Criatividade	Essas características, quando presentes em um empreendedor e aplicadas de forma eficaz, podem ter um impacto significativo no sucesso do negócio. No entanto, é importante notar que o sucesso de um empreendimento também depende de uma combinação de fatores externos, como condições econômicas, concorrência, regulamentações governamentais e tendências de mercado.
	Empreendimentos geridos por mulheres possuem maior chance de contar com uma gestão mais diferenciada, com mais empatia.

Fonte: Sebrae, 2022.

Com base nas características apresentadas, é de grande valia salientar que apesar de diversas dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras femininas, elas se destacam no mercado de trabalho trazendo uma perspectiva única e valiosa. De acordo com um artigo de Baron e Markman (2003), eles sugerem que quanto mais próxima for a conexão entre as características pessoais do empreendedor com as exigências presentes no empreendedorismo, maiores serão as chances de se ter sucesso nessa área.

Quando essas características do perfil empreendedor feminino são somadas às características do perfil empreendedor tradicional aprofundadas no capítulo anterior, os empreendimentos das mulheres empreendedoras se tornam mais duradouras e de excelência.

Filion (1991, 1993, 1999a, 1999b) enfatiza que a visão do empreendedor é um elemento primordial para explicar seu perfil. Parece ser através da presença dela que um indivíduo pode almejar ser considerado um verdadeiro empreendedor. Para Filion essa ideia da visão vai muito além da criatividade e sonhos em abrir seu

próprio negócio, ela envolve a habilidade empreendedora de tirar o sonho do papel que demonstra o potencial empreendedor de um indivíduo.

2.4 O processo empreendedor e o Empreendedorismo feminino de êxito

Para Dornelas (2012), o processo empreendedor se inicia a partir de quatro fases que juntos oportunizam o surgimento e crescimento de uma nova organização:

1. Identificar e avaliar oportunidades: A primeira fase envolve a identificação e a avaliação de oportunidades de negócio. Isso requer a observação do mercado e a análise de lacunas e necessidades não atendidas. Nesta etapa, o empreendedor deve identificar uma oportunidade viável e avaliar seu potencial de sucesso com base em fatores como demanda de mercado, competição, e viabilidade econômica;
2. Desenvolver o plano de negócios: Após identificar uma oportunidade, a próxima fase é a elaboração do plano de negócios. Este documento detalha a estratégia para transformar a ideia em uma operação de negócios real. Inclui aspectos como a definição do modelo de negócios, análise de mercado, estratégias de marketing, estrutura organizacional e projeções financeiras;
3. Determinar e captar os recursos necessários: Com o plano de negócios em mãos, o próximo passo é determinar os recursos necessários para iniciar e sustentar o empreendimento. Isso envolve a identificação dos recursos financeiros, humanos e materiais exigidos. O empreendedor deve buscar e captar esses recursos, que podem vir de várias fontes, como investidores, empréstimos bancários, ou economias pessoais;
4. Gerenciar o negócio: Nesta etapa, o empreendedor deve gerir eficazmente a operação do negócio, monitorar o desempenho, e ajustar estratégias conforme necessário. O gerenciamento inclui a administração das finanças, a coordenação das atividades diárias, a supervisão da equipe e a adaptação às mudanças no mercado.

Identificar e avaliar oportunidades é um dos primeiros passos no processo empreendedor, onde se analisa a criação de valor, a abrangência da oportunidade e os possíveis retornos que podem ser gerados. Em seguida, o desenvolvimento do

plano de negócios envolve um planejamento estratégico, financeiro e de gestão, permitindo ao empreendedor determinar e captar os recursos necessários, além de avaliar potenciais investidores para iniciar a organização. Finalmente, o gerenciamento do negócio requer a identificação de gargalos, a exploração de novas oportunidades e a definição de um estilo de gestão eficaz.

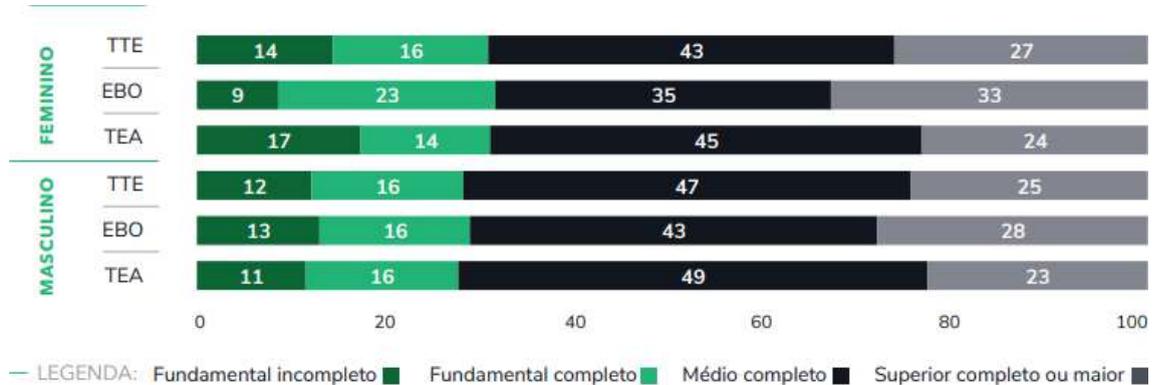
Nesse contexto, a feminização no mundo do trabalho desempenha um papel crucial. Com a crescente participação feminina no mercado de trabalho, não apenas se amplia a diversidade e a inovação nos processos de gestão, mas também se avança no difícil processo de emancipação feminina. “A feminização no mundo do trabalho acaba sendo positiva, pois possibilita constituir e avançar o difícil processo de emancipação feminina e, desse modo, minimizar as formas de dominação patriarcal no espaço doméstico” (NOGUEIRA, 2004 apud CAMARGO, 2008 et al, p.109-110).”

Essa maior inserção das mulheres no ambiente de negócios contribui para minimizar as formas de dominação patriarcal, tanto no espaço doméstico quanto no profissional. Assim, além de promover uma partilha mais equitativa das responsabilidades domésticas e flexibilizar a definição de papéis de gênero, a presença feminina no empreendedorismo proporciona liberdade financeira e maior autonomia nas decisões, reforçando o papel das mulheres como agentes de transformação social e econômica.

Um estudo do Sebrae, com base em dados do IBGE até o terceiro trimestre de 2022, revelou que a Paraíba tinha 166.023 mulheres donas de negócio, representando 34% do total de empresas no estado. Embora sejam minoria entre os empreendedores, 50% dessas empresárias se declararam chefes de domicílio, assumindo a responsabilidade principal pelas finanças familiares. Além disso, 91% das empresárias trabalham por conta própria, sem funcionários contratados, enquanto entre as que geram empregos, 73% possuem entre 1 e 5 funcionários.

De acordo com o Relatório Executivo divulgado pela GEM (2022), conforme exposto no gráfico 1, o nível de escolaridade dos homens (43%) no ensino médio, é maior do que as mulheres (35%), em contrapartida, percebe-se que as mulheres (33%) superam os homens (28%) no nível superior de ensino. Esse dado pode ser explicado a uma série de fatores, como a busca de igualdade de oportunidades educacionais, mudanças nas expectativas sociais, e a busca pela qualificação profissional.

Grafico 1 - Distribuição dos empreendedores segundo a escolaridade por sexo no Brasil



Fonte: Dados do (GEM) 2022.

Dessa forma, a discrepância entre os homens e mulheres no nível de escolaridade refletem a evolução de oportunidades das mulheres, que outrora quando desejavam estudar sofriam uma série de barreiras, e que hoje o acesso é mais facilitado, ainda que ainda não seja para a totalidade das mulheres. Assim como, a evolução do papel da mulher na sociedade também facilitou um maior acesso à educação.

Gomes (2006) esclarece que, enquanto as mulheres ainda encontram dificuldades para chegar aos níveis superiores de gestão corporativa, elas encontraram uma maneira de contornar as dificuldades, driblando as dificuldades e abrindo assim suas próprias empresas, e à medida que mais mulheres continuam a se arriscar no empreendedorismo e a superar barreiras e medos, sua repercussão positiva na economia e na sociedade só tende a crescer, gerando frutos otimistas para o futuro. O texto de Gomes é otimista no que se refere ao empreendedorismo feminino e que as mesmas têm encontrado maneiras para o sucesso, além de gerar benefícios tangíveis para a sociedade. De acordo com Buttner e Moore (1997) o êxito do empreendedorismo feminino está frequentemente ligado a criação de empresas em áreas onde as mesmas possuem experiência ou formação, permitindo aproveitar seus conhecimentos e habilidades pré existentes, ou seja, quando a empreendedora entra em um campo ao qual se identifica e possui um sólido entendimento ela está mais bem preparada para enfrentar os desafios, lhe dando vantagem competitiva e aumentando suas chances de sucesso no mundo dos

negócios. Ramal, S. A. (2004) enfatiza que o êxito no empreendedorismo feminino não depende apenas de habilidades empresariais, mas também do contexto a qual a empreendedora está inserida e das políticas que influenciam e rompem barreiras para novas oportunidades, em suma, o empreendedorismo feminino é um fenômeno multifacetado, que também é influenciado pelo ambiente externo e das políticas que moldam suas oportunidades.

De acordo com Sandberg, S. (2013) a combinação de suporte adequado, autoconfiança é a disposição para enfrentar a desigualdade de gênero são cruciais para o êxito das mulheres no mercado de trabalho, ou seja, o êxito das empreendedoras não depende apenas de suas competências técnicas do assunto, mas também fatores sociais e emocionais que podem afetar diretamente no rendimento e posicionamento das mulheres.

Pesquisa realizada pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) em 2023, com apoio da Rede Mulher Empreendedora e conduzida pelo Instituto Locomotiva, revelou que 77% das mulheres começaram a empreender após a maternidade. De modo geral, 70% das empreendedoras são mães, e a maioria delas iniciou seus negócios por necessidade—a realidade é ainda mais acentuada entre mulheres negras, de menor renda e com menor escolaridade.

A pesquisa também destaca que essas mulheres se dedicam ao empreendedorismo porque 95% acreditam que trabalhar e ter sua própria renda são fatores cruciais para a independência feminina. Por isso, 92% das empreendedoras consideram seus negócios extremamente importantes e fazem o possível para mantê-los em funcionamento, enquanto 81% veem seus empreendimentos como uma parte essencial de sua identidade.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Nessa seção será abordado o trajeto metodológico para o alcance do propósito da pesquisa. Pedron (2001, p.27), definiu a metodologia como “uma ciência que nos ensina um caminho para chegarmos a um fim científico.” Silva e Menezes (2005, p.9), completam dizendo que “A metodologia tem como função mostrar a você como andar no ‘caminho das pedras’ da pesquisa, ajudá-lo a refletir e instigar um novo olhar sobre o mundo: um olhar curioso, indagador e criativo”. Dessa maneira, neste capítulo será abordado o trajeto metodológico utilizado para alcançar o propósito da pesquisa, uma vez que a metodologia é

essencial para garantir a veracidade e a qualidade do estudo científico em questão. Dessa forma, o seguinte capítulo está subdividido por quatro subtópicos que serão detalhados adiante: Caracterização da pesquisa; universo, amostragem e amostra; instrumento de coleta de dados e a perspectiva de análise dos dados.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Para Gil (2010) a ciência pode ser caracterizada como uma forma de conhecimento objetivo, racional, sistemático, verificável e falível. Estas características destacam a natureza dinâmica da ciência que está em constante mudança à medida que novas descobertas são feitas.

A presente pesquisa foi classificada como exploratória, pois aplica os conhecimentos científicos para desenvolver soluções específicas para problemas identificados no contexto social.

Classificam-se também como descritiva, uma vez que teve como objetivo descrever as características da influência da empreendedora no êxito do seu negócio, assim como pode ser classificada como bibliográfica. Segundo Marconi e Lakatos (2003, p.183) “A pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”.

Considerando seus objetivos, foi optado pela adoção da estratégia do estudo de caso, de acordo com Yin (2015) a principal vantagem do estudo de caso é fornecer, mediante as evidências constatadas no caso, um estudo de caráter mais robusto e diversificado.

Quanto à abordagem adotada foi de maneira qualitativa, pois atua em análise de conteúdos que não podem ser mensurados. De acordo com Neves (1996) a pesquisa qualitativa permite uma maior interação do objeto pesquisado com o pesquisador, uma vez que foi explorado aspectos subjetivos e interpretações por meio de observações e entrevistas, e a mesma é caracterizada pela utilização pelo contato direto entre o objeto de estudo e o pesquisador. Logo a pesquisa qualitativa se caracteriza pela ausência de técnicas e métodos estatísticos, onde o foco está na interpretação dos fenômenos. Quanto ao método de análise de conteúdo, onde de acordo com Klaus Krippendorff (2018) a análise de conteúdo é definida como uma técnica que permite fazer interferências válidas a partir do contexto da entrevista, com o objetivo final de fornecer novos insights.

Para organização e tratamento dos dados foi utilizado análise de dados. A palavra método vem do grego *methodos* e é composta de *metá* (através de, por meio de) e de *hodós* (via, caminho)., ou seja, caminho para se levar a uma finalidade. No aspecto do tipo de pesquisa foi adotado o método indutivo, para Marconi e Lakatos (2010) a indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas.

3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

3.2.1 UNIVERSO DA PESQUISA

O referido estudo afirma que o universo da pesquisa foi o empreendimento comercial O pioneiro, sendo a razão social Alto do Mateus Alimentos, inscrito no CNPJ 41.122.193.0001-30, localizado no bairro do Alto do mateus, com o endereço: Rua Luís de França Pereira, s/n, na cidade de João Pessoa-PB. Suas atividades iniciaram no ano de 1994, liderado pela empreendedora Deizi Oliveira e Geraldo José.

Atualmente o supermercado tem o horário de funcionamento iniciado às 7h e encerrando às 21h, de domingo a domingo. Como um supermercado compacto, distribui produtos e serviços. Comercializando-os através do auto-serviço gêneros alimentícios, produtos de limpeza, artigos de consumo imediato, utilidades domésticas e oferece serviços como recarga de celular, caixa eletrônico 24 horas e atua como correspondente bancário. Em relação a amostragem da pesquisa foi utilizada a não probabilística intencional, que de acordo com Dias (2018) são escolhidas uma ou mais grupos com base nas preferências do entrevistador para compor uma amostra.

No que condiz a amostra da pesquisa Vergara (2010) descreve amostra ou população amostral, como sendo uma parcela do universo selecionada conforme determinado critério de representatividade, o estudo foi realizado com a amostra de uma integrante da diretoria, no caso a sra. Deize, fundadora da empresa.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Neste trabalho foi escolhido o instrumento de dados por meio de uma entrevista estruturada (Apêndice 1) com a proprietária da organização, investigando o contexto e a realidade a qual a entrevistada está inserida. A entrevista semiestruturada oferece a flexibilidade necessária para explorar eventuais dúvidas durante a entrevista, permitindo ao entrevistador adaptar o roteiro da entrevista de acordo com as respostas do entrevistado, essa flexibilidade é de suma importância para captar a complexidade e a riqueza de detalhes das experiências do entrevistado, proporcionando uma compreensão mais abrangente. Com a ciência e aprovação da entrevistada, a entrevista foi gravada. Após a realização da entrevista presencial, a entrevistadora transcreveu as respostas que foram analisadas na sequência, e logo após o relato das entrevistas foram retornadas a entrevistada para possíveis correções e ajustes.

Para atingir os objetivos, optou-se por utilizar em primeiro momento a análise de documentos, verificando em fotos, vídeos, relatórios que apresentem históricos e dados sobre as decisões tomadas pela gestora e as dimensões dessas escolhas. Seguindo para o segundo instrumento de coleta de dados, uma entrevista semiestruturada, por entender a necessidade de maior flexibilidade e fluidez, sem abandonar a estratégia e planejamento das perguntas elaboradas previamente, já que de acordo com Martins e Theóphilo (2009) o entrevistador utiliza um roteiro de entrevista, mas com a liberdade de acrescentar novas questões, caso seja necessário, para aprofundar ou confirmar informações apresentadas.

Assim, a entrevista semiestruturada possibilita verificar com maior profundidade o papel da empreendedora no processo de gestão do negócio.

3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

Conforme mencionado anteriormente, a pesquisa é de abordagem qualitativa. De acordo com Richardson (2017), a abordagem qualitativa pode ser utilizada para testificar teorias, observando o que acontece no ambiente de realização da pesquisa., ou seja, a pesquisa qualitativa foca na compreensão profunda dos comportamentos e contextos sociais, o que ajuda na verificação e possíveis ajustes das teorias existentes com base nas evidências observadas de forma empírica diretamente do campo.

O método de análise escolhido para a pesquisa foi a análise de conteúdo,

que segundo com Silva e Fossá (2015) é uma técnica de análise das comunicações onde se analisa o que foi dito em entrevistas ou observado pelo pesquisador. Este método aprofunda-se no que foi dito e observado, extraindo informações relevantes e construindo uma compreensão mais rica do fenômeno estudado.

Neste trabalho foi utilizado o método descritivo. Após a realização das entrevistas, a pesquisa segue com a organização e tratamento dos dados, transcrevendo as entrevistas e organizando a partir de categorias oriundas dos resultados. A análise de conteúdo consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações, utilizando de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo da mensagem. Dessa forma, a partir das respostas obtidas com a entrevista, pode-se inferir e produzir análises embasadas nos pressupostos teóricos.

4 ANÁLISE DE DADOS

No presente capítulo, serão apresentados e discutidos os resultados obtidos na pesquisa, com base nos instrumentos aplicados para verificar a influência da empreendedora no êxito de seu negócio. A seção inicial trará uma apresentação detalhada do perfil e do organograma do supermercado, juntamente com um breve contexto e descrição do estudo de caso, proporcionando uma visão geral do empreendimento.

Em seguida, será realizada uma análise das respostas obtidas por meio de uma entrevista semiestruturada, que foi gravada e transcrita posteriormente. Essa entrevista foi fundamental para alcançar os objetivos da pesquisa, pois permitiu identificar e explorar dados relevantes sobre as características empreendedoras da gestora, sua relação com o negócio, e como seu comportamento influenciou a evolução da empresa. As informações coletadas por meio dessa entrevista possibilitaram uma avaliação de como o comportamento da empreendedora desempenhou um papel crucial no sucesso do empreendimento, destacando os fatores comportamentais que se mostraram determinantes ao longo da trajetória do negócio.

Por fim, será verificado como essas características e comportamentos identificados contribuíram para o êxito do negócio, evidenciando a importância da gestão empreendedora na condução do supermercado.

4.1 Descrição do negócio

O supermercado O Pioneiro, nascido a partir da garra de força de uma mulher chamada Deize, é um negócio que reflete dedicação, cuidado e amor, onde a partir de um sonho pessoal, a proprietária estabeleceu um ambiente acolhedor, onde os clientes não são apenas consumidores, mas parte de uma grande família. A gestão da empresa é conduzida diretamente pela família da proprietária, tornando-se uma empresa familiar.

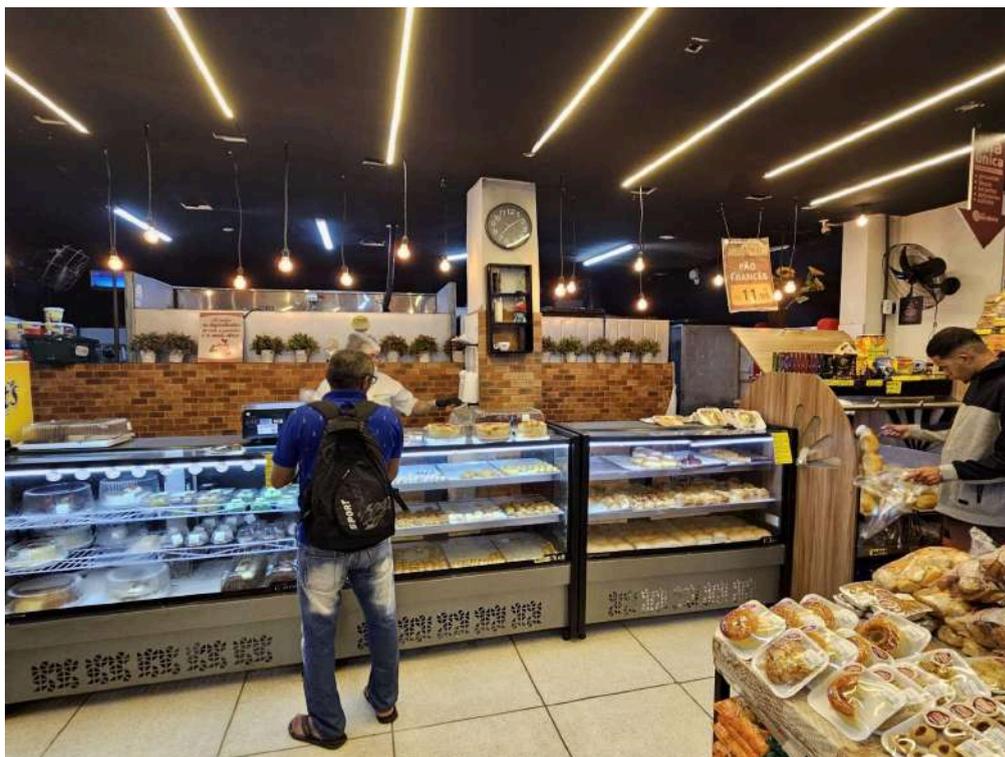
A seguir imagens internas da loja:

Foto 1 - Frente de loja



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

O supermercado O Pioneiro conta atualmente com sete checkouts, sendo um deles preferencial, e se destaca pelo atendimento ágil e eficiente. A disposição dos caixas foi pensada para proporcionar uma experiência de compra confortável e rápida aos clientes, contando caixas disponíveis em duas saídas, uma sentido a rua Luiz de França Pereira, e a outra para a região interna da tradicional feira livre do bairro.

Foto 2- Padaria

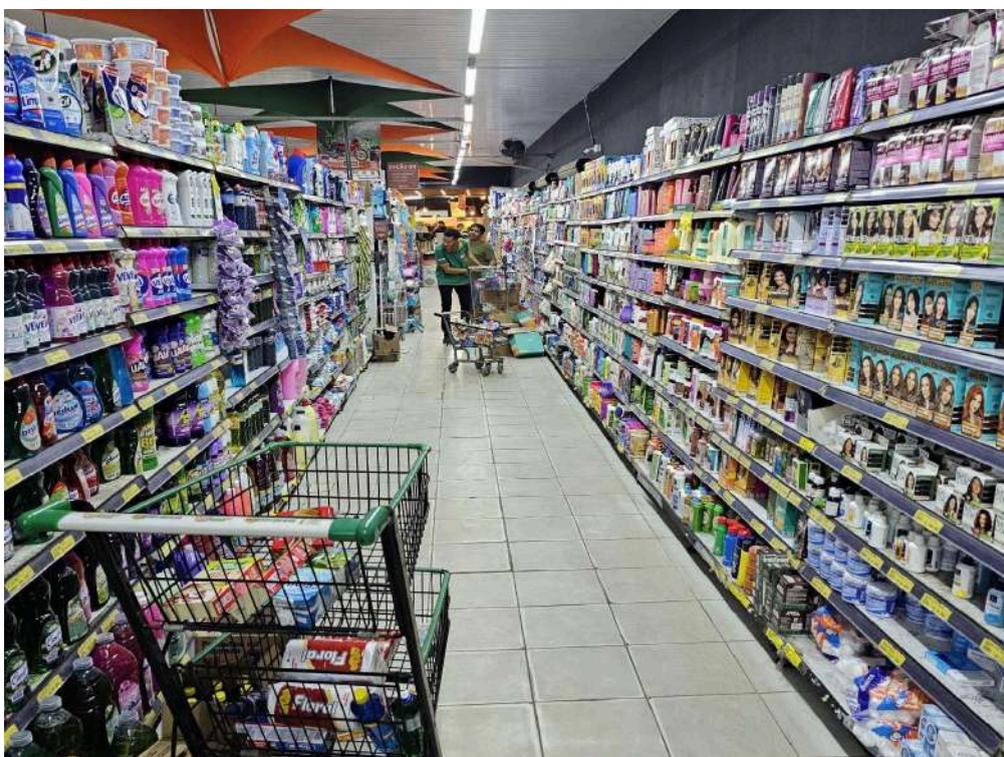
Fonte: Dados da pesquisa (2024).

O setor de padaria é um dos destaque do supermercado, oferecendo uma grande variedade de produtos de alta qualidade. Diariamente são preparados pães tradicionais, como pão francês e carteira, assim como uma ampla variedade de bolos caseiros, tortas doces e salgadas, pães artesanais e doces. Além disso, a padaria conta com uma vitrine bem organizada que expõe tortas, mousses, doces gourmet, salgados diversos e outros itens prontos para consumo, também oferece encomendas para eventos e festas, permitindo personalizações de bolos e salgados de acordo com as preferências dos clientes.

Foto 3 - Hortifruti

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

O setor de hortifruti se destaca pelas cores vibrantes e coloridas, repleto de legumes, verduras frescas e frutas, todas selecionadas cuidadosamente para garantir qualidade e sabor. São repostas diariamente de acordo com a necessidade, e os clientes também podem contar com o auxílio dos colaboradores bem treinados para escolher os melhores itens ou para receber dicas sobre armazenamento e dúvidas.

Foto 4 - Meio de loja

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

O meio de loja do supermercado é um amplo espaço destinado e dedicado à variedade de produtos não perecíveis, organizados de forma eficiente para trazer aos clientes uma melhor experiência de compras. Neste setor encontram-se produtos essenciais para o dia a dia, assim como há uma ampla variedade em produtos de higiene, cuidados pessoais, bebidas, entre outros.

Foto 5 - Açougue



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

O setor é conhecido popularmente pelo frescor e qualidade das carnes que oferecem, sendo um dos pontos fortes da organização. O açougue do supermercado conta com uma ampla variedade em cortes bovinos, suínos, aves, além de oferecer peixes, frutos do mar e carneiro. O balcão é organizado diariamente em um balcão refrigerado para que todos os cortes sejam visíveis ao cliente, que pode pedir cortes personalizados, como peças inteiras, outrossim o cliente também pode optar pelo balcão do auto serviço, onde ficam disponíveis diversos cortes embadejados. A equipe do açougue é composta por profissionais treinados e experientes, prontos para atender aos clientes de forma cordial.

As imagens acima ilustram o impressionante crescimento da organização, resultado de um intenso trabalho mútuo, visão estratégica e compromisso entre empreendedores e os colaboradores, além é claro do apoio contínuo dos clientes que os prestigiam todos os dias com a sua presença.

A estrutura organizacional baseia-se na hierarquia de dois gerentes gerais, representados por Deize Oliveira e Geraldo José, seguido pelos gerente Comercial/Financeiro com o filho Gedeias Oliveiro, gerente de loja, com a filha Raquel Oliveira, gerente Operacional/Manutenção, pelo filho Geovane Oliveira e gerente Administrativo/Marketing com Sarah Oliveira, conforme figura a seguir:

Figura 02: Organograma da empresa O Pioneiro



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Os gerentes gerais Deize e Geraldo desempenham funções cruciais, como assegurar o cumprimento dos objetivos gerais da empresa, proteger seu patrimônio moral e material, realizar o planejamento estratégico, tomar decisões e gerir o desenvolvimento, garantindo operações eficientes e eficazes. O gerente financeiro é responsável pela gestão de tributos, formação de preços, auditoria, controle de contas a pagar, aplicações financeiras e fluxo de caixa, com suporte do

setor de Pricing liderado por Jaciara e do auxiliar financeiro Wesley. O gerente de loja organiza e controla as rotinas da loja, liderando equipes, gerindo estoque e monitorando a abertura e fechamento de caixa. O gerente de logística é responsável pela manutenção corretiva e preventiva, reformas, e processos produtivos, assegurando a qualidade dos produtos, com o apoio do gerente de compras Serginho. Por fim, o gerente de marketing administra os recursos disponíveis para garantir que a empresa seja reconhecida e se posicione de maneira atrativa no mercado.

Em conclusão, a estrutura gerencial descrita evidencia a importância de uma liderança bem definida e especializada em diferentes áreas para o sucesso de uma empresa. Cada gerente, com suas funções específicas, contribui de maneira significativa para o alcance dos objetivos estratégicos, a eficiência operacional, e a solidez financeira do negócio. A coordenação entre as diversas funções gerenciais da gestão geral à financeira, operacional e de marketing assegura que a empresa opere de maneira integrada e orientada para resultados, mantendo a qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Esse alinhamento de esforços é essencial para que a empresa se mantenha competitiva e bem posicionada no mercado, garantindo seu crescimento sustentável a longo prazo.

4.2 Análise da entrevista

4.2.1 Objetivo 1: Verificar se as características empreendedoras da literatura estão presentes na empreendedora do estudo caso.

Por meio dessa análise, busca-se compreender como as características empreendedoras identificadas na literatura se manifestam na prática e se estão presentes no perfil da empreendedora em questão. Segundo Schmidt e Bohnenberger (2009) incluem autoeficácia, capacidade de assumir riscos calculados, habilidades de planejamento, detecção de oportunidades, persistência, sociabilidade, inovação e liderança.

1.1 Autoeficácia

Quando questionada sobre como a entrevistada se sente em relação a capacidade de superar desafios e alcançar seus objetivos empresariais a mesma afirma que desde muito cedo começou a trabalhar e conforme o crescimento da organização a mesma afirma que está em constante determinada , conforme fala:

Eu me sinto muito feliz pelas estratégias que fui aprendendo e continuo aprendendo. E tenho cada dia mais firmeza nas decisões que tomo. Posso citar uma vez que fizemos um acordo com uma determinada empresa que nos fornece mercadoria e um vendedor estava cobrando equivocadamente um valor a mais em cima de uns boletos. A situação já estava bem complicada, pois a equipe do financeiro da nossa loja já estava em contato com a distribuidora há duas semanas e sem sucesso. Ao saber disso, peguei os boletos e liguei para o vendedor e o supervisor da distribuidora, e o resultado foi que prorrogaram os boletos para as datas corretas e retiraram todos os juros que estavam cobrando anteriormente. Ressalto aqui a importância da comunicação, networking e parceria, pois sem isso não conseguiria solucionar esse desafio. (Deize, 2024)

A entrevistada destaca sua experiência de longa data no trabalho, o que lhe permitiu adquirir e aperfeiçoar estratégias ao longo do tempo. Sua narrativa de um caso específico em que enfrentou um problema com cobranças equivocadas demonstra não apenas sua firmeza em tomar decisões, mas também sua habilidade em lidar com situações complexas e de alta pressão. Ao tomar a iniciativa de intervir diretamente, comunicando-se com o vendedor e o supervisor da distribuidora, a entrevistada conseguiu resolver a situação de maneira eficaz, destacando a importância da comunicação, do networking e da construção de parcerias sólidas

Em consonância com os autores Schmidt e Bohnenberger (2009), a autoeficácia como capacidade de mobilizar recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida, é possível observar que a mesma é dotada das características citadas, e sobre tudo é possível confirmar a capacidade de determinação da entrevistada para solucionar entraves.

Além dos autores citados, Bandura (1994, p. 71) também define autoeficácia como “as crenças de alguém em suas próprias capacidades para realizar um certo nível de

resultado ou resultados coisas desejáveis que exercem influência em situações que afetam suas vidas”

Portanto, a resposta reforça a autoeficácia no contexto do empreendedorismo, destacando que a crença na própria capacidade de sucesso pode impactar significativamente o comportamento empreendedor, incluindo a disposição para assumir riscos e a resiliência frente a desafios.

1.2 Assumir riscos calculados

De acordo com Degen (1989, p. 11) [...] “O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”. E no que tange à tomar decisões e assumir riscos, a empreendedora comenta que precisou assumir diversos riscos durante sua caminhada empreendedora, entre elas, ao verificar a necessidade e oportunidade de ampliar a loja.

Sim, no ano de 2012 compramos um terreno vizinho ao supermercado para ampliar a loja, só que como o terreno foi pago a vista ficamos descapitalizados para investir, já que toda reforma é bem custosa, daí fizemos a reforma devagarzinho, mas com a certeza de que este risco valeria a pena. (Deize, 2024).

Schmidt e Bohnenberger (2009) definem assumir riscos calculados como a habilidade de identificar, avaliar e enfrentar incertezas de maneira estratégica no processo de tomada de decisões, buscando maximizar as oportunidades enquanto se minimizam as possíveis perdas. Segundo os autores, o empreendedor deve ser capaz de medir os riscos envolvidos e tomar decisões informadas, considerando tanto os benefícios quanto as consequências potenciais. Este comportamento é fundamental para a inovação e o sucesso em ambientes de negócios dinâmicos e competitivos.

Nesse contexto, a empreendedora analisou as variáveis que influenciaram o resultado final e optou por dar continuidade ao projeto, apesar dos riscos envolvidos ela acreditou no potencial de crescimento do negócio. A decisão da empreendedora foi fundamental para a organização, assim como demonstrou que o sucesso é construído sobre decisões difíceis.

A análise da experiência relatada pela empreendedora está alinhada com a perspectiva de Degen (1989), que afirma que o sucesso do empreendedor está diretamente ligado à sua capacidade de assumir e conviver com riscos. A empreendedora exemplifica essa visão ao compartilhar uma experiência específica

em que tomou uma decisão significativa de ampliar sua loja, apesar dos riscos financeiros envolvidos.

Ao optar por realizar a reforma de forma gradual, ela demonstrou uma abordagem ponderada, planejada e adaptativa, alinhando-se à teoria de Degen sobre a importância de conviver e sobreviver aos riscos.

1.3 Planejador

Sobre planejar o futuro, a literatura atesta que é uma característica importante sobre planejar e criar planos de ações. Apesar disso, Deize respondeu que executa suas ações conforme as demandas vão surgindo.

Não. As demandas vão surgindo e a gente vai suprindo, como diz o ditado, o brasileiro segue apagando fogo, né? Ou seja, vão surgindo desafios e oportunidades a gente vai vencendo, vencendo, de repente dá tudo certo e aí mais um dia, vencido para a glória de Deus. Deize, 2024).

É perceptível que apesar do sucesso conquistado ao longo dos anos, a empreendedora não se considera uma pessoa planejadora, preferindo confiar em sua intuição e disposição de ajustar o rumo quando necessário.

Segundo Schmidt e Bohnenberger (2009), o planejamento é a capacidade de antecipar futuros desafios e oportunidades, definindo objetivos claros e desenvolvendo estratégias para atingi-los. Porém, a abordagem da empreendedora, se baseia em responder às demandas à medida que surgem e confiar na intuição para guiar suas ações.

Essa atitude pode apresentar vantagens e desvantagens. Enquanto a flexibilidade e a capacidade de adaptação são valiosas em um ambiente de negócios dinâmico, a ausência de um planejamento estratégico formal pode apresentar desafios significativos.

A literatura administrativa segundo Drucker (2001) aponta que o planejamento estratégico fornece uma direção clara e um conjunto de metas específicas, ajudando a garantir que as ações e decisões estejam alinhadas com os objetivos de longo prazo da organização. Sem um planejamento formal, a empreendedora pode enfrentar dificuldades para manter a coerência nas decisões e estratégias, o que pode levar a uma falta de foco e direção para o crescimento sustentável da empresa.

1.4 Detecta oportunidades

Logo após, ela complementa sobre as oportunidades que são encontradas no decorrer do trabalho. A resposta converge com a característica citada acima de assumir os riscos e detectar oportunidades.

Sempre vão surgindo novas oportunidades no mercado. Como o nosso supermercado foi uma das primeiras lojas lá no nosso bairro assim que começou, não tínhamos tanto acesso a tecnologia, e quando começou a tecnologia de receber cartões de crédito, mesmo com aquele tabu e medo por parte dos clientes, e ete eu mesma fiquei receosa, fomos a primeira loja a receber, então foi muito maravilhosa essa parte. Outra coisa que me marcou também foi porque lá não vendia fraldas descartáveis, a gente começou a vender, isso foi muito legal. E outra coisa, assim muito legal e muito fascinante, nos finais de semana, vender iogurte, que era uma festa. (Deize, 2024).

Vale destacar que o exemplo fornecido pela entrevistada não se refere a novas oportunidades de negócio propriamente ditas, mas sim à introdução de inovações dentro do mercado em que ela atua. Em vez de criar novos nichos de mercado, ela trouxe elementos novos para o contexto do seu negócio atual.

Quando perguntada sobre como a mesma identifica novas oportunidades, a entrevistada afirma que está constantemente em busca de inovações dentro do seu mercado. Mesmo enfrentando receios pessoais, o supermercado foi pioneiro ao aceitar cartões de crédito e a vender iogurte nos finais de semana, mostrando como essas ações, embora não criem novos mercados, representaram importantes oportunidades de melhoria e diferenciação para o negócio na época.

Deize revela um alinhamento com a literatura sobre a capacidade de detectar oportunidades de negócio. Deize demonstra uma habilidade notável para identificar e explorar novas oportunidades, mesmo quando enfrenta incertezas e desafios.

Como descrito por autores como Peter Drucker (1985) e Joseph Schumpeter (1934). Drucker destaca a importância de estar atento às mudanças no ambiente de negócios e buscar constantemente maneiras de inovar e melhorar. Schumpeter, por sua vez, enfatiza o papel do empreendedor como um agente de mudança, que identifica e explora novas oportunidades para criar valor.

1.5 Persistente

Schmidt e Bohnenberger (2009) definem que a característica persistente é definida como a capacidade de se dedicar intensamente ao trabalho, aceitando até mesmo privações sociais, em projetos com retorno incerto.

Buscando analisar características de persistência, Deize foi questionada sobre desafios enfrentados e de que maneira poderia superar. Em sua fala, ela menciona sobre dificuldades financeiras enfrentadas em todo Brasil, mas que foi fundamental não desistir diante dos obstáculos, mas reavaliar o cenário e superar os objetivos.

Em 2013, teve uma crise econômica...assim, uma dificuldade no Brasil inteiro, né? Tivemos dificuldades para comprar mercadorias, algumas mercadorias muito caras, muitos clientes desempregados... uma situação muito difícil, mas eu sempre acreditei que ia dar certo que a gente ia passar por aquele período e que realmente passamos e que estamos aqui até hoje. (Deize, 2024).

Em seu depoimento, a empreendedora lembrou a crise econômica enfrentada por todos os brasileiros no ano de 2013, destacando que o período trouxe múltiplos desafios para seu negócio, desde a dificuldade de comprar mercadorias, até a diminuição do poder de compra dos clientes por conta da alta taxa de desemprego na época. Apesar dos entraves, a entrevistada se manteve com uma postura positiva e confiante, acreditando que a organização conseguiria superar os desafios, e que de fato se manteve ativo, continuando a operar.

A confiança de Deize em sua capacidade de superar a crise e a visão de longo prazo que ela manteve são aspectos importantes da persistência empreendedora. A literatura sugere que a confiança na própria capacidade e a visão estratégica são essenciais para navegar por períodos de dificuldade e garantir a sustentabilidade do negócio (Bandura, 1997; Drucker, 2001).

Em resumo, a experiência de Deize exemplifica como a persistência e a crença na capacidade de superar desafios são cruciais para o sucesso empreendedor. Sua habilidade de enfrentar adversidades, ajustar suas estratégias e manter uma postura positiva reflete a importância dessas características na gestão de um negócio e contribui para sua continuidade e sucesso a longo prazo.

1.6 Sociável

No que tange a como a entrevistada constrói e mantém relacionamentos com clientes, fornecedores e outros parceiros de negócio a mesma demonstrou total carinho e reverência com os mesmos, sempre priorizando o bom relacionamento com todos, visto que um bom relacionamento é um fator determinante para construir parcerias de sucesso.

Ah, meus clientes são maravilhosos, trato todos como meus amigos. Eu vejo meus clientes como família, como de casa. E meus fornecedores parceiros, são maravilhosos, sempre procuro ter um

relacionamento muito bacana com eles, porque às vezes eles saem de uma empresa para outra, a gente continua trabalhando junto, tem aquela troca bacana. Além de que com um bom relacionamento com os fornecedores, conseguimos melhores condições de pagamento, ações e demais benefícios.(Deize, 2024)

Schmidt e Bohnenberger (2009), abordam a característica sociável no empreendedorismo como uma habilidade fundamental para o sucesso nos negócios. Eles definem a sociabilidade como a capacidade de estabelecer e manter relacionamentos interpessoais eficazes, que são cruciais para criar redes de contatos, construir parcerias e gerar oportunidades de negócio.

Na entrevista foi notável o carinho que a mesma tem pelos seus colaboradores, clientes e fornecedores, citando até mesmo o nome de diversos clientes que se tornaram amigos com o passar do tempo. A habilidade de se conectar com as pessoas não só permite apenas entender melhor as necessidades e expectativas do mercado, mas também criar uma ponte de apoio e colaboração.

Deize destaca que trata seus clientes como amigos e considera seus fornecedores como parceiros valiosos. Essa abordagem está alinhada com a literatura sobre a importância das habilidades sociais e do networking na gestão de negócios.

O compromisso de Deize com seus relacionamentos não só melhora a cooperação, mas também contribui para a estabilidade e o crescimento do supermercado.

1.7 Inovador

Dolabela (2006) descreve que o empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social, onde por meio da inovação, dinamiza a economia. Para inovar é fundamental buscar soluções, ideias e complementos de soluções criativas, onde as ferramentas tecnológicas ajudam no desenvolvimento e progresso do empreendimento.

A tecnologia tem avançado muito e tem ajudado bastante o mercado em geral, sempre procuramos estar participando de feiras de supermercado, todo ano marcamos presença na APAS em São Paulo, participamos periodicamente de palestras e também fazemos parte de uma rede de supermercados, que conta com mais de trinta lojas, é e muito boa a troca de experiências com outros supermercadistas. (Deize, 2024)

Quando questionada sobre como ela se mantém atualizada sobre novas tecnologias e práticas que podem beneficiar o seu negócio, a empreendedora utiliza as ferramentas para alavancar o negócio. Para isso, participa de maneira frequente de feiras, palestras e trocas de experiências com outros supermercados, os eventos do setor permitem aos empresários ver em primeira mão inovações que estão surgindo para o mercado. Além disso, pedimos um exemplo de uma inovação que a empreendedora implementou na sua empresa e como ela impactou o negócio.

Uma coisa que recentemente colocamos na loja que deu super certo foi uma seção dedicada a produtos naturais, especiarias e temperos a granel, e isso veio para agregar ainda mais nosso supermercado, deixá-lo mais completo, todos os clientes amam assim como eu haha. (Deize, 2024)

Quando a entrevistada decidiu fazer uma seção dedicada aos produtos naturais, especiarias e temperos naturais, além do objetivo de diversificar e atender a uma crescente demanda que estão em busca de opções saudáveis e naturais.

A introdução de uma seção dedicada a produtos naturais, especiarias e temperos a granel é um exemplo concreto de inovação que Deize implementou em seu supermercado. Essa inovação não apenas diversifica a oferta do supermercado, mas também atende à crescente demanda por opções saudáveis e naturais, conforme observado pelo aumento do interesse dos clientes por produtos orgânicos e sustentáveis. A literatura sobre inovação é um componente essencial do empreendedorismo, pois permite aos empreendedores criar e implementar novas ideias, produtos e processos que podem transformar o mercado e gerar vantagens competitivas. Conforme Schmidt e Bohnenberger (2009), “A capacidade de inovar é fundamental para o sucesso no empreendedorismo, pois possibilita a adaptação às mudanças do ambiente de negócios e a exploração de novas oportunidades que podem levar ao crescimento sustentável da empresa.”

1.8 Líder

Ao descrever seu estilo de liderança, Deize afirma que o melhor estilo é liderança democrática, que escuta todos os envolvidos para assim tomar uma decisão. Isso envolve avaliar as opiniões positivas e negativas. Muito marcante em sua resposta também o fator empatia e da característica sensibilidade e sociável, de escutar e entender as demandas dos colaboradores e clientes, para vencer os desafios.

A entrevista cita como exemplo de projeto desafiador:

Sempre acreditei que o melhor estilo de liderança é escutar todos ao nosso redor, acredito que todos têm uma opinião válida, seja positiva ou negativa. Também acredito que para uma liderança de sucesso, o fator empatia é muito importante. Um exemplo que posso citar que foi um projeto desafiador foi que estávamos com uma alta taxa de desperdício e produtos vencendo no setor de laticínios, onde eu observei que tanto os colaboradores e vendedores do setor estavam trabalhando de forma banal, de qualquer jeito. Então começamos a nos reunir com os repositores, vendo seus desafios e sugestões, logo depois fomos para os compradores e vendedores, e reduzimos significativamente a taxa de avaria no setor. (Deize, 2024)

Segundo Schmidt e Bohnenberger (2009), a definição de líder no contexto empreendedor é uma pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo. Portanto, a liderança no empreendedorismo não se limita a dar ordens ou impor decisões; ela envolve a capacidade de inspirar e motivar os outros, criando um ambiente onde os membros da equipe se sintam comprometidos e engajados com a visão e os objetivos do negócio.

Essa definição destaca a importância da influência e da motivação na liderança empreendedora, enfatizando que o papel do líder vai além de simples gerenciamento, abrangendo a habilidade de engajar e inspirar outros a seguir uma visão comum.

O exemplo fornecido por Deize sobre a redução da taxa de desperdício e produtos vencidos no setor de laticínios ilustra como a liderança democrática e a empatia podem levar a soluções práticas e eficazes. Deize envolveu os colaboradores e vendedores na identificação dos desafios e na proposição de soluções, resultando em uma redução significativa da avaria no setor. Esse processo de colaboração e escuta ativa é consistente com as práticas recomendadas por Arnold (1996), que afirma que o líder é responsável por criar um ambiente de trabalho motivador e positivo, influenciando a atmosfera e a cultura da organização.

A liderança democrática de Deize contribui para um ambiente de trabalho onde os colaboradores se sentem motivados e incluídos. A criação de um ambiente inclusivo e positivo é fundamental para o sucesso organizacional, conforme discutido por Arnold (1996), que enfatiza a importância do papel do líder em promover uma atmosfera de trabalho que incentive a participação e a colaboração.

4.2.2 Objetivo 2. Caracterizar o empreendedorismo feminino e sua relação com o negócio O Pioneiro, da oportunidade ao crescimento de acordo com as fases citadas por Dornelas (2012), que juntos oportunizam o surgimento e crescimento de uma nova organização, somadas as características citadas na revisão da literatura, com os dados do Sebrae em 2022. Essa análise é um fator importante para correlacionar as experiências vividas pela empreendedora com as premissas da literatura.

2.1 Identificação da oportunidade

Quando solicitada para descrever como ocorrem as quatro fases do processo empreendedor e sua atuação nas mesmas, a entrevistada demonstrou total apreço aos dons divinos, onde o fator fé foi determinante para o surgimento do negócio.

A ideia do negócio foi muito interessante, tremendo. Eu estava dormindo e eu sonhei que tinha uma loja, foi muito lindo. E quando eu acordei, eu acreditei que tinha uma loja. Mesmo sem recursos financeiros aos meus olhos, acreditei e neste mesmo dia eu e uma grande amiga minha começamos a louvar a Deus em gratidão já pela loja. A escolha do tipo do negócio foi por oportunidade mesmo, o bairro Alto do Mateus ainda estava em desenvolvimento, e não havia muitas mercearias. (Deize, 2024)

O relato da empreendedora sobre como foi o surgimento do negócio, e imediatamente foi seguida de uma demonstração de fé. De acordo com Dolabela, Fillion (2013), é dever de cada um desenvolver as habilidades necessárias para “transformar os seus sonhos em realidade” esse texto demonstra que sonhos e aspirações não são suficientes para transformar sonhos em realidades, é preciso um esforço constante para desenvolver as características empreendedoras.

2.2 Configuração dos recursos

Na questão de configuração dos recursos e de como foi o planejamento do negócio, a empreendedora afirma que não foi feito um planejamento adequado.

Foi de uma forma totalmente deslocada, o pai da minha filha na época, que hoje é meu esposo, ele me disse: Olha, eu tenho um boxzinho no alto do Mateus, e vou te colocar lá, e você cuida da filha e se vira. Até então ele não sabia do meu sonho, então daí então negócio fechado, ele levou algumas mercadorias de formas despreziosas e começamos. (Deize, 2024)

Segundo Dornelas (2012) quanto à determinação e captação dos

recursos necessários, o próximo passo após a elaboração do plano de negócios é identificar os recursos financeiros, humanos e materiais necessários para iniciar e sustentar o empreendimento. O empreendedor deve buscar e obter esses recursos a partir de diversas fontes, como investidores, empréstimos bancários ou economias pessoais. É notável que a mesma não se mostra de acordo com o que cerne a literatura, onde o planejamento foi de forma totalmente despreziosa, e indo de acordo com a necessidade do momento.

2.3 Processo de abertura

A trajetória da empreendedora, que começou com inúmeras dificuldades e escasso apoio, reflete as complexidades do empreendedorismo feminino enfrentadas por muitas mulheres. No início, a empreendedora enfrentou uma situação desafiadora, recebendo um box pequeno que precisava ser dividido entre residência e comércio, o que dificultava ainda mais sua jornada, especialmente com uma criança recém-nascida. Esse cenário inicial é emblemático dos obstáculos enfrentados por mulheres empreendedoras, como destacado por Buttner e Moore (1997), que abordam a dificuldade das mulheres em equilibrar as responsabilidades familiares e empresariais.

Complementando a resposta anterior, o pai da minha filha me deu um box bem pequenininho, dividir para metade ser a minha residência e a outra metade para ser o comércio, o box era tão pequeno que tive que serrar minha cama de solteiro duas vezes... foi um momento muito difícil, e tudo isso com uma menina recém nascida.. apesar das dificuldades eu não poderia deixar elas me vencerem, apenas quatro dias após a abertura eu vendi todos os itens da loja que até o pai da minha filha ficou impressionado, e devagarinho fui comprando mercadoria e vendendo e estou aqui até hoje com as graças de Jesus. (Deize, 2024).

A superação desses desafios e o gradual sucesso obtido pela empreendedora corroboram a importância da resiliência e da determinação, aspectos frequentemente mencionados na literatura sobre empreendedorismo feminino (Madrugá et al., 2001). A coragem de enfrentar e superar adversidades, mesmo em condições precárias, e a capacidade de transformar uma situação difícil em uma oportunidade de sucesso refletem características descritas por Drucker (2001), que enfatiza a necessidade de líderes empreendedores serem ativos e persistentes.

A experiência da empreendedora, ao vender todos os itens da loja logo após

a abertura e continuar a expandir seu negócio, é um exemplo de como a perseverança e a capacidade de adaptação são cruciais para o sucesso no empreendedorismo. Isso está alinhado com a análise de Gomes (2006), que sugere que a persistência e a habilidade de lidar com desafios são fundamentais para o sucesso das mulheres no ambiente empresarial. A trajetória destacada demonstra como a determinação, mencionada pela empreendedora, é componente essencial na superação de obstáculos e na conquista do sucesso no mundo dos negócios.

2.4 Gerenciamento estratégico

Sobre o gerenciamento estratégico, a mesma afirma que foi feito de forma “orgânica”, sem grandes burocracias e com o objetivo principal de trazer melhorias para o supermercado.

Posso dizer que foi de forma totalmente “orgânica”, sabe? Eu e meu esposo criamos toda nossa família por meio do supermercado. Sempre trabalhamos de forma honesta e com o objetivo de trazer o melhor para o supermercado, é sempre estamos em busca do crescimento. Periodicamente fazemos pesquisas de preços e produtos nas principais concorrências do bairro, buscamos trazer as melhores condições de preços para os clientes, além de que estamos sempre monitorando o mercado em geral para trazer as melhores novidades do mercado para nossa loja. (Deize, 2024)

O gerenciamento estratégico enfatizado pela entrevistada pode ser caracterizado como “organico” no sentido que ela evoluiu naturalmente, prezando pelos valores pessoais de honestidade, trabalho contínuo e comprometimento. Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino, o que contribui para o progresso da empresa.” Consoante a isto o Sebrae (2022), listou algumas características que diferenciam homens e mulheres empreendedores, sendo:

- Determinação

Na opinião de Jonathan (2003), as empreendedoras sofrem pressões, pois constantemente passam por preconceitos de gênero e também de idade, além disso, buscam o equilíbrio entre família, pessoal e profissional. Para ser um profissional de sucesso se manter motivado é importante para conseguir seguir em frente, mesmo quando obstáculos surgem. Deize enfatiza que sempre acredita no melhor, e que apesar dos obstáculos, é necessário motivação para seguir adiante. Mesmo sofrendo pressões externas por conta de gênero, a mesma afirma que sua

principal motivação é oferecer boas oportunidades de vida para os filhos, inclusive, oportunidades jamais vivenciadas por ela. A empreendedora tenta sempre buscar a melhor opção de acordo com cada situação, levando sempre em consideração a opinião das equipes do trabalho.

Continuo sempre motivada, sempre acreditando no melhor. Desafios e obstáculos sempre vão surgir na vida da gente, mas cabe a gente também levantar a cabeça e seguir adiante, minha motivação sempre foi dar o melhor para os meus filhos, oferecer a eles coisas que não tive oportunidade na juventude. (Deize, 2024).

A citação de Jonathan (2003) e o depoimento de Deize (2024) oferecem uma visão sobre os desafios enfrentados por empreendedores, especialmente mulheres, em sua trajetória profissional. Jonathan (2003) aponta que empreendedoras frequentemente enfrentam preconceitos relacionados ao gênero e à idade, além de lidarem com a pressão de equilibrar a vida pessoal e profissional. Esses fatores podem criar um ambiente de trabalho adverso e aumentar a dificuldade de alcançar o sucesso.

- Criatividade

Quando questionado de como a mesma aborda problemas complexos ou inesperados a mesma demonstra que quando se é um empreendedor sempre surge algo no qual se pode empreender.

Ah sim... Antigamente não tínhamos gerador na empresa, na época que era bem pequenininha a loja. E antigamente era comum faltar energia, e tínhamos que fechar as portas, né? E aí eu deixava uma grade aberta, para os clientes comprarem velas e fósforos, onde se formava uma fila imensa, e aí a gente tinha que vender e anotar tudo porque tinha que tirar nota no outro dia e tal. Mas era um jeito bacana, porque resolvia o problema do cliente e a gente continuava vendendo, eles saiam felizes e eu ficava maravilhada com tudo aquilo. (Deize, 2024).

A partir do que foi dito pela empreendedora é observado que o fator imprescindível do empreendedor é o fator criatividade, rompendo as barreiras das dificuldades para se sobressair. Essa ação simples e eficaz da empreendedora mostra uma mentalidade de resolução de problemas orientada para buscar o melhor para o cliente, onde a prioridade é sempre encontrar uma maneira de servir os clientes, mesmo em circunstâncias difíceis. Além disso, a prática de anotar as vendas para contabilização posterior revela um senso de organização e responsabilidade financeira, mesmo em meio ao imprevisto.

A abordagem de Deize destaca vários aspectos para o sucesso empreendedor. Ao criar uma solução improvisada para a falta de energia, permitindo que os clientes comprassem velas e fósforos, ela não só solucionou o problema imediato, mas também conseguiu continuar operando e atendendo aos clientes. Essa atitude reflete na definição de criatividade de acordo com o Sebrae (2022), que é a capacidade que o indivíduo tem de criar algo capaz de produzir e transformar o ambiente, demonstrando sua capacidade de transformar um obstáculo em uma oportunidade. Além disso, a solução foi centrada nas necessidades dos clientes.

Ao criar uma solução que atendia diretamente às necessidades dos clientes, mesmo em uma situação adversa, Deize mostrou um forte compromisso com a experiência do cliente, essencial para o crescimento sustentável do negócio.

- Empatia

De acordo com Louis J. Filion (1999), um dos autores mais influentes do empreendedorismo, destaca que a empatia é uma característica crucial para os empreendedores, onde os mesmos têm que se colocar no lugar de seus clientes, colaboradores e parceiros de negócio, buscando entender suas necessidades e perspectivas. Características, como base nas respostas anteriores é bem marcante na empreendedora, que procura sempre ouvir com atenção e respeitar as opiniões, mesmo que envolva não ter benefício a curto prazo, conforme situação ilustrada a seguir:

Produtos diet e light, quando começou uma onda desses produtos era mais comum encontrar em lojas especializadas, e como temos muitos clientes que precisam desses produtos começamos a vender na loja, e mesmo tendo alguns prejuízos por conta que eles não têm um alto giro e nem todo mundo tem condições de comparar, tivemos no início algumas dificuldades como avarias, porém nunca deixei de vender, pois eu sempre acreditei que daria certo e que não poderia deixar de vender e deixar alguns clientes insatisfeitos. (Deize, 2024)

A decisão da empreendedora em manter os produtos *diet* e *light*, apesar dos entraves iniciais, destaca a disposição da empreendedora de sempre buscar oferecer o melhor para os clientes, assim como suprir suas necessidades, demonstrando uma sensibilidade social e empatia. Madruga et al (2001) considera que a questão de gênero nas organizações é traduzida ainda de forma estereotipada, ou seja, existem características femininas e masculinas de forma antagônica e controversa. Neste sentido, destaca traços femininos como: interdependência, compaixão, empatia e franqueza emocional, onde a empreendedora em questão está de acordo com o que diz

a literatura.

- Organização

Quando indagada como a entrevistada gerencia suas tarefas diárias e responsabilidades empresariais, a mesma descreve que está em constante busca de se tornar mais organizada nas tarefas diárias e que busca trazer a excelência em tudo que faz.

Tenho tentado diariamente a ser mais organizada nas tarefas diárias, mas tudo que faço, faço com excelência e da melhor maneira possível, seja em termos de organização, limpeza, o melhor. Fazer sempre o melhor, porque eu acredito que nós e os clientes... Todo mundo precisa do melhor e necessita do melhor. E eu acho que tudo que você faz com excelência dá certo. (Deize, 2024)

Para Dolabela (2006) afirma que “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização, consoante a isto a entrevistada em questão afirma que está em busca de uma melhor organização, e que apesar de estar em controversa a literatura se mantém firme no mercado.

- Rapidez

Em supermercados, o fator agilidade é destacado e valorizado pelos clientes. Por isso, a entrevistada cita que o dia todo é preciso agir com rapidez, sem perder a sabedoria.

Quando se trabalha em um supermercado temos que ser rápidos em tudo né? Os clientes querem agilidade em todos os serviços, e principalmente após a pandemia os clientes estão impacientes. Um exemplo que posso dar em que rapidez foi crucial foi quando peguei um colaborador furtando, foi bastante constrangedor mas... Na hora, a gente tem que agir com muita rapidez. Então, isso é bem desgastante. (Deize, 2024)

O depoimento da entrevistada demonstra a necessidade de respostas rápidas e eficazes para gerenciar questões dentro do contexto inserido. Outrossim, é válido salientar que a agilidade é especialmente valorizada no varejo devido a natureza dinâmica do setor.

Segundo Berry et al. (1988), a agilidade no serviço é um fator crucial para a satisfação do cliente, especialmente em setores de alta rotatividade e demanda intensa, como o varejo. A capacidade de responder rapidamente às necessidades

dos clientes pode impactar diretamente a percepção do serviço e a lealdade dos consumidores.

- Precisão

Quando perguntada como ela assegura que os detalhes importantes não sejam negligenciados em meio às demandas diárias ela descreve que quando se trabalha em um supermercado a agilidade é algo fundamental, que mesmo diante das dificuldades internas que possam surgir, o atendimento ao cliente tem que se manter da melhor forma possível e sem erros.

Tem que ser muito rápido, porque diariamente temos colaboradores de folga, de férias, com atestado e para uma empresa de pequeno médio porte é bem difícil, mas nós tentamos e fazemos o melhor para que o atendimento permaneça da melhor maneira possível, porque o cliente merece sempre o melhor, independente das situações internas. (Deize, 2024).

Segundo Orban apud Vieira (2007), uma característica importante do serviço consiste no fato dele apresentar dois níveis: o serviço imediato e o resultado, onde o serviço imediato é medido pela qualidade do atendimento, rapidez, tempo de espera, e o resultado dependente do cliente e de sua capacidade em tirar proveito de serviço imediato. É perceptível que por meio da entrevista é observado o compromisso da empreendedora em assegurar que detalhes importantes não sejam negligenciados em meio das muitas demandas que requer um supermercado, mesmo diante de diversos entraves comuns em empresas de pequeno e médio porte, como a falta de um colaborador por conta de diversos fatores.

- Sensibilidade

A sensibilidade exige compreender as pessoas, as emoções e as preocupações da equipe. Assim, ao desenvolver as características de sensibilidade, Deize demonstra que se preocupa em criar um ambiente positivo e extrair até mesmo em conversas informais, necessidades dos colaboradores:

Sempre busco ver todos os lados de uma situação, e sempre busco em até mesmo uma conversa informal com os colaboradores, saber como estão, se estão com algum problema... e vejo que a partir dessas conversas, eu como líder estou me conectando a eles e posso ver como podemos melhorar nosso relacionamento como empresa. (Deize, 2024)

O depoimento da entrevistada é notável a importância da sensibilidade na liderança, especialmente onde a interação humana é intensa e constante. A sensibilidade, envolve a capacidade da busca em compreender as emoções e

preocupações dos colaboradores.

Deize demonstra que a sensibilidade envolve a capacidade de compreender as emoções e preocupações dos colaboradores. Segundo o Sebrae (2022), as mulheres desenvolvem uma gestão diferenciada, a partir da sensibilidade, que significa empatia para analisar e solucionar problemas, levando em consideração todas as partes envolvidas.

Segundo Goleman (1998), a inteligência emocional é um componente crucial da liderança eficaz, e a sensibilidade é um aspecto fundamental dessa inteligência. A habilidade de reconhecer e responder às emoções dos colaboradores contribui para a criação de um ambiente de trabalho mais positivo e colaborativo.

4.2.3 Objetivo 3. Analisar se o comportamento da empreendedora foram determinantes para a evolução do seu empreendimento.

Pode nos dar um exemplo de uma vez que você precisou pensar “fora da caixa” para resolver um problema no seu negócio? Como você chegou a essa conclusão?

Quando questionada sobre pensar “fora da caixa” para resolver um problema no seu negócio, a mesma identificou diversos problemas resolvidos por pensar de forma diferente do convencional, ou seja, ter uma ideia criativa.

Quando se estava próximo ao horário de pico da padaria sempre se formava uma fila imensa de clientes em busca do pãozinho do final da tarde, e sempre ficava muitos clientes insatisfeitos com a demora, e observei que mesmo com mais colaboradores atendendo, a insatisfação não diminuía, então pensei em trazer um pouco de entretenimento aos clientes por meio de uma televisão que além de passar notícias e informações ela também informa novidades e promoções do supermercado. (Deize, 2024).

De acordo com Dolabela (1999) “As lacunas mercadológicas não atendidas pelas grandes empresas despontam os empreendedores criativos, com sua aguçada sensibilidade e audácia.” A entrevistada demonstra que os pequenos detalhes para deixar os clientes satisfeitos não podem passar despercebidos e que a sensibilidade para essas atitudes são de suma importância.

Deize observou que a insatisfação dos clientes persistia mesmo com o aumento do número de colaboradores. Essa percepção é um exemplo de

sensibilidade às necessidades dos clientes e de uma abordagem proativa para melhorar a experiência deles. De acordo com Kotler e Keller (2012), a capacidade de reconhecer e responder às necessidades dos clientes é crucial para a satisfação e lealdade. A introdução da televisão como forma de entretenimento mostra que ela estava atenta aos detalhes que impactam a satisfação dos clientes e procurou uma solução que melhorasse a experiência de espera.

A solução de Deize também ilustra como pequenas inovações podem ter um impacto significativo no atendimento ao cliente. De acordo com Schumpeter (1934), a inovação é uma chave para a competitividade e sucesso dos negócios. A ideia de usar a televisão para entreter e informar os clientes durante o período de espera é uma forma de inovar no atendimento, contribuindo para um ambiente mais agradável e menos frustrante para os clientes.

Como o crescimento do empreendimento impactou os atuais clientes e a qualidade do atendimento? Foi de forma “orgânica”?

Quando questionada como o crescimento do empreendimento impactou os atuais clientes e a qualidade do nosso atendimento e se foi de forma orgânica. A mesma relata que o supermercado cresceu com as indicações dos próprios clientes, que eram bem atendidos e se sentiam acolhidos, principalmente pela gestora Deize. Somados a isso, a postura inovadora, ajudou a conseguir trazer inovações e oferecer maior qualidade e rapidez aos clientes.

Foi bastante orgânica, os clientes sempre muito parceiros e fiéis ajudou bastante o crescimento da empresa, além de que com as modernidades trazidas com o aumento da loja tem atraído mais clientes. (Deize, 2024)

A entrevistada enfatiza na entrevista que o crescimento foi dado por uma base de clientes fiéis, e que mesmo após o crescimento contínuo, o supermercado conseguiu manter a qualidade e atenção aos clientes de forma única, indicando um comportamento empreendedor voltado para o foco no cliente, proatividade e comprometimento.

Esse crescimento orgânico demonstra que a qualidade do atendimento e a satisfação dos clientes desempenharam um papel crucial na expansão do negócio. Segundo Kotler e Keller (2012), a fidelidade dos clientes e o marketing boca a boca são fatores essenciais para o crescimento sustentável. A capacidade de manter a qualidade e a atenção personalizada ao longo do crescimento é um diferencial competitivo importante, que ajuda a garantir que os clientes continuem satisfeitos e

leais, mesmo com a expansão da empresa.

Questionada como ela reage a situações em que é necessário lidar com emoções ou sentimentos delicados de membros da equipe ou clientes.

Posso trazer como exemplo o dia em que um motorista nosso estava deixando as compras de uma cliente em casa, e daí quando entregou tudo e ele estava prestes a sair, ela começou a ter contrações e dores de parto, assim que ele me ligou, eu instruí ele a ir prontamente levá-la ao hospital. (Deize, 2024)

Empatia e solidariedade são palavras de ordem no que diz respeito ao dia a dia no supermercado. A entrevistada sempre busca ajudar nas necessidades reais de cada colaborador e cliente, ajudando-os, na medida do possível.

Segundo o SEBRAE (2023) existem algumas características que destacam as mulheres empreendedoras, dentre as características estão a empatia e sensibilidade, esse comportamento reflete um profundo compromisso com as necessidades reais de colaboradores e clientes, contribuindo para um ambiente de trabalho e de atendimento mais humano e acolhedor. De acordo com Goleman (1998), a empatia é uma competência essencial para líderes e gestores, ajudando a criar um ambiente positivo e a fortalecer as relações interpessoais.

4.2.4 Objetivo 4. Destacar o papel da empreendedora no processo de gestão do negócio.

Quando questionada como ela descreveria seu papel na gestão diária do seu negócio, é notável que na gestão do supermercado, a mesma exerce um papel ativo e se preocupa em conhecer todos os processos para poder delegar e verificar se estão sendo executados da melhor forma.

Sempre amei estar por dentro do negócio, sei um pouco de todos os processos da loja, desde caixa até como preparar o pão francês haha... Hoje estou mais focada na gerência geral, como meus filhos estão por dentro do negócio e eles também gostam do que faz me sinto mais tranquila do que há alguns anos atrás. (Deize, 2024)

Para Drucker (2001), os líderes eficazes são aqueles que agem, são ativos e estão, sobretudo, à frente das “batalhas”, com o foco voltado para os resultados. Não se perdem na realização de tarefas triviais - essas eles delegam. Estão centrados naquilo que só eles podem fazer com excelência, aquilo que define padrões e que deixará um legado. Atualmente, a mesma afirma que gosta de acompanhar os processos internos e consegue delegar as atividades e foco sobretudo em atividades gerenciais e de tomadas de decisões com o auxílio dos seus filhos.

Quando questionada sobre quais estratégias ela adotou para enfrentar desafios de gestão e tomar decisões eficazes para o crescimento do negócio ela declara que um dos principais desafios foi o mercado de trabalho ser majoritariamente machista, onde a mesma adotou um perfil mais firme e perseverante.

O mercado de trabalho sempre foi muito machista, e quando se via um supermercado de sucesso sob os cuidados majoritariamente de uma mulher, foi muito difícil... mas acredito que a perseverança é um fator primordial para a tomada de decisão assertiva. (Deize, 2024).

Muitas empreendedoras já declararam terem dificuldades quanto a preconceito, comparações com os homens, desvalorização e críticas por serem mulheres no ramo varejista. E com a entrevistada em questão não foi diferente, em algumas situações a mesma já se sentiu em desvantagem, porém a mesma perseverou e obteve sucesso.

Quando indagada sobre qual a visão para o futuro do seu empreendimento e como a mesma pretende continuar contribuindo para o sucesso. Ela declara:

A fé cristã me possibilita crer na providência divina e confiar no processo, então eu acredito muito no sobrenatural e na providência divina, então estou à disposição do Senhor Jesus, meu desejo hoje é que meus filhos continuem o legado empreendedor, assim como desejo abrir novas lojas de outros segmentos e filiais também... O sonho não para. (Deize, 2024)

A entrevistada se mantém confiante nas suas crenças e acredita que seus filhos continuaram o legado deixado por ela, a mesma continua empolgada com o espírito empreendedor onde declara o desejo de expandir seus negócios, abrindo empresas de outros segmentos e outras filiais do supermercado.

E com base na experiência da empreendedora, foi questionada quais conselhos ela daria a outras mulheres que desejam empreender no setor supermercadista. Com base na experiência da entrevistada, empreendedora de sucesso a mais de 30 anos, a mesma declarou que ser firme e constante, e seguir a vontade divina é o melhor caminho para o sucesso.

Há 32 anos atrás era muito difícil, porém, ainda continua difícil o mercado de trabalho para as mulheres. Mas um conselho que daria a outras mulheres seria para serem firmes e constantes, seguindo sempre a vontade do Senhor e seus sonhos. Pois uma mulher determinada nada para ela. (Deize, 2024)

A empreendedora enfatiza a importância que para ela ser firme, constante e ter

fé são fatores essenciais para alcançar o sucesso, sua perspectiva oferece uma visão valiosa para outras mulheres que estão no mundo dos negócios, em especial as do ramo varejista.

A análise do papel da empreendedora na gestão do seu negócio revela uma figura central e ativa, cuja dedicação e envolvimento direto em todos os aspectos operacionais são evidentes. Como descrito por Drucker (2001), ela não se perde em tarefas triviais, mas mantém o foco nas atividades que realmente impactam o sucesso e a sustentabilidade do negócio. Seu engajamento desde os processos mais básicos até as atividades gerenciais mostra uma estratégia eficaz de liderança, que não só permite uma supervisão mais próxima, mas também garante que as operações do supermercado estejam alinhadas com seus padrões elevados e objetivos a longo prazo.

O testemunho da empreendedora sobre enfrentar um mercado predominantemente machista destaca a resiliência necessária para superar obstáculos significativos. Sua experiência demonstra que, apesar das adversidades e preconceitos enfrentados, a perseverança e uma abordagem firme foram essenciais para sua ascensão e sucesso no setor varejista. Sua habilidade em transformar desafios em oportunidades e manter a determinação é um exemplo inspirador de como mulheres podem triunfar em ambientes desafiadores, fornecendo ideias para outras que enfrentam circunstâncias similares.

A visão da empreendedora para o futuro de seu negócio, alicerçada na fé e na crença na providência divina, evidencia uma abordagem que combina confiança pessoal com aspirações de expansão e inovação. Ela oferece conselhos práticos e motivacionais para outras mulheres no setor, reforçando a importância de ser firme e constante, além de manter a fé em seus objetivos. Sua trajetória e conselhos são não apenas um testemunho de sucesso, mas também um guia para futuras empreendedoras que buscam construir e expandir seus próprios empreendimentos com determinação e resiliência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve como objetivo central identificar o impacto do comportamento de uma empreendedora nas diversas fases do processo empreendedor: desde a identificação da oportunidade, passando pelo planejamento e implantação, até o crescimento do seu negócio. Através do estudo de caso específico do empreendimento "O Pioneiro", buscou-se verificar se as características

empreendedoras presentes na literatura foram observadas na empreendedora analisada, bem como entender a relação entre essas características e o sucesso do negócio.

Os objetivos propostos foram alcançados. Primeiramente, foi possível verificar que as características empreendedoras destacadas na literatura, como a autoeficácia, a propensão a assumir riscos calculados, a persistência e a inovação, estão presentes na empreendedora estudada. Essas características desempenharam um papel fundamental em todas as etapas do processo empreendedor, desde a identificação de oportunidades até a consolidação do negócio.

Além disso, o estudo caracterizou o empreendedorismo feminino e sua relação com o negócio "O Pioneiro", evidenciando como o comportamento proativo e resiliente da empreendedora foi determinante para superar desafios e impulsionar o crescimento do empreendimento. A análise mostrou que o comportamento da empreendedora foi crucial não apenas para o sucesso inicial do negócio, mas também para sua expansão e sustentabilidade a longo prazo.

Por fim, o trabalho destacou a importância do papel da empreendedora no processo de gestão do negócio. Sua liderança, capacidade de tomar decisões estratégicas e a habilidade de inspirar e mobilizar sua equipe foram essenciais para o desenvolvimento e consolidação de "O Pioneiro" no mercado.

Em síntese, o estudo reforça a ideia de que o comportamento e as características pessoais da empreendedora são elementos-chave para o êxito do negócio, contribuindo de maneira significativa para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino e para a criação de novos paradigmas de gestão e liderança no contexto empresarial.

Este estudo é uma amostra restrita, centrada apenas no caso específico do empreendimento "O Pioneiro". Embora o estudo tenha fornecido insights sobre a influência da empreendedora nas diversas fases do processo empreendedor, a generalização dos resultados pode ser limitada, uma vez que as características e comportamentos observados podem não refletir todas as nuances do empreendedorismo feminino em diferentes contextos ou setores. Além disso, a análise foi baseada em dados qualitativos e pode não capturar a totalidade das variáveis envolvidas em outros casos semelhantes.

Para superar essa limitação e aprofundar a compreensão do impacto do comportamento da empreendedora, sugere-se a realização de estudos com amostras mais amplas e diversificadas, envolvendo diferentes setores e tipos de

negócios. Investigações futuras poderiam explorar comparações entre empreendedoras em diversas regiões geográficas ou segmentos de mercado, para identificar padrões comuns e particularidades no impacto do comportamento empreendedor. Além disso, a incorporação de métodos quantitativos, como surveys e análises estatísticas, poderia complementar os dados qualitativos e fornecer uma visão mais abrangente sobre como as características empreendedoras influenciam o sucesso dos negócios em um contexto mais amplo.

REFERÊNCIAS

ARNOLD, Willian W. **Liderança Orientada Para Pessoas: O Toque Humano Como Fator De Produtividade E Lucro**, 2ª Ed. - São Paulo: Atlas, 1996.

BANDURA, Albert; WESSELS, Sebastian. **Self-efficacy**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994 In: OLIVEIRA, SILVA; DE FÁTIMA, MARÍA. La conducta emprendedora desde un modelo configuracional. 2008. Tese de Doutorado. Universidad de Salamanca.

BARON, R. A.; MARKMAN, G. D. **Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others**. Human Resource Management Review, v. 13, n. 2, p. 281-301, 2003.

BLANCO, Thiago Henrique Martinez. **Gestão e empreendedorismo**. Maringá: UniCesumar, 2021.

BRUSH, C. G.; DE BRUIN, A.; WELTER, F. **A gender-aware framework for women's entrepreneurship**. International Journal of Gender and Entrepreneurship, v. 1, n. 1, p. 8-24, 2009.

BUTTNER, E. H.; MOORE, D. P. **Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success**. Journal of Small Business Management, v. 35, n. 1, p. 34-46, 1997.

CAMARGO, D. et al. **O significado da atividade empreendedora: as práticas da mulher brasileira em 2008**. Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte 3Es2Ps, p. 105, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar seu próprio negócio**. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

DIAS, M. **9 tipos de amostragem probabilística e não probabilística**. Disponível em: <https://www.opuspesquisa.com/blog/tecnicas/amostragem/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que a ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editora Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DOLABELA, Fernando; FILION, Louis Jacques. **Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 134, set./dez. 2013.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. ed. São Paulo: Elsevier, 2012.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor**. Claremont, 1987.

DRUCKER, Peter F. **Introdução à administração**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

DRUCKER, P. Prefácio. In: HESSELBEIN, F.; GOLDSMITH, M.; BECKHARD, R. **O líder do futuro**. Prefácio Peter Drucker Foundation. São Paulo: Futura, 2001.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: história e tudo sobre. **Casa e construção**, 29 fev. 2024. Disponível em: <https://casaconstrucao.org/comercio/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, abr.-jun. 1999.

FILION, L. J. **O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

GEM-Brasil 2022. **Global Entrepreneurship Monitor: empreendedorismo no Brasil. Relatório executivo 2022**. Curitiba: IBQP, 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, A. F. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: UESB, 2006.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Entrepreneurship**. McGraw-Hill, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Entrepreneurship**. 5. ed. 2002.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências**. Encontro de Gestão Estratégica de Pequenas Empresas, n. 3, 2003.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**. Psicologia em Estudo, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.

JOÃO PESSOA chega aos 438 anos com mais de 98 mil empreendedores contribuindo para a economia. **ASN**, 29 fev. 2024. AGENCIA SEBRAE. Disponível em: <https://pb.agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/joao-pessoa-chega-aos-438-anos-com-mais-de-98-mil-empreendedores-contribuindo-para-a-economia/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA (IRME). **Pesquisa IRME 2023**. Apoio: Rede Mulher Empreendedora. Execução: Instituto Locomotiva, 2023. Disponível em: <https://rme.net.br/77-das-mulheres-comecaram-a-empreender-depois-da-maternidade-de-acordo-com-a-pesquisa-irme-2023/#:~:text=77%25%20das%20mulheres%20come%C3%A7aram%20a,IRME%202023%20%E2%80%93%20Rede%20Mulher%20Empreendedora>. Acesso em: 03. setembro. 2024.

KRIPPENDORFF, K. **Content analysis: an introduction to its methodology**. 3. ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2018.

LUECKE, R. **Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MADRUGA, L.R.R.G., GOMES, C.M., FLEIG, D.G., ALTISSIMO, J.C., COSTA, V.F. **A valorização da mulher no contexto do trabalho: contradições e evidências identificadas na realidade atual.** In: Anais do ENAMPAD, 2001.

MALHEIROS, Rita de Cassia da Costa et al. **As principais barreiras ao empreendimento de novos negócios: um modelo que considera as condições do empreendedor na configuração dessa percepção.** 2001.

MARCOS, João. **Metodologia científica: auxiliar do estudo, da leitura e da pesquisa.** 3. ed. Brasília: Do autor, 2001.

MARTINS, G. A.; THEÓFILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para as ciências sociais aplicadas.** São Paulo: Atlas, 2009.

MINNITI, M.; NAUDÉ, W. **What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries?** European Journal of Development Research, v. 22, n. 3, p. 277-293, 2010.

NUMERO de mulheres empreendedoras no Brasil cresce e chega a 10,3 milhões. **O Globo**, 29 fev. 2024. Jornal Hoje. Disponível em:

<https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/03/08/numero-de-mulheres-empreendedoras-no-brasil-cresce-e-chega-a-103-milhoes.ghtml>. Acesso em: 14 ago. 2024.

OLIVEIRA, Maria de Fátima Silva; IGLESIAS, Juan Carlos Garcia. **El inmigrante transnacional y la conducta emprendedora.** Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe), v. 10, n. 2, p. 94-109, 2012.

PEDRON, Ademar João. **Metodologia científica: auxiliar do estudo, da leitura e da pesquisa.** 3. ed. Brasília: Do autor, 2001.

PREFEITURA fomenta empreendedorismo feminino com mais de R\$ 6,7 milhões em créditos. **Mulheres nos negócios**, 11 mar. 2024. PREFEITURA JOÃO PESSOA. Disponível em:

<https://www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/prefeitura-fomenta-empreendedorismo-feminino-c-om-mais-de-r-67-milhoes-em-creditos/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

RAMAL, S. A. **Empendedoras: el desafío de ser empresaria: un análisis desde la perspectiva de género**. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata, 2004.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SANDBERG, S. **Lean In: women, work, and the will to lead**. New York: Knopf, 2013.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**. Revista de Administração Contemporânea, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>. doi: 10.1590/S1415-65552009000300007.

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **As características das mulheres empreendedoras**. Portal Sebrae, 13 mar. 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-caracteristicas-das-mulheres-empreendedoras.83f2c79a303f4810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 14 ago. 2024.

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **Perfil das mulheres donas de negócio na Paraíba: Análise com base nos dados do IBGE até o terceiro trimestre de 2022**. 2022. Disponível em: <https://pb.agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/dia-internacional-da-mulher-paraiba-tem-mais-de-166-mil-empreendedoras-comandando-negocios-no-estado/>. Acesso em: 03. setembro, 2024.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. **Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados**.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

THOMPSON, E. P. **A formação da classe operária**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. (vol. II).

VIEIRA, Andreza. **A Expansão Do Trabalho Feminino No Setor De Serviços: Uma análise Nas Cinco Regiões Do Brasil.** Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Economia293503>. Acesso em: 01 set. 2024.

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você.** São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE 1- Entrevista Estruturada com Deize

Objetivo 1: Verificar se as características empreendedoras da literatura estão presentes na empreendedora do estudo caso;

1. Autoeficácia

Como você se sente em relação à sua capacidade de superar desafios e alcançar seus objetivos empresariais? Pode compartilhar uma situação em que você precisou confiar nas suas habilidades para resolver um problema complexo no seu negócio?

2. Assume riscos calculados

Pode nos contar sobre uma decisão arriscada que você tomou no seu negócio?
Como você avaliou os riscos antes de agir?

3. Planejador

Como você organiza o seu dia a dia e as atividades da empresa? Você costuma elaborar planos de ação detalhados?

4. Detecta oportunidades

Como você identifica novas oportunidades de negócio? Pode dar um exemplo de uma oportunidade que você detectou e aproveitou?

5. Detecta oportunidades

Como você identifica novas oportunidades de negócio? Pode dar um exemplo de uma oportunidade que você detectou e aproveitou?

6. Persistente

Pode falar sobre um desafio que você enfrentou e como você persistiu até superá-lo?

Como você lida com os momentos de dificuldade em que os resultados não são imediatos?

7. Sociável

Como você constrói e mantém relacionamentos com clientes, fornecedores e outros parceiros de negócio?

8. Inovador

Como você se mantém atualizada sobre novas tecnologias e práticas que podem beneficiar o seu negócio?

Pode dar um exemplo de uma inovação que você implementou na sua empresa e como ela impactou o negócio?

9. Líder

Como você descreve o seu estilo de liderança? Pode compartilhar um exemplo de como liderou sua equipe em um projeto desafiador?

Objetivo 2. Caracterizar o empreendedorismo feminino e sua relação com o negócio O Pioneiro, da oportunidade ao crescimento.

Descreva como ocorreu as quatro fases do processo empreendedor e sua atuação nestas ou seja:

- Identificação da oportunidade, como surgiu a ideia do negócio?
- Configuração dos recursos, como foi o planejamento do negócio?

- Como foi o processo de abertura?
- Como foi o gerenciamento estratégico para o crescimento?

1. Determinação

Como você se mantém motivada, mesmo quando enfrenta obstáculos ou desafios significativos?

2. Criatividade

Como você costuma abordar problemas complexos ou inesperados? Pode nos dar um exemplo de uma solução criativa que você desenvolveu?

2. Empatia

Como você considera as necessidades e emoções dos seus clientes na tomada de decisões de negócios?

Como você gerencia suas tarefas diárias e responsabilidades empresariais? Você tem algum sistema ou método específico para manter tudo em ordem?

3. Rapidez

Como você lida com situações que exigem decisões rápidas? Pode compartilhar um exemplo em que a rapidez na tomada de decisão foi crucial?

4. Precisão

Como você assegura que os detalhes importantes não sejam negligenciados em meio às demandas diárias?

5. Sensibilidade

Pode falar sobre uma situação em que sua sensibilidade ajudou a resolver um conflito ou a melhorar o ambiente de trabalho?

Objetivo 3. Analisar se o comportamento da empreendedora foram determinantes para a evolução do seu empreendimento:

Pode nos dar um exemplo de uma vez em que você precisou pensar “fora da caixa” para resolver um problema no seu negócio? Como você chegou a essa solução?

2. Como o crescimento do empreendimento impactou os atuais clientes e a qualidade do nosso atendimento? Foi de forma orgânica?

3. Como você reage a situações em que é necessário lidar com emoções ou sentimentos delicados de membros da equipe ou clientes?

Objetivo 4. Destacar o papel da empreendedora no processo de gestão do negócio.

1. Como você descreveria seu papel na gestão diária do supermercado?

2. Quais estratégias você adotou para enfrentar desafios de gestão e tomar decisões eficazes para o crescimento do negócio?

3. Qual é a sua visão para o futuro do seu empreendimento e como você pretende continuar contribuindo para seu sucesso?

4. Com base na sua experiência, que conselhos você daria a outras mulheres que desejam empreender no setor supermercadista?

ANEXOS

ANEXO

A

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título do estudo: EMPREENDEDORISMO FEMININO: “A INFLUÊNCIA DA EMPREENDEDORA” NO ÊXITO DO SEU NEGÓCIO

Pesquisadora responsável: Sarah Daise Oliveira da Silva

Instituição de Ensino: Instituto Federal da Paraíba

Curso: Administração

Telefone para contato: (83) 99828-7514

E-mail: Sarah.daise@academico.ifpb.edu.br

Prezado (a) Senhor (a):

Você está sendo convidado (a) a responder às perguntas desta entrevista de forma totalmente voluntária. Antes de concordar em participar desta pesquisa, é muito importante que você compreenda as informações e instruções contidas neste documento. A pesquisadora deverá responder todas as suas dúvidas antes que você se decida a participar. É lhe assegurado o direito de desistir da pesquisa a qualquer momento sem nenhuma penalidade.

Objetivo do estudo: Este trabalho de conclusão de curso pretende analisar as práticas do processo de formulação das estratégias na organização na qual o

(a) Sr.(a) trabalha e identifica, em cima dos resultados obtidos, as mais utilizadas e adequadas para sua realidade.

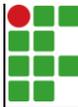
Benefícios: Os resultados desta pesquisa além de trazer maior conhecimento sobre o tema abordado a esta pesquisadora e sua Instituição de Ensino, poderão ser utilizados por sua organização de forma a aperfeiçoar seus processos de trabalho. Sigilo: As informações aqui fornecidas por você terão sua privacidade garantida. Seu nome e/ou informações que possam facilitar sua identificação serão ocultadas, mesmo quando os resultados desta pesquisa forem divulgados de qualquer forma. Após a aprovação acadêmica o (a) Sr.(a) receberá uma cópia da transcrição completa de sua entrevista, e

do trabalho completo.

Ciente e de acordo com o que foi anteriormente exposto, eu _____, estou de acordo em participar desta pesquisa, assinando este consentimento em duas vias, ficando com a posse de uma delas.

João Pessoa, ____ de _____ de 2024.

Assinatura Pesquisadora responsável

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, Joao Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC CSBA 24.1

Assunto:	TCC CSBA 24.1
Assinado por:	Sarah Daise
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Sarah Daise Oliveira da Silva, ALUNO (20201460013) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 29/09/2024 17:06:45.

Este documento foi armazenado no SUAP em 29/09/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1262445

Código de Autenticação: f6f3ea73b3

