



INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
PRÓ REITORIA DE GRADUAÇÃO
CAMPUS GUARABIRA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

ESTEFANY RAFAELA MORAIS DE MOURA

EMPREENDEDORISMO E A SUA RELEVÂNCIA PARA AS
ESTUDANTES UNIVERSITÁRIAS DE GESTÃO COMERCIAL

GUARABIRA/PB

2021

Estefany Rafaela Morais de Moura

**EMPREENDEDORISMO E A SUA RELEVÂNCIA PARA ESTUDANTES
UNIVERSITÁRIAS DE GESTÃO COMERCIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba – Campus Guarabira, como requisito obrigatório para a obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial.

Orientador(a): Clarissa Cecília Ferreira Alves,
Dra.

GUARABIRA, PB

2021

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

M929e Moura, Estefany Rafaela Morais de
Empreendedorismo e a sua relevância para estudantes universitárias de
gestão comercial / Estefany Rafaela Morais de Moura. – Guarabira, 2021.
39 f.: Il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial) –
Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2021.

"Orientação: Prof. Dra. Clarissa Cecília Ferreira Alves,"

Referências.

1. Empreendedorismo. 2. Mulher Empreendedora. 3. Mercado de
Trabalho. 4. Curso Gestão Comercial. 5. IFPB Campus Guarabira. I.
Título.

CDU 658:005.342



ATA DA DEFESA DE TCC

Aos 03 de junho de 2021, às 18:00, por meio de sala virtual do google meet (<https://meet.google.com/ooa-isur-ioj?authuser=1>) do IFPB - Campus Guarabira, reuniram-se os professores **Clarissa Cecília Ferreira Alves** (orientador), **Adriana Guedes de Castilho** (examinador interno) e **Erivan Lopes Tomé Júnior** (examinador externo), para avaliarem a apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso do(a) aluno(a) **Estefany Rafaela Moraes de Moura**, intitulado **EMPREENDEDORISMO E A SUA RELEVÂNCIA PARA AS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIAS DE GESTÃO COMERCIAL**, protocolado para defesa final de acordo com requisitos expostos no Manual de Trabalho de Conclusão do Curso de Gestão Comercial. Após a apresentação, a banca apresentou três pareceres a favor da aprovação do TCC. Desta forma, o TCC foi aprovado e definiu-se as seguintes notas: em relação ao texto básico: equivalente a 80 ; resultado científico: equivalente a 80 ; e defesa: equivalente a 80 . A média final da disciplina foi, portanto, 80. Nada mais havendo a tratar, às 19:00, encerraram-se os trabalhos, determinando a lavratura desta ata, que, após lida e considerada conforme, será assinada pelos presentes. Eu, *Lusia Mary Rolemberg Menacho*, lavrei esta Ata. IFPB - Campus Guarabira, em 03 de junho de 2021.

Clarissa Cecília Ferreira Alves

Adriana Guedes de Castilho

Erivan Lopes Tomé Júnior

Documento assinado eletronicamente por:

- **Adriana Guedes de Castilho**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 11/06/2021 12:09:48.
- **Erivan Lopes Tome Junior**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 10/06/2021 19:31:21.
- **Clarissa Cecilia Ferreira Alves**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 10/06/2021 18:30:14.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 10/06/2021. 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 Verificador: 196080

Código de Autenticação: 20ede40493



RESUMO

A sociedade enfrenta grandes desafios para dar os primeiros passos no caminho do empreendedorismo. Muitos empreendimentos não ultrapassam a marca de 3 anos, segundo dados do SEBRAE. Seja por falta de informação, planejamento ou devido a situação econômica do país, os índices de novos empreendedores batem recorde a cada ano. As mulheres estão representando esse índice, e a quantidade de jovens mulheres empreendendo aumentou significativamente. O Objetivo desse trabalho é compreender a percepção que as estudantes do curso de Gestão Comercial do IFPB - Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, têm sobre o empreendedorismo. Foi realizada uma pesquisa com jovens universitárias do curso de Gestão Comercial do Campus Guarabira do IFPB - Instituto Federal da Paraíba, onde foram abordados temas acerca do empreendedorismo, sua importância para as mesmas, o que elas acham que empreender reflete na sociedade, a sua relevância, se as estudantes sentem-se preparadas para empreender, se a sociedade valoriza o empreendedorismo feminino; e se elas acreditam que ofertar a disciplina de Empreendedorismo no curso de Gestão Comercial é importante. Através dos dados obtidos, conseguiu concluir que elas acreditam na importância de empreender, que, para elas, as mulheres no mercado de trabalho ainda são desvalorizadas e que a disciplina de empreendedorismo é importante para a formação do profissional de Gestão Comercial.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. Mercado de Trabalho.

ABSTRACT

Society faces great challenges to take the first steps on the path of entrepreneurship. Many projects do not exceed the 3-year mark, according to SEBRAE data. Whether due to lack of information, planning or due to the country's economic situation, the rates of new entrepreneurs break a record every year. Women are representing this index, and the number of young women entrepreneurs has increased significantly. The objective of this work is to understand the perception that students of the Commercial Management course at IFPB - Federal Institute of Paraíba, Campus Guarabira, have about entrepreneurship. A research was carried out with young university students from the Commercial Management course at the Campus Guarabira of the IFPB - Federal Institute of Paraíba, where topics were discussed about entrepreneurship, its importance for them, what they think entrepreneurship reflects in society, its relevance, if students feel prepared to undertake, if society values female entrepreneurship; and if they believe that offering the discipline of Entrepreneurship in the Commercial Management course is important. Through the data obtained, he was able to conclude that they believe in the importance of entrepreneurship, that, for them, women in the labor market are still undervalued and that the discipline of entrepreneurship is important for the training of Commercial Management professionals.

Keywords: Entrepreneurship. Women. Labor Market.

LISTA DE SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

GBA – Guarabira

IFPB – Instituto

Federal da Paraíba

PIB – Produto

Interno Bruto

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso

SEBRAE - Serviço de Apoio as micro e Pequenas Empresas

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IES - Instituições de Ensino Superior

CEFET - Centro Federal de Educação Tecnológica

PROEJA - Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica, na Modalidade de Jovens e Adultos

FIC- Cursos de formação Continuada

CERTIFIC - Programa de reconhecimento e certificação dos saberes adquiridos pelos trabalhadores, jovens ou adultos

PRONATEC - Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego

CINEP - Companhia de
Desenvolvimento da Paraíba

SISU - Sistema de Seleção
Unificada

ENEM - Exame Nacional de Ensino
Médio

MEC - Ministério da Educação

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1	EMPREENDEDORISMO	12
2.2.	A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO	12
2.3.	CONTEXTUALIZANDO O EMPREENDEDORISMO FEMININO	13
2.4.	EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	17
2.5.	BREVE HISTÓRICO DA INTITUIÇÃO DE ENSINO E DA REGIÃO EM QUESTÃO	18
2.5.	BREVE HISTÓRICO DA CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO EM GESTÃO COMERCIAL	19
3	METODOLOGIA	23
3.1	UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA	23
4	RESULTADO E DISCUSSÃO	25
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
	REFERÊNCIAS	32
	ANEXOS	37

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, vimos um aumento constante na quantidade pessoas que iniciaram seus negócios. Uns modificaram ideias já existentes, outros criaram novos modelos de negócio. Empreender é o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes.

Esse trabalho visa mostrar a importância acerca dos conceitos de empreendedorismo, encontrados nas literaturas. Trazendo para o lado acadêmico, propus trazer uma reflexão sobre a importância da disciplina do empreendedorismo, a um grupo de alunas universitárias do Curso Tecnólogo de Gestão Comercial do Instituto de Educação Federal da Paraíba- Campus Guarabira, que possuem na grade curricular essa disciplina.

Segundo Testas e Moreira (2014), apesar dos vários estudos que têm sido realizados sobre o empreendedorismo, ainda não existe consenso acerca do significado do conceito. Porém, confirma-se que o empreendedorismo conduz, por um lado, à criação de novos negócios e, por outro, o desenvolvimento de negócios já constituídos.

O empreendedor é um indivíduo que está disposto a assumir riscos e, por isso, aproveita as oportunidades de negócio que surgem com vista a integrar-se no mercado e obter sucesso (BULUT E SAYN, 2010, apud TESTAS; MOREIRA 2014).

Ano a ano, o Brasil vem se mantendo entre os países com maior taxa de novos negócios. A vocação empreendedora do brasileiro nunca esteve tão em alta e, nos momentos de crise, torna-se ainda mais evidente. Em 2020, o Brasil deve atingir o maior patamar de empreendedores iniciais dos últimos 20 anos, com aproximadamente 25% da população adulta envolvida na abertura de um novo negócio com até 3,5 anos de atividades. O recorde estimado é verificado de acordo com a análise da série histórica da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor, que aponta aumento do empreendedorismo inicial, principalmente em períodos de recessão, como os que ocorreram entre os anos 2008-2009 e entre os anos 2014-2016 (AGÊNCIA SEBRAE, 2020).

A pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor), divulgada pela AGÊNCIA SEBRAE, 2020, também analisou a motivação para empreender a partir dos critérios de gênero, raça e faixa etária. A escassez de empregos foi o fator motivacional escolhido pela maioria das mulheres, dos negros, e entre os que têm entre 35 e 54 anos. Apesar das dificuldades no mercado de trabalho, são as mulheres em sua maioria, com 53% que acreditam que “fazer a diferença no mundo” é motivação para empreender.

Mesmo com o histórico de lutas e conquistas que propuseram às mulheres as

liberdades antigamente não tidas, muitas ainda sofrem com o machismo, a intolerância e a desigualdade de gênero. Os casos de agressão e feminicídios só aumentam com os anos e as campanhas de conscientização e divulgação dos crimes em mídias sociais não afetam a redução dos casos. Segundo o resultado da pesquisa do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, no período de isolamento, em 2020, o número de feminicídios aumentou de 117 para 143, entre os períodos de março e abril (AGÊNCIA BRASIL, 2020). Em síntese, durante a crise sanitária, muitas mulheres estão confinadas com o agressor, em sua maioria, são mulheres desempregadas, e muitas vezes possuem dificuldades para pedir ajuda, seja por não poderem sair de casa – outras - por medo de retaliações por parte do agressor.

Muitas são as razões para pesquisar sobre as mulheres, mas em especial foi verificar a opinião das mesmas sobre o tema, verificar através dos dados obtidos se elas acreditam que empreender seja relevante para a sociedade e se o curso que estão concluindo auxiliou as mesmas nesse processo.

O empreendedorismo surge para muitas mulheres, que são mães solo, por exemplo, como necessidade. Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) divulgados em 2015, 5,5 milhões de brasileiros não têm o nome do pai na certidão de nascimento (JORNAL JURID, 2020). Isso reflete no fato de muitas delas serem responsáveis pelo lar e pelo sustento dessas crianças. Mesmo com essa responsabilidade atrelada a muitas dessas mães, ainda existe disparidades nos salários de homens e mulheres, sendo elas, as que recebem menos, e em alguns casos, até exercendo a mesma função do gênero masculino.

As mulheres vêm se inserindo cada vez mais no mercado de trabalho, tanto na abertura de novos negócios e criação de novos produtos, como na liderança de grandes empresas ou mesmo sendo a provedora da manutenção da casa. Nota-se que o empreendedorismo, protagonizado por mulheres, têm aos poucos, desmistificando o paradigma que ainda oferece grande vantagem para o gênero masculino (ARMAN, 2005, p. 65).

O Curso de Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, oferta a disciplina de Empreendedorismo na sua grade curricular, dentre outras que também contribuem para a formação das alunas em estudo.

A importância da pesquisa com as estudantes, é para termos atenção sobre a visão das mesmas sobre essa temática, de que forma o ensino superior as ajuda no crescimento profissional, contribuindo para as disparidades salariais e igualdades de oportunidades, tão batalhadas no decorrer da História.

Segundo Volkmann (2004 apud TESTAS, MOREIRA, 2014) as universidades pioneiras na educação para o empreendedorismo foram as americanas, tendo sido em 1947 a

Harvard Business School a primeira instituição a ter um curso sobre empreendedorismo. Até 1970 foram poucas as universidades americanas que tinham cursos nesta área mas, a partir deste período, surgiu um aumento destes cursos, embora na sua maioria sejam na área da gestão. Posteriormente, apareceram em outras áreas, como ciências e engenharias.

Para Oliveira (2006 apud MELLO; NUNES 2018) É necessário formar empreendedores e a universidade tem um papel essencial, pois as IES podem criar um programa de formação empreendedora com disciplinas eletivas e/ou obrigatórias, cursos sequenciais, seminários e oficinas.

O empreendedorismo chega a sociedade como uma forma de mostrar que todos podem ser donos do próprio negócio. Para Saraiva (2011 apud TESTAS. MOREIRA 2014) os motivos que levam os empreendedores a iniciar um novo projeto na maior parte das situações não são direcionadas para o lucro ou enriquecimento pessoal, no curto prazo. São motivados pelo acréscimo da realização pessoal, reforço de autonomia e devido à dificuldade que muitos tem em conseguir encontrar facilmente outras opções de crescimento profissional e sustento do lar.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreender e criar um novo negócio tem um papel social muito relevante para o desenvolvimento de uma empresa, cidade ou até mesmo do país. A cultura empreendedora representa a essência do empreendedorismo. Significa ter o perfil empreendedor, gestão empreendedora e também atitudes proativas em relação a empreender. O comportamento empreendedor e da cultura empreendedora são componentes essenciais para a sobrevivência e o sucesso das organizações num mercado com tanta competição, com mudanças tão rápidas e constantes (DREHER, 2004).

A palavra empreendedor surgiu na França, no século XVII, com o objetivo de designar aquelas pessoas ousadas que estimulavam o progresso econômico, mediante novas e melhores formas de agir. O termo empreendedor foi utilizado por volta de 1800, por Jean Baptiste Say, que conceituou o empreendedor como o indivíduo capaz de mover recursos econômicos de uma área de baixa para outra de maior produtividade e retorno (REBONATO, 2012 apud ARMAN, 2005).

Para Bucha (2009 apud TORRES E MELO, 2014) o conceito de empreender significa assumir riscos e iniciar algo novo. O empreendedor é um indivíduo que assume riscos uma vez que enfrenta situações ambíguas de uma forma otimista e procura encará-las como sendo uma possibilidade de negócios. Perante uma situação de insucesso o empreendedor não a encara como sendo uma derrota, pois torna-a numa forma de aprendizagem e procura distintas formas de motivação para poder investigar novas oportunidades de negócios.

Os empreendedores são antecipados e procuram constantemente novas soluções e produtos, introduzem métodos de produção inovadores, adotam e implementam estratégias competitivas, lideram empresas e conduzem as suas equipes e trabalhar em prol da empresa. (TORRES E MELO, 2014.)

Desta forma, o empreendedor é aquele que é capaz de conceber, de pôr em prática e de estimular os que o acompanham, com uma atitude de desafio permanente e de vontade de superação da indiferença (DUARTE & ESPERANÇA, 2012 apud TORRES E MELO, 2014).

Muitos questionam se o empreendedor possui o mesmo conceito de ser empresário. De acordo com Uriarte, Lapolli, Barcia e Dalmau (2010) são conceitos distintos. O Empresário

pode ser também aquele que chegou, por uma razão qualquer, na posição de dono da empresa, e desta tira seus lucros. Apenas uma parcela dos empresários é constituída por legítimos empreendedores, aqueles que realmente disputam e sabe vencer o jogo.

Schumpeter (1995 apud REIS, ARMOND E OLIVEIRA 2018) descreveu a contribuição dos empreendedores na formação da riqueza do país, como o processo de “destruição criativa” (que tornou obsoleta a caneta tinteiro em favor da esferográfica, a locomotiva a vapor em favor da elétrica ou a diesel etc.). Esse processo produz constantemente novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados.

2.2 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

A inserção da mulher no mercado de trabalho tem sido acompanhada de segregações e discriminações que as colocam em condições menos favoráveis no campo socioprofissional. Tal realidade tem sido evidenciada a partir do estudo das relações trabalhistas e, especialmente, das formas como homens e mulheres se inserem neste mercado (PROSBT, 2003; KARTCHEWSKY 1986 apud DALONSO, 2008).

As explicações para tal quadro devem considerar um conjunto de fatores, cuja origem pode ser remetida tanto ao campo econômico, quanto a fatores socioculturais e institucionais: a diferença e a identidade feminina (biológica e social), a divisão sexual das técnicas, o trabalho produtivo e reprodutivo, assim como a relação entre o capitalismo e o patriarcalismo, expressa nas formas de controle da produção, segundo a condição de gênero (PENA, 1981). (apud dalonso, 2008, p. 03)

Após a Revolução Industrial, a mulher deixou o espaço privado (casa, marido, filhos), e passou a ocupar o espaço público, assumindo uma profissão. Para Oliveira e Pereira (1997, apud DALONSO, 2008) nesta ocasião a mulher deixou de ser esposa e mãe somente, para ser, também, operária, enfermeira, professora, e com o passar do tempo, arquiteta, juíza, motorista de ônibus e outras (DALONSO, 2008).

2.3 CONTEXTUALIZANDO O EMPREENDEDORISMO FEMININO

No decorrer da história da humanidade, a função das mulheres apresentou uma definição consolidada, de forma que a sociedade estabeleceu, como suas responsabilidades, o

cuidado com o lar e o zelo com os filhos, devendo haver uma incontestável submissão ao pai e/ou ao esposo, não lhe sendo concedido o direito de manifestar e praticar suas aspirações, assim como nega-se a possibilidade de satisfazer seus desejos profissionais. Outrossim, tal cenário encontra-se em modificação, visto que no momento no qual as mulheres não se submetem ao julgo masculino, passam a competir com os homens, possibilitando o desenvolvimento social, cultura, profissional, emotivo e educacional da mulher.

Devido as mudanças nas relações de gênero, a representação feminina, no mercado de trabalho, tem apresentado significativo aumento na presente década, de maneira que vários aspectos servem como bases do desenvolvimento, tais quais os valores novos de inserção das mulheres na sociedade, a menor quantidade de filhos, as alterações estruturais familiares e um nível de escolaridade superior ao dos homens. Isto posto, as mulheres começaram a fazerem-se presentes na integralidade dos segmentos organizacionais. Entretanto, há diversas desarmonias alusivas às oportunidades, diferenciando-se os sexos e implicando em empecilhos para a ascensão profissional, conforme SEBRAE (2016).

Isto posto, o empreendedorismo feminino demonstra diversas oportunidades, as quais encontram-se intrínsecas aos desafios, sendo o mais presente a dificuldade de conciliação entre afazeres domésticos e atividade laboral. Em sequência, manifesta-se a falta de confiança da sociedade nas atividades desenvolvidas por uma mulher, tendo em vista que a sociedade acredita que a confiança somente emana das atividades efetivadas por homens, sendo cristalinamente observável que a sociedade tem preferência pelo empreendedorismo masculino (CATARDO, 2005).

De acordo com Oliveira e Souza Neto (2008), as mulheres apresentam grande destaque no mercado de trabalho em função dos modelos de gestão inovadoras que possuem em seu viés profissional, consistindo em gestoras portadoras de sensibilidade, cooperatividade e flexibilidade. Na qualidade de empreendedoras, tem-se que a sobrevivência nas organizações gerenciadas por mulheres é representada por um período muito mais extenso, no âmbito das micro e pequenas empresas. Isto posto, considerando-se a boa sucessão do empreendedorismo feminino, é crescente a quantidade de pesquisas que dedicam-se à compreensão das habilidades das empreendedoras, destacando-se o processo de decisão e o estilo de gestão feminino. É importante destacar, ademais, a inserção dos colaboradores, a informação eficiente e a partilha, o estímulo, a motivação e a valorização que as empreendedoras geralmente promovem, contribuindo, desta forma, para a conservação das organizações no mercado.

Determinadas características femininas são responsáveis pela influência de alterações

sociais e comportamentais, contribuindo para o êxito empresarial das empreendedoras, tais quais a facilidade de comunicação, as boas habilidades para lidar com relações interpessoais e as propriedades adequadas para trabalhar em grupo, registra Gomes (2005). Em consonância, Peters (2004) afirma que a inovação, a ousadia, a criatividade e o dinamismo são responsáveis pela transformação das empresas comandadas por empreendedoras, que são diretamente responsáveis pelo êxito do empreendimento.

É importante ressaltar que as características definidas como “femininas”, são expressas nesse trabalho para exaltar a importância do gênero mulher nas relações de trabalho, ou seja, características socialmente desenvolvidas com o passar da história, não se aplicando como regra geral a todas as mulheres.

Uma compreensão de gênero mais ampla, exige que pensemos não somente que os sujeitos se fazem homem e mulher num processo continuado, não dado e acabado no momento do nascimento, mas sim construído a através de práticas sociais masculinizantes e feminizantes, em consonância com as diversas concepções de cada sociedade (LOURO, G.L., 1995).

Considerando-se a gestão das empreendedoras, os achados científicos de Machado (2002) relatam a existência da disposição para a clareza e difusão dos objetivos na organização, tendo em vista que as empreendedoras objetivam suprir as demandas da integralidade dos colaboradores, o que justifica a estrutura organizacional dos aludidos empreendimentos assemelhar-se a uma estrutura circular, encontrando-se na sua região central a gestora, em ininterrupta ligação com os colaboradores. Tendo em vista o processo de decisão, as mulheres são inclinadas a apreciar, de forma esmiuçada, as implicações das suas condutas em um longo prazo, enfatizando o desenvolvimento dos indivíduos dentro da organização. A pesquisa de Andreoli e Borges (2007) relatou que a multifuncionalidade das empreendedoras é relevante e destacável, consistindo na habilidade de promover a materialização de tarefas diversas, responsabilizando-se por assuntos diversos em um mesmo decurso temporal, exercendo atividades variadas em uma mesma organização.

Determinados autores concentram suas pesquisas nos aspectos alusivos às características de comportamento das empreendedoras, de maneira que Mota et al. (2004), Machado et al. (2003), Porto (2002), Baycan et al. (2002), Colette e Kennedy (2002), Ufuk e Osgen (2002), Machado (2000), O'Meally (2000) e Zapalska (1997) relataram que o comportamento feminino é relevante para as estratégias de administração participativa das organizações, sendo uma maneira de contribuição para a expansão do empreendimento, de forma que a delegação de tarefas, observável prática das empreendedoras, entre os

colaboradores trata-se de uma maneira de expandir a cooperatividade e de diluir a sobrecarga.

No viés individual, destacam-se as propriedades pessoais afetivas à atividade das empreendedoras, com ênfase para a habilidade da mulher em promover a conciliação entre trabalho e família, apesar de encontrarem-se sensíveis ao estresse ininterrupto da realização de tal harmonia, exercendo atividades de empreendedora, mãe, pai e dona de casa; o tempo de contato com os filhos torna-se limitado. Entretanto, as empreendedoras acreditam fortemente que a mulher empreendedora é dotada de liberdade, autonomia, realização e independência financeira (SILVEIRA; GOUVÊIA, 2008).

De acordo com Gomes (2005), é possível reportar que a conduta feminina de administração e empreendedorismo não pode ser considerada inferior nem superior à masculina. No entanto, ambos são capazes de dar suas contribuições para o êxito organizacional.

De acordo com Cintra e Cosac (2008), a mulher encontra-se em mudança nos postos de trabalho, tendo em vista que, conforme mencionado anteriormente, na atual década, o mercado tem vislumbrado as características femininas com mais atenção, ocasionando a ocupação dos postos de liderança das organizações, os quais, anteriormente, eram ocupados, exclusivamente, por homens.

Isto posto, as mulheres passaram a ocupar cargos de lideranças em grandes organizações, de maneira que tais mudanças, que apresentam um viés positivo, têm ocorrido na integralidade do território nacional. Outrossim, a chegada ao cume empresarial é pautada por um caminho de empecilhos e discriminação, procederes e condutas que são originárias da sociedade patriarcal, destacando-se, deste modo, as diferenças entre homens e mulheres. No entanto, a busca pela superação das referidas dificuldades é superada pela força de vontade e pela força das mulheres, que obtém liberdade e independência financeira quando conquistam sua consolidação no mercado de trabalho, agindo como entes sociais e econômicos, exercendo sua contribuição por vias de sua liderança (CINTRA; COSAC, 2008)

Maximiano (2007) relata que a liderança consiste na materialização dos objetivos, por vias do direcionamento dos colaboradores, de maneira que o indivíduo responsável pelo comando exitoso dos colaboradores é designado como líder, sendo este o detentor da capacidade de, hodiernamente, harmonizar as mais diversas situações, em função do bem-estar da equipe e do êxito da organização.

Isto posto, a liderança consiste na função que os administradores praticam, sendo necessário que o líder disponha dos liderados, com vistas a suprir as metas, objetivos e planos, sendo um conceito estabelecido por Maximiano (2007) como a relação de interferência, na

condição de uma virtude da competência, que contempla determinados indivíduos com a capacidade de promover influências, expandindo-se além do conceito de competência.

Assim sendo, Chiavenato (2004) relata que o estilo de liderança se trata de uma particularidade respectiva do líder, com vistas à obtenção de satisfação interpessoal e resultados finais. De acordo com Kanan (2010), a mulher independente é considerada a que conquistou a liberdade econômica, mas não é correto afirmar que a integralidade das mulheres independentes possuem o mesmo status econômico do qual o homem é detentor, de maneira que, segundo a aludida autora, as mulheres e os homens sentem-se desconfortáveis quando a liderança é praticada pela mulher, tendo em vista que o homem, na função de líder, impõe sua competência, ao passo que a mulher, em função das construções sociais retro mencionadas, não é vista com a mesma confiança.

Entretanto, de acordo com Grzybovski et al. (2002), as mulheres empreendedoras, na função de líderes executivas, apresentam estilo de liderança direcionado para as pessoas e não para as tarefas, sendo muito bem norteadas para sua função. Catho (2012) relata que a representatividade da liderança feminina se encontra em expansão no Brasil, com expansão média de 12% ao ano, considerando-se a ampliação da ocupação de cargos de alto nível de gestão por mulheres. Em consonância, Tonani (2011) relata que há uma elevada quantidade de mulheres no exercício de cargos de liderança, justificando a grande pressão exercida pelas empreendedoras femininas para representação nos cargos de liderança, devido ao fato de estudarem mais, encontrarem-se mais especializadas e possuírem os perfis mais desejados para liderar as organizações.

2.4 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Nos últimos anos, em boa parte das grades curriculares das instituições de ensino, disciplinas nas áreas de gestão e negócios tem ganhando ênfase. Antes, os profissionais eram formados com metodologias tecnicistas e reprodutivas (ZARDO; MELO, 2016 apud COELHO 2020) para liderar médias e grandes empresas (DORNELAS, 2016 apud COELHO 2020). No entanto o enfoque de formação tem-se alterado e encontra-se pautado em uma educação empreendedora com práticas pedagógicas que contribuam com a formação de um profissional empreendedor capaz de atuar em ambientes de negócios heterogêneos de forma criativa, inovadora e transformando o contexto social em que está inserido (HENRIQUE; CUNHA; 2008 apud COELHO 2020).

Na conjuntura apresentada, ações são moldadas e várias iniciativas fomentam a

educação empreendedora no Brasil, como por exemplo, a oferta da disciplina “empreendedorismo” nos mais diversos tipos de cursos nas modalidades técnico, tecnológicas, bacharelados e licenciatura.

Para REIS, ARMOND E OLIVEIRA 2018, a tese de que o empreendedor é o fruto de hereditariedade, já não tem muitos adeptos no meio acadêmicos. De fato, quem empreende, frequentemente sabe identificar oportunidades de negócios, o nicho de mercado, sabe organizar-se para progredir. Logo, essas habilidades precisam ser treinadas, e a capacitação, a formação acadêmica é umas das ferramentas de maior engajamento nesse processo.

Armond 2018, a cada início de semestre, perguntava a seus alunos o porquê de escolherem a disciplina de Empreendedorismo. A compilação das respostas trazia, invariavelmente, os mesmos resultados, como pouca vontade de iniciar um novo negócio.

2.5 BREVE HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO E DA REGIÃO EM QUESTÃO

O Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), local onde foi realizado a pesquisa com as alunas deste trabalho, tem mais de 100 anos de atividades, trilhando o caminho da excelência no Ensino, na Pesquisa e na Extensão.

O IFPB foi criado a partir da integração de duas instituições: O Centro Federal de Educação Tecnológica da Paraíba (CEFET-PB) e a Escola Agrotécnica Federal de Sousa (EAF Sousa).

O IFPB originou-se da Escola de Aprendizes Artífices da Paraíba (EAA). Esta pertenceu a um grupo de dezenove instituições criadas, por meio do Decreto nº 7.586 de 23 de setembro de 1909, durante o governo do Presidente Nilo Peçanha. A finalidade era ofertar um ensino profissional para atender gratuitamente aqueles que necessitavam desenvolver habilidades profissionais e não podiam pagar pelo ensino (IFPB, 2017)

O Instituto, em consonância com seus objetivos e finalidades previstos em Lei, desenvolve estudos com vistas a oferecer programas de capacitação para formação, habilitação e aperfeiçoamento de docentes da rede pública. Também atua fortemente na educação de jovens e adultos, tendo no PROEJA, FIC, CERTIFIC, PRONATEC e Mulheres Mil, o cumprimento da sua responsabilidade social (IFPB, 2017)

O IFPB oferece Cursos Superiores de Tecnologia, Licenciatura, Bacharelado e Engenharia.

Os Cursos Superiores de Tecnologia integram as diferentes formas de educação ao

trabalho, à ciência e à tecnologia e visam, segundo suas diretrizes curriculares, garantir aos cidadãos o direito à aquisição de competências profissionais que os tornem aptos para a inserção em setores profissionais nos quais haja a utilização de tecnologias (IFPB,2017)

Com a Educação Profissional Tecnológica de Graduação, a Instituição tem galgado seu espaço, construindo uma educação gratuita e de qualidade, assentada nos mais modernos fundamentos científicos e tecnológicos, potencializando-se em opção de qualidade para as diversas gerações (IFPB,2017).

O Campus Guarabira foi criado a partir do Plano de Expansão III da Educação Profissional, do Governo Federal no ano de 2008 através da Lei 11.892, que institui a Rede Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e através da Resolução nº 52 de 19 de julho de 2011 e inaugurado em 10 de outubro de 2011 (IFPB, 2017).

Guarabira é um município brasileiro, localizado no estado da Paraíba. Seu nome, de origem tupi, significa “morada das garças”, é uma das cidades mais populosas do estado. É chamada de Rainha do Brejo pelo fato de ser a principal cidade-polo de uma região que se caracteriza pela regularidade de chuvas (IFPB, 2017)

Guarabira é um município que está localizado no Piemonte da Borborema, na mesorregião do Agreste e do Brejo Paraibano. Seu nome, segundo alguns entendidos da língua tupi-guarani, quer dizer berço das garças, “guará-porá” ou “bira”, isto é, moradia dos guarás.

Com uma área de 149,50 km², o município ocupa o 115º lugar em extensão territorial no Estado e possui uma posição geográfica invejável, pois fica a apenas 96 km de distância de João Pessoa (Capital Paraibana), 100 km de Campina Grande (maior cidade do interior nordestino), 199 km do Recife (Capital de Pernambuco) e 145 km de Natal (um dos maiores polos turísticos do Brasil) (IFPB,2017)

Em 2008, na lista dos 10 maiores PIB municipais na Paraíba temos: Cabedelo (R\$ 2.184.284 bilhões), Santa Rita (R\$ 979.386 milhões), Patos (R\$ 542.838 milhões), Bayeux (R\$ 535.375 milhões), Sousa (R\$ 467.909 milhões), Cajazeiras (R\$ 399.760 milhões), Guarabira (R\$ 343.083 milhões) e Caaporã (R\$ 286.346 milhões) (IFPB, 2017).

2.6 BREVE HISTÓRICO DO CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO DE GESTÃO COMERCIAL.

A oferta do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial no IFPB- Campus Guarabira traz inovação e tecnologia no desenvolvimento de profissionais neste município,

dando suporte a economia da cidade e possibilitando alavancagem do comércio através da formação de profissionais capacitados e competentes em sua área comercial (IFPB, 2017)

Sua implantação deu-se no semestre letivo 2012.1 com o perfil de promover uma formação técnica, humana e científica que a formação de profissionais para gerenciar negócios, focados nas transações comerciais, prestando-se à organização comercial, atendendo as diversas formas de intervenção (varejo, atacado, representação, entre outros) de qualquer setor (IFPB, 2017)

O curso tem dois ingressos: no primeiro semestre letivo são ofertadas 40 (quarenta) vagas e no segundo semestre também 40 (quarenta) vagas, a serem preenchidas através do Sistema de Seleção Unificada – SISU (sistema informatizado gerenciado pelo MEC) no qual instituições públicas de ensino superior oferecem vagas para candidatos participantes do Exame Nacional de Ensino Médio (ENEM) (IFPB, 2017).

O Currículo do curso está constituído como apresentado em Organização Curricular desenvolvido de acordo com as ementas previstas para todos os Componentes Curriculares contemplados no curso.

Além de o curso pautar-se em uma filosofia humanista, oferece uma formação crítica e questionadora ao futuro profissional de Gestão Comercial.

Além de desempenhar o seu próprio papel na qualificação e requalificação de recursos humanos, o IFPB atua no suporte tecnológico às diversas instituições de ensino, pesquisa e extensão, bem como no apoio às necessidades empresariais de gestão e atividades de comércio. Essa atuação não se restringe ao estado da Paraíba, mas gradativamente vem se consolidando dentro do contexto macrorregional, delimitado pelos estados de Pernambuco, Ceará e Rio Grande do Norte.

Com relação ao mercado local, a Paraíba já está inserida há um bom tempo no circuito nacional e internacional de Negócios, tendo como destaque a região metropolitana das cidades de João Pessoa e de Campina Grande.

Outrossim, com o advento da estabilidade dos índices inflacionários, do crescimento da economia e do aumento dos níveis de faturamento nas empresas, de qualquer porte, essas áreas de concentração foram rompidas e cada vez mais se espalham pelas mesorregiões do Estado da Paraíba, na qual se destaca Guarabira como polo comercial (IFPB, 2017).

Considerando toda essa realidade é que o IFPB apresenta o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, entendendo que este é um espaço promissor no que diz respeito à geração de emprego e valorização salarial do profissional. E isso se percebe quando se faz a relação entre a demanda do mercado com a quantidade mínima de profissionais que

são formados pelas Instituições de Ensino. Além disso, o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial possibilitará a fixação dos alunos na própria região, contribuindo para o desenvolvimento do Agreste e Brejo da Paraíba e dos municípios que fazem divisa com Guarabira, a exemplo de Pirpirituba (norte), Mulungu e Alagoinha (sul), Araçagi (leste), e Pilõezinhos e Cuitegí (oeste) (IFPB, 2017)

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial – Campus Guarabira postula para o estudante desenvolver competências básicas da formação geral e específica.

Nas Competências Básicas, o Tecnólogo em Gestão Comercial deverá estar apto a planejar, especificar, projetar, implementar, avaliar, manter e gerenciar processos comerciais, levando em consideração aspectos organizacionais, funcionais, mercadológicos, financeiros, materiais, culturais, humanos e tecnológicos, devendo, em especial, desenvolver: Visão globalizada dos processos comerciais, capacidade de relacionamento interpessoal, habilidade em comunicação verbal e escrita, capacidade empreendedora e de organização, facilidade de adaptação a novas tecnologias, capacidade de resolver problemas, capacidade de trabalhar visando o atendimento de metas, autocontrole e postura ética, capacidade de concentração, senso de prioridade, capacidade de adaptação a novas situações, curiosidade, criatividade e persistência e capacidade de adquirir conhecimentos por conta própria. (IFPB, 2017)

As ementas dos componentes seguem os objetivos do curso atendendo ao perfil profisssoiográfico. As bibliografias encontram-se em atualização contínua, sempre incentivando para que o estudante tenha acesso aos livros clássicos nacionais e internacionais, as quais apresentam informações de qualidade sobre a nossa realidade.

A disciplina de Empreendedorismo encontra-se no último período letivo. Suas bibliografias, básicas e complementares, são pertinentes, atualizadas e apresentadas de acordo com padrões da ABNT, conforme descrito a seguir:

COMPONENTES CURRICULARES DO QUARTO SEMESTRE

Nome do Componente Curricular: Empreendedorismo	
Carga Horária: 67 horas	04 horas aulas semanais
EMENTA Fundamentos de Gestão; O fenômeno empreendedorismo e seu impacto social; O empreendedor: capacidades e habilidades psicológicas; O Intra-empreendedorismo. O Empreendimento: Concepção, mercados e estrutura; O plano de negócios.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: BERNARDI, L.A. Manual de Plano de Negócios . São Paulo: Atlas, 2006. BERNARDI, L.A. Manual de Empreendedorismo e Gestão : Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2012 DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo Corporativo . São Paulo: Campus, 2008.	

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. São Paulo: Elsevier, 2012.
- GRAMIGNA, Maria Rita. **Líderes inovadores**: ferramentas de criatividade que fazem à diferença. São Paulo: M.Books, 2004.
- HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2013.
- LUECKE, Richard. **Ferramentas para Empreendedorismo**. São Paulo: Record, 2010.

Fonte: Projeto Pedagógico do Curso de Gestão Comercial, Instituto Federal de Educação Ciência da Paraíba-
Campus Guarabira (2017).

A disciplina de Empreendedorismo possui aulas teóricas, com utilização de data-show, visando à apresentação do assunto a ser trabalhado e posterior discussão e troca de experiências entre alunos e professor, através de: seminários: pesquisas na internet; estudo dirigido; projetos; oficinas; visitas técnicas a organizações públicas e privadas; palestras com profissionais que atuam nas áreas comerciais.

O currículo do curso está estruturado sobre atividades de ensino, pesquisa e extensão como formas de mediação de sua formação. A atividade de ensino se propõe ao estudo e à aplicação dos fundamentos teóricos assimilados durante o curso, assim, estabelecem-se as unidades de conhecimento de formação específica e ampliada, definindo as respectivas denominações, ementas e carga horárias em coerência com o marco conceitual e as competências e habilidades almejadas para o profissional que pretende formar (IFPB, 2017)

Visando alcançar os objetivos propostos, o processo ensino-aprendizagem será feito por bases tecnológicas semestrais, incidindo, também sobre a frequência, aproveitamento e participação do discente (IFPB, 2017).

O currículo do curso ajuda na pesquisa deste trabalho, uma vez que a intenção era a de mostrar como um ensino superior de qualidade ainda pode ser um divisor de águas na sociedade, em especial ao grupo em questão.

3 METODOLOGIA

3.1 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA

A pesquisa apresentada, possui natureza aplicada. De acordo com Barros e Lehfeld (2000), a pesquisa aplicada tem como motivação a necessidade de produzir conhecimento para aplicação de seus resultados, com o objetivo de “contribuir para fins práticos, visando à solução mais ou menos imediata do problema encontrado na realidade”. Appolinario (2004) salienta que pesquisas aplicadas têm o objetivo de “resolver problemas ou necessidades concretas e imediatas”.

As pesquisas aplicadas dependem de dados que podem ser coletados de formas diferenciadas, tais como pesquisas em laboratórios, pesquisas de campo, entrevistas, gravações em áudio / e vídeos, diários, questionários, formulários, análise de documentos etc. (NUNAN, 1997; MICHEL, 2005; OLIVEIRA, 2007).

A pesquisa foi elaborada através de um formulário criado pelo site Google Forms, um serviço gratuito para criar formulários online. Nele, o usuário pode produzir pesquisas de múltipla escolha, fazer questões discursivas, solicitar avaliações em escala numérica, entre outras opções.

A pesquisa de natureza aplicada objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, direcionada para a resolução de problemas específicos, como interesses locais.

Para Gomes (2005) o campo científico aponta uma tendência para o surgimento de um novo paradigma metodológico. Um modelo que consiga atender plenamente as necessidades dos pesquisadores. Essa dicotomia quantitativo x qualitativo, parece estar cedendo lugar a um modelo alternativo de pesquisa, o chamado quanti-qualitativo, ou o inverso, dependendo do enfoque do trabalho.

Esse trabalho possui o enfoque em analisar a opinião de um determinado grupo de alunas, concluintes do curso superior, acerca da opinião das mesmas sobre o tema abordado. Uma pesquisa qualitativa não se preocupa com a quantidade numérica, mas sim com a compreensão de um determinado grupo social. Mas não deixando de lado os dados obtidos através do formulário apresentado, onde utilizei dados estatísticos para compor os resultados das discussões, o que torna a abordagem da pesquisa quanti-qualitativa.

Apesar de existir oposições entre as duas abordagens (quantitativa x qualitativa),

Gomes (2005) ressalta que o ideal é a construção de uma metodologia que consiga agrupar aspectos de ambas as perspectivas. Uma não é maior, nem melhor que a outra. Ambas são da mesma importância metodológica (DEMO, 1995).

Os dados serão obtidos através de um formulário, o qual será aplicado às pesquisadas, demonstrado no ANEXO A. Neste contexto, Yin (2011, p.32) afirma que “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos”.

O formulário, composto por questões fechadas, foi elaborado pela autora e, de forma complementar, foram utilizados os dados transcritos das referidas ferramentas, com vistas a tornar prática e eficaz a obtenção das informações, com o objetivo de apresentar uma análise de dados fidedigna à realidade.

O formulário criado, foi apresentado a duas alunas, para verificar se após os resultados obtidos o mesmo precisaria sofrer alterações. Porém, não foi necessário nenhum tipo de alteração, visto que o formulário criado apresenta as perguntas pertinentes ao tema abordado, e através dele, conseguiu-se ter os resultados esperados.

O formulário foi apresentado a um grupo de 23 alunas, concluintes do curso no ano de 2019, período onde a pesquisa foi iniciada. Na época, a disciplina possuía 57 alunos matriculados, sendo 23 do gênero feminino e 34 do gênero masculino. Os dados foram obtidos através da coordenação do curso. O mesmo foi encaminhado às alunas através de um link, onde todas as alunas receberam, e as que responderam a pesquisa conseguiam através desse link ter acesso ao formulário e responder as perguntas.

Através do formulário, o passo inicial será analisar os dados, visando obter informações palpáveis. Posteriormente, promover-se-á a análise dos dados obtidos com as respostas das participantes da pesquisa.

Os dados serão apresentados em gráficos e em tabelas e devidamente analisados, conforme as informações coletadas através do programa formulários google, que já realiza a tabulação das respostas, proporcionando uma maior facilidade em efetuar pesquisas deste tipo.

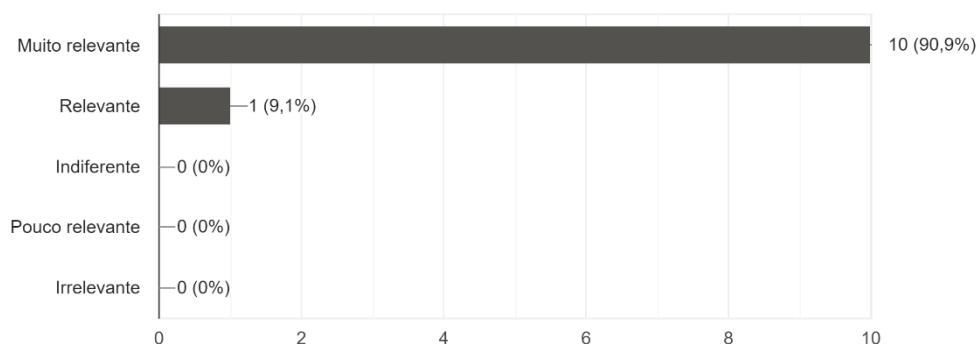
4 RESULTADO E DISCUSSÃO

A primeira pergunta questionou se o empreendedorismo é relevante para a Gestão Comercial, conforme elencado pelo Gráfico 01.

Gráfico 01 - Relevância do empreendedorismo para a Gestão Comercial

O empreendedorismo é relevante para a Gestão Comercial?

11 respostas



Fonte: Pesquisa da autora (2019)

Foi possível constatar que 90,9% (10 pessoas) relatou que o empreendedorismo é muito relevante para a Gestão Comercial, ao passo que 9,1% das entrevistadas (1 pessoa) reportou que o empreendedorismo é relevante.

Verificou-se, desta forma, que as empreendedoras consideram, em sua predominância, a importância do empreendedorismo para a Gestão Comercial, devido à sua responsabilidade por conceder as bases necessárias para o seu êxito.

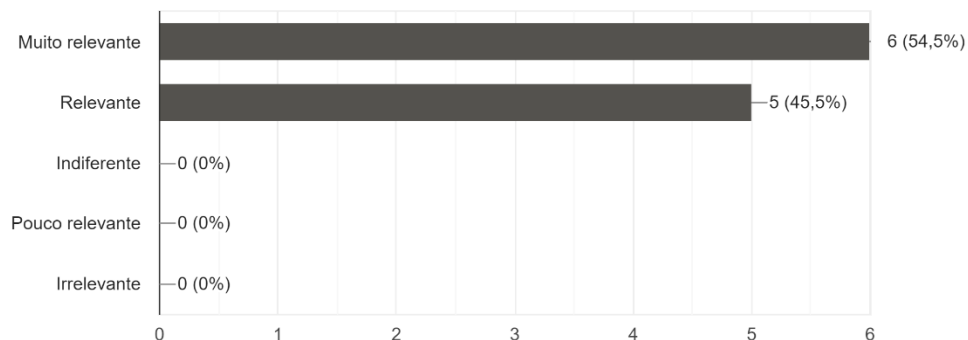
O empreendedorismo, para muitas pessoas, é crucial para a geração de renda. Ele ajuda a promover o crescimento econômico, aliado a melhora na condição de vida das pessoas, promovendo desta forma, um aumento na renda per capita da população.

Na segunda questão, visou-se identificar se as entrevistadas consideram o empreendedorismo como um relevante aspecto para o sucesso pessoal, de forma que 54,1% (6 pessoas) respondeu que é muito relevante, ao passo que 45,9% (5 pessoas) informou que é relevante, conforme demonstrado pelo Gráfico 02.

Gráfico 02 - Relevância do empreendedorismo no sucesso pessoal

Você considera o empreendedorismo como um aspecto relevante para o sucesso pessoal?

11 respostas



Fonte: Pesquisa da autora (2019)

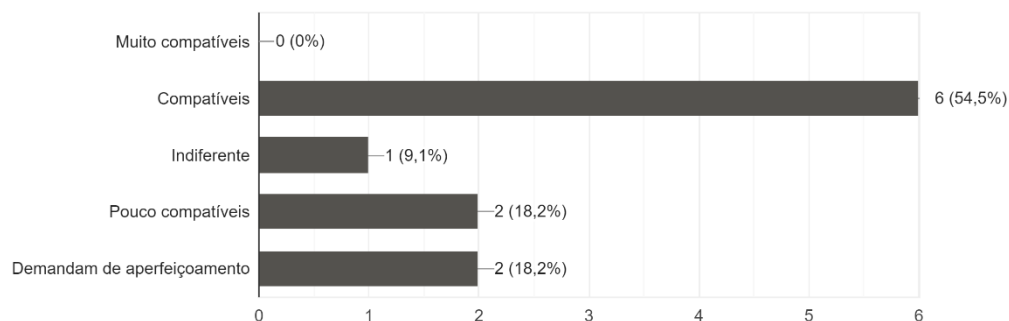
Essa resposta nos leva a refletir que, a maioria das alunas concluintes do curso em algum momento da vida poderão vir a empreender, o que nos leva a crer que essas alunas escolhem o curso para desenvolver-se em carreiras independentes.

Muitas são as pessoas que largam seus empregos em buscar de ser donos do seu próprio negócios. Até conseguir o próprio sustento, os empreendedores encontram muitos desafios no percurso. Aprender e fortalecer suas habilidades é crucial no momento inicial.

Gráfico 03 - Conhecimentos harmônicos com a demanda do mercado

Você considera seus conhecimentos sobre empreendedorismo compatíveis com o que o mercado demanda?

11 respostas



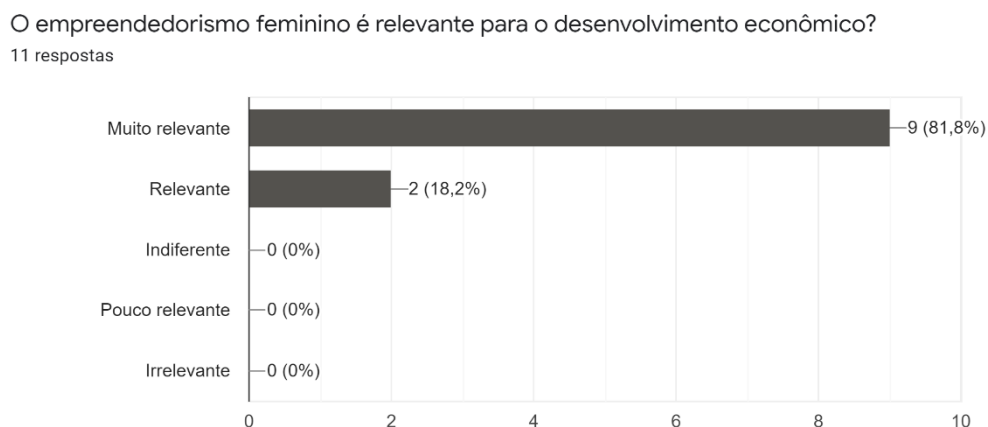
Fonte: Pesquisa da autora (2019)

Conforme observa-se no concernido gráfico, 54,9% (6 pessoas) relataram que os conhecimentos são compatíveis; 9,1% (1 pessoa) assinalou indiferente; 18,2% (2 pessoas) relatou pouca compatibilidade e 16,2% (2 pessoas) informou que demandam de aperfeiçoamento.

De acordo com os dados obtidos, é perceptível que a maioria das respondentes já possuem conhecimentos acerca do tema, enquanto a minoria que demanda de aperfeiçoamento tenha escolhido o curso, dentre outros motivos, para expandir seus conhecimentos sobre empreendedorismo.

A quarta questão solicitou que as entrevistadas relatassem se consideram que o empreendedorismo feminino é importante para o desenvolvimento econômico, conforme consta no Gráfico 04.

Gráfico 04 - Desenvolvimento econômico e empreendedorismo feminino



Fonte: Pesquisa da autora (2019)

Isto posto, foi possível constatar que 81,8% relataram que é muito relevante, ao passo que 18,2% (2 pessoas) reportaram que é relevante.

Para a maioria das alunas respondentes, o empreendedorismo é importante para o desenvolvimento econômico, visto que essa seja a alternativa mais acessível para muitas conseguirem sua independência financeira, ainda mais em cidades em crescimento, onde a oferta de empregos é mínima.

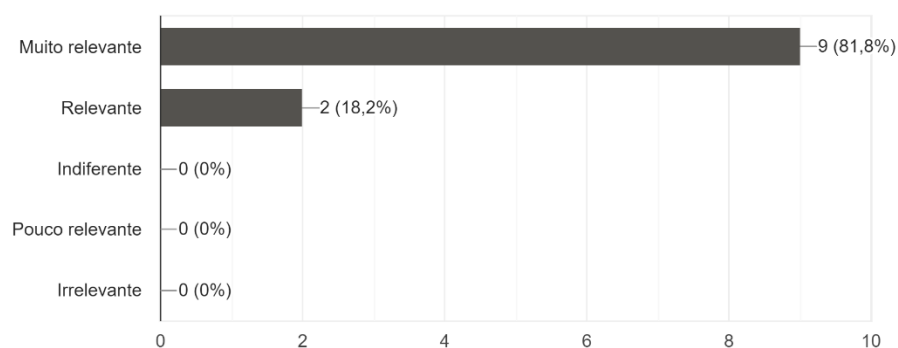
Muitos desafios são enfrentados por mulheres que querem ser donas do seu negócio,

mas são as mulheres que mais conseguem definir o conceito de empreendedorismo, onde para muitas, ter o seu próprio negócio está atrelado a satisfação pessoal e aumento da autoconfiança.

A 5ª questão solicitou que as entrevistadas informassem se consideram o empreendedorismo importante para o desenvolvimento da sociedade, constantes as estatísticas no Gráfico 05.

Gráfico 05 - Relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico da sociedade

Você considera o empreendedorismo relevante para o desenvolvimento social da sociedade
11 respostas



Fonte: Pesquisa das autoras (2019)

O empreendedorismo traz para muitas famílias esperança, em tempos de recessão econômica, onde as oportunidades não atingem a grande maioria, fazendo com que o trabalhador opte em alguns casos, a trabalhos informais, ou a abertura de pequenas empresas, deixando os mesmos com menos garantias previdenciárias e trabalhistas.

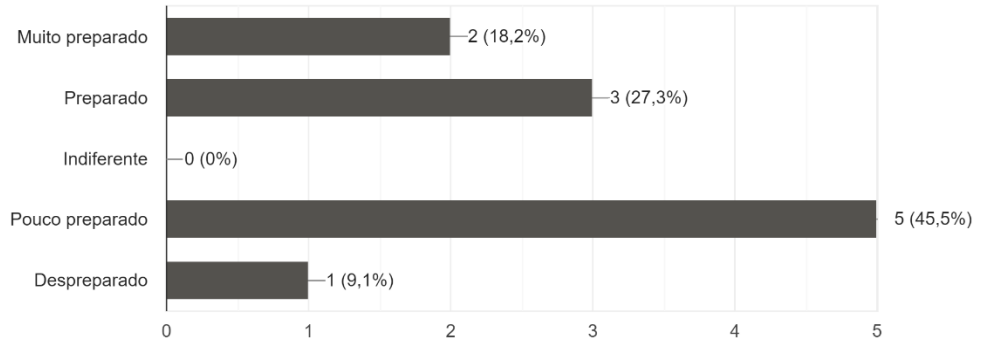
Dentre as respostas, tem-se que 81,8% (9 pessoas) informaram que consideram o empreendedorismo muito importante para o desenvolvimento econômico da sociedade, ao passo que 18,2% (2 pessoas) selecionaram a resposta "relevante).

Ao observar o Gráfico 6, é possível verificar que 18,2% (2 pessoas) informaram que o mercado está muito preparado; 27,3% (3 pessoas) relatou que o mercado se encontra preparado; 45% (5 pessoas) reportaram que o mercado está pouco preparado e 8,1% (1 pessoa) declarou que o mercado está despreparado.

Gráfico 06 - Recepionalidade do mercado ao empreendedorismo feminino

Você considera que o mercado está aberto para o empreendedorismo feminino

11 respostas



Fonte: Pesquisa das autoras (2019)

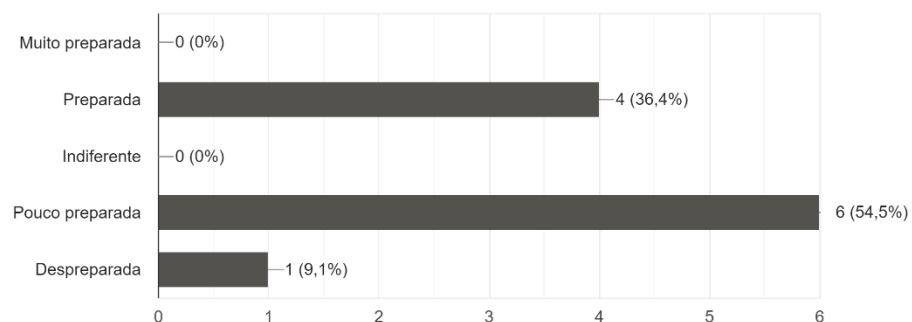
Muitas das respondentes informaram que o mercado está despreparado para o empreendedorismo feminino. Mesmo as alunas tendo tido um ensino superior de qualidade, a insegurança em enfrentar o mercado autônomo ainda deixa as mesmas receosas, talvez pelo fato de que a sociedade não valorize tanto os negócios construídos por mulheres.

Na pergunta 07, questionou-se se as entrevistadas consideram que a sociedade está preparada para receber o empreendedorismo feminino, com os quantitativos constantes no Gráfico 07

Gráfico 07 - Sociedade e recepção do empreendedorismo feminino.

Você considera que a sociedade encontra-se preparada para recepcionar o empreendedorismo feminino?

11 respostas



Fonte: Pesquisa das autoras (2019)

A partir dos dados do concernido gráfico, tem-se que 36,4% (4 pessoas) informaram que a sociedade está preparada; 54% (6 pessoas) relataram que a sociedade está pouco preparada e 9,1% (1 pessoa) informou que a sociedade está despreparada.

Essa última questão reforça a importância de investirmos cada vez mais em apoio a jovens mulheres que desejam ingressar no mercado de trabalho. Sem apoio de entidades governamentais e da sociedade, grande parte das jovens não conseguem dar início as suas realizações profissionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o decurso temporal, o trabalho feminino encontra-se em incessante conquista, tendo em vista que não é um proceder simplório a obtenção da própria renda pelas mulheres, sendo uma tarefa difícil a obtenção da independência e do reconhecimento da competência. Desta maneira, inexistem dúvidas a respeito da capacidade do intelecto feminino, contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

Na constituição da presente pesquisa, observou que as estudantes acreditam no potencial do empreendedorismo como uma ferramenta relevante para o desenvolvimento social e económico da sociedade.

A pesquisa também demonstrou, no que se refere ao ensino ofertado para as mesmas, que elas se sentem preparadas para o mercado de trabalho, e que o empreendedorismo é um fator relevante para o curso de Gestão Comercial.

Através da presente pesquisa, concluiu-se que afirmativa de que o empreendedorismo feminino se encontra em ininterrupto desenvolvimento, o que é observado nas especializações praticadas pelas mulheres, o que facilita a sua participação no mercado do trabalho, em função da educação. Outrossim, há diversos conflitos decorrentes da necessidade de harmonizar a vida familiar e profissional da mulher, atenuando-se a sua disponibilização ao trabalho.

A pesquisa também reforçou como o ensino superior ainda é uma grande ferramenta no auxílio a independência financeira, ao aumento de conhecimento; e como o ensino gratuito é de extrema importância para a sociedade.

O objetivo principal deste trabalho era mostrar a relevância de uma disciplina em específico a grupo de alunas, disciplina essa que leva o nome de uma das maiores formas de obtenção de renda por parte de muitas mulheres, e brasileiros.

Isto posto, esta pesquisa consistiu em um lastro para pesquisas futuras a respeito do empreendedorismo feminino, assim como verificou-se a importância de destacar tal fator como demandante de reconhecimento dos esforços promovidos pelas mulheres, tendo em vista que o seu destaque profissional enfrenta inúmeros empecilhos, dentre estes, a dificuldade da sociedade e do mercado em reconhecer que as mulheres podem atuar nos mais diversos segmentos económicos.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Renato Fonseca; TORKOMIAN, Ana Lúcia Vitale. **Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em instituições de ensino superior**. encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, v. 2, p. 299-311, 2001.
- ANDREOLI, T. P., & Borges, W. A. **Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um Pequeno Negócio**. ANAIS DO XI ENCONTRO PARANAENSE DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO (epead), maringá, pr, brasil. Paraná, p.1-11, 2007.
- ARMAN, Ana Paula. **Empreendedorismo entre mulheres negras na cidade de São Paulo**. Revista de Administração do Unisal, [S.l.], v. 5, n. 8, nov. 2015. ISSN 1806-5961. Disponível em: <<http://www.revista.unisal.br/sj/index.php/RevAdministracao/article/view/431>>. Acesso em: 14 out. 2018.
- BAYCAN LEVENT, Tuzin; MASUREL,Enno; NIJKAMP, Peter. **Entrepreneurial process and performance: the case of the turkish female entrepreneurs in Amsterdam**. Dortmund, p.27-31, Aug. 2002.
- CATARDO, Elaine. **3º setor e governo: A máquina social**. Publicado em 02/03/2005. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/terceiro-setor-e-governo-maquina-social/>>. Acesso 22 abril de 2019.
- CATHO. **O poder da liderança feminina**. Carreira & Sucesso, 2012. Disponível em <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/o-poder-da-lideranca-feminina>>. Acesso em: 21 abril 2019.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- CINTRA, Soraia Veloso; COSAC, Cláudia Maria Daher. **As melhores empresas para as mulheres trabalharem**. O que elas dizem sobre o ambiente onde trabalham. Fazendo Gênero 8 - Corpo, Violência e Poder. Florianópolis, 25 a 28 de agosto de 2008. 2008.
- COLETTE, Henry; KENNEDY, Sarah. **In search of a new: female entrepreneurship in Ireland**. 2002. 1 CD.
- CUNHA, Caio. **A importância do empreendedorismo**. Disponível em <<https://www.franquiawsi.com.br/blog/a-importancia-do-empreendedorismo/#:~:text=O%20empreendedorismo%20%C3%A9%20crucial%20para,aumento%20de%20renda%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o.&text=Como%20pode%20perceber%2C%20ser%20empreendedor,pr%C3%B3prio%20neg%C3%B3cio%20como%20muitos%20pensam.>> Acesso em 04 jun 2021.
- DALONSO, Gláucia de Lima. **Trabalhadoras brasileiras e a relação com o trabalho: trajetórias e travessias**. Psicol. Am. Lat. [online]. 2008, n.15, pp. 0-0. ISSN 1870-350X.

Disponível em: <

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2008000400003>.

Acesso em 09 out. 2018

DI MAIO, Cláudia Aparecida et al. **Mulheres na liderança: a evolução das mulheres no mercado de trabalho**. XVI Encontro Latino Americano de Iniciação Científica. 2012.

Disponível em: . Acesso em: 11 jul.2018.

ESPÍNDOLA, Pablo Guilherme. **O empreendedorismo no curso superior de turismo: uma proposta metodológica para o seu ensino**. Anais eletrônicos do Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, São Paulo, SP, Brasil, v. 6, 2009.

FERNANDES, Rene José Rodrigues. **Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil**. Revista GV novos negócios, v. 5, n. 5, 2013.

< <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rgnn/article/viewFile/60813/59032>> Acesso em 22 out 2020.

GIL, Antônio C. **Metodologia da pesquisa científica**. Ed. Atlas. 2010.

GOMES, A. F. Mulher e Gestão. São Paulo: **Revista de Gestão USP**, v.12, n.3 p.1- 9, julho/setembro. 2005.

GOMES, Fabrício Pereira; ARAÚJO, Richard Medeiros de. **Pesquisa Quanti-Qualitativa em Administração: uma visão holística do objeto em estudo**. Seminários em administração, v. 8, p. 1-11, 2005.

GRZYBOVSKI, Denize; BOSCARIN, Roberta; MIGOTT, Ana Maria Bellani. Estilo feminino de gestão em empresas familiares Gaúchas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 6, nº 2, Curitiba, maio/ago., 2002.

INSITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA DA PARAIBA, **Projeto pedagógico do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial**. IFPB, 2017. Disponível em: < https://estudante.ifpb.edu.br/media/cursos/29/documentos/Projeto_Pedag%C3%B3gico_do_Curso_a_partir_de_2017.2.pdf> acesso em: 21 mai 2021.

LOPES, Rose Mary Almeida. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. 2010.

MACHADO, Hilka Vier. Concepções do papel empreendedor por mulheres empresárias: estudo com mulheres paranaenses. **Temática**, Temática, Temática, Temática, Temática, Londrina, n. 18, p. 19-37, 2000

MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Florianópolis: UFSC, 2002.

MACULAN, Anne Marie. **Analisando o empreendedorismo** In: Egepe – Encontro De Estudos Sobre Empreendedorismo E Gestão De Pequenas Empresas. 4. 2005, Curitiba, Anais... Curitiba, 2005, p.497-507. Disponível em:

<https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:fCQC0LUBFxYJ:scholar.google.com/+empreendedorismo+conceitos+e+defini%C3%A7%C3%B5es&hl=pt-BR&lr=lang_pt&as_sdt=0,5> Acesso em 09 out. 2018.

MARTINS, Silvana Neumann. **Educação empreendedora transformando o ensino superior: diversos olhares de estudantes sobre professores empreendedores**. 2010.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 2007.

MESQUITA, Maria dos Reis de Jesus; ALMEIDA, Ilda Neta Silva de. **Feminismo: Gênero, divisão sexual do trabalho e suas configurações na sociedade**. Humanidades & Inovação, [S.l.], v. 3, n. 2, sep. 2016. ISSN 2358-8322. Disponível em: <<https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/168>>. Acesso em: 09 out. 2018.

MINAYO, M.C.S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde** 13ª Ed. São Paulo, SP: Editora Hucitec. 2013.

MOTA, Ana Roberta Souza; SANTOS, Ardnildo Moraes dos Santos; SILVA, Tatiana de Fátima Cavalcante. **Empreendedorismo: o perfil empreendedor de mulheres de sucesso**. 2004.135 f. Monografia (Especialização em Gestão Empresarial e de Pessoas) – Universidade Potiguar. João Pessoa. 2004.

MURARO, Renata et al. **Avaliação De Perfil Empreendedor Em Meio Acadêmico**. Revista Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, v. 15, n. 2, p. 136-156, July 2018. ISSN 2446-6875. Disponível em: <<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/1526>>. Acesso em: 05 nov. 2018. doi:<https://doi.org/10.25112/rgd.v15i2.1526>. > Acesso em 04 out. 2018.

OLIVEIRA, P.G.; SOUZA NETO, B. **Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma Análise do Estilo gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del-Rei, Minas Gerais**. VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Florianópolis, SC, 23 a 25 de maio 2010. Disponível em <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/Simp%C3%B3sio/simposio_2008/2008_SIMPOSIO32.pdf>. Acesso em 21 abril 2019.

O'MEALLY, Nelson Blossom. **Fostering women's entrepreneurship: education, management raining and so-cietal values**. In: CONFERENCE ONWOMEN ENTREPRENEURS IN SMEs:Realizing the Benefits of Globaliza-tion and the Knowledge-based Eco-nomy, 2., 2000, Paris. Anais Paris:[s. n.], 2000.

OSÓRIO, J. **Empreendedorismo Feminino**. 2015. Disponível em <<http://www.mulheresempreendedoras.net.br/empreendedorismo-feminino>>. Acesso 22 abril de 2019.
2016

PETERS, T. **As mulheres reinam**. HSM Management. v.43. 2004.

PORTO, Maria de Fátima Silva. **Com licença, eu vou à luta!:** mulheres empresárias de Patos de Minas –1980-90. 2002. 180 f. Dissertação(Mestrado em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlân-dia, 2002.

REIS, Thompson Augusto et al. **Desafios e conflitos da mulher na busca da ascensão na carreira profissional**. Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe). ISSN 2237-1427, [S.l.], v. 8, n. 3, set. 2018. ISSN 2237-1427. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/36820>>. Acesso em: 15 out. 2018.

RÉVILLION, Anya Sartori Piatnicki.. **A utilização de pesquisas exploratórias na área de marketing**. Revista Interdisciplinar de Marketing, v. 2, n. 2, p. 21-37, 2003.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São. Paulo: Atlas. 2011.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica**. Educação & realidade, v. 20, n. 2, 1995.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Italo Fernando. **Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.

SEBRAE. **Os desafios da mulher empreendedora**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulherempreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso 22 abril de 2019.

SEBRAE. **ASN (Agência Sebrae de Notícias)**. Disponível em <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020,d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso 23 junho 2020.

SILVA, ANTONIO CARLOS RIBEIRO. **Metodologia da pesquisa aplicada**. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Mariana Santos da; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. **Características Do Empreendedorismo Feminino No Brasil**. Revista Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, v. 13, n. 2, p. 150-167, dec. 2016. ISSN 2446-6875. Disponível em: <<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370>>. Acesso em: 30 oct. 2018.

SOUZA, Kellcia Rezende; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. **Abordagem quanti-qualitativa: superação da dicotomia quantitativa-qualitativa na pesquisa em educação**. Educação e Filosofia, v. 31, n. 61, p. 21-44, 2017.

TONANI, Adriana Venturim. **Gestão feminina: um diferencial de liderança, mito ou nova realidade**. VII CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 12 e 13 de agosto de 2011.

TORRÃO FILHO, Amílcar. **Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam**. cadernos pagu, n. 24, p. 127-152, 2005.

UFUK, Hatun; OZGEN, Ozlen. Interaction between the business and family lives of women

entrepreneurs in Turkey. **Journal of Business**, [S. l.], v. 31, n. 2, p. 95-106, May 2001.

URIARTE, L. R., Lapolli, É. M., Barcia, R. M., & Dalmau, M. B. L. (2010).

Características empreendedoras necessárias para a sobrevivência no mundo dos negócios

<<https://intranet.itajai.sc.gov.br/arquivos/sedeer/2007-12-11-40-d41d8cd98f.pdf>> Acesso em 22 out 2020.

VERGARA, Sylvia C. **Metodologia da pesquisa**. São Paulo. 2013.

VILELA, Renata. **Explode o número de feminicídios na quarentena**. Disponível em:

<<https://recontaai.com.br/atualiza-ai/explode-o-numero-de-femicidios-na-quarentena/#:~:text=Durante%20o%20per%C3%ADodo%20de%20isolamento,em%2012%20estados%20do%20Brasil.&text=O%20resultado%20da%20pesquisa%20do,Por%C3%A9m%2C%20n%C3%A3o%20deixou%20de%20chocar>>. Acesso em 20 out 2020.

YIN, R. K. **Applications of Case Study Research**. SAGE Publications, Inc; Third Edition, 2011.

ZAPALSKA, Alina. A profile of woman entrepreneurs and enterprises in Poland. **Journal of Small Business Management, Milwaukee**, v.35, n. 4, p. 76-83, Oct. 1997.

LEITE, Gisele. **Invisibilidade por falta de certidão de nascimento**. Disponível em:

<<https://www.jornaljurid.com.br/colunas/gisele-leite/invisibilidade-por-falta-de-certidao-de-nascimento>>. Acesso em 04 mai 2021.

Louro, Guacira Lopes. **"Gênero, história e educação: construção e desconstrução"**. Educação & realidade 20.2 (1995). Disponível em:

<<https://www.seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71722/40669>>. Acesso em 10 mai 2021.

ANEXO A
QUESTIONÁRIO

1) Você considera o empreendedorismo relevante para o desenvolvimento econômico da sociedade?

- Muito relevante
- Relevante
- Indiferente
- Pouco relevante
- Irrelevante

2) Você considera o empreendedorismo relevante para o desenvolvimento social da sociedade?

- Muito relevante
- Relevante
- Indiferente
- Pouco relevante
- Irrelevante

3) Você considera que a sociedade encontra-se preparada para receber o empreendedorismo feminino?

- Muito preparada
- Preparada
- Indiferente
- Pouco preparada
- Despreparada

4) 3) Você considera que o mercado está aberto para o empreendedorismo feminino?

- Muito preparado
- Preparado
- Indiferente
- Pouco preparado
- Despreparado

5) O empreendedorismo feminino é relevante para o desenvolvimento econômico?

- Muito relevante
- Relevante
- Indiferente
- Pouco relevante
- Irrelevante

6) Você considera seus conhecimentos sobre

empreendedorismo compatíveis com o que o mercado demanda?

- Muito compatíveis
- Compatíveis
- Indiferente
- Pouco Compatíveis
- Demandam de aperfeiçoamento

7) Você considera o empreendedorismo como uma aspecto relevante para o sucesso pessoal?

- Muito relevante
- Relevante
- Indiferente
- Pouco relevante
- Irrelevante

8) O empreendedorismo é relevante para a Gestão Comercial?

- Muito relevante
- Relevante
- Indiferente
- Pouco relevante
- Irrelevante