

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE A RELEVÂNCIA DE
EMPREENDER DAS ALUNAS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA
PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS.**

**FEMALE ENTREPRENEURSHIP: A STUDY ON THE RELEVANCE OF
ENTREPRENEURSHIP IN THE STUDENTS OF THE ADMINISTRATION COURSE
OF THE PONTIFICAL CATHOLIC UNIVERSITY OF GOIÁS.**

Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio*
Ovidio Alberto R Laraich**

RESUMO:

O presente artigo é um estudo de caso realizado na Pontifícia Universidade Católica de Goiás, localizada em Goiânia – Goiás, tendo como objetivo identificar se as alunas do curso de Administração do 7º e 8º período tem interesse de empreender. Ademais, através deste estudo foi possível distinguir as preferências e relevâncias que as alunas consideram importantes para ter seu próprio negócio e os motivos para não querer empreender. A pesquisa utilizou-se de abordagem metodológica quantitativa e qualitativa com aplicação de questionário, contendo questões de múltipla escolha, aplicada a uma amostra de 29 alunas, sendo do turno matutino e noturno, no período de 07/10/2020 a 29/10/2020. Pelos resultados da pesquisa chegou-se à conclusão que a maioria das alunas tem interesse em ser empreendedora. Na conclusão do artigo é feita uma exploração do crescimento das administradoras no decorrer dos anos, enfatizando o crescimento nas mulheres no mundo dos negócios e uma análise dos principais resultados que concretizam o interesse em empreender.

Palavras-chave: Alunas, empreender, administração.

This article is a case study conducted at the Pontifical Catholic University of Goiás, located in Goiânia - Goiás, with the objective of identifying whether the students of the administration course of the 7th and 8th period have an interest in undertaking. Moreover, through this study it was possible to distinguish the preferences and relevance that the students consider important to have their own business and the reasons for not wanting to undertake. The research used a quantitative and qualitative methodological approach with the application of a questionnaire, containing multiple choice questions, applied to a sample of 29 students, from the morning and night shifts, from 07/10/2020 to 29/10/2020. The results of the research came to the conclusion that most students have an interest in being an entrepreneur. At the conclusion of the article is made an exploration of the growth of administrators over the years, emphasizing the growth in women in the business world and an analysis of the main results that realize the interest in entrepreneurship.

ABSTRACT: Keywords: Students, undertaking, administration.

INTRODUÇÃO.

*Acadêmico do Curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás – iinathalia@outlook.com

CPF: 701.726.931-44

**Mestre em Engenharia de Produção com ênfase em Planejamento Estratégico (UFSC) Professor Efetivo do Curso de Administração PUC Goiás- laraich@yahoo.com.br

Este artigo discorre sobre o tema empreendedorismo feminino, tendo como foco de estudo as alunas do 7º e 8º período do curso de administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás - PUC-GO. Esta temática vem sendo cada vez mais pesquisada devido ao crescente número de mulheres que partem para o empreendedorismo. Dessa forma, o empreendedorismo na maior parte dos casos, se caracteriza pela ação de começar novos projetos em negócios já existentes ou em algo inovador, por meio de uma empresa. Esse termo está direcionado para novas ideias de trabalho e emprego, criar um negócio próprio pode ser visto tanto como forma de sobrevivência como também de realização pessoal.

Empreendedorismo é um substantivo masculino que vem sendo bastante atrativo para o público feminino. Segundo o relatório da pesquisa GEM (2017), 274 milhões de mulheres ao redor do mundo lideravam seus próprios negócios em 2016, e dos 74 países participantes do estudo, 63 registraram aumento médio de 10% na taxa de empreendedorismo feminino durante o período de 2014 a 2016. O Brasil se destaca neste cenário, dado que está entre as cinco economias com indicadores mais igualitários em relação à proporção de mulheres e homens empreendedores dentre os países avaliados, com taxa de empreendedorismo feminino apenas 1,3% menor que a de masculino (GEM, 2017).

As alunas do curso de Administração da PUC-GO no transcorrer do curso são expostas a disciplinas que contribuem de forma positiva para o desenvolvimento de habilidades, conhecimento e atitudes apontadas para o empreendedorismo. No curso de Administração são oferecidas disciplinas relacionadas ao empreendedorismo como: gestão financeira, empreendedorismo e criação de negócios, elaboração e análise de projetos, administração de vendas, gestão de pessoas, gestão de marketing, entre outras.

Uma pesquisa sobre empreendedorismo feminino realizada no final de 2018 pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), mostrou que o Brasil possui aproximadamente 24 milhões de mulheres empreendedoras. Este número é um pouco menor que o total de homens empreendedores, cerca de 25 milhões. O que esse estudo mostrou também é que as empreendedoras possuem maior escolaridade que os empreendedores homens.

Segundo Dornelas (2008, p. 22), empreendedorismo é “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. O empreendedorismo, quando é bem praticado, permite às pessoas ter certo favorecimento, assim sendo, as empreendedoras que buscam uma formação superior têm como objetivo engrandecer sua qualificação profissional e marcar o reconhecimento no mercado.

Segundo Fernandes, Campos e Silva (2013, p. 5), “as mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento e vontade de ajudar”. Essas características facilitam o relacionamento com clientes, parceiros e comunidade, entre outros. As mulheres têm a capacidade de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades, como conciliar lar, filhos, marido e trabalho.

A pesquisa GEM 2016 constatou também que as mulheres abrem uma empresa mais por necessidade do que os homens. Entre as novas empresárias, 48% delas iniciam a atividade empresarial porque precisam complementar a renda ou se buscam recolocação no mercado de

trabalho, essa expansão da participação feminina tem se transformado em um ambiente de negócios.

A evolução do número de mulheres no mundo empreendedor revela a modificação na composição das empresas ao longo dos últimos dois anos, nesse período a quantidade de homens e mulheres que abriram novas empresas no país se manteve estável e o número de homens é pouco maior que o de mulheres, com uma nova conotação, principalmente frente a micro e médio empreendimento (QUERINO; DOMINGUES; LUZ, 2013). Sendo assim, dados da pesquisa da GEM (2016), conduzida pelo Sebrae, mostram que o país tem aproximadamente 24 milhões de mulheres empreendedoras, visto que, em Goiás é 4% maior que a média nacional.

O objetivo geral desta pesquisa é estudar o empreendedorismo no público feminino na Escola de Gestão e Negócios da PUC-GO do curso de Administração com as alunas do 7º e 8º período e como objetivos específicos: se aprofundar no conhecimento do empreendedorismo feminino; dominar conceitos para sustentar a pesquisa; definir o que deve ser pesquisado junto ao universo e amostra da pesquisa para responder à questão científica; e formar opinião perante os pesquisados quanto à intenção em empreender.

A pergunta científica a ser respondida com esta pesquisa é: As alunas do 7º e 8º período do curso de administração da Escola de Gestão e Negócios da PUC-GO têm a intenção de empreender?

O tema abordado se justifica devido à curiosidade de conhecer sobre o empreendedorismo feminino e por ser importante para a pesquisadora que também quer se alocar no mundo empreendedor, além de contribuir para a comunidade acadêmica por trazer um estudo sobre o empreendedorismo feminino, que pode ser utilizado como fonte de conhecimento futuramente para os demais alunos.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.

Para assegurar e fundamentar teoricamente os objetivos deste trabalho, o estudo está dividido em três seções. Primeiramente, apresenta-se o tema empreendedorismo. Num segundo momento, a finalidade é mostrar um panorama geral das noções do empreendedorismo feminino e, no terceiro, enfatizar a importância do ensino empreendedor.

1.1 Empreendedorismo.

É possível constatar que o processo empreendedor vem sendo discutido desde a Idade Média. No entanto, somente a partir do século XX que o empreendedorismo obteve mais atenção mediante as diversas abordagens que o representa. Na última década, tomou proporções ainda maiores, sendo identificado como propulsor da economia e geração de renda pela criação de negócios inovadores (DORNELAS, 2012).

O empreendedorismo surgiu da tradução do termo inglês entrepreneurship, originado do verbo francês entrepreneur que segundo Dornelas (2005) quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. O mesmo, pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação

qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas.

Para Chiavenato (2004), espírito empreendedor é a energia da economia, a alavancagem de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda: o empreendedor é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam.

Mas, o empreendedorismo vai muito além de somente o desenvolvimento de negócios para geração de renda. O campo de estudo do empreendedorismo é extenso, não existe teoria absoluta que englobe o fenômeno empreendedor em sua totalidade, podendo se manifestar em vários campos do conhecimento, como psicologia, artes, física, sociologia, economia etc. (BAGGIO et al., 2014).

Segundo Dornelas (2008) empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; e aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

A pesquisa GEM (2018) aponta que o empreendedorismo pontuou o segundo melhor desempenho para a taxa de empreendedorismo brasileiro desde 2002, quando o índice começou a ser medido. Em 2018, dois em cada cinco brasileiros entre 18 e 64 anos estavam à frente de uma atividade empresarial ou tinham planos de ter um negócio. A pesquisa mostra que a taxa total de empreendedorismo, que reúne novos empreendedores e donos de negócios já estabelecidos, chegou a 38%. Segundo esse indicador, aproximadamente 52 milhões de brasileiros em idade produtiva estavam envolvidos com alguma atividade empreendedora no ano passado. A pesquisa foi realizada em 49 países e, no Brasil, contou com o apoio do Sebrae.

Além disso, a mesma pesquisa realizada pela GEM (2018) revela um crescimento do público jovem (18 a 24 anos) entre os novos empreendedores. De 2017 para 2018, a participação dessa faixa etária subiu de 18,9% para 22,2% do total de empreendedores que iniciavam uma atividade empresarial, com negócios (formais ou informais) de até 3,5 anos.

De acordo com a tabela 1 este percentual de empreendedores totais é o segundo maior registrado em toda a série histórica do GEM Brasil, ficando abaixo apenas do registrado em 2015 (39%) e representa um incremento de dois pontos percentuais em relação aos dois anos anteriores.

Tabela 1 – Empreendedores

Estágio	Taxas (%)	Estimativas (Unidades)
Empreendedorismo total	38,0	51.972.100
Empreendedorismo Inicial	17,9	24.456.016
Novos	16,4	22.473.982
Nascentes	1,7	2.264.472
Empreendedorismo Estabelecido	20,2	27.697.118

Fonte: GEM Brasil 2018

O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas.

“Pode-se dizer que os empreendedores se dividem igualmente em dois times: aqueles para os quais o sucesso é definido pela sociedade e aqueles que têm uma noção interna de sucesso” (Dolabela, 2010, p. 44). A conceituação do empreendedorismo é distinta de autor para autor, portanto todas abrangem a ideia de que o empreendedorismo propõe inovação, dedicação e motivação, além de características que padronizam o empreender.

O empreendedorismo é visto mais como um fenômeno individual, ligado à criação de empresas, quer através de aproveitamento de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade de sobrevivência, do que também um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, isto é, de gerar Capital Social e Capital Humano (Zarpellon, 2010, p. 48).

Dessa forma, pode-se afirmar que o empreendedorismo está relacionado com pessoas visionárias que identificam necessidades e fazem dele uma oportunidade e criam negócios lucrativos, dispostos a suprir e atender de forma que seu serviço e produto seja exposto com qualidade e possa superar a expectativa do cliente.

1.2 Empreendedorismo feminino.

A inserção no mercado de trabalho para as mulheres é um episódio que vem ocorrendo de forma gradativa e se deve a diversos fatores. Os conceitos existentes de empreendedorismo não fazem distinção de gênero, visto que as personalidades empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres.

Para uma maior compreensão acerca da evolução histórica do papel da mulher na sociedade, Bolson e Oliveira (2018) dizem que, desde a antiga sociedade, a mulher sempre teve um papel bem definido dentro da sociedade: dona de casa, responsável pelo zelo e bem-estar dos filhos e da casa, invariavelmente submissa aos pais ou ao marido, não tendo a oportunidade de expressar suas opiniões ou de realizar seus sonhos. Nessa nova sociedade que vem se formando com o passar dos anos tem sido observada uma mudança no comportamento das mulheres, não para serem iguais aos homens.

Machado (1999) discorreu sobre o perfil da mulher empreendedora e suas principais características gerenciais e relatou que a valorização do indivíduo é predominante no processo decisório e estilo de liderança das mulheres empreendedoras e que a postura feminina em face do risco pode ser considerada conservadora. A mulher tende a enfatizar qualidade mais do que os homens, manifesta uma postura favorável ao envolvimento familiar na organização e tende a empregar mais mulheres do que homens. Assim, a autora comparou o modo de gerenciar da mulher empreendedora com o modo no qual a mulher administra sua própria casa, sem hierarquia, com cooperação e estilo fluido, enfim, o poder compartilhado.

Considerando que o papel da mulher na sociedade era basicamente de cuidar da família, Bolina (2015) ressalta que elas estão vencendo as barreiras impostas pelo preconceito, pelo mercado, pela economia e tantas outras. Várias empreendedoras e mulheres de negócios têm construído verdadeiros impérios ou conquistado posições de destaque em

grandes empresas, com cargos de liderança que há alguns anos eram predominantemente ocupados por homens.

De acordo com o relatório do GEM de 2017 e 2018, o índice de empreendedorismo feminino aumentou 6,6%, quando comparado aos mesmos 50 países que participaram da pesquisa em 2016 e 2017. Em comparação, o índice masculino aumentou 0,7%. Anteriormente, o relatório GEM 2017 com foco nas mulheres destacou que o empreendedorismo feminino aumentou 10%, globalmente, de 2014 a 2016. Dessa forma, o diretor executivo do GEM, Mike Herrington, relata que as mulheres empreendedoras contribuem significativamente para o crescimento e o bem-estar de suas sociedades e oferecer a elas apoio mais direcionado trará retorno para o desenvolvimento econômico de qualquer país.

Conforme Fernandes, Campos e Silva (2013), o perfil da mulher empreendedora pode ser descrito como o de uma pessoa que considera o fato de ter um negócio próprio como uma estratégia aplicada à forma de se viver e não apenas uma maneira de ganhar dinheiro ou uma ocupação. Ela está sempre procurando tornar o trabalho um meio de beneficiar a todos que estão à sua volta.

Tabela 2: Tipos de personalidades das empreendedoras

Empreendedoras perceptivas:	Sentem-se mais satisfeitas quando tomam decisões em que analisam os prós e os contras e demoram muito para agir. Ficam angustiadas quando tem de tomar uma decisão rápida. No geral, pensam muito antes de dar qualquer passo, pois possuem um medo profundo, de se arrepender
Empreendedoras extrovertidas:	São sociáveis ao extremo. Adoram conversar e interagir com funcionários e clientes. Possuem coragem excessiva quando se trata de expor suas opiniões e são bastante comunicativas. Pois concentram sua força de vontade sempre com os pés no chão
Empreendedoras pensadoras:	Julgam as pessoas ao redor e conduzem a empresa sempre baseadas na lógica, de modo geral, avaliando os prós e contras da situação em que se encontram, É bem difícil para essas empreendedoras, deixar os sentimentos influenciarem as decisões. Valorizam a lógica, a justiça e a igualdade entre funcionários e clientes.
Empreendedoras intuitivas:	São as empreendedoras que possuem um modo mais imaginativo de gerir seus negócios. Ao invés de recorrer a fatos para obter a informação que precisam, preferem tirar as conclusões finais a partir da observação de suas próprias ideologias. No geral, são mulheres mais criativas e complexas.

Fonte: Adaptado de Gomes (2014 p. 319 - 342)

Tonelli e Betiol (1991) acrescentam que o negócio próprio constitui uma solução para os dilemas e conflitos relativos ao acúmulo de tarefas dentro e fora do trabalho. As autoras vêm como uma ajuda à família e à permanência da mulher no lar os incentivos e subsídios à criação de pequenas empresas. Acrescentam ainda que o trabalho fora de casa, apesar de

associado à nova concepção de realização da mulher, desencadeia em angústias para as trabalhadoras, uma vez que implica em certo abandono das tarefas do lar.

Segundo Machado (2013), no modo como as mulheres empreendem, há uma inclinação para que os propósitos sejam evidentes e disseminados entre todos da organização, numa tentativa de satisfazer à totalidade dos envolvidos. Por esse motivo, a estrutura organizacional dessas empresas assemelha-se a uma roda, na qual a proprietária se encontra no centro, conectada diretamente com seus empregados e estes, unidos um ao outro ao longo da borda.

De acordo com Silveira (2008), estudos revelam que no processo decisório as mulheres tendem a considerar mais detalhadamente as consequências de longo prazo de seus atos. Para elas, é muito importante o amplo envolvimento das pessoas na empresa. As mulheres valorizam as relações com os colaboradores da organização, especialmente se estas pessoas são do círculo familiar (GOMES, 2004).

2.3 Ensino empreendedor.

O curso de administração surgiu oficialmente no Brasil no ano de 1941, na Escola Superior de Administração de Negócios (ESAN/SP). Posteriormente vários outros cursos foram surgindo em outras instituições de ensino superior, no entanto, somente no ano de 1965 que a profissão de Administrador foi regulamentada, através da lei nº 4.769 (CFA, 2009).

Na PUC Goiás, o curso de Administração tem como objetivo formar profissionais para que possam atuar como técnico/analista de funções administrativas ou como gerente/executivo. Além disso, podem desenvolver o papel como empreendedores, administrando e gerindo seus próprios negócios como indústrias, comércios ou atividades de prestação de serviço.

De acordo com Leite (2000, p. 533), “o modelo organizacional em que assenta hoje o ensino superior está, ao que parece, esgotado. É preciso (re)institucionalizar e (re)inventar o ensino superior brasileiro, baseado no empreendedorismo”. Seguindo o mesmo raciocínio Leite (2000) firma que a função das instituições de nível superior torna-se mais importante para o âmbito empreendedor, pois a universidade é a verdadeira responsável pela produção e disseminação do conhecimento de cada aluno (a).

Dolabela afirma que: “Pode-se dizer que o melhor ambiente “acadêmico” do aluno-empendedor é aquele onde se encontram e articulam forças produtivas, econômicas, sociais, políticas. É ali que o aluno vai desenvolver sua percepção do negócio e aprender com os pares” (DOLABELA, 1999, p. 102). Para desenvolver o empreendedorismo grande parte das universidades fornece palestras, workshops, minicursos, feiras para empreender talentos, cursos de extensão, entre outros. Além disso, o estudante conta com uma matriz curricular que pode desenvolver suas habilidades e adquirir conhecimento para o elo do empreendedorismo.

Ao término da faculdade, era comum que muitos alunos não sabiam que rumo tomar, se é seguir carreira em uma empresa pública ou privada, porém essa dúvida está cada vez menos vigente entre os jovens brasileiros. Uma pesquisa realizada pelo Sebrae ressalta essa alegação, muitos dos jovens seguem a linha do empreendedorismo. Em 2017, o número de empreendedores entre 18 e 34 anos, que estão envolvidos na criação do próprio negócio, já são 15,7 milhões de jovens que estão levantando informações para ter um negócio ou que já

têm empresa com até três anos e meio de atividade, um aumento de 7 pontos percentuais, na participação relativa, na comparação com 2016.

Considerar a possibilidade de formação da personalidade empreendedora por meio da educação é fundamental para o fomento da educação em empreendedorismo e, em consequência, para o desenvolvimento social (LIMA; SANTOS; DANTAS, 2006). Portanto, os jovens buscam capacitação/conhecimento para se aproximar do empreendedorismo. Dos 27,4 milhões de Empreendedores Iniciantes, 15,7 milhões estavam na faixa dos 18 a 34 anos, em 2017, conforme a pesquisa GEM.

2. METODOLOGIA.

O método científico é um instrumento que direciona uma construção e propagação de conhecimentos. Dessa maneira, estimula o estudante a buscar respostas à pesquisa a ser desenvolvida, produz novas descobertas e alavanca o desenvolvimento do aluno.

A utilização da pesquisa descritiva para a escrita desse artigo, se deu, numa percepção de extrair informações e dados das alunas do 7º e 8º período do curso de administração. Segundo Gil (2007), as pesquisas descritivas têm como objetivo principal a descrição das características de uma determinada população ou fenômeno, ou ainda estabelecer relações entre as variáveis e, usualmente, são utilizadas técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionários.

A metodologia utilizada no presente estudo contou com o uso de artigos científicos, revistas e relatórios de estudos que abordam sobre o empreendedorismo e mais especificamente, sobre o empreendedorismo feminino no Brasil.

A abordagem da pesquisa é qualitativa pois envolve uma compreensão e explicação do tema estudado, que permitiu à pesquisadora retratar os dados com mais confiança. Para Oliveira (2013), a pesquisa qualitativa pode ser considerada um processo de reflexão e análise da realidade, utilizando métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo no seu contexto histórico.

Foi utilizada também a pesquisa quantitativa que engloba a coleta de dados numéricos, visando mensurar os dados coletados. Para Turrioni e Melo (2012), a pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las.

Dessa forma, a população acolhida são as alunas do curso de administração. O questionário foi disponibilizado através de links e enviado via e-mail no período de 07/10/2020 a 29/10/2020. O mesmo, contou com questões fechadas de múltipla escolha que auxiliam a apurar o objetivo de pesquisa. Segundo (GIL, 2007 p. 17), “para fazer uma pesquisa são necessários instrumentos apropriados que levam o pesquisador ao encontro do resultado esperado”.

O universo da pesquisa não foi informado pela PUC-GO por ser considerada informação estratégica. Participaram da pesquisa às alunas do 7º e 8º período do Curso de Administração, tanto do turno matutino quanto do noturno, com o objetivo de obter uma amostra mais abrangente, resultando um total de 29 alunas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO.

O questionário foi aplicado a 29 alunas do curso de administração sendo do 7º e 8º período, com objetivo de identificar se as alunas têm intenção de empreender. O objetivo do presente estudo é analisar se as alunas do curso de administração têm interesse em empreender. Os resultados da aplicação do questionário com as alunas estão apresentados e traduzidos por meio de gráficos, conforme a seguir:

4.1. Qual período está cursando atualmente no curso de administração?

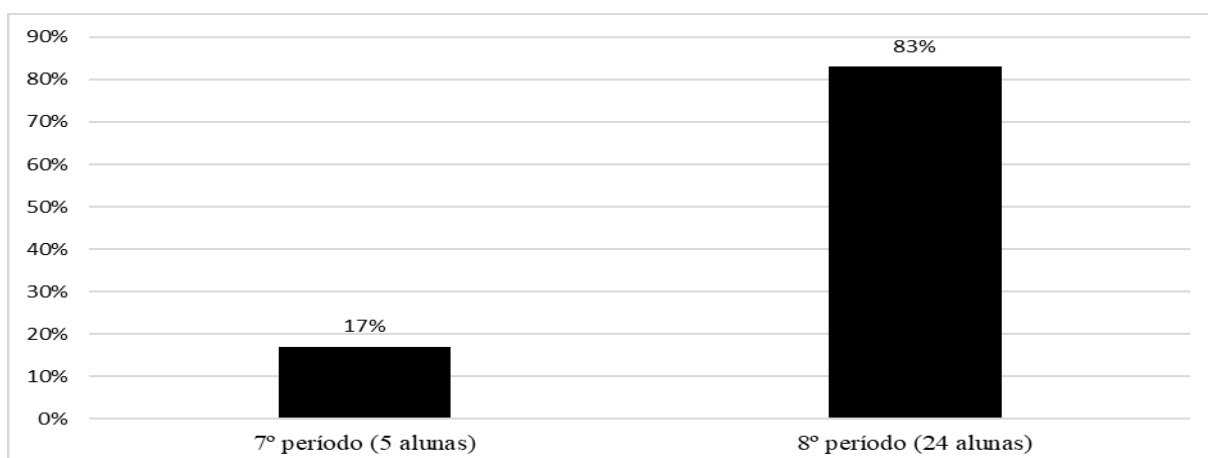


Figura 1. Qual período está cursando atualmente no curso de administração?

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

Conforme a Figura 1, sobre o período que as alunas do curso de Administração estão cursando, resulta que 17% estão no 7º período e 83% no 8º período. Os resultados apresentam uma superioridade das alunas que estão no último período. Esse é um dado positivo para esta pesquisa, considerando que as alunas do último período têm uma preocupação maior em definir a sua ocupação após o término do curso.

4.2. Qual das opções abaixo melhor define sua situação atual?

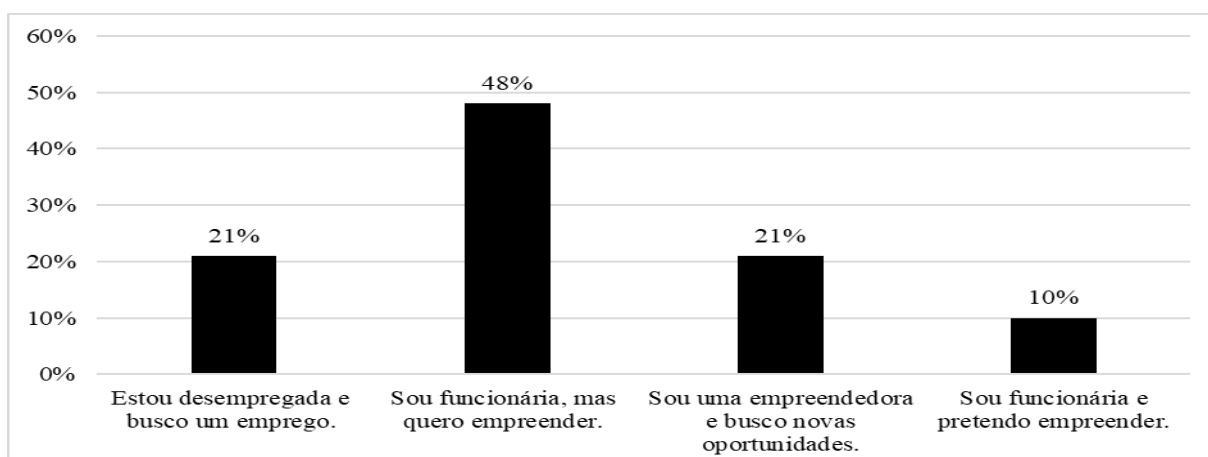


Figura 2. Qual das opções abaixo melhor define sua situação atual?

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

A Figura 2 mostra os resultados sobre as opções que melhor definem a situação atual, onde 21% afirmam que estão desempregadas e buscam um emprego, 48% são funcionárias,

mas pretende empreender, 21% são empreendedoras e buscam novas oportunidades, 10% são funcionárias e não pretendem empreender. É notável que a maioria é funcionária mas pretende empreender, seguido daquelas que já são empreendedoras e buscam novas oportunidades. Ou seja, das alunas que tem ocupação, a maioria mantém alguma relação ou interesse com o empreendedorismo.

4.3. Qual o motivo para a realização dessa graduação?

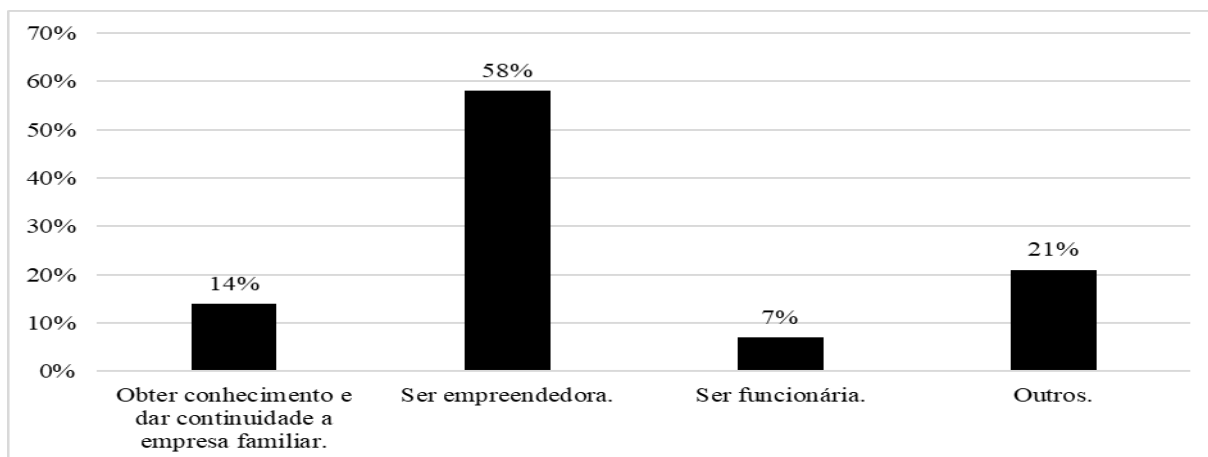


Figura 3. Qual o motivo para a realização dessa graduação?
Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

Quanto ao motivo para realização do curso de Administração, a Figura 3 apresenta que 14% afirmam que o motivo é para obter conhecimento e dar continuidade a empresa familiar, 58% ser empreendedora, 7% ser funcionária e 21% outros. As respostas demonstram que a maioria das alunas realiza o curso de Administração com o propósito de continuar ou de se tornar empreendedora.

Verifica-se pelas respostas que o motivo para a maioria das alunas cursar a graduação tem relação direta com o empreendedorismo. O interesse pelo empreendedorismo é cada vez mais presente e aponta para o tanto que é acertado orientar os cursos de graduação em Administração para o desenvolvimento de habilidades e competências em empreendedorismo. As Instituições de Ensino Superior devem adequar cada vez mais suas grades curriculares para atender esse anseio de seus alunos. O interesse por empreender cresce à medida que as oportunidades de emprego se tornam mais difíceis no mercado de trabalho.

4.4. Qual sua renda pessoal?

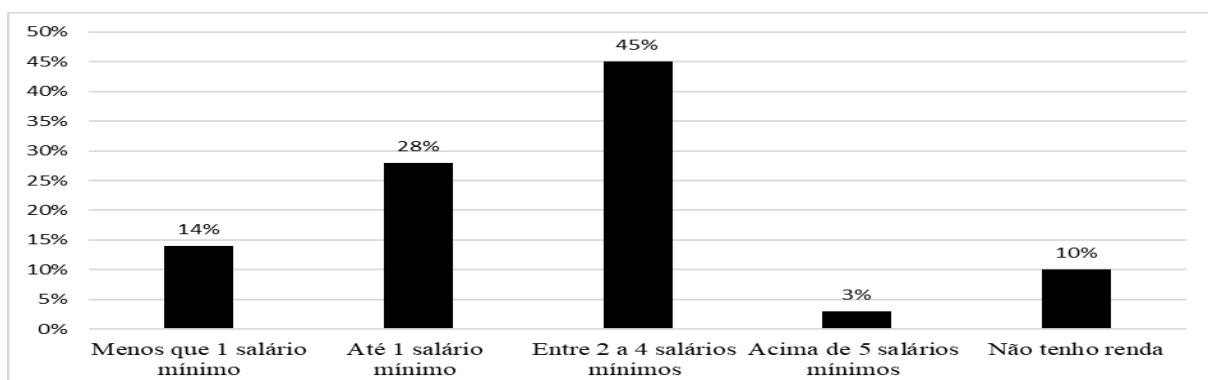


Figura 4. Qual sua renda pessoal?

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

A Figura 4 mostra o resultado da renda pessoal das alunas, onde 14% têm menos que um salário mínimo, 28% até um salário mínimo, 45% entre dois a quatro salários mínimos, 3% acima de cinco salários mínimos, 10% não têm renda. Quanto à renda pessoal, a maioria tem uma renda entre dois a quatro salários mínimos. Como se percebe a maioria se situa entre dois a quatro salários mínimos. Poderia se pensar que é uma renda baixa para acumular capital para abrir um negócio próprio, mas grande parte dos empresários do país iniciaram seus negócios com pequeno capital e foram crescendo gradativamente até chegar a ser o que são.

4.5. Pretende empreender em um negócio próprio?

Conforme esta questão, se as alunas pretendem empreender, a Figura 5 representa que 73% pretendem empreender, 27% não pretendem empreender. As respostas caracterizam que a maior parte das alunas do curso de Administração pretendem empreender em negócio próprio. Essa questão mais direta, sobre o interesse em empreender guarda coerência com as questões anteriores e confirma o interesse em empreender.

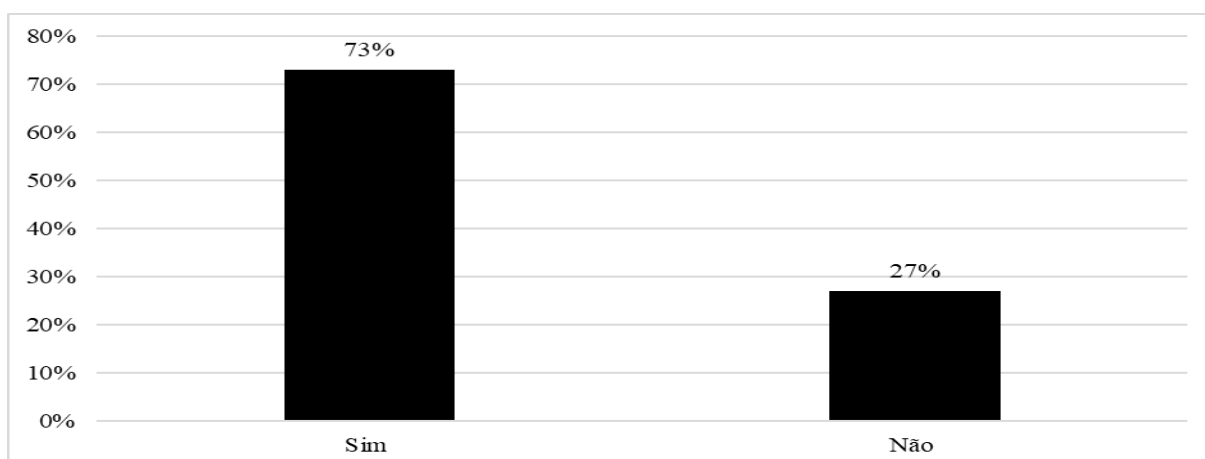


Figura 5. Pretende empreender em um negócio próprio?

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

Esse é um dado muito importante para a pesquisa onde resulta que grande parte das alunas inseridas no curso de Administração estão direcionadas a ser tornar empreendedoras, podendo ter o seu próprio negócio e movimentando a economia do país propondo oportunidades de emprego.

4.6. Para você que respondeu sim na questão 5 (Pretende empreender em um negócio próprio) responda: em quanto tempo pretende abrir o seu empreendimento?

A Figura 6 demonstra os resultados para a questão: em quanto tempo pretendem abrir o seu empreendimento? Sendo que 17% responderam em até um ano, 42% acima de um ano e até dois anos, 33% acima de dois anos e até três anos, 8% acima de três anos. De acordo com a figura 6, percebe-se que a maior parte das alunas respondeu que acima de um e até dois anos pretendem abrir seu negócio próprio. Verifica-se que a maioria tem pressa em realizar o sonho de ter um negócio próprio. Se considerar as duas faixas com maior resposta, verifica-se que no prazo de um a três anos 42% das alunas pretende empreender. Certamente uma parte dessas alunas entende que é necessário um tempo para iniciar um negócio, como adquirir mais conhecimento ou acumular capital, entre outros requisitos.

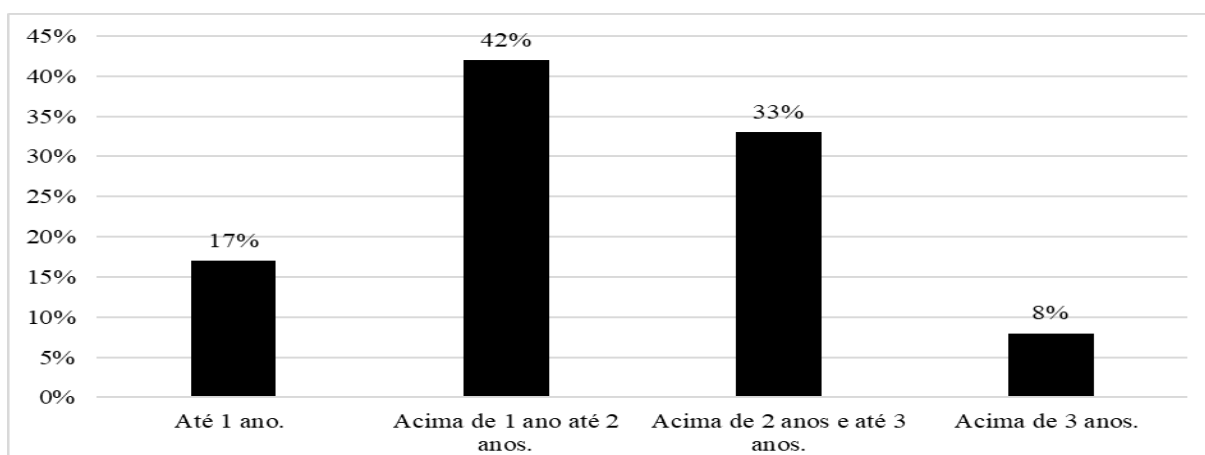


Figura 6. Para você que respondeu sim na questão 5 (Pretende empreender em um negócio próprio) responda: em quanto tempo pretende abrir o seu empreendimento:

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

4.7. Para você que marcou não na questão 5 (Pretende empreender em um negócio próprio) responda o motivo.

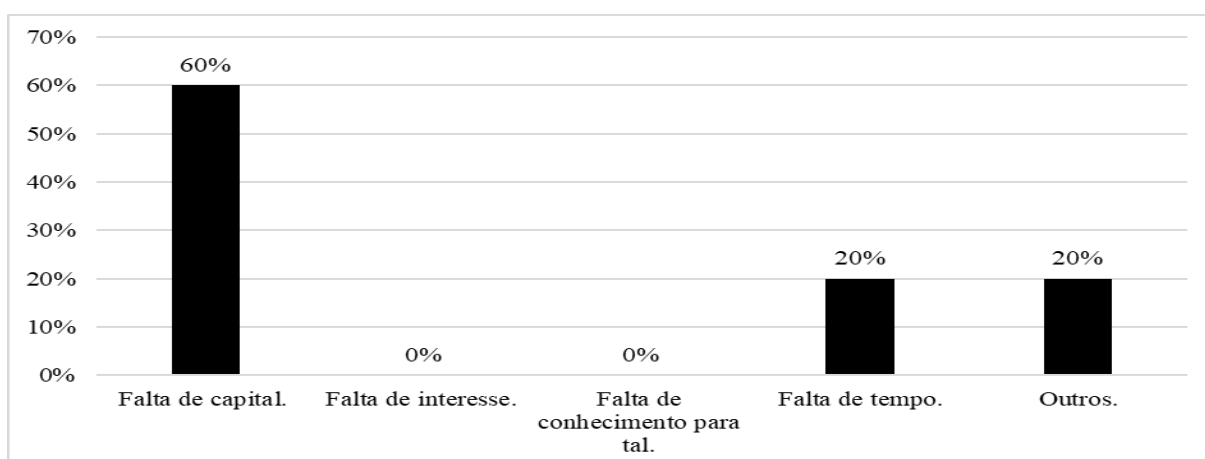


Figura 7. Para você que marcou não na questão 5 (Pretende empreender em um negócio próprio) responda o motivo.

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

Para as alunas que não pretendem empreender, a Figura 7 representa os resultados onde percebe-se que 60% é por falta de capital. Falta de interesse e falta de conhecimento para tal obteve o mesmo resultado de 0%; e falta de tempo e outros, com o mesmo percentual de 20%. De acordo com a Figura 7 o mais elevado motivo para não empreender é a falta de capital.

4.8. Você pretende ser somente empreendedora ou manter essa atividade e se manter como empregada?

A Figura 8 mostra que 38% quer ser somente empreendedora; 21% ser empreendedora e empregada; e 41% ser empreendedora e empregada só num primeiro momento. Pelas respostas obtidas, verifica-se que as alunas do curso de Administração buscam ser empreendedoras e ao mesmo tempo empregadas apenas num primeiro momento, visto que, seguidamente desejam ser somente empreendedoras. Ambas as respostas obtiveram

quase o mesmo percentual. Percebe-se que o interesse por ser permanentemente empreendedoras e empregadas é o desejo da minoria, apenas 21% do total.

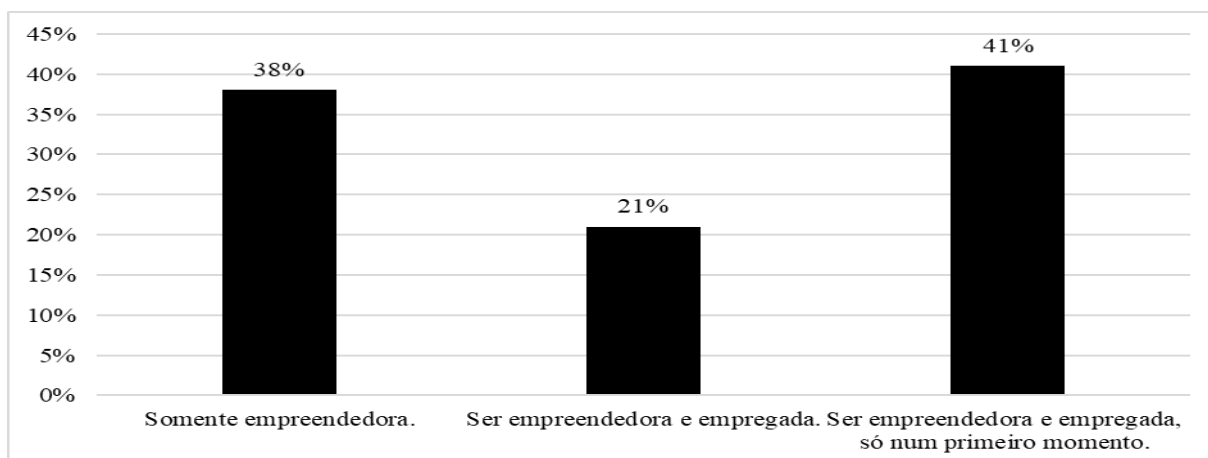


Figura 8. Você pretende ser somente empreendedora ou manter essa atividade e se manter como empregada?

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

4.9. Algum familiar possui negócio próprio?

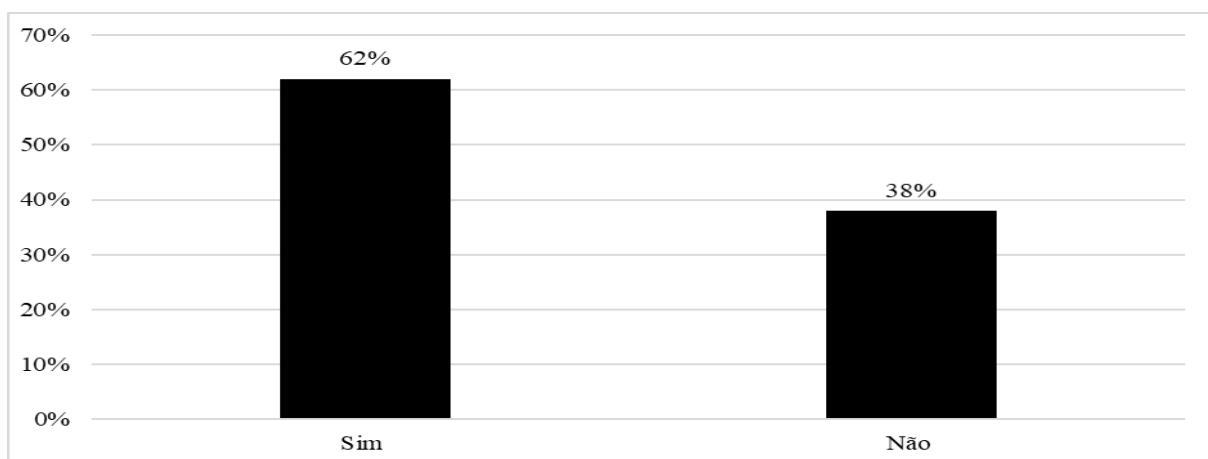


Figura 9. Algum familiar possui negócio próprio?

Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

A figura 9 representa as respostas à pergunta se algum familiar possui negócio próprio, sendo que 62% responderam que sim e 38% responderam que não. Verifica-se que o maior número de resposta é que alguém no grupo familiar possui um negócio próprio. Isso é um dado positivo, uma vez que além de servir de inspiração para iniciar um negócio ter parente com experiência nesse ramo pode servir para colher conselhos sobre o empreendedorismo.

4.10. A Universidade ensina você a empreender?

A figura 10 traz resultados à pergunta se a Universidade ensina as alunas a empreender, sendo que 14% responderam que sim, 17% responderam que não e 69% às vezes. Percebe-se que a maior parte das alunas responderam que às vezes a Universidade ensina empreender. Sendo o ensino do empreendedorismo um dos propósitos do Curso de Administração, esperava-se um melhor resultado para essa questão.

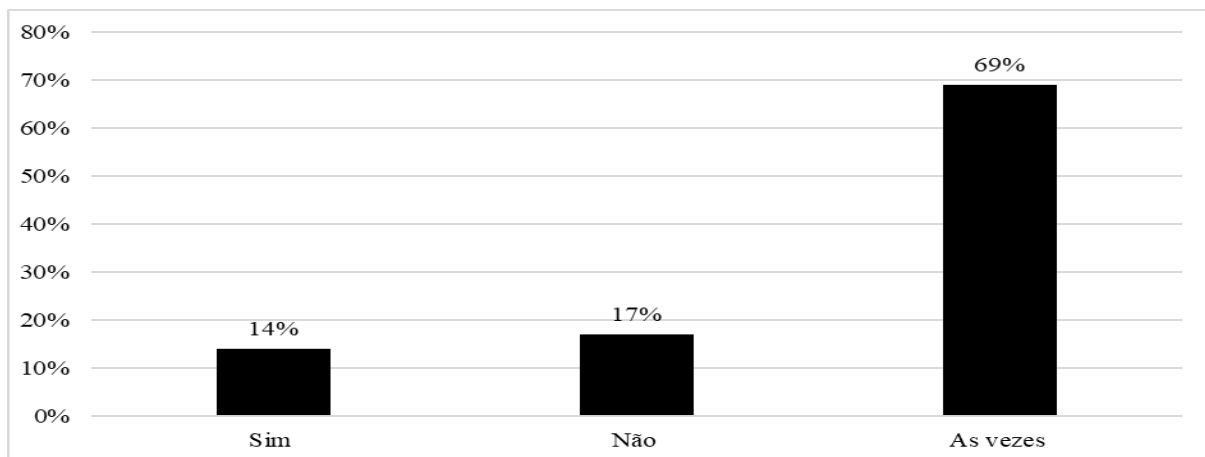


Figura 10. A Universidade ensina você a empreender?
 Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

4.11. A Universidade incentivou em você, por meio alguma atividade ou disciplina, a vontade de empreender?

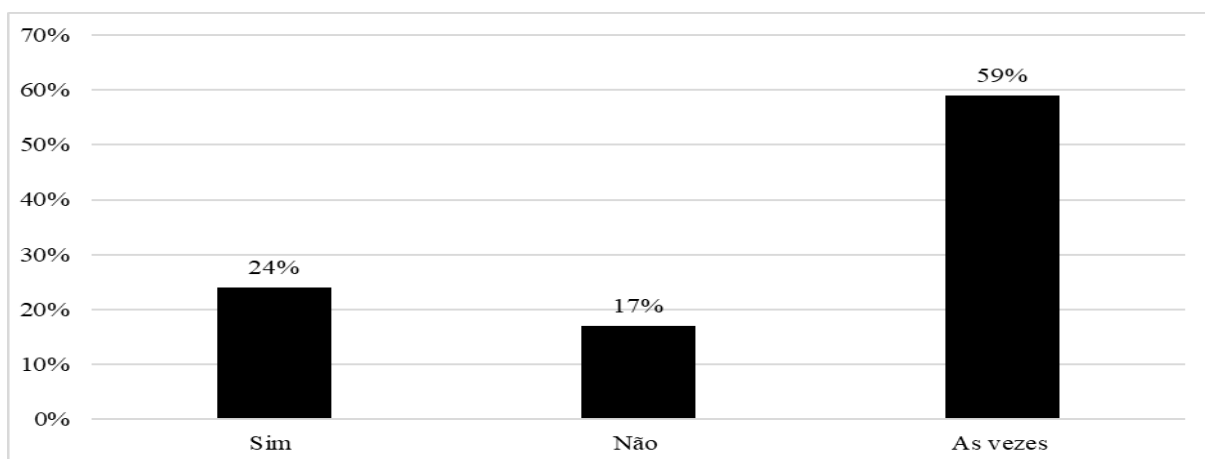


Figura 11. A Universidade incentivou em você, por meio alguma atividade ou disciplina, a vontade de empreender?
 Fonte: Acadêmica Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio (2020)

A Figura 11 demonstra os resultados sobre a questão se a Universidade incentivou as alunas por meio de alguma atividade ou disciplina a vontade de empreender, sendo que 24% responderam que sim, 17% responderam que não e 59% afirmam que às vezes. Essa pergunta guarda estreita correspondência com a questão anterior e percebe-se coerência com as respostas dadas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Com o passar dos anos, por meio de mudanças, necessidades e reivindicações, as mulheres conquistaram seu próprio espaço. Apesar de todos os avanços do empreendedorismo feminino ainda há muito preconceito e discriminação sobre alocação da mulher no mundo dos negócios. Porém, é possível em pesquisas como está que a sociedade está mudando e que o papel da mulher no empreendedorismo está cada vez mais valorizado.

A seguir são comentados os principais resultados da pesquisa. Na figura 3, é apontado

o motivo para realização da graduação, todavia, as respostas demonstram que a maioria das alunas da Puc-Go, 58%, realiza o curso de Administração com o propósito agregado ao empreendedorismo, apontando para o tanto que é oportuno orientar os cursos de graduação nessa área para o desenvolvimento de habilidades e competências em empreendedorismo.

Com a apresentação dos resultados do questionário, demonstrados em forma de gráficos, é possível reconhecer quais são os interesses das alunas da PUC-GO com o empreendedorismo e as dificuldades que encontram para não se tornarem empreendedoras. A figura 5 obteve 73% positivos e deixou claro que grande parte das alunas da PUC-GO têm interesse em ter seu próprio negócio, por sua vez, a figura 6 mostrou que 42% pretendem abrir seu empreendimento com intervalo de um ou até dois anos. Dessa forma, o empreendedorismo é visado para transformar ideias em oportunidades, envolvendo processos e pessoas. A ação de empreender é se alocar em algo inovador, remetente a riscos e também retribuição por essa prática. Por meio da figura 7 identifica-se que o motivo maior para 60% das alunas da Puc-Go não empreenderem é a falta de capital, diante disso, a solução desse impasse pode ser superado, pois existem diversas instituições financeiras que apoiam com empréstimos para abertura de seu próprio negócio. Os governos, nas esferas federal, estadual e municipal possuem programas de promoção e incentivo ao empreendedorismo, alguns com juros subsidiados para o micro e pequenos empreendedores.

É notável na figura 9 que a maioria, 62%, das alunas da PUC-GO tem algum familiar ligado ao empreendimento e isso se torna algo positivo pela vivência e exemplo que as alunas podem receber. Por outro lado, quanto ao ensino e incentivo do empreendedorismo pela Universidade, a figura 10 e 11 mostram expressivo percentual acumulado para negar e para a resposta às vezes, em contraste com a resposta afirmativa de 14% e 24%, respectivamente.

O presente trabalho cumpriu seu propósito, uma vez que o objetivo proposto foi o de demonstrar o interesse das alunas do curso de administração em abrir seu próprio empreendimento. Este trabalho pode auxiliar no desenvolvimento de novas pesquisas relacionando ao empreendedorismo e gestão feminina.

A grande dificuldade desta pesquisa foi a coleta de resultados do questionário onde o processo para distribuição do questionário foi dificultoso. Não teve como passar o questionário somente para as pessoas que faziam parte da amostra, tendo que distribuir para todos os alunos(as) do curso de administração 2020/2. Com isso, foi necessário filtrar as respostas do questionário de acordo com a exigência da amostra referente à pesquisa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Administração no Brasil. Brasília, 2009. Disponível em: < <http://www.cfa.org.br>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO D. K. **Empreendedorismo: conceitos e definições. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1 n. 1, p. 25-38, 2014.

BOLINA, Laís. **Empreendedorismo Feminino: o papel da mulher no mundo dos negócios.** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 30 mar. 2020.

BOLSON, Saionara Branco; OLIVEIRA Lúbia Maria Paiva de. **Empreendedorismo Feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios**. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*. Disponível em: <<http://revistafarol.com.br/index.php/farol/article/view/229>>. Acesso em: 17 maio. 2019.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO (CFA). Disponível em: <<https://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>>. Acesso em: 03 out. 2020.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. São Paulo: De Cultura. 2010.

DOLABELA, Fernando Celso. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DORNELAS, J. C. A. (2008). **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2012.

Empreendedorismo feminino e gestão feminina. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/401/1/EmpreendedorismoFemininoGest%c3%a3o.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2020.

FERNANDES, J. A. T.; CAMPOS, F. de; SILVA, M. O. da. (2013). Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, junho de 2013. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>>. Acesso em: 25 de set. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2016). **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2020.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2017). **Report on Women’s Entrepreneurship. Boston: The Fenway Group**. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2020.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2018). **Empreendedorismo no Brasil. IBPQ**. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2020.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO., U. P.; MARTINS, G. M. F. **Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa**, *Revista Brasileira de Gestão*

Negócio, v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas**. Recife: Bagaço, 2000. Disponível em: <http://periodicos.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/1152/pdf_83>. Acesso em: 16 ago. 2020.

LIMA, M. de O.; SANTOS, S. de A.; DANTAS, A. de B. **Propensão ao Empreendedorismo dos Alunos do Ensino Fundamental: um Estudo Comparativo com alunos de 7ª e 8ª séries, entre Instituições de Ensino Municipais e Privadas de Maceió**. Anais do XXX ENANPAD- Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, set. 2006, Salvador/BA, Brasil.

MACHADO, H. P. V.; GAZOLA, S.; ANEZ, M. E. M. **Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em natal, Rio Grande do Norte**. *Ram, Rev. Adm. Mackenzie*, v. 14, n. 5 p.177-200, 2013.

MACHADO, H. V., St-Cyr, L., Mione, A., & Alves, M. C. M. (2003). **O Processo de Criação de Empresas por Mulheres**. *Revista de Administração Eletrônica*, 2(2),1-22. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_serial&pid=1676-5648&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 23 out. 2020.

MACHADO, H.P.V. **Tendências do Comportamento Gerencial da Mulher Empreendedora**. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. Foz do Iguaçu, 1999.

Negócio. v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/10239/2/Bruna_Azevedo_Rocha.pdf>. Acesso em: 06 set. 2020.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

TONELLI, M. J; BETIOL, M. I. S. **A Mulher Executiva e Suas Relações de Trabalho**. *Revista de Administração de Empresas*. Vol. 31, No. 4: 17-33, 1991.

TURRONI, J. B.; MELLO, C. H. P.; **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção: estratégias, métodos e técnicas para condução de pesquisas quantitativas e qualitativas**. 191p. Pós-Graduação em Engenharia de Produção – Universidade Federal de Itajubá – UNIFEI, Itajubá, 2012.

ZARPELLON, Sérgio Cristóvão. **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional**. Pág. 47 a 55. REVISTA IBEROAMERICANA DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMÍA, 2010.

RESOLUÇÃO n° 038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio do Curso de Administração, matrícula 20171002302815, telefone (62) 981055006 e-mail inathalia@outlook.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Empreendedorismo Feminino: um estudo sobre a relevância de empreender das alunas da Pontifícia Universidade Católica de Goiás gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 10 de dezembro de 2020.

Assinatura do(s) autor(es): *Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio*

Nome completo do autor: Nathalia Karolyna Oliveira Sampaio

Assinatura do professor-orientador: *[Assinatura]*

Nome completo do professor-orientador: Ovídio Alberto Rodriguez Laraich