



---

ISSN Eletrônico: **2525-5908**

[www.revistafarol.com.br](http://www.revistafarol.com.br)

ISSN Impresso: **1983-1633**

**Perfil empreendedorismo das acadêmicas do curso de Administração da UNIR  
do Campus de Cacoal - RO**

Vanuza Nogueira Lisboa

Marcos Tadeu Simões Piacentini

## **Perfil empreendedorismo das acadêmicas do curso de Administração da UNIR do Campus de Cacoal - RO**

Vanuza Nogueira Lisboa<sup>1</sup>

Marcos Tadeu Simões Piacentini<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente estudo tem por objetivo avaliar o perfil empreendedor das mulheres matriculadas no curso de Administração da UNIR Campus Cacoal-RO. Para tanto, foi utilizado o método de abordagem quantitativa com aplicação survey, tendo sido utilizado um modelo elaborado por Dornelas (2007). Foi utilizado a plataforma do Google Formulários para facilitar a análise dos dados. Pode-se concluir que o nível de empreendedorismo entre as participantes da pesquisa foi elevado, destacando-se que os maiores escores foram atribuídos às pessoas com mais idade dentre a amostra pesquisada.

**Palavras-chave:** Perfil; Empreendedor; Pesquisa.

## **Entrepreneurship profile of students from the UNIR Administration course at the Cacoal Campus - RO**

**ABSTRACT:** This study aims to evaluate the entrepreneurial profile of women enrolled in the Administration course at UNIR Campus Cacoal-RO. For that, the method of quantitative approach with survey application was used, having been used a model elaborated by Dornelas (2007). The Google Forms platform was used to facilitate data analysis. It can be concluded that the level of entrepreneurship among the research participants was high, highlighting that the highest scores were attributed to the oldest people among the surveyed sample.

**Keywords:** Profile; Entrepreneurship; Research.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Administração da Universidade Federal de Rondônia UNIR. E-mail: vanusalisbo@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestre em Administração. Professor da Universidade Federal de Rondônia - UNIR, Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles, Cacoal, Rondônia, Brasil. Membro Colaborador do Grupo de Estudos e Pesquisa em Administração de Cacoal da Universidade Federal de Rondônia (GEPAC / UNIR / CNPq), Brasil. E-mail: marcos.piacentini@unir.br.

## 1 INTRODUÇÃO

Muitas questões que envolvem a população feminina ainda perduram sem solução e sem perspectiva de melhora para os próximos anos. A inserção das mulheres no mercado de trabalho é apenas uma delas, historicamente pode ser observado o quanto o caminho para o sucesso profissional feminino tem sido doloroso.

Porém, é claramente observável que o cenário tem sofrido mudanças significativas no que diz respeito ao reconhecimento por parte da sociedade da importância de se valorizar o trabalho feminino. Uma vez que a mulher atuando no mercado de trabalho contribui muito para a ascensão econômica da sociedade, pois a mulher quando inserida no mercado de trabalho não se torna simplesmente uma contribuinte para a renda familiar, ela passa a se preocupar em se aprimorar cada vez mais, com o objetivo de ter uma qualificação adequada para atuar no mercado de trabalho.

Ao contrário do que se possa parecer as mulheres quando objetiva o mercado de trabalho elas não querem ser iguais aos homens e sim que seus direitos sejam respeitados assim como os dos homens. Tendo em vista que desde os primórdios da inserção da mulher no mercado, um dos motivos para sua mão de obra ser requisitada foram os baixos salários que eram pagos a elas pelo desempenho em suas funções. Essa desigualdade foi ficando menor ao longo do tempo, porém mesmo elas sendo mais escolarizadas do que os homens, ainda existe uma diferença salarial entre si

Em busca de uma situação profissional onde pudessem ser reconhecidas pelos seus esforços e de obterem sua independência financeira, muitas mulheres se lançam no mercado como empreendedoras. Tornando-se donas dos seus próprios negócios, mas o fato de obterem sucesso e reconhecimento profissional no empreendedorismo isso não significa que elas não passem por dificuldades. Ainda mais se comparar com os homens que são empreendedores.

As dificuldades vão desde a área de atuação até às linhas de financiamento oferecidos pelo mercado para quem atua como empreendedor. O fato é que a mulher desde sempre e em qualquer época sempre teve que buscar seu lugar no mercado de trabalho e com o empreendedorismo tiveram a oportunidade de muitas vezes trabalharem em casa, podendo assim flexibilizar o seu horário de trabalho.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 BREVE HISTORICO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

A mulher vem ao longo da história trilhando o seu caminho no mercado de trabalho, porém ainda hoje se veem às voltas com vários pontos negativos a serem superados. Haja vista que a inserção da mulher no mercado de trabalho é um fenômeno que vem acontecendo de forma gradativa e se deve a diversos fatores.

De acordo com (CARVALHO,2017) desde os primórdios as mulheres já participam do mercado de trabalho, sendo do trabalho doméstico, cooperativo ou rural, e com o passar do tempo a parcela feminina da sociedade, começa a se interessar pelo trabalho assalariado, seja por necessidade ou pela busca da liberdade, e começou a ingressar nas empresas. Esse trajeto teve início na Inglaterra e se espalhou pela França, a partir daí surgiram as operárias em grandes escalas.

Apontado também como marco para entrada da mulher no mercado de trabalho é a Revolução Industrial, (LUZ, 2019) afirma que foi a época, em que as indústrias se fortalecem cada vez mais, e como um dos efeitos do capitalismo e das condições da infraestrutura social, foram sentidos com muita intensidade. Pois a Revolução Industrial, trouxe junto com o desenvolvimento industrial o empobrecimento dos trabalhadores, a partir daí as famílias viram-se atingidas pela mobilização da mão de obra da mulher e das crianças nas fábricas. Com isso, as desigualdades entre as classes sociais foram analisadas de modo que o pensamento humano não questionou em aceitar a existência de um sério problema social.

Continuando seus esclarecimentos a autora lembra que é de extrema importância destacar que as más condições de trabalho, principalmente as vividas pelas mulheres e pelos menores eram das mais insalubres possíveis à época. E foi durante a fase da industrialização que o trabalho feminino se tornou mais vantajoso para os empregadores, que foi muito utilizado, deixando a mão de obra masculina de certa forma em segundo plano. Porém a utilização da mão de obra feminina ganhou destaque junto às indústrias principalmente devido aos baixos salários que eram pagos a elas e também pelo fato de que as máquinas reduziram os esforços

físicos tornando possível a utilização das meias forças, isto é, das mulheres e dos menores, e esses não estavam preparados para reivindicar.

## 2.2 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO

Não é de hoje que a mulher vem atuar no mercado de trabalho, porém sem ter o merecido reconhecimento, no entanto esse cenário vem dando sinais de mudança. Assim como em outros lugares do mundo a inclusão da mulher no mercado de trabalho no Brasil, se deve a inúmeros fatores. E apesar das dificuldades que elas enfrentaram ao longo dos anos, pode ser observado que elas vêm conquistado cada vez mais espaço para atuarem como profissionais em funções que eram dominadas pelos homens.

Indo mais além (VASCONCELOS,2010) afirma que ao longo dos anos o contexto histórico da inserção mulher no mercado de trabalho no Brasil tem um crescimento a partir de meados do século XIX, também em partes devido ao crescimento industrial e a urbanização do país. Tendo em vista que a partir dessa época até as primeiras décadas do século seguinte grande parte dos trabalhadores do Brasil era de mulheres e crianças imigrantes por serem mão de obra de pouco custo.

VASCONCELOS (2010) lembra que naquela época, o governo brasileiro tinha como política atrair o maior número possível de imigrantes principalmente os europeus, substituindo assim a mão de obra escrava. Desse modo as mulheres brasileiras pobres e especialmente as negras mesmo depois da abolição escravagista continuaram a atuar em postos de trabalho desqualificados e recebendo salários muito baixos e em péssimas condições de trabalho, ocupavam principalmente cargos como empregadas domésticas, cozinheiras, lavadeiras entre outras.

Diante desses fatos a autora observa que as mulheres nunca foram alheias ao trabalho e em qualquer época e lugar elas sempre foram e são contribuintes significativas para a subsistência da família, para o crescimento e fortalecimento da economia e para o crescimento e aprimoramento da mão de obra, nos diversos segmentos do mercado.

É importante ressaltar que a participação feminina no mercado de trabalho, vêm sofrendo várias mudanças no decorrer dos anos e (FRAGOSO,2017) aponta que pesquisas

recentes mostram um fenômeno que não obedece a fronteiras. Cresce a passos largos o número de mulheres em postos diretivos nas empresas. Essa elevação se dá em vários países, de maneira semelhante, como se houvesse um silencioso e pacífico movimento das mulheres no sentido da inclusão qualificada no mundo do trabalho.

Observando ainda sobre essa questão o autor traz resultados de estudos onde diz que no Brasil, as mulheres são 41% da força de trabalho, mas ocupam somente 24% dos cargos de chefia. Em 2015, o balanço anual da Gazeta Mercantil revela que a parcela de mulheres nos cargos executivos das 300 maiores empresas brasileiras subiu de 8%, em 1990, para 13%, em 2000. No geral, entretanto, as mulheres brasileiras recebem, em média, o correspondente a 71% do salário dos homens. Essa diferença é mais acentuada nas funções menos qualificadas. No topo, elas quase alcançam os homens.

Com relação as funções mais atribuídas a elas o autor esclarece que os estudos mostram que as mulheres são mais requisitadas para as funções de rotina. Dados de uma pesquisa recente feita por grupos de recrutamento e seleção de pessoas, apontaram que as mulheres conquistam cargos de direção mais cedo. Tornam-se diretoras, em média, aos 36 anos de idade. Os homens chegam lá depois dos 40. Porém, essas executivas ganham, em média, 22,8% menos que os homens, mas as perspectivas são de que essa diferença nos ganhos tende a diminuir em um futuro não muito distante.

Colaborando para o entendimento do ingresso da mulher no mercado de trabalho brasileiro (OST, 2019) mostra que a história da mulher no mercado de trabalho no país, está baseada principalmente sobre dois aspectos fundamentais: a queda da taxa de fecundidade e o aumento no nível de instrução da população feminina. De modo que esses fatores vêm acompanhando de forma gradativa, a crescente inserção da mulher no mercado e a elevação de sua renda. E para definir sua posição no mercado de trabalho, a mulher tem adiado cada vez mais seus projetos pessoais, incluindo a maternidade.

O autor frisa ainda que a redução no número de filhos é um dos principais motivos que tem colaborado para facilitar a presença feminina no mercado de trabalho, pois com um número menor de filhos, as mulheres conseguem conciliar melhor o papel de mãe e trabalhadora, pois o trabalho assalariado passou a ser tão importante quanto à maternidade. Em se tratando de evolução do mercado de trabalho feminino, o crescimento é constante.

### 3 EMPREENDEDORISMO

Neste capítulo será observado brevemente a evolução do termo empreendedorismo ao longo da história, uma análise superficial acerca do mercado para as pessoas que empreendem e algumas características que os empreendedores carregam consigo, para tanto serão apresentados os pontos de vista de alguns autores.

O termo empreendedor é permeado por várias especulações acerca de sua origem e (VALE,2014), diz que os primeiras achados com menção sobre o termo empreendedor surgiram na França, no século XVIII. Relata que outro exemplo da palavra empreendedor encontrado é datado de 1709. Mas a palavra, utilizada com o significado de alguém que comanda uma empresa, teria surgido em 1770, com Abbé Galiani. E com base no que foi escrito por Saint Simon, após 1823, é que teve uma maior visibilidade. Na língua francesa, existem diferentes registros sobre a utilização do conceito do empreendedor, como observado pelo autor, o dicionário da língua francesa, organizado por Littré em 1889, refere-se à palavra *entrepreneur* (empreendedor) denominando aquele que empreende algo.

Esse conceito teria tido sua formação ainda na Idade Média, a partir do contexto da evolução natural da língua francesa, o verbo *entreprendre*, sugere a ideia de se fazer alguma coisa. No entanto durante o século XVI, a figura do empreendedor ficou muito associado a área militar, porém no século XII houve uma evolução onde o termo foi utilizado para denominar a pessoa que tinha atividades com alto grau de risco, que atuava por exemplo na política, guerra, justiça e dinheiro (VALE,2014).

Historicamente o termo empreendedor já podia ser observado e (ALFREDO,2009) conceitua a palavra empreendedor como sendo derivada da palavra *entrepreneur*, que foi usada pela primeira vez no século XII pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o “indivíduo que assumia riscos”. Embora a palavra tenha surgido há alguns séculos, a origem do empreendedorismo se perde no tempo. Se considerarmos a evolução humana, pode-se dizer que o homem primitivo já possuía características empreendedora, uma vez que já usava de estratégias de caça e sobrevivência diante das adversidades da época.

Empreendedor é aquele que tem uma visão privilegiada da situação, e fazendo de determinadas situações oportunidades para grandes empreendimentos, para Dornelas (2001)

as características fundamentais para um empreendedor de sucesso são: iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; utiliza a criatividade para através dos recursos disponíveis transformar o meio onde atua; está preparado e não teme correr riscos pois sabe da possibilidade de fracasso. Para ele, empreendedores são pessoas diferenciadas, que enxergam além do seu tempo e não vieram nesse mundo à toa eles não são, só mais um vivendo nessa época possuem motivação singular; ou seja, querem deixar a sua marca na história, por isso não deixam as oportunidades escaparem por entre os dedos.

Reforçando o significado do termo “empreendedorismo” (BUENO,2016) diz que é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Podendo ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto positivo no cotidiano das pessoas, observando ainda que segundo o teórico Joseph Schumpeter, o empreendedorismo está diretamente associado à inovação. O autor enfatiza também que o empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações, como a introdução de um novo bem, método de produção ou comercialização e até a abertura de novos mercados. Isso significa que “a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das oportunidades no âmbito dos negócios.

De acordo com CHIAVENATO (2004), o espírito empreendedor fica em primeiro plano, pois focaliza oportunidades, enquanto os problemas são secundários, cada um dos grandes construtores de empresas que conhecemos, tinha uma ideia definida, e uma clara 'teoria do negócio', a qual fundamentava todas as suas decisões e ações, pois via a própria empresa como uma instituição empreendedora.

Fazendo ainda uma análise acerca das características do empreendedor, (SOUZA; GUIMARÃES, 2005), diz que as características que melhor exploram o uso do conhecimento empreendedor identifica-se quatro dimensões para esse conhecimento são elas: observação às oportunidades do ambiente, conhecer seus clientes, concorrentes e o ambiente externo; analisar com frequência os dados, atenção especial ao estudo de novas opções obtidas em resposta ao que aprendeu; suporte técnico a novos projetos e o investimento de tempo para testes e inovação; e tolerância ao risco, desenvolvimento de novas ideias e estímulo as pessoas a darem sugestões e correrem riscos.



Seguindo nessa linha de análise (GEBRAN; NASSIF,2010) afirma que o empreendedor deve ser um elo para o desenvolvimento, com a geração, expansão e renovação de empresas que buscam oportunidades, o empreendedor é um ser que tem a capacidade de como influenciar sua equipe a fazer o que é mais útil e seguro para a empresa. O empreendedor como líder está preparado para perceber tendências emergentes no ambiente, com diversos tipos de informações e ajustado às percepções e à direção em que caminham as forças ambientais.

### 3.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Com essa seção objetiva-se fazer uma breve observação acerca das dificuldades e da oportunidade que muitas mulheres têm de empreender, tanto dentro das empresas como em seus próprios negócios. No Brasil as mulheres estão cada vez mais se lançando nesse mercado, por inúmeros fatores, o fato é que elas vêm tendo cada vez mais sucesso como empreendedoras. Buscando cada vez mais especializações, como forma de conseguirem melhorar seu desempenho como empreendedoras.

Tendo em vista que a motivação tanto para homens quanto mulher empreender são variados, (OSÓRIO,2019) diz que pesquisas revelam que o empreendedorismo feminino é movido por fatores muitas vezes diferentes daqueles observados entre os homens. A motivação financeira sem dúvida é uma delas, porém não é o fator determinante, pois elas preferem atividades que as traga satisfação pessoal. Um outro fator que também é apontado por muitas para entrarem no empreendedorismo é a vontade de impactar a sociedade de forma positiva oferecendo algo novo e que faça a diferença na vida das pessoas.

Para um maior entendimento acerca da evolução histórica do papel da mulher na sociedade, (BOLSON; OLIVEIRA,2018) diz 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.

O autor destaca que um estudo do Sebrae (2013), mostra que a mulher vem ganhando cada vez mais espaço no empreendedorismo tem contribuído e gerado ganhos para economia do país. Sendo esse fenômeno se tornado interesse de muitos pesquisadores referente ao papel da mulher como dona de negócios. O autor enfatiza que é necessário destacar que o estudo sobre o empreendedorismo feminino não se limita na inserção da mulher no mercado com a finalidade de aumentar a renda familiar, trata-se, de buscar melhores condições de progresso profissional para elas.

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 tem construído verdadeiros impérios ou conquistado posições de destaque em grandes empresas, com cargos de liderança que a alguns anos eram predominantemente ocupados por homens.

O autor ressalta ainda que resultados de uma pesquisa realizada pelo Sebrae em 2014 onde foi constatado que 51,2% dos novos empreendimentos criados todos os anos são feitos por mulheres e dentre os consolidados 42,3% são chefiados por elas, porém muitas mulheres ainda enfrentam dificuldades específicas ao gênero quando seguem carreiras ligadas a negócios e empreendedorismo.

Sabe-se que empreender não é uma tarefa muito fácil, e quando o assunto é empreendedorismo feminino as dificuldades ficam mais acentuadas e de acordo com (BITTENCOURT,2016), iniciar um negócio, e passar por todo o processo de desenvolvimento e conseguir se manter no mercado e tão desafiador hoje quanto no passado isso se deve em

partes ao avanço e a rapidez com que a tecnologia surge e impacta a forma de fazer negócio e de consumir e no aumento da concorrência.

Para as mulheres os desafios são basicamente os mesmos de qualquer empresário, porém tende a enfrentar dificuldades maiores simplesmente pelo fato de ser mulher. Pois ainda vivemos em uma sociedade onde elas sofrem algum tipo de preconceito, e no meio empresarial isso acontece de forma mais acentuada. Dentre os maiores desafios enfrentados pelas mulheres um dos mais comuns é o de conciliar a vida pessoal com o empreendimento e outro é o preconceito, ela ainda enfrenta discriminações no mundo empresarial e, com isso, fazer o seu negócio próprio prosperar pode ser muito mais desafiador, principalmente se a clientela de seu negócio for outras empresas e não o cliente final (BITTENCOURT,2016).

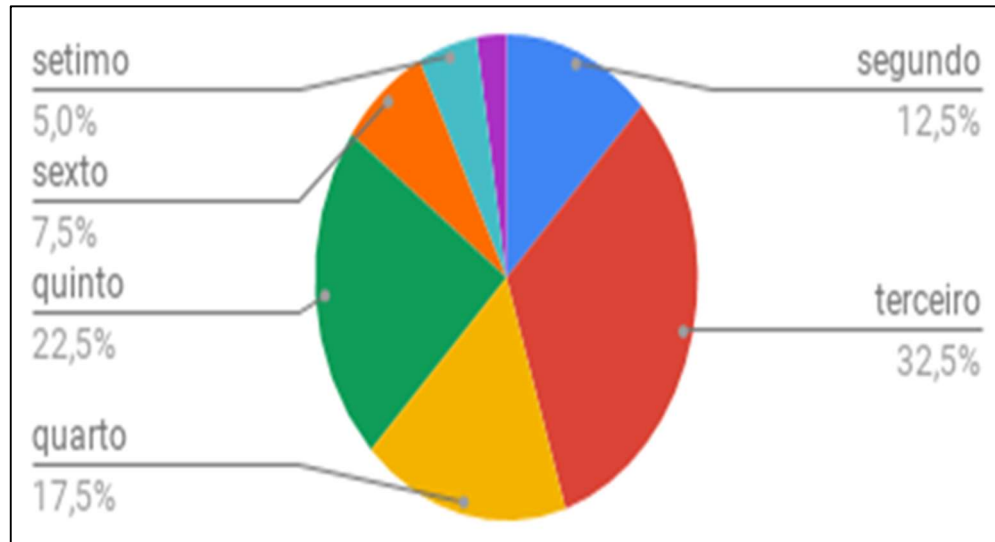
#### **4 METODOLOGIA**

Neste capítulo será apresentado a metodologia utilizada na pesquisa que conforme afirma RUIZ (2011), metodologia pode ser descrita como sendo o conjunto de etapas, processos e técnicas empregados pela ciência para formular e resolver problemas. Tornando-se assim o campo em que se estuda os melhores métodos praticados em determinada área para a produção do conhecimento. Dessa forma a presente pesquisa foi elaborada a partir de pesquisa bibliográfica, que de acordo com SEVERINO (2015) a pesquisa bibliográfica é concebida através de registros disponíveis de pesquisas anteriores, tais como livros, artigos, teses entre outros. Tendo-se utilizado também o estudo descritivo que de acordo com SANTOS (2005) é a descrição das características de uma determinada população e suas variáveis.

##### **4.1 Sujeitos da Pesquisa**

O referido estudo foi elaborado com intuito de avaliar o perfil empreendedor das acadêmicas do curso de Administração da UNIR campus Cacoal. Tendo como conceito na visão de RUIZ (2011) que o sujeito de uma pesquisa pode ser definido como a pessoa, o fato ou o fenômeno sobre o qual se quer saber algo. Sendo assim, para essa pesquisa foram analisados os perfis de 40 acadêmicas do referido curso, estando elas matriculadas entre o 2º e 8º períodos da instituição. O gráfico 1 mostra a distribuição das acadêmicas nos seus respectivos períodos de matrícula.

Gráfico 1 - Distribuição das acadêmicas por período



Fonte: Dados da pesquisa

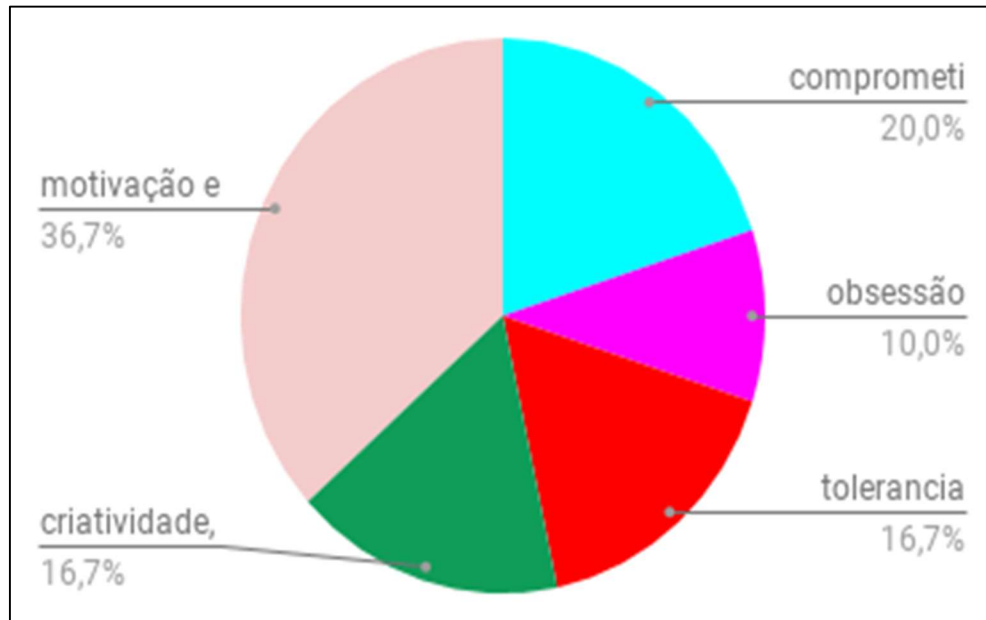
#### 4.2 COLETA DE DADOS

Como forma de coletar os dados do referido estudo foram utilizados como instrumento de pesquisa o questionário, que SEVERINO (2015) define como sendo um conjunto de questões de forma sistemática e articulada, que tem por objetivo fazer um levantamento de informações escritas por parte dos sujeitos da pesquisa, com a finalidade de conhecer a opinião das mesmas em relação aos fenômenos estudados. O estudo se baseou no empreendedorismo feminino, com o objetivo de analisar o perfil empreendedor das mulheres do curso de Administração da Universidade Federal de Rondônia campus de Cacoal-RO.

Através de questionário distribuído as acadêmicas do 2º ao 8º período do referido curso, entre os dias 30 a 31 de maio de 2019, denominado Teste Perfil Empreendedor das Mulheres do curso de Administração da UNIR campus Cacoal-RO. Sendo o referido questionário um modelo disponibilizado por DORNELAS (2007). No qual são apresentadas trinta questões de múltipla escolha sendo oferecidas as opções excelente (5 pontos), bom (4 pontos), regular (3 pontos), fraco (2 pontos) e insuficiente (1 ponto), no qual pode ser avaliado o comprometimento

e determinação, obsessão pelas oportunidades, tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas, criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação e por fim motivação e superação. Para uma visão mais ampla as questões foram distribuídas conforme mostra o gráfico 2.

Gráfico 2 – Distribuição das questões



Fonte: Dados da pesquisa

#### 4.3 Técnicas Para Análise Dos Dados

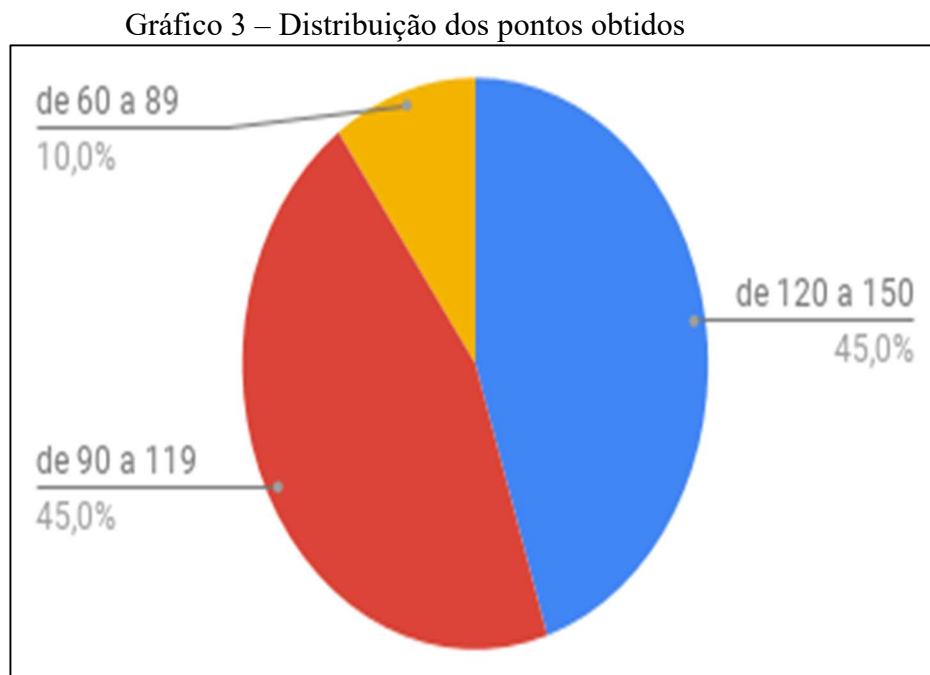
De posse dos questionários que foram recolhidos junto as acadêmicas, os mesmos foram tabulados em tabelas por meio do aplicativo GOOGLE PLANILHAS para maior precisão e facilidade na análise dos dados que de acordo com SANTOS (2016) a análise de dados nada mais é que a transformação de números em informação, em significado e em solução de problemas, para facilitar a compreensão e entendimento dos mesmos.

Em seguida, foram somadas as notas dos questionários, a qual foi realizada em conformidade com as orientações descritas no mesmo. Posteriormente ao somatório das notas obtidas nas cinco sessões e finalizando com a soma final dos pontos de todas as sessões obtendo assim a pontuação necessária para avaliar o perfil empreendedor das acadêmicas.

## 5 ANALISE DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa que tem como finalidade atingir o objetivo da pesquisa que se baseia em identificar o perfil empreendedor das acadêmicas do curso de Administração da UNIR campus de Cacoal-RO. Para a realização da pesquisa foi utilizado um questionário de perfil empreendedor elaborado por Dornelas (2007) contendo 30 questões divididas em cinco sessões.

No qual foi possível observar as principais características empreendedoras das participantes da pesquisa sendo observadas as semelhanças como também as diferenças existentes em cada questionário analisado. O gráfico 3 mostra a distribuição dos pontos obtidos.



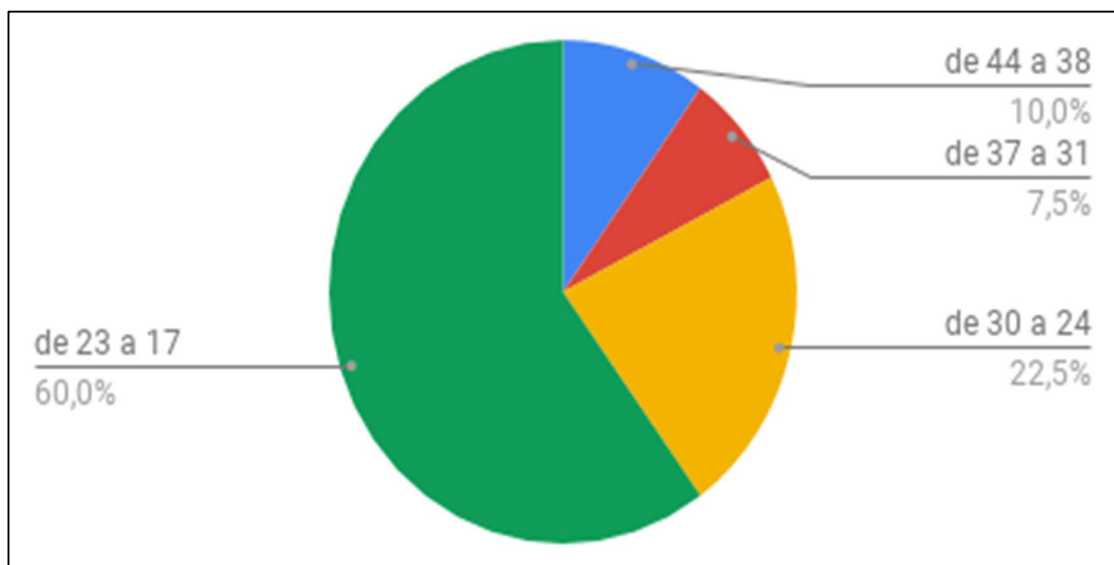
Fonte: Dados da pesquisa

A análise da pontuação segue o critério elaborado por DORNELAS (2007), onde para a pontuação alcançada 120 a 150 pontos: Revela que provavelmente já é um empreendedor, possui as características comuns aos empreendedores e tem tudo para se diferenciar em sua organização. 90 a 119 pontos: Possui inúmeras características empreendedoras e por vezes age como um, contudo pode se aprimorar mais aprendendo a equilibrar os pontos que são fracos com os pontos fortes.

60 a 89 pontos: Ainda não é muito empreendedor e possivelmente aconteça de na maioria das vezes se comportar como um administrador tradicional e não um “como alguém que faça”. Para se diferenciar e mostrar atitudes empreendedoras, é necessário analisar os principais pontos fracos e trabalhar com estratégias pessoais para que seja possível sanar essa deficiência. Menos de 59 pontos: Não é empreendedor e, se continuar a agir como age dificilmente será um. Isso não significa que não tenha qualidades, apenas que prefere seguir a ser seguido. Se sua posição na empresa exigir um perfil mais empreendedor, reavalie sua carreira e seus objetivos pessoais.

Dessa forma foi possível avaliar a perfil da acadêmicas analisando num primeiro momento a idade, depois a pontuação em relação a idade e pôr fim a pontuação geral. O gráfico 4 mostra a faixa etária das acadêmicas pesquisadas.

Gráfico 4- Idade das acadêmicas

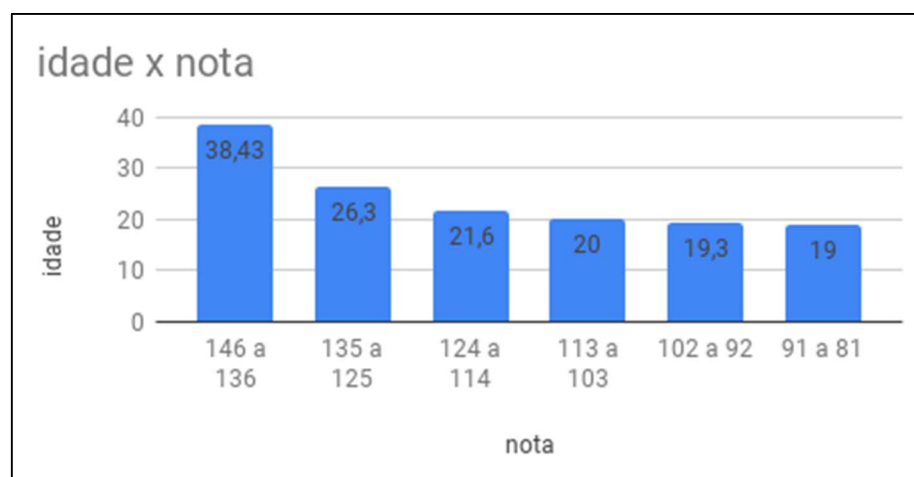


Fonte: Dados da pesquisa

Foi observado que 60% das acadêmicas entrevistadas tem entre 23 e 17 anos, 22,5% tem entre 30 e 24 anos, 7,3% tem entre 37 e 31 anos e 10% tem entre 44 e 38 anos, podendo observar que o universo pesquisado tem uma variação de idade significativa, porém a maioria é de jovens.

Num segundo momento foi observada a pontuação alcançada através do questionário para se avaliar a relação do resultado da pontuação com a idade das acadêmicas. Para visualizar os resultados com mais clareza os números foram expostos no gráfico abaixo.

Gráfico5 - Comparação idade/nota



Fonte: Dados da pesquisa

Outra característica que pode ser observada é que quanto maior a faixa, melhor foi o desempenho com relação a pontuação do teste. Na análise do Comportamento e Determinação 46,5% obtiveram a classificação excelente, 33,5% a classificação bom, 18% com resultado regular e 2% com a classificação de fraco. Já na sessão que analisa a Obsessão pela Oportunidade das quarenta que participaram da pesquisa 35,7% alcançaram o resultado excelente, 27,3% o resultado bom, 24,7% o resultado regular, 11% o resultado fraco e 1,3% o resultado insuficiente.



Para a sessão Tolerância ao Risco a pontuação apresentou o seguinte resultado 22,8% excelente, 41,6% bom, 25,6% regular, 7,9% fraco e 2,1% insuficiente. Quando foram analisados os dados da sessão Criatividade, Autoconfiança e Habilidade de Adaptação os números foram: 47,8% excelente, 22,5% bom, 17,7% regular, 10% fraco e 2% insuficiente. E por fim para a sessão Motivação e Superação 50,18% excelente, 35,28% bom, 12,24% regular e 2,3% fraco.

O modelo do questionário elaborado por Dornelas (2007), propõe ao final que as participantes defina seus principais pontos fracos e os pontos fortes, e que trace estratégias que possa levar a extinção dos mesmos, e o estabelecimento de metas e prazos para que os objetivos sejam alcançados, porém essa etapa foi excluída da pesquisa por se tratar de um plano estratégico e particular de cada uma das participantes para que sejam sanadas dificuldades pessoais, tendo em vista que o objetivo do presente estudo é avaliar o perfil do universo pesquisado.

Pôde-se observar que em termos gerais as acadêmicas do curso de Administração da UNIR campus Cacoal-RO, em sua maioria possui grande potencial empreendedor, trazendo consigo várias das principais características comuns dos empreendedores, tais como criatividade, persistência, visão ampla dentre outras. Observou-se também que em se tratando do perfil em relação a idade as com mais idade obtiveram uma maior pontuação, podendo ser avaliado como possível causa a experiência pessoal de cada uma, como também a maturidade e firmeza nas decisões a serem tomadas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo teve num primeiro momento, como foco apresentar um breve histórico acerca da inserção da mulher no mercado de trabalho as conquistas e as dificuldades enfrentadas por elas ao longo da sua jornada histórica na busca por igualdade profissional e de gênero. Para tanto foram usados conceitos envolvendo o tema partindo da abordagem de vários

estudos já realizados por diversos autores. Onde é mostrado que a trajetória da mulher face ao mercado de trabalho tem sido árdua, porém nos últimos anos esse cenário começa a dar sinais de mudança. Uma vez que a mulher por característica natural do seu gênero é bastante resiliente.

Num segundo momento apresentar conceitos e características acerca do empreendedorismo no Brasil fazendo um breve relato sobre o tema, tendo como foco central o empreendedorismo feminino, no qual foi elaborado o perfil empreendedor das acadêmicas do curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia campus de Cacoal. Sendo possível observar que as mesmas têm um alto grau em empreender, porém as mais jovens têm uma característica menos empreendedora o que não significa que não possam desenvolver essa capacidade no decorrer do curso e com a experiência da idade. Sabendo-se também que o número de participantes da pesquisa representa apenas uma pequena fração das mulheres que frequentam o curso.

Porém num contexto geral a pesquisa atingiu seus objetivos possibilitando a observância de certas características referente ao perfil empreendedor das participantes. Sendo assim pode-se dizer que baseado nos resultados da pesquisa os instrumentos utilizados para a realização da mesma foi satisfatório, para a apresentação dos resultados do presente estudo. Podendo esse posteriormente ser utilizado e aprimorado por outros acadêmicos dessa e de outras instituições.

## REFERÊNCIAS

- ALFREDO, Luiz. **Empreendedorismo: origem e desafios para o Brasil do século XXI**.2009. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi>>. Acesso em 30 de mai. de 2019.
- BITTENCOURT, Lyana. **Os principais desafios para mulheres empreendedoras**. Disponível em:< <https://exame.abril.com.br/pme/principais-desafios-mulheres-empendedoras/>>. Acesso em:01 de jun.de 2019.
- BOLINA, Laís. **Empreendedorismo Feminino: o papel da mulher no mundo dos negócios**. Disponível em:< <https://saiadolugar.com.br/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em:25 de mai. de 2019.
- BOLSON, Saionara Branco; OLIVEIRA Líbia Maria Paiva de. **Empreendedorismo Feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. Disponível em:<[https://files.comunidades.net/robsontavares/6\\_empreendedorismo\\_feminino\\_30\\_Maio\\_2\\_018.pdf](https://files.comunidades.net/robsontavares/6_empreendedorismo_feminino_30_Maio_2_018.pdf)>. Acesso em:17 mai. de 2019.
- BUENO, Jefferson Reis. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?**Disponível em:<<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>, Acesso em: 23 de mai.de 2019.
- CARVALHO, Estella Carolina Firmino. **A história da mulher no mercado de trabalho**. Disponível em: <<https://estellafcarvalho.jusbrasil.com.br/artigos/400465979/a-historia-da-mulher-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 10 de mai.de 2019.
- CESTARI, Carolina. **Empreendedorismo Feminino: do surgimento a ascensão**. Disponível em:<[ascensao/https://aempreendedora.com.br/empreendedorismo-feminino-do-surgimento-a-ascensao/](https://aempreendedora.com.br/empreendedorismo-feminino-do-surgimento-a-ascensao/)>. Acesso em 19 de abr.de 2019.
- CHIAVENATTO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 6ªed. Revisada e Atualizada. Elsevier Editora. São Paulo-SP. 2011.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro. Ed.Campos.2007.
- FRAGOSO, Carolina. **A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho**. Disponível em:<<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-evolucao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 18 de mai. de 2019.
- GEBRAN, Mauro Elias; NASSIF, Vania Maria Jorge. **Empreendedorismo Feminino: Em um mundo masculinizado, como as mulheres conquistam seu espaço?** Disponível em:<<http://sistema.semead.com.br/13semead/resultado/trabalhosPDF/75.pdf>>. Acesso em 25 de abr.de 2019.
- LUZ, Gabriela De Almeida Ribeiro. **A Evolução Da Mulher No Mercado De Trabalho**. Disponível em:< <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/direito/a-evolucao-mulher-no-mercado-trabalho.html>>. Acesso em: 10 de mai.de 2019.

OSÓRIO, Josiane. **Empreendedorismo Feminino**. Disponível em: <[www.mulheresempreendedoras.net.br/empreendedorismo-feminino](http://www.mulheresempreendedoras.net.br/empreendedorismo-feminino)>. Acesso em: 27 de mai. de 2019.

OST, Stela Maris. **Mulher e mercado de trabalho**. Disponível em: <[http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=6088](http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=6088)> Acesso em: 16 de mai. 2019.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia Científica: Guia para a eficiência nos estudos**. 6ª ed. Ed. Atlas S/A. São Paulo-SP. 2011.

SANTOS, Izequias Estavam dos. **Manual de Métodos e Técnicas e de Pesquisa Científica**. 5ª ed. Revista, Ampliada e Atualizada. Ed. Impetus. Niterói-RJ. 2005.

SANTOS, Virgílio M.F. Dos. **O que é Análise de Dados? Como estruturar a sua?** Disponível em: <<https://www.fm2s.com.br/analise-de-dados-como-estruturar/>>. Acesso em: 01 de jun. de 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ª ed. Revista e Atualizada. Cortez Editora. São Paulo-SP. 2015.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. **Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração**. Revista de Administração Contemporânea. vol. 18. nº 6. 2016. Disponível em: <[www.scielo.br](http://www.scielo.br)>. Acesso em: 18 de abr. de 2019.

VASCONCELLOS, Iana dos Santos. **Mulher E Mercado De Trabalho No Brasil: notas de uma história em andamento**. Disponível em: <<https://revista.ufrb.br/examapaku/article/view/1497/1086>>. Acesso em: 27 de abr. de 2019.

---

Recebido para publicação em dezembro de 2019

Aprovado para publicação em janeiro de 2020