

<http://dx.doi.org/10.48099/1982-2537/2022v16n2p144178>

Empreendedorismo feminino: uma análise do sentimento em relação ao trabalho das mulheres empreendedoras*

Female entrepreneurship: an analysis of the feeling in relation to the work of women entrepreneurs

Daniela de Oliveira Nunes

Centro Universitário Campo Limpo Paulista - UNIFACCAMP

dani.nunes25@gmail.com

Cida Sanches

Centro Universitário Campo Limpo Paulista - UNIFACCAMP

cidasanches@uol.com.br

Resumo: O presente trabalho traz um estudo sobre o empreendedorismo feminino enfocando a felicidade no trabalho da mulher empreendedora no que diz respeito à motivação de entrada no mercado, por necessidade ou por oportunidade. O objetivo é averiguar se há diferença significativa de grau de felicidade no trabalho entre as mulheres que empreenderam por necessidade e por oportunidade. Foi uma pesquisa de campo do tipo transversal, exploratória e de abordagem quantitativa. A coleta se dará por meio da aplicação de questionário, o qual será composto por duas categorias: perfil socioeconômico das mulheres empreendedoras, onde também será verificado o tipo de empreendedorismo; e escala Happiness. Desse modo, espera-se ter um maior entendimento sobre a influência do tipo de empreendedorismo feminino na felicidade no trabalho, considerando variáveis que também podem influenciar nesse fator. Como principais implicações, acreditando-se que será possível contribuir para o crescimento profissional e para o acervo acadêmico que ainda é escasso em relação ao assunto. Essa pesquisa contribuiu com uma lacuna teórica quanto a analisar a felicidade das mulheres que empreenderam por oportunidade ou necessidade. Os resultados apontam como o tipo de empreendedorismo tem relevância no grau de felicidade.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Necessidade; Oportunidade; Felicidade no trabalho.

Abstract: The present work presents a study on female entrepreneurship focusing on happiness in the work of women entrepreneurs with regard to the motivation to enter the market, due to necessity or opportunity. The objective is to find out if there is a significant difference in the degree of happiness at work between women who undertake out of necessity and opportunity. It was a cross-sectional, exploratory field research with a quantitative approach. The collection will take place through the application of a questionnaire, which will consist of two categories: socioeconomic profile of women entrepreneurs, where the type of entrepreneurship will also be verified; and Happiness scale. Thus, it is expected to have a greater understanding of the influence of the type of female entrepreneurship on happiness at work, considering variables that can also influence this factor. As main implications, believing that it will be possible to contribute to professional growth and to the academic collection that is still scarce in relation to the subject. This research contributed with a theoretical gap in terms of analyzing the happiness of women who undertake due to

* Recebido em 30 de novembro de 2022, aprovado em 30 de novembro de 2022, publicado em 30 de novembro de 2022.

opportunity or necessity. The results show how the type of entrepreneurship is relevant to the degree of happiness.

Keywords: Female entrepreneurship; Need; Opportunity; Happiness at work.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda um estudo sobre o empreendedorismo feminino, focando na felicidade da mulher empreendedora no trabalho no que diz respeito à motivação de entrada no mercado, por necessidade ou por oportunidade. De acordo com dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2018), 59,4% dos empreendedores abriram um novo negócio por oportunidade e 39,9% por necessidade.

Chrysostome (2010) explica que o empreendedorismo por oportunidade se caracteriza pela observação de uma oportunidade de mercado, pelo sonho de abertura do próprio negócio, enquanto o empreendedorismo por necessidade geralmente ocorre em decorrência de desemprego e pela conjuntura socioeconômica. Surge, neste estudo, dúvidas acerca dessas características na felicidade no trabalho, considerando fatores como obrigação, satisfação, resultados, sentido do trabalho realizado.

Pode-se dizer que, com as inúmeras transformações que estão acontecendo hoje, como a globalização, a crescente valorização do capital financeiro e inovações tecnológicas que surgem a cada dia, entre inúmeros outros fatores, impactam diretamente na vida em sociedade, não ficando de fora as relações de trabalho. De acordo com Steger (2017), o trabalho passou a ter uma significação estética, tendo como principal objetivo atender aos objetivos da sociedade de consumo.

Friedman *et al.* (2000) destacam que a função do trabalho é cumprida a partir do momento que ele possui significação para o indivíduo, afirmando que isso acontece quando existe um sentimento de gratidão e prazer. Na opinião de Morin (2001, p. 17): “Um trabalho que tem sentido permite encontrar pessoas com quem os contatos podem ser francos, honestos, com que se pode ter prazer em trabalho, mesmo em projetos difíceis”.

Considerando que o público feminino tem apresentado constante crescimento enquanto empreendedoras, conforme dados do GEM (2018), O Brasil apresenta-se como o 7º maior em proporção de mulheres empreendedoras, se comparado a 54 países que fizeram parte da pesquisa realizada. Neste estudo, enfoca-se nesse público, levando-se em consideração, ainda, o acúmulo de papéis sociais que geralmente as mulheres possuem, enquanto mães e donas de casas, principalmente.

Bastos e Aguiar (2014) mencionam que o trabalho e a família assumem uma relação bastante estreita e dinâmica, tanto que as questões familiares podem afetar o trabalho e questões do trabalho podem afetar a família. Segundo os autores, uma vez identificada essa relação, resta o desafio de equilibrá-los (BASTOS; AGUIAR, 2014). Quando se fala acerca dos conflitos na relação trabalho-família é inegável que prejuízos podem ser decorrentes dessa problemática, assim sendo, se faz de grande importância estudar suas consequências. De acordo com Oliveira, Cavazotte e Paciello (2013), as consequências desses conflitos podem ser divididas em três grupos: efeitos físicos, efeitos psicológicos e efeitos na satisfação com a família ou com o trabalho. Dessa forma, este estudo busca uma melhor compreensão sobre o assunto ao buscar relacionar a felicidade no trabalho às características empreendedoras da mulher, considerando de forma específica o empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade.

1.1 Problema de pesquisa

O problema da presente pesquisa pode ser expresso como: Há diferença significativa de grau de felicidade no trabalho entre as mulheres que empreenderam por necessidade e por oportunidade?

1.2 Objetivos

Nos tópicos a seguir, são apresentados os objetivos que direcionam esta pesquisa, os quais foram traçados tendo como base o problema de pesquisa levantado.

O objetivo geral da pesquisa é averiguar se há diferença significativa de grau de felicidade no trabalho entre as mulheres que empreenderam por necessidade ou por oportunidade.

São objetivos específicos do presente trabalho:

- a) identificar os fatores (por necessidade ou por oportunidade) que impulsionaram as mulheres a empreender em;
- b) verificar se há diferença significativa de grau de felicidade no trabalho entre as mulheres que começaram seu empreendimento por necessidade ou por oportunidade e, para tal, foi aplicada a Escala de Felicidade no Trabalho (*Happiness at Work Scale*) de Singh e Aggarwal (2018).

1.3 Justificativa

Durante muito tempo, a mulher teve como papel social apenas o cuidado com a família; cuidar da casa, dos filhos e do marido era sua função principal. Com o passar do tempo e com a busca cada vez mais forte de conquistar seu espaço, a mulher foi sendo inserida no mercado de trabalho e, atualmente, ocupa cargos que eram característicos do sexo masculino, como trabalhos braçais e liderança. O empreendedorismo também tem feito parte do cotidiano das mulheres no Brasil. De acordo com a pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (2018), o Brasil tem apresentado alto índice de empreendedorismo feminino, em destaque com 7º posição se comparado a 54 países, de acordo com a quantidade de países analisados.

Entretanto, as raízes da sociedade patriarcalista continuam em vigor no Brasil. Mesmo que os tempos tenham mudado e a mulher já não tenha a família como sua função principal, permaneceu-se o fato de ter maior responsabilidade que os homens nessa questão. Assim, houve um acúmulo de papéis, precisando conciliar trabalho e família, sem esquecer de si mesma, e muitas passaram a ser o principal sustento de suas famílias. Coelho (2006) destaca que, nos últimos tempos, a mulher deixou de assumir apenas o papel de cuidadora, assumindo também o de provedora do lar, sendo realizada relativa divisão de tarefas, tanto domésticas quanto financeiras.

Desse modo, a família sofreu modificações no decorrer do tempo, as características tradicionais formadas por homem e mulher na figura de pai e mãe e filhos, onde o pai é o arrimo de família, trabalhando fora de sua casa, e a mulher exercendo o papel de cuidar da casa e das crianças já não é mais predominante, as mulheres passaram a ter outros papéis sociais, apesar de sua presença no ambiente familiar continuar a ser de grande importância.

Essa responsabilidade financeira assumida pela mulher, muitas vezes como principal fonte de renda da família, tem feito com que o empreendedorismo por necessidade seja mais praticado por esse público. Isso faz com que arriquem a entrada em mercados por vezes desconhecidos pela necessidade de uma fonte de renda, principalmente quando se observa a crise no mercado de trabalho, que tem aumentado os índices de desemprego no país.

Desse modo, tem-se uma predominância do empreendedorismo de necessidade no país, o que levanta dúvidas sobre a felicidade das mulheres que assumem esse perfil. Com este estudo, propõe-se uma comparação entre as mulheres que empreendem por oportunidade e por necessidade, enfocando na variável felicidade como direcionador do estudo. Para Vale, Corrêa e Reis (2014), esses dois tipos de empreendedorismo não são necessariamente

excludentes, todavia, o empreendedorismo de necessidade tem se mostrado mais evidente, visto que, por mais que um indivíduo tenha encontrado uma oportunidade de mercado, geralmente isso ocorreu porque precisou ficar mais atento pela sua necessidade.

Brega (2018) contribuiu com sua própria experiência enquanto empreendedora e do quanto foi sacrificante durante muito tempo ter que abdicar de seus amigos e família em nome de sua felicidade profissional, enquanto a felicidade pessoal, familiar, emocional estava esquecida até conseguir conciliar os dois contextos e de fato assumir uma felicidade.

Dessa maneira, neste estudo, busca-se compreender como o tipo de empreendedorismo pode impactar na felicidade de mulheres empreendedoras. Trata-se de uma pesquisa de relevância social e profissional por envolver o grau de felicidade que as mulheres empreendedoras apresentam, relacionando as características encontradas em relação ao seu perfil empreendedor. Acredita-se ser possível também identificar outras variáveis que possam influenciar no nível de felicidade dessas mulheres, trazendo subsídios para que elas próprias percebam como podem interferir nesse resultado, assim como para criação de estratégias que possam ser utilizadas pelas entidades de incentivo ao empreendedorismo para auxiliar mulheres que apresentam baixa felicidade no seu negócio. Salienta-se que o tema possui ainda relevância acadêmica, já que os estudos relacionados ao assunto são ainda escassos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção, apresenta-se a fundamentação teórica que embasa esta pesquisa, buscando apresentar os principais conceitos que envolvem o tema em estudo, bem como a percepção de diferentes autores. A seção apresenta ainda os resultados de diferentes pesquisas considerando os temas principais em estudo: empreendedorismo; a mulher no mercado de trabalho; e o empreendedorismo feminino.

2.1 Empreendedorismo

De acordo com Mai (2006), o perfil de um empreendedor pode partir de várias atividades, como sociologia, administração, economia e outras. As características comportamentais de um empreendedor tratam-se daquelas que possuem capacidade de superar as dificuldades de modo a alcançar o sucesso empresarial.

Quanto às características de um empreendedor de sucesso, Dutra (2002) afirma que são voltadas para a capacidade de liderança e lidar com incertezas e riscos, além do estudo do ambiente e capacidade de agir frente aos problemas e necessidades, formando uma rede de relacionamento que o possibilita ter diferentes suportes.

Nesse sentido, Dolabela (2003) afirma que um empreendedor deve manter um alto nível de tolerância à incerteza, criando um método próprio de aprendizagem, tecendo relações moderadas de modo a alcançar seus objetivos. Drucker (2002) entende que o empreendedor é aquela pessoa que inova. Para ele:

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. O empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade (DRUCKER, 2002, p. 55).

De acordo com Mai (2006), o empreendedor deve saber qual o futuro que terá o seu negócio e assim é visto pela sociedade como um ser social positivo, na qual fatores como comportamento e atitudes contribuem para o seu sucesso. Outras características empreendedoras são a busca de oportunidade e iniciativa, persistência, exigência na qualidade, eficiência, comprometimento, persuasão, facilidade de se relacionar, independência e autoconfiança.

De acordo com Dutra (2002), um empreendedor de sucesso possui fatores psicossociais, ambientais e econômicos, sendo preciso que ele tenha desde iniciativa e dependência até a capacidade de utilizar a rede de informação que construiu. Para Mintzberg *et al.* (2000, p. 102):

[...] “embora o espírito empreendedor” fosse originalmente associado com os criadores de seus próprios negócios, a palavra foi gradualmente ampliada para descrever várias formas de liderança personalizada, pró-ativa e determinada em organizações.

Assim, conforme Mintzberg *et al.* (2000), não há um consenso em considerar um rol taxativo de características de um empreendedor, todavia, é comum que os autores considerem a capacidade de assumir riscos e inovar como características básicas dessas pessoas.

Nesse contexto, conforme se pode perceber de Schmidt e Bohnenberger (2009), apesar de não haver um rol taxativo de características que definem quem são os indivíduos empreendedores, existem características intrínsecas a eles que ajudam a moldar seu perfil, sendo possível atribuir a esses indivíduos uma postura pró-ativa, autoconfiança, automotivação, criatividade, inovação, flexibilidade, iniciativa, persuasão e capacidade de assumir riscos e superar desafios. Pode-se dizer que a ação empreendedora envolve a exploração de oportunidades, criação de nova informação, ideias de novos produtos e processos, capitalização de ações e outros.

Na pesquisa realizada por Veit e Gonçalves Filho (2007), verificaram-se características preponderantes nos indivíduos empreendedores, como a capacidade de assumir riscos, a competência estratégica, o pensamento analítico, a empatia, o planejamento formal, a capacidade de enfrentar e superar desafios e a inovação. Por sua vez, Lopes Jr. e Souza (2005) consideram que o perfil empreendedor parte de quatro fatores: realização, planejamento, poder e inovação, o que implica em somente um fator a chamada atitude empreendedora. O importante é que, no final desses planejamentos, o empreendedor possa encontrar o ponto de equilíbrio entre os custos e a comercialização.

2.2 A mulher no mercado de trabalho

Pode-se entender que tanto a influência cultural como social resultaram na transformação comportamental da mulher ao longo dos anos, no entanto, sempre com vistas na defesa da igualdade entre o homem e a mulher, sendo, desse modo, indispensável à desconstrução do estereótipo de gênero. De acordo com Nassif *et al.* (2011), é crescente o número de mulheres no mercado de trabalho, principalmente como empreendedoras e líderes de empresas, provavelmente pela sua capacidade de melhor enfrentar desafios e obstáculos como dificuldades de acesso aos financiamentos e às altas taxas tributárias. De acordo com os autores, estudos revelam que as mulheres têm percepção de suas potencialidades, limitações, desejos e anseios dentro de um escopo de competências cognitivas e afetivas, estes que são indissociáveis na prática (NASSIF *et al.*, 2011).

Embora ainda seja em número menor, a liderança feminina se destaca em todos os setores competitivos do mercado de trabalho. A sua participação é vista como uma fonte facilitadora, participativa, a flexibilidade da negociação, o poder de facilitar e dividir a informação são pontos positivos observados por estudiosos do assunto, que conseguem perceber essa liderança como um aumento na produtividade e nos lucros (VENDRAMINI, 2000).

Antes de aprofundar sobre as peculiaridades da mulher no mercado de trabalho, considerando que neste final da segunda década do século XXI ainda é possível perceber diferenças de gênero que afetam esse setor da sociedade, acredita-se ser importante uma breve abordagem sobre essa divisão de papéis sociais que transformaram as mulheres nas atuais empreendedoras.

2.2.1 A divisão de papéis sociais na sociedade

Para Perrot (1995), escrever sobre a história da mulher é algo relativamente novo, refletindo uma transformação, quando se reconhece que as mulheres têm uma história e não são somente destinadas à mera reprodução, sendo detentoras de uma historicidade relativa às suas ações cotidianas.

De acordo com Silveira (2012), as diferenças biológicas entre homens e mulheres, ou seja, a diferença entre seus corpos, talvez tenha sido a primeira diversidade percebida em sociedade, com essas diferenças servindo como base para a divisão sexual do trabalho, bem como para conferir significados aos elementos masculinos ou femininos, associando ao masculino tudo aquilo que era produzido pela ação humana, e ao feminino tudo aquilo que era já era determinado pela natureza. Essa associação também pode ser percebida com a racionalidade, o cálculo que foi atribuído aos homens e aos sentimentos e emoções que foram atribuídos às mulheres, principalmente quando o assunto era procriação e maternidade. Dessa forma, quase que naturalmente os papéis sociais foram sendo atribuídos aos homens e às mulheres.

Portela (2012) salienta a dificuldade existente em reconstituir a história da mulher, já que a história é contada sob o ponto de vista dos homens, não havendo informações concretas sobre a vida das mulheres, com relatos próprios que possam supor a veracidade. Nesse sentido, Tedeschi (2012, p. 15) salienta:

Vários discursos desde a Antiguidade vêm construindo a desigualdade de gêneros como natural e legitimando as diferenças entre os homens e as mulheres, construindo um sujeito com uma identidade determinada, impondo por meio de das relações de poder verdades sobre ele. Esses discursos integraram-se às práticas sociais que passaram a determinar a vida das mulheres. A história do corpo feminino é contada pelo olhar masculino, estabelecendo, por meio de dos discursos, uma “natureza feminina”, voltada unicamente para a maternidade e a reprodução. Abordar a construção dessas representações é revelar o imaginário masculino presente, impregnado, refletido na cultura. Tradicionalmente se empregam argumentos extraídos da natureza, da religião, do político para legitimar a subordinação feminina. Diante desse quadro, cabe ao historiador buscar saber quais as relações que se estabelecem entre esses aspectos. Essa gama de articulações faz com que as relações entre História e gênero, ao sublinhar e historicizar as inter-relações socialmente construídas entre os sexos, produzam não uma História das mulheres seccionada e excluída do âmbito geral do devir histórico, mas sim, uma nova maneira de se ver e conceber a História, partindo de aspectos absolutamente relacionais.

Provavelmente, ao se pensar na mulher na pré-história da humanidade, a primeira imagem que lhe vem à cabeça seja a de um homem das cavernas arrastando sua mulher pelos cabelos, visto ser o que paira sobre o imaginário social é o homem dominando a mulher pela força. Todavia, do contrário do que se pensa, a mulher não era essa figura de total submissão; o que se pode verificar a partir de dados arqueológicos e levantados por historiadores é de que a mulher era valorizada nesse período. De acordo com Nascimento (1997), essa mudança de pensamento sobre a posição da mulher na pré-história ocorreu a partir da descoberta de Lucy e Luzia, dois fósseis femininos pré-históricos que demonstram que a reprodução anterior da história não passava de uma visão grosseira patriarcalista.

Acredita-se que as mudanças na posição da mulher em relação ao homem se iniciaram a partir da separação social por Estado, quando o homem começou a se organizar em cidades e governos, já se percebendo a submissão da mulher a partir das civilizações clássicas. De acordo com Saffioti (2004), as civilizações clássicas marcam o início do patriarcado, com a invenção do arado em substituição à enxada primitiva utilizada pela mulher, o serviço passou a ser mais pesado, exigindo tração animal e a força do homem para ser executado, sendo a

partir de então o trabalho valorizado. É com a invenção do arado que o homem passou a ser sedentário e se organizar em sociedade. No que diz respeito à mulher nesse período da história, Nascimento (1997) destaca o pensamento de teóricos à insistência em afirmar a condição de submissão da mulher, destacando a visão negativa trazida pela Igreja, que a tratava como um perigo carnal e espiritual que precisava ser evitado.

O século XVIII foi responsável por modificar o papel da mulher na sociedade, pela mudança no contexto de família, principalmente com a Revolução Francesa que trouxe os ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade e passou para as famílias uma necessidade de busca da felicidade, dando prioridade a fatores como o amor conjugal e os laços afetivos. Com isso, a mulher passou de esposa à companheira e o casamento passou a ser baseado no amor e na liberdade de escolha.

A mulher moderna, então, passa a viver com o amor em foco, o amor pelos filhos, o amor pelo marido e, para conseguir um bom casamento, precisava assumir uma postura recatada, com dotes caseiros, como saber cozinhar, limpar, cuidar de crianças, além de se manter pura, distante dos problemas e das tentações mundanas. Assim, as configurações atuais da mulher começavam a ser percebidas, com a conquista do espaço sendo realizada, sobretudo pela sua inserção no mercado de trabalho e na família.

No século XX, as mulheres iniciaram uma luta organizada em busca de seus direitos, para acabar com as formas de opressão a que eram submetidas, iniciou-se o chamado feminismo. De acordo com Teixeira e Ferreira (2010), as mulheres que assumiram o movimento foram vistas como mulheres mal-amadas, sendo discriminadas pelos homens e pelas mulheres que aceitavam o papel de submissas.

Vale destacar o período de 1930 a 1945, que se configurou como um período de conquistas femininas. De acordo com Auad (2003), as mulheres nesse período já podiam exercer seu direito ao voto, assim como podiam se candidatar a cargos públicos, também podiam ingressar nas instituições escolares e participar do mercado de trabalho. A voz feminina já podia ser ouvida no seio da sociedade. Em paralelo a essas conquistas femininas, o período também foi marcado pela eclosão da Segunda Guerra Mundial; com a ida dos homens à guerra, a mulher ganhou mais espaço, principalmente no mercado de trabalho.

No decorrer da história da humanidade, a mulher lutou pelos seus direitos e conquistou espaços, constituindo um mundo com menos discriminação, onde homens e mulheres buscam um bem-estar em conjunto. Hoje a mulher assume papéis de gestão dentro de uma empresa, assume uma família a partir de sua renda, é mãe, é mulher, é profissional, é considerada como um ser frágil e ao mesmo tempo forte, inspiradora de canções, capaz das maiores peripécias para conquistar seu espaço (PROBST, 2003).

Conforme é destacado por Rezende e Pereira (2010), ao se inserir no mercado de trabalho, a mulher passou a assumir diferentes papéis, continuando a atuar no ambiente familiar como mãe, esposa e dona de casa. Entretanto, acrescenta-se o papel de profissional, estudante, sem contar os demais papéis sociais relacionados à amizade e à vaidade. Sobre o papel da mulher no ambiente familiar, Tavares (2010, p. 122) elucida que:

[...] no casamento moderno, a mulher, para ser respeitada, vê-se impelida a perseguir um crescimento do “eu” e da realização profissional, mesmo que não tenha um projeto pessoal ou desejo de exercer atividades domésticas. O marido, por sua vez, incentiva a sua esposa a estudar ou trabalhar, desde que não interfira nos serviços domésticos, cuidados com a família e filhos, que permanecem uma responsabilidade feminina.

Assim, a mulher exerce importantes funções no ambiente familiar, compreendendo desde ser mãe até ser esposa e dona de casa.

2.2.2 Conflitos trabalho-família

No decorrer da vida, as pessoas assumem diferentes papéis sociais, dentre eles tem-se dois que são considerados como centro da vida de um indivíduo: o trabalho e a família, conciliar esses dois papéis nem sempre é uma tarefa fácil, falando-se em conflito entre trabalho e família quando não se consegue gerir com eficiência essa relação.

De acordo com Silva (2005), as transformações econômicas, sociais e tecnológicas que aconteceram nas últimas décadas foram responsáveis por mudanças nos espaços sociais, tanto da família quanto do trabalho. As estruturas familiares foram modificadas, as mulheres assumiram papéis sociais até então somente ocupado pelos homens, fazendo cada vez mais parte do mercado de trabalho, enquanto muitos homens passaram a assumir o papel de cuidadores da família, ficando em casa com os filhos. Enfim, mudanças que exigiram das pessoas uma adaptação aos novos estilos de vida.

Nessa percepção, relacionar trabalho e família passou a ser algo inevitável, as pessoas passaram a ter de conciliar esses dois papéis, buscando o êxito em ambas as atividades.

Gramacho (2012), apoiado nos estudos realizados por Carlson e Grzywacz (2008), elucida que a relação entre trabalho e família pode ser analisada sob três diferentes perspectivas: positiva, negativa e integradora.

Na perspectiva negativa, de acordo com Gramacho (2012), centra-se a concepção de que o ser humano possui uma quantidade reduzida e finita de recursos, quando cada papel faz suas exigências ao indivíduo ele começa a ter dificuldades para atender todas as demandas, visto que ocorrerem pressões simultaneamente. Menciona-se aqui o *spillover* negativo que consiste na transferência negativa de humor, competências, valores e comportamentos de um papel para outro.

Elucida-se, com base em Bastos e Aguiar (2014), que a perspectiva negativa da relação entre trabalho e família é a dominante.

No que diz respeito à perspectiva positiva da relação trabalho e família, Gramacho (2012) afirma que ela defende que esta relação não traz apenas consequências negativas ao indivíduo, sendo capaz de trazer até mesmo vantagens, entendendo-se que o envolvimento com diferentes papéis sociais pode ser considerado como facilitador do aumento da energia disponível do indivíduo. Nessa perspectiva, também cabe o conceito de *spillover*, porém tem-se um *spillover* positivo, em que a transferência negativa de humor, competências, valores e comportamentos é feita de um papel para o outro de forma positiva. Dessa forma, na perspectiva positiva da relação entre trabalho e família, não há necessariamente conflitos, podendo as experiências vividas nesses diferentes papéis beneficiar ao outro.

Importante se faz mencionar a competitividade existente no próprio ambiente de trabalho entre colegas de profissão, principalmente quando suas atividades envolvem o atingimento de metas, o estresse e a tensão podem fazer parte do seu cotidiano, havendo uma constante busca por reconhecimento, por premiações, que exigem maior dedicação ao trabalho em detrimento da família.

Sobre os problemas gerados em torno dessa dedicação, Bartolomé e Evans (2001, p. 37-38) citam a figura do gestor, afirmando que: “em sua jornada de trabalho, todo gerente experimenta preocupação, tensão, receio, dúvida e estresse intenso, e muitas vezes não é capaz de desviar esses sentimentos quando vai para casa”. Levando esses sentimentos para casa, o indivíduo dificilmente conseguirá relaxar nesse ambiente, tornando a possibilidade de ser feliz na família limitada, sem contar os problemas familiares que pode gerar.

Assim sendo, conciliar trabalho e família exige muito do indivíduo, sendo necessárias estratégias para que consiga manter o equilíbrio, conforme cita Silva (2005, p. 51):

Como a vida pode ser metaforicamente denominada de um jogo em que há a necessidade de estabelecer uma estratégia na busca de bons resultados, pode-se afirmar que equilibrar a relação entre trabalho e vida pessoal depende da forma como as pessoas experienciam a vida. Esse processo é rico em oportunidades de

aprendizagem e a forma como as pessoas encaram as situações pode trazer modificações no seu comportamento e na sua maneira de visualizar o mundo.

Vale destacar que os primeiros a definirem a existência de conflitos entre trabalho e família foram Greenhaus e Beutell (1985), que afirmaram que as pressões advindas do trabalho e da família são mutuamente incompatíveis. De acordo com os autores, os conflitos que podem surgir na relação entre trabalho e família se caracterizam pela sua bidirecionalidade e pela multidimensionalidade. Bidirecional, porque tanto o trabalho pode influenciar na família, quanto a família pode influenciar no trabalho. E, multidimensional, porque possui diferentes fontes, dentre elas três principais: tempo, tensão e comportamento, que são abordadas no tópico a seguir (GREENHAUS; BEUTELL, 1985).

Considerando a existência de conflitos na relação trabalho e família, Greenhaus e Beutell (1985) citam três fontes que podem originá-los: tempo, tensão e comportamento. Essas três fontes também são bidimensionais, podendo ser o tempo dedicado à família, à tensão no ambiente familiar e ao comportamento nesse ambiente fator influenciador no ambiente de trabalho, como pode se apresentar de forma contrária, com esses fatores do trabalho influenciando a vida em família.

Exemplificando, pode-se dizer que uma mulher que está com o filho doente em casa, mesmo estando fisicamente presente no ambiente de trabalho, tentando cumprir suas tarefas, pode não obter êxito, por seu pensamento não ter saído do filho no outro domínio de sua vida. Assim como, a mulher, durante um período de lazer com a família, mesmo estando ali fisicamente, não consegue esquecer dos problemas do seu trabalho, dos afazeres que ainda tem por fazer.

2.3 Empreendedorismo feminino

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque nos últimos anos, buscando-se, nesta etapa, apresentar o que os diferentes autores têm falado sobre o assunto, enfocando, principalmente, nas questões relacionadas às motivações para empreender, bem como nas dificuldades e oportunidades que as mulheres tem encontrado nesse campo.

Na pesquisa realizada por Pinkovetskaia *et al.* (2019), o objetivo foi avaliar os níveis de atividade empreendedora de mulheres na Rússia, considerando suas preferências motivacionais no período de 2015 a 2017. Os autores identificaram que as principais motivações das mulheres em empreender decorre da busca em melhorar o padrão de vida, bem como a falta de postos de trabalhos interessantes a elas.

Carreira *et al.* (2015), também verificando o perfil empreendedor de mulheres, identificaram características comuns como: persistência, busca de oportunidades, iniciativa, comprometimento, persuasão e autoconfiança. As características apresentadas apontam para uma maior motivação para empreender por oportunidade que por necessidade, apesar de não permitirem uma análise maior sobre o assunto.

Por sua vez, Lin *et al.* (2018) pesquisaram o perfil do empreendedorismo feminino de 78 mulheres, considerando desde a concepção do negócio até o início do empreendimento, verificando-se que essas mulheres estão principalmente com empresas de pequeno e médio porte ou microempresas na indústria de serviços pessoais. Os resultados apresentados pelos autores descrevem a mulher empreendedora como: de meia-idade, casada, universitária, com experiência de trabalho, sem experiência de gestão e sem apoio financeiro.

No que diz respeito à motivação para empreender, Lin *et al.* (2018) afirmam que, além de seus sonhos, interesses e habilidades e conhecimentos específicos, essas mulheres têm o desejo de resolver problemas da vida ou ajudar grupos desfavorecidos na sociedade. Quando elas têm uma ideia empreendedora, é provável que compartilhem e recebam aprovação e afirmação de suas famílias, especialmente de seus maridos. Os autores ainda identificaram que a assistência do governo é um fator importante que afeta a tomada de decisão do início do empreendimento (LIN *et al.*, 2018).

Diferentemente do que foi encontrado por Lin *et al.* (2018), em relação ao apoio da família, Cavada, Bobek e Macek (2017), ao estudarem os fatores motivacionais para o empreendedorismo de mulheres no México, verificaram que muitas vezes as mulheres são impedidas de iniciar seus negócios pela própria família no país devido a fatores ainda conservadores. No que diz respeito à motivação para empreender, o estudo demonstrou convergência com outros já apresentados nesta seção, destacando o desejo de independência e de melhoria do padrão de vida, além do desejo de equilíbrio entre trabalho, família e autorrealização.

2.4 Empreendedorismo por necessidade e por oportunidade

Nos primeiros anos do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), os pesquisadores ficaram surpresos com as inesperadas altas taxas de atividade empreendedora nos países em desenvolvimento, taxas essas muito superiores às dos países mais desenvolvidos. A “teoria da necessidade” foi invocada para explicar isso. As pessoas dos países em desenvolvimento mais pobres são movidas pela pobreza e pela sobrevivência, bem como pela falta de escolha no trabalho para iniciar empreendimentos comerciais. Enquanto nos países desenvolvidos é a oportunidade e a inovação que são o principal motivador para a criação de negócios. Quanto maior a pobreza, maior a necessidade de empreendedorismo, resultando em altos índices de atividade empreendedora (GEM, 2018).

A relação entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico não é linear como se pensava até agora, mas em forma de “U”. Assim, nos países mais pobres, todos acima da curva o empreendedorismo é baseado na necessidade econômica, e os empresários têm uma educação proporcionalmente mais baixa.

É importante destacar que o empreendedorismo por necessidade habitualmente é inerente ao desemprego ou as dificuldades financeiras, assim para compreensão desse modo de empreender é válido frisar esta relação entre desempregado e empreendedor.

Vale, Corrêa e Reis (2014) afirmam que o empreendedorismo, em geral, se caracteriza pela busca de autonomia pelo indivíduo que está atento às oportunidades. Todavia, com os índices de desemprego nos últimos tempos, verificou-se a presença marcante de um empreendedor motivado pelas necessidades de sobrevivência. Nos resultados de sua pesquisa, Vale, Corrêa e Reis (2014) identificaram que as principais variáveis influenciadoras do empreendedorismo parecem estar relacionadas ao dia a dia do indivíduo e à sua sobrevivência.

Dessa maneira, verifica-se a coexistência de dois grupos de empreendedores de um lado aqueles que empreendem ao identificar uma oportunidade e, de outro, aqueles que empreendem por necessidade de sobrevivência, geralmente, decorrente do desemprego estrutural. Vieira e Ramos (2013) explicam que a oportunidade se configura como uma ideia vinculada a um produto ou um serviço que agrega valor para o consumidor, se inserindo geralmente em uma brecha do mercado, com uma inovação.

Já o empreendedorismo por necessidade decorre da busca por sobrevivência por um indivíduo que não consegue se colocar ou recolocar no mercado de trabalho e, conforme Vieira e Ramos (2013), são os que apresentam maior mortalidade nos cinco primeiros anos de existência, baixa empregabilidade e baixa lucratividade, visto que sua abertura é geralmente feita sem um planejamento adequado, sem diferencial e inovação.

Nesse sentido, verifica-se que o empreendedorismo pode se configurar por oportunidade ou por necessidade, verificando-se que no Brasil, o empreendedorismo por necessidade tem ficado em destaque em decorrência de desemprego estrutural.

2.5 Felicidade no trabalho da mulher empreendedora

Define-se a satisfação no trabalho como um estado em que se expressa satisfação e sentimentos positivos sobre o emprego. O comprometimento organizacional afetivo é o apego emocional e o envolvimento de um membro da organização. A felicidade do trabalho é um construto de ordem superior que compreende a variação única dos três fatores, sugerindo que os líderes do local de trabalho podem ir além de aumentar cada uma das variáveis individuais (WILLIAMS *et al.*, 2015).

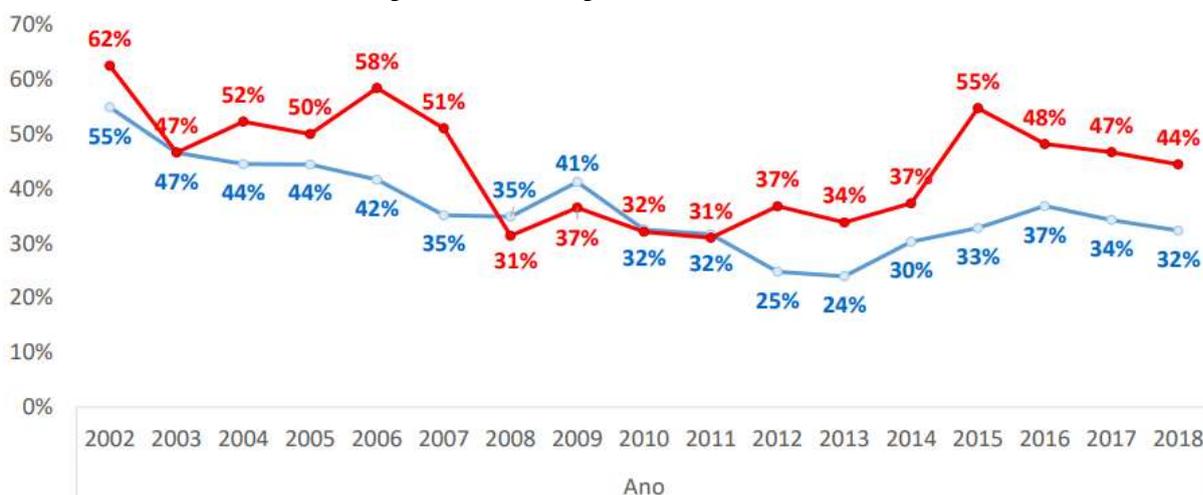
Em um contexto empresarial dinâmico, a promoção de recursos se tornou meta importante para os profissionais, sendo sugerida como recursos cruciais a promoção da felicidade e do bem-estar dentro das organizações (MÉRIDA-LOPEZ, 2018).

Destaca-se que a satisfação das necessidades psicológicas tem completa ligação com o clima de trabalho e saúde psicológica no trabalho, ou seja, bem-estar e angústia. Além disso, o otimismo se releva um importante fator de saúde, pois seu efeito media a satisfação da necessidade de competências (DESRUMAUX *et al.*, 2015).

Na pesquisa realizada por Carree e Verheul (2012), foi verificado que as mulheres empreendedoras se apresentam mais satisfeitas do que os homens em relação à sua renda mensal, apesar de apresentarem uma rotatividade média mensal menor. Os autores identificaram que a felicidade não está diretamente relacionada ao melhor desempenho da empresa, as variáveis que mais influenciam na felicidade no trabalho para mulheres estão voltadas para menor estresse, maior domínio das atividades e planejamento adequado. Ainda destacam que a quantidade de capital inicial melhora o desempenho dos negócios, o que aumenta indiretamente a satisfação. Além disso, aquelas que administram negócios em ambientes complexos e não têm experiência relevante são propensas à insatisfação (CARRE; VERHEUL, 2012).

Ao realizar um estudo sobre o empreendedorismo feminino no Brasil, Carvalho (2017), sobre os pontos positivos e negativos da atividade empreendedora, identificaram que o significado atribuído pelas mulheres em relação aos benefícios foi mais perceptível no que se refere às mudanças produzidas nos olhares e opiniões sobre si mesmas e não necessariamente ao seu protagonismo e efetiva participação no desenvolvimento econômico local, verificando-se destaque dado por elas às dificuldades persistentes para criarem ou gerirem um negócio (seja individualmente ou em grupo) e aos obstáculos em garantir a independência financeira em relação aos maridos.

Gráfico 1. Empreendedorismo por necessidade homens x mulheres



Fonte: GEM (2018)

— Homens — Mulheres

Fonte: GEM (2018).

Apesar de o relatório GEM (2018) não ter trazido dados sobre a felicidade de mulheres empreendedoras, esse resultado pode ser visto no relatório de 2013, que demonstrou que as mulheres empreendedoras são mais felizes do que suas contrapartes masculinas empreendedoras, além de classificar seu bem-estar mais do que o dobro do que não empresários e donos de empresas (IBPQ, 2019).

Conforme demonstra-se no Gráfico 2, foi realizada uma pesquisa pelo *Guidant Financial* em 2019, com público feminino para analisar o grau de felicidade em uma escala de 0 a 10, de acordo com Gráfico 2. Essa felicidade de mulheres empreendedoras também foi verificada na pesquisa realizada pelo *Guidant Financial* em 2019.

Gráfico 2. Felicidade de mulheres empreendedoras



Fonte: Guidant Financial (2019).

Conforme é possível verificar, os resultados concentraram-se nas notas de 8 a 10 em uma escala de 1 a 10 de felicidade, o que demonstra que as mulheres estão mais felizes enquanto empreendedoras. No entanto, a referida pesquisa não traz uma associação do perfil das mulheres a esses índices de felicidade, não possibilitando a identificação de fatores influenciadores das notas mais baixas em relação à felicidade no trabalho. Salienta-se que também não foram identificadas pesquisas que comparassem a felicidade no trabalho de mulheres empreendedoras por necessidade e por oportunidade, acreditando-se que essa variável possa exercer importante influência no assunto.

Mulheres com negócios estabelecidos classificam sua felicidade quase três vezes mais do que mulheres que não são empreendedoras ou donas de negócios estabelecidos (SOLESVIK; IAKOVLEVA; TRIFILOVA, 2019). Mulheres empresárias mostram um aumento substancial no bem-estar à medida que seus negócios amadurecem, demonstrando o retorno pessoal do investimento que vem com o empreendedorismo (KELLEY, 2017). A razão para as mulheres serem mais felizes empreendendo pode estar relacionada à confiança de gênero, ou seja, a medida que os negócios femininos amadurecem e se tornam mais bem-sucedidos, os níveis de felicidade aumentam (BURNSIDE, 2020). Para Baciú, Virgã e Lazãr (2020), a confiança é a crença na capacidade de obter sucesso, ou seja, o estímulo para uma ação na qual evidencia a confiança em ser capaz de obter resultados significativos ao se empreender. Afirmam, também, Wang, Tomlinson e Noe (2010) que a confiança é desenvolvida mediante atividades de médio a longo prazo independente se ocorrem o fracasso ou o sucesso.

Mediante a apresentação deste capítulo, confirma-se, dessa forma, a Hipótese b1, a qual demonstra que as mulheres são significativamente mais felizes como empreendedoras do que antes de empreender.

2.6 Hipóteses a testar

Prodanov e Freitas (2013, p. 90), quanto à formulação das hipóteses, listam algumas características ou critérios necessários para a sua validade, são eles:

consistência lógica: o enunciado das hipóteses não pode conter contradições e deve ter compatibilidade com o corpo de conhecimentos científicos;
verificabilidade: devem ser passíveis de verificação; - simplicidade: devem ser parcimoniosas, evitando enunciados complexos;
relevância: devem ter poder preditivo e/ou explicativo;
apoio teórico: devem ser baseadas em teoria, para ter maior probabilidade de apresentar genuína contribuição ao conhecimento científico;
especificidade: precisam indicar as operações e as previsões a que elas devem ser expostas;
plausibilidade e clareza: devem propor algo admissível e que o enunciado possibilite o seu entendimento;
profundidade, fertilidade e originalidade: devem especificar os mecanismos aos quais obedecem para alcançar níveis mais profundos da realidade, favorecer o maior número de deduções e expressar uma solução nova para o problema.

Acredita-se que as hipóteses a seguir formuladas, com apoio teórico no texto acima, atendem aos critérios formulados por Prodanov e Freitas (2013).

A primeira hipótese da pesquisa é a que está associada ao problema e pode, portanto, ser expressa da seguinte forma:

Ha1: Ao nível de significância de 0.05, considerando o grau de felicidade no trabalho (medido pela escala *Oxford Happiness Questionnaire*), as mulheres que empreenderam por necessidade são mais felizes do que as que empreenderam por oportunidade.

A segunda hipótese é um desdobramento lógico do problema: independente da forma como empreenderam (se por necessidade se por oportunidade) as mulheres empreendedoras são mais felizes após empreenderem:

Hb1: As mulheres são, significativamente mais felizes como empreendedoras do que antes de empreender.

A terceira hipótese baseia-se na anterior e parte do pressuposto que o tempo em que a empreendedora está ativa influencia o grau de felicidade no trabalho:

Hc1: Há uma associação significativamente positiva entre o grau de felicidade das mulheres e o tempo de empreendedoras.

A quarta hipótese está relacionada, ainda, ao núcleo do problema da pesquisa:

Hd1: Há diferença significativa entre quantidade de filhos das empreendedoras por necessidade e oportunidade.

A quinta, sexta e sétima hipóteses estão associadas aos aspectos socioeconômicos:

He1: Há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando o setor econômico de atuação;

Hf1: Há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando se a empresa é ou não familiar;

Hg1: Há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando o setor econômico de atuação.

2.7 Escala da felicidade

A felicidade recebe cada vez mais atenção, principalmente quando se trata de assuntos relacionados ao bem-estar e saúde mental (BROWN; ROHRER, 2020). Atualmente, empresas investem em workshops e sessões de aprendizagem no auxílio a colaboradores com o intuito dos mesmos se tornarem mais felizes (NOE; KODWANI, 2018). Para Rai e Nayak (2018), a felicidade é idealizada de acordo com a visão hedônica, na qual será determinada pelo prazer, experiências relacionadas a afetos obtidos, centradas em sentimentos e a eudaimônica, a qual representa o grau de realização da coerência interna e pessoal, expressão da capacidade potencial do indivíduo. Segundo Wallis *et al.* (2005), a felicidade é um estado de satisfação consigo e de contentamento com algo. Sentir-se alegre, satisfeito e sorrir são, na maioria das vezes, relacionadas à palavra felicidade (NETTLE, 2006). A felicidade, para Lyubomirsky

(2001), é uma experiência da alegria ou até mesmo sentir-se bem, atrelada à sensação de que viver é algo bom e válido.

Existem várias definições relacionadas à felicidade e diferentes relações envolvendo a mesma, bem como questionamentos de como ser feliz e o que fazer para alcançar a felicidade (DIENER, HORTWITZ; EMMONS, 1985). Existem testes e pesquisas que comprovam como a felicidade é medida, apesar de ser desafiador para tais questões (UCHIDA; OISHI, 2016). Alguns desses testes comprovam a criatividade, bem como a compreensão de valores, motivações e objetivos, os quais fornecem ferramentas para inspirações que resultam no significado da felicidade, independente da área de atuação (COMPTON; HOFFMAN, 2019).

A felicidade de profissionais é relevante para eficiência em determinados períodos (STEPTOE, 2019), apesar de estudos revelarem que desenvolver estrutura para medir a felicidade analisa a validação de escalas propostas nas quais fatores relevantes da felicidade de profissionais, são evidenciados e examinados objetivando confirmar a felicidade (SALAS-VALLINA *et al.*, 2017). Ter funcionários felizes é importante para a sobrevivência e o desempenho de qualquer organização (DE CLERCQ; HAQ; AZEEM, 2019). Funcionários mais felizes trabalham mais, melhor em equipe e, geralmente, são mais produtivos (BAKKER; DEMEROUTI, 2008). Funcionários felizes não apenas aumentam a produtividade da organização, mas também a tornam um atrativo para os melhores talentos (DRUCKER, 1999).

2.7.1 Questionário de Felicidade Oxford

O Questionário de Felicidade Oxford foi desenvolvido pelos psicólogos Michael Argyle e Peter Hills na Universidade de Oxford (HILLS; ARGYLE; 2002). Esta é uma boa maneira de obter um resultado instantâneo referente à questão de felicidade (STEWART *et al.*, 2010). Pode-se usar uma pontuação para comparar o seu nível de felicidade futura, realizando a pesquisa novamente (OSWALD, POWDTHAVEE, 2008). Kashdan (2004) apresenta um estudo avaliativo em relação ao Questionário Oxford, no qual acredita-se que o teste possui algumas falhas ao separar o bem-estar subjetivo a outras características humanas que definem, teorizam e medem a felicidade. A escala é composta por 8 itens e uma correlação de 0,93 foi determinada mediante as 29 questões relacionadas (DOGAN; TOTAN; SAPMAZ, 2013). Dessa forma, como resultante da análise fatorial confirmatória, é apresentada uma estrutura de fator único relacionada a 7 itens com valores próprios (CRUISE; LEWIS; GUCKIN, 2006).

Com base em Hills e Argyle (2002), abaixo seguem instruções, bem como as perguntas relacionadas ao Questionário de felicidade Oxford (Quadro 1):

Instruções para leitor

Abaixo estão afirmações referente a felicidade. Por gentileza indicar o quanto se concorda ou discorda de cada um digitando um número em branco após cada declaração, mediante a seguinte escala:

- 1 = discordo totalmente;
- 2 = discordo moderadamente; 3 = discordo ligeiramente;
- 4 = concordo ligeiramente;
- 5 = concordo moderadamente; 6 = concordo totalmente.

Por gentileza, ler as declarações cuidadosamente, devido a algumas frases serem consideradas positivas e negativas. Não demorar relativo a questões individuais; não há respostas 'certas' ou 'erradas'. A primeira resposta que vem em mente é provavelmente a correta. Se achar alguma difícil, por gentileza, responda que é verdadeira para o respondente em geral ou na maior parte do tempo.

Quadro 1. Questionário de felicidade Oxford

1	Eu não me sinto particularmente satisfeito com o jeito que eu sou. (R)	
2	Estou intensamente interessado em outras pessoas.	
3	Eu sinto que a vida é muito gratificante.	
4	Tenho sentimentos muito calorosos por quase todos.	
5	Raramente acordo me sentindo descansado. (R)	
6	Não estou particularmente otimista com o futuro. (R)	
7	Eu acho a maioria das coisas divertidas.	
8	Estou sempre comprometido e envolvido.	
9	A vida é boa.	
10	Eu não acho que o mundo é um bom lugar. (R)	
11	Eu rio muito.	
12	Estou bem satisfeito com tudo na minha vida.	
13	Não acho que pareço atraente. (R)	
14	Há uma lacuna entre o que eu gostaria de fazer e o que fiz. (R)	
15	Estou muito feliz.	
16	Eu encontro beleza em algumas coisas.	
17	Eu sempre tenho um efeito alegre sobre os outros.	
18	Eu posso me encaixar (encontrar tempo para) tudo o que eu quero.	
19	Sinto que não estou especialmente no controle da minha vida. (R)	
20	Eu me sinto capaz de assumir qualquer coisa.	
21	Sinto-me totalmente mentalmente alerta.	
22	Muitas vezes experimento alegria e euforia.	
23	Não acho fácil tomar decisões. (R)	
24	Eu não tenho um sentido particular de significado e propósito na minha vida. (R)	
25	Sinto que tenho muita energia.	
26	Eu geralmente tenho uma boa influência sobre os eventos.	
27	Eu não me divirto com outras pessoas. (R)	
28	Eu não me sinto particularmente saudável. (R)	
29	Eu não tenho memórias particularmente felizes do passado. (R)	

Fonte: Adaptado de Hills e Argyle (2002).

O questionário nos termos nos quais ele foi aplicado encontra-se no Apêndice A.

Calcular a pontuação

Passo 1. Os itens marcados (R) devem ser pontuados ao contrário: Se o respondente se der um “1”, risque-o e mude para um “6”.

- 1) Mude “2” para uma “5”;
- 2) Mude “3” para uma “4”;
- 3) Mude “4” para uma “3”;
- 4) Mude “5” para uma “2”;
- 5) Mude “6” para um “1”;

Passo 2. Adicione os números para todas as 29 proposições (usar os números convertidos para os 12 itens que são pontuados inversamente).

Passo 3. Divida por 29. Assim, sua pontuação de felicidade = o total (da etapa 2) dividido por 29.

Recomenda-se que grave sua pontuação e a data. Então o respondente terá a opção de comparar sua pontuação agora com a pontuação futura. Isso pode ser especialmente útil se estiver tentando alguns dos exercícios, e trabalhando ativamente para aumentar sua felicidade.

Interpretação da pontuação

1-2: Não estou feliz. Se a resposta foi honesta e teve uma pontuação muito baixa, o respondente provavelmente está vendo a si mesmo e sua situação como pior do que realmente é. Recomenda-se fazer o teste de sintomas depressivo (Questionário CES-D) no Centro de

Testes de “Felicidade Autêntica” da Universidade da Pensilvânia. O respondente vai ter que se registrar, mas isso é benéfico porque há um monte de bons testes lá e o respondente pode relevá-los mais tarde e comparar suas pontuações.

2-3: Um pouco infeliz. Experimentar alguns dos exercícios, como o Diário de Gratidão e Listas de Gratidão, ou a Visita da Gratidão;

3-4: Não particularmente feliz ou infeliz. Uma pontuação de 3,5 seria uma média numérica exata de respostas felizes e infelizes. Alguns dos exercícios mencionados logo acima foram testados em estudos científicos e têm sido mostrados para tornar as pessoas duradouramente mais felizes.

4: Um pouco feliz ou moderadamente feliz. Satisfeito. Isso é o que a média das pessoas pontua.

4-5: Bastante feliz; muito feliz. Verificar outras faixas de pontuação para algumas das sugestões.

5-6: Muito feliz. Ser feliz tem mais benefícios do que apenas se sentir bem. Está correlacionado com benefícios, como saúde, melhores casamentos e alcançar objetivos. Conferir novamente.

6: Muito feliz. Sim, o respondente leu certo. Pesquisas recentes parecem mostrar que há um nível ideal de felicidade para coisas como ir bem no trabalho ou na escola, ou por ser saudável, e que ser ‘muito feliz’ pode estar associado a níveis mais baixos dessas coisas.

2.8 Grau de felicidade relacionado ao tempo como empreendedor

De acordo com Manolova *et al.* (2012), *status* e dinheiro não são bons motivos para ser um empresário. Para Breines e Chen (2012), pessoas se sentem motivadas quando há um equilíbrio entre relacionamento e crescimento pessoal. Ao se deparar com ser empreendedor, existem atividades que se tornam desafiadoras, porém, mensuráveis (KRITIKOS, 2014). Conforme Shepherd e Patzelt (2011), o tempo em empreender faz com que haja uma valorização em demanda a desafios que geram satisfação pessoal e, conseqüentemente, aumenta o grau de felicidade em ações relacionadas a fazer parte de empreendimentos.

Para alcançar a felicidade, são necessários desafios novos e estimulantes que visam a capacidade para resolução dos mesmos, o que demanda tempo (HAMILTON; MESSING; CHATTERJEE, 2011). Ainda, de acordo com Cardon e Kirk (2015), uma das razões que o empreendedorismo traz felicidade é por meio dos relacionamentos desenvolvidos com colegas no trabalho, os quais demandam tempo para serem concretizados (HAHN *et al.*, 2012). Castells (2013) afirma que tais conexões se tornaram menos comuns, devido ao uso da tecnologia, a qual permitiu uma redução em uma comunicação tradicional.

Empreendedores trabalham diretamente com pessoas diferenciadas, as quais despertam interesses profissionais (CARSRUD; BRÄNNBACK, 2010). Dessa maneira, para Noordegraaf (2011), são almejadas ações, as quais demandam tempo para manter tais relações e até mesmo evitar com que tais profissionais queiram buscar novos desafios em outras empresas. Pode-se demonstrar a felicidade na qual a confiança é a base para empreender e, conseqüentemente, entender a temporariedade como fundamental para testar a paciência, bem como analisar resultados de médio a longo prazo (BAUMAN, 2013). Não é o talento da sua equipe que o fará um empreendedor feliz, e sim desafios superados juntos, bem como a percepção temporal e, assim, a experiência adquirida (GOFFE; SCASE, 2015). Hanley (2012) afirma que os obstáculos constantes fazem com que hajam superações e aprendizados para desenvolvimento de processos, o que, para o tempo para se criar uma empresa com pessoas que trabalham em equipe, é o que demonstrará a felicidade como empreendedores.

Como empreendedor, sempre aprende-se a cada momento e novos desafios estimulam a superação individual e grupal (FRANK; LANDSTRÖM, 2016). Sempre pode-se aprimorar o

relacionamento empresarial ao longo do tempo (CHESBROUGH, 2011). A felicidade constante é oriunda de vínculos, os quais são criados por empreendedores e do crescimento e experiência pelos quais são vivenciados (ANDERSON; GADDEFORS, 2016).

Relativo às mulheres, a satisfação em empreender relacionada ao tempo está no fato de que não há superiores delegando atividades a serem realizadas (SHORTLAND, 2015); o que, com o tempo, de acordo com Audretsch (2015), envolve uma agenda, na qual torna-se desgastante as atividades programadas por terceiros caso não sejam desenvolvidas, causando, dessa forma, insatisfação. Afirma-se que a mulher, no empreendedorismo, é mais engajada e aprende mediante o tempo com experiências, erros, acertos e, conseqüentemente, aprendizado, o que gera mais confiança e diminuição da incerteza, havendo, desse modo, de acordo com incertezas e fracassos diários (LIU *et al.*, 2019). Além dos acertos, o que para Sadgrove (2016), são sazonais e podem prejudicar relacionamentos na empresa.

Confirma-se, dessa maneira, a Hipótese c1, a qual considera uma associação significativamente positiva entre o grau de felicidade das mulheres e o tempo de empreendedoras.

2.9 Microempresas consolidadas com mais de cinco anos

De acordo com o Censo 2021 - IBGE (2020), entre os anos de 2014 a 2018, a taxa de sobrevivência das empresas foi de apenas 3,6%, o que é relacionado com o porte, quanto maior mais elevada a taxa de sobrevivência. Em contrapartida, Santos e Rocha (2017) afirmam que uma micro e pequena empresa, para possuir longevidade adequada, necessita investir em inovação, o que, para os autores, torna-se fundamental para o desenvolvimento de estratégias relacionadas à sustentabilidade das MPEs. Corroboram com tal afirmação Paranzella (2017) ao afirmar que é possível inovar considerando não só o futuro, ainda olhando para o passado, pelo menos se as pequenas empresas buscam alcançar a diferenciação abordando um nicho de mercado e se mantendo, no mesmo, por mais tempo.

Segundo Rocha *et al.* (2013), mesmo que o país esteja em crescimento, micro, pequenas e microempreendedores individuais demonstram dificuldades relacionadas a se manterem no mercado o qual atuam. Dados do Sebrae (2017) evidenciam uma ausência de capital de investimento e planejamento para que empreendedores se mantenham no mercado por um tempo elevado, 35% das empresas duram um ano e apenas 20% sobrevivem por mais de 05 anos. De acordo com D'Anjour e Silva (2016), no anuário "Mensurando a inovação: avaliação em micro e pequenas empresas participantes do programa agentes locais de inovação", percebeu-se que 75% das empresas entrevistadas apresentaram um período de atuação mercadológica superior a 2 anos, em contrapartida, a média de 10,5 anos, demonstrou que 33,33% das empresas possuem mais de 6 anos atuação de mercado. Já para Pavan (2017), estudos demonstram que empresas, em sua quase totalidade, possuem experiência mercadológica, devido ao fato de apresentarem 5 anos de existência mercadológica.

3 MÉTODO

Neste capítulo, é abordada a metodologia que se aplicou para realizar a pesquisa.

A presente pesquisa é qualitativa, tendo a primeira o objetivo de traçar o perfil socioeconômico e o tipo de empreendedorismo das mulheres empreendedoras pesquisadas e a segunda o objetivo de aplicação da escala *Happiness*, composta por 30 questões que foram respondidas em uma escala de 6 pontos, sendo 1 o menor grau de felicidade possível e 6 o maior.

Para tanto, foi realizada uma pesquisa de campo com mulheres empreendedoras, que, conforme Kumar (2015), é definida como um método qualitativo de coleta de dados que visa observar, interagir e entender as pessoas enquanto elas estão em um ambiente natural. Kumar

(2015) destaca ainda que a pesquisa de campo abrange uma ampla gama de métodos de pesquisa social, incluindo observação direta, participação limitada, análise de documentos e outras informações, entrevistas informais, pesquisas, etc.

Conforme Gomes (2010), o tipo de pesquisa observacional que analisa dados de variáveis coletadas em um determinado momento na população amostral, que se trata da população ou um subconjunto predefinido. Esse tipo de estudo também é conhecido como análise transversal, estudo transversal ou estudo de prevalência.

Kumar (2015) diz que os dados coletados em um estudo transversal são de pessoas semelhantes em todas as variáveis, exceto na variável em estudo. Essa variável permanece constante ao longo do estudo transversal. Isso é diferente de um estudo longitudinal, em que as variáveis do estudo podem mudar ao longo da pesquisa.

3.1 População e amostras

O universo é composto por mulheres empreendedoras de todo o território nacional. Trata-se de uma pesquisa de âmbito nacional que foi realizada por meio da rede mundial de computadores (internet) partindo da cidade de Campo Limpo Paulista/SP. A população estudada é formada por mulheres empreendedoras em uma amostra por conveniência, já que considerou todas aquelas que retornaram as respostas via formulário eletrônico. Entraram, portanto, na pesquisa, empreendedoras localizadas no Brasil, com empreendimento ativo há mais de 5 anos.

3.1.1 Análise

Esta pesquisa foi realizada com a Escala *Happiness*, já validada no Brasil, para analisar a felicidade no trabalho. Apesar disso, para que se pudesse ter noção sobre a aplicação prática no contexto do estudo proposto nesta dissertação, foi realizado um pré-teste com 20 mulheres empreendedoras, aplicado via internet com auxílio do programa Google Forms, que permite o envio dos questionários tanto por e-mail quanto via mensagem e por aplicativo WhatsApp, facilitando, assim, o processo de coleta dos dados. Os questionários respondidos foram analisados confirmando-se ser a escala *Happiness* adequada a este estudo.

Além da análise do grau de felicidade no trabalho (gFT), também foi feita uma análise e cada proposição feita para apurar o grau de aderência dos respondentes aos pressupostos da Escala de Felicidade. Para tal, utilizou-se uma técnica que expressa os níveis de adesão ou concordância com uma afirmação ou fator proposta por Scarpi (2010, p. 548), cuja equação é apresentada em (1):

$$GA_{SCARPI} = \left(\frac{\sum q_i - QT}{(s-1)QT} \right) \quad (1)$$

onde s é o número de postos na escala e q_i é o número de observações relacionadas ao posto. O valor, resultando do cálculo do Aditivo de Scarpi, cai no intervalo $[0; 1]$ e, para efeito de interpretação do valor obtido, considera-se que há aderência substancial a partir de 0,70.

Ferramentas estatísticas com testes paramétricos e não paramétricos adequados são utilizadas para testar as hipóteses.

4 RESULTADOS

A análise dos dados levantados foi realizada a partir de estatísticas descritivas, considerando resultados de frequências, proporções e desvio padrão, bem como correlação, utilizando-se os softwares SPSS e Microsoft Excel para tabulação dos dados e elaboração de tabelas que farão parte deste estudo.

Para a pesquisa, foram utilizados procedimentos para analisar o grau de felicidade entre as mulheres que empreenderam por oportunidade e por necessidade.

4.1 Estatísticas descritivas

São apresentados, na Tabela 1, os valores descritivos da amostra referentes às variáveis Var 37 a Var 43.

Tabela 1. Valores descritivos da amostra

Variável	Questões e proposições	"0"	"1"	"2"	"3"
Var37	Motivo da abertura do negocio: Oportunidade=1; Necessidade=2		12	7	
Var38	Dados do negócio: Setor 1 Comércio, 2 Industria e 3 Serviços		7	1	11
Var39	É empresa familiar? (sim=1; não=0)	7	12		
Var40	Quantos filhos tinha na época da abertura da empresa?	9	4	4	2
Var41	Grau de Felicidade no Trabalho (gFT)	Média=	3.02		
		"0-5"	"6-10"	"11-15"	">15"
Var42	Existência da empresa (em anos):	1	10	4	4
Var43	Além de você quantas pessoas trabalham mais na empresa?	13	3	1	2

Fonte: Das autoras (2020).

Legenda: Variável: número da variável; Questões e proposições: itens do questionário aos quais as pesquisadas deram resposta, com o valor da variável duma usada na tabulação; "n": quantidade de casos observados.

Pode-se ver pela Tabela 1 que, das 19 respondentes da amostra, 12 (63%) tornaram-se empreendedoras por necessidade e 7 (37%) por oportunidade. Cabe destacar que, para averiguar o motivo de abrir o negócio, foi feita uma questão, correspondendo a abrir por oportunidade quem deu resposta "0" e considerando que abriu por necessidade quem respondeu apontando os motivos 1 a 5 (Figura 1).

Figura 1. Motivos da abertura do negócio

<p>Existem vários motivos que levam uma pessoa a criar um negócio. Qual das motivações abaixo se aplicam ao seu caso?</p> <p>(7) Identifiquei uma oportunidade</p> <p>(2) Falta de trabalho (desemprego)</p> <p>(5) Melhores condições (Aumentar renda familiar)</p> <p>(2) Falta de trabalho (desemprego)</p> <p>(1) Nascimento de um filho</p> <p>(1) Realização de um sonho</p> <p>(1) Outro motivo</p>

Fonte: Das autoras (2020).

4.2 Análise das proposições

Uma síntese das respostas obtidas das empreendedoras ao questionário sobre felicidade no trabalho é apresentada na Tabela 2. As respostas coletadas foram utilizadas para calcular o grau de Felicidade no Trabalho (gFT) como mostrado no item 2.8.1 e foram utilizadas

também para se calcular o grau de aderência das respondentes às proposições, como mostrado no item 3.3.1.

Tabela 2. Síntese das respostas dadas às proposições e grau de aderência

Variável	Proposições	"1"	"2"	"3"	"4"	"5"	"6"	gAScrapi	gAs<0.70
Var01	1. Em geral, me considero: (infeliz=1 --- feliz =6)	0	0	2	4	9	4	0.7579	
Var02	2. Comparando com a maioria dos meus amigos, me considero:	0	0	2	2	9	6	0.8000	
Var03	3. Algumas pessoas são geralmente MUITO felizes. Elas aproveitam a vida, aconteça o que acontecer, procurando obter o máximo. Em que grau essa descrição se aplica a você?	1	0	4	5	7	2	0.6421	*
Var04	4. Algumas pessoas geralmente NÃO são tão felizes. Embora não estejam deprimidas, nunca parece tão felizes quanto poderiam ser. Em que grau essa descrição se aplica a você?	0	1	1	6	8	3	0.7158	
Var05	5. Considerando todas as coisas, o quão feliz você está com seu trabalho?	0	0	1	5	6	7	0.8000	
Var06	6. De forma geral, antes de ser empreendedora, eu era (infeliz =1 --- feliz=6)	2	0	7	4	4	2	0.5474	*
Var07	1- Tenho sentimentos muito calorosos com quase todos no meu trabalho	0	0	2	1	11	5	0.8000	
Var08	2- Sinto que possuo muita energia ou motivação para trabalhar	0	0	0	2	9	8	0.8632	
Var09r	3- Não tenho particularmente memórias felizes do passado no trabalho	2	2	4	1	4	6	0.6211	*
Var10	4- Sou muito feliz no meu trabalho	1	1	0	1	9	7	0.7895	
Var11r	5- Sinto que Não estou, no controle de minha vida profissional	2	2	4	1	4	6	0.6211	*
Var12	6- Sou intensamente interessada em outras áreas ou setores da empresa	3	2	0	1	8	5	0.6526	*
Var13r	7- Não me sinto particularmente satisfeita com meu trabalho.	1	1	1	2	4	10	0.7895	
Var14	8- Estou muito satisfeita com tudo em minha vida profissional.	1	3	2	5	5	3	0.6000	*
Var15	9- Sinto-me alegre e exaltada quando vou ao trabalho	1	1	1	2	10	4	0.7263	
Var16r	10- Não tenho particularmente um senso de significado e propósito para minha vida	1	1	2	1	3	11	0.7895	

	profissional								
Var17	11- Tenho uma boa influência nos acontecimentos do trabalho	0	1	0	2	5	11	0.8632	
Var18	12- Eu particularmente sou otimista sobre o futuro nesta empresa	11	3	1	2	1	1	0.2105	mínimo
Var19	13- A vida é boa neste trabalho	1	0	0	2	10	6	0.8000	
Var20	14- Sempre contagio de alegria outras pessoas que trabalham comigo	0	0	0	1	11	7	0.8632	
Var21	15- Sinto minha mente completamente alerta em todas as horas de trabalho	0	0	2	2	10	5	0.7895	
Var22	16- Eu sinto que minha vida é muito recompensada por causa do meu trabalho	0	0	0	5	9	5	0.8000	
Var23	17- Raramente me sinto cansada.	1	5	5	2	4	2	0.4947	*
Var24	18- Existe uma distância entre o que eu gostaria de fazer e o que faço.	4	3	2	3	5	2	0.4842	*
Var25r	19- Não acho fácil tomar decisões no meu trabalho	2	3	5	3	3	3	0.5158	*
Var26r	20- Não sinto particularmente saudável, trabalhando nesta empresa	1	1	0	2	3	12	0.8316	
Var27	21- Eu acho a maioria das coisas agradáveis no meu trabalho	2	2	1	1	7	6	0.6842	*
Var28r	22- Eu acho que esta empresa não é um bom lugar para se trabalhar	1	0	2	1	7	8	0.7895	
Var29	23- Sempre me saio bem em tudo que eu quero fazer na área profissional	1	0	2	4	9	3	0.7053	
Var30r	24- Eu não tenho boa autoestima no trabalho.	1	0	2	1	7	8	0.7895	
Var31	25- Encontro beleza em algumas coisas do meu trabalho	0	1	0	3	6	9	0.8316	
Var32	26- Eu sorrio muito no trabalho	0	0	0	2	4	13	0.9158	máximo
Var33	27- Sinto-me capaz de conseguir qualquer coisa no meu trabalho	0	2	3	1	8	5	0.7158	
Var34r	28- Não me divirto com outras pessoas no ambiente de trabalho	1	1	0	4	6	7	0.7579	
Var35	29- Estou sempre comprometido e envolvido com meu trabalho	0	0	0	0	9	10	0.9053	
Var36	30- Agora que sou empreendedora, me considero (infeliz=1 --- feliz=6).	0	0	0	1	8	10	0.8947	

Fonte: Das autoras (2020).

Legenda: Variável: número da variável. Observar que o prefixo "r" o nome da variável indica que originariamente ele foi reversa; entretanto as respostas já estão ajustadas conforme item 2.8.1; Proposições: itens do questionário

aos quais as pesquisadas deram resposta, com o valor da variável dumpy usada na tabulação; “n”: quantidade de casos observados; gAScarpi: grau de aderência das respostas às proposições segundo Scarpi (2010, p. 548); gAS<0.70: destaque para os casos com grau de aderência inferior a 0.70.

Considerando que um grau de aderência substancial ou significativo é ≥ 0.70 , importante destacar os casos de baixa aderência. Antes, porém, destacam-se as proposições de maior e de menor aderência.

O valor máximo refere-se à proposição “Var32 26 - Eu sorrio muito no trabalho” com um grau de aderência de 0.9158, indicando que, além de felizes, as empreendedoras expressam física e emocionalmente esse sentimento. Observar que não se obteve nenhuma resposta discordante (de “1” a “3”).

Já o valor mínimo refere-se à proposição “Var18 12 - Eu particularmente sou otimista sobre o futuro nesta empresa”, com um grau de aderência 0.2105, mostrando o senso realístico com que as empreendedoras enfrentam o futuro.

Outras proposições destacadas:

“Var03 3. Algumas pessoas são geralmente MUITO felizes. Elas aproveitam a vida, aconteça o que acontecer, procurando obter o máximo. Em que grau essa descrição se aplica a você?” (gAs=0.6421). Esse resultado parece mostrar que as empreendedoras são felizes mas não se consideram “muito felizes”. Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R09 afirmou: “Sou uma pessoa que consegui realizar meu sonho, porém, sinto que, para ser dona, deixei de realizar o sonho de ter uma família: quando pensei já foi tarde. Ter meu negócio não é fácil, eu tenho que fazer escolhas, não se pode ter tudo”.

Var06 6. De forma geral, antes de ser empreendedora, eu era (infeliz=1 - feliz=6) (gAs=0.5474). Esse resultado parece mostrar que as mulheres, antes de empreenderem, não se classificam felizes empreendedoras, são felizes, mas não se consideram “muito felizes”. Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R04 afirmou: “Antes de ter o negócio, não conseguia me achar, eu me sentia uma escrava, não tinha prazer, era uma máquina”.

Var09r 3. Não tenho particularmente memórias felizes do passado no trabalho (gAs=0.6211). Diante do resultado, nota-se a insatisfação com o trabalho anterior. Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R07 afirmou: “Não sabia trabalhar para os outros, nos trabalhos que tive me sentia como uma pessoa que não pensa, sem capacidade de fazer algo legal ou diferente, eu não gosto de olhar minha vida antes daqui”.

Var11r 5. Sinto que não estou no controle de minha vida profissional (gAs=0.6211). Analisando o resultado, mostra-se que as mulheres ainda não se sentem responsáveis por sua vida profissional, nota-se a insatisfação com o trabalho anterior. Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R04 afirmou: “Ainda não tenho conhecimento da parte de administrar, não sei, dependendo de outras pessoas para fazer a gestão”.

Var12 6. Sou intensamente interessada em outras áreas ou setores da empresa (gAs=0.6526). De acordo com resultado, identifica-se que as mulheres não têm curiosidade de se apropriarem de outras áreas da empresa. Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R12 afirmou: “Quero colocar a ‘mão na massa’, acho que fazer o que faço é o mais importante, não quero saber de outros departamentos e nem tenho interesse em fazer”.

Var14 8. Estou muito satisfeita com tudo em minha vida profissional (gAs=0.600). Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R1 afirmou: “Não estou satisfeita com tudo, sempre acho que meu negócio podia melhorar mais, não sei como faço, preciso ter mais estudo”.

Var23 17. Raramente me sinto cansada (gAs=0.4947). Esse resultado identifica que há mulheres que se sentem cansadas ao ter seu próprio negócio.

Var24 18. Existe uma distância entre o que eu gostaria de fazer e o que faço (gAs=0.4842). Essa insatisfação foi comentada pela Respondente R9: “Gosto de executar, de fazer, não da parte de gestão”.

Var25r 19. Não acho fácil tomar decisões no meu trabalho (gAs= 0.5158). Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R19 afirmou: “Não sei mandar em ninguém, não é fácil demitir um pai de família, deixar de contratar um ou outro... Gerir pessoas é complicado”.

Var26r 20. Não me sinto particularmente saudável trabalhando nesta empresa (gAs= 0.8316). As mulheres apontaram que, ao trabalhar na empresa, não se sentem saudáveis. Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R6 afirmou: “Aqui só tenho hora para entrar, não tenho hora de almoço, vivo em função daqui, isso está atrapalhando minha saúde”.

Var27 21. Eu acho a maioria das coisas agradáveis no meu trabalho (gAs=0.6842). Chamada a comentar esse resultado, a Respondente R8 afirmou: “Hoje muita coisa não me agrada, muita burocracia para que eu possa trabalhar e ganhar meu pão, meu tempo é perdido com papelada para regularização”.

4.3 Testes das hipóteses

Os testes das hipóteses consideram diferentes variáveis. Segundo as boas práticas estatísticas, antes de proceder ao teste da hipótese, é analisada a distribuição amostral e as amostras que diferirem significativamente da distribuição normal. Ao nível de significância de 0.05, são consideradas variáveis ordinais aplicando-se, nesses casos, testes não-paramétricos. Os testes de aderência à normalidade foram os de Lilliefors. Os *outputs* dos testes são dos pacotes estatísticos utilizados: BioEstat, Minitab e SPSS.

4.3.1 Teste da Hipótese Ha

Ha1: Ao nível de significância de 0.05, considerando o grau de felicidade no trabalho (medido pela escala *Oxford Happiness Questionnaire*).

As mulheres que empreenderam por necessidade são mais felizes do que as que empreenderam por oportunidade.

Tabela 3. Dados para o teste da Hipótese Ha

Var41	gFT	5.67	5.70	5.67	4.40	5.27	4.80	4.73	5.27	5.23	5.47	4.90	4.70	4.97	5.10	5.60	5.80	4.00	4.77	4.97
Var37	Tipo Empr.	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
gFT Oportunidade		5.67	4.40	4.73	5.27	5.23	4.70	4.00												
		2	2	2	2	2	2	2												
gFT Necessidade		5.70	5.67	5.27	4.80	5.47	4.90	4.97	5.10	5.60	5.80	4.77	4.97							
		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1							

Fonte: Das autoras (2020).

A Tabela 4 mostra as estatísticas descritivas referentes aos graus de Felicidade no Trabalho, total (t), das empreendedoras por oportunidade (O) e das empreendedoras por necessidade. As empreendedoras por necessidade possuem um grau de Felicidade no Trabalho (gFT) médio maior do que as empreendedoras por oportunidade.

Tabela 4. Estatísticas descritivas da variável 41 e suas estratificações

Descriptive Statistics: gFTt; gFTO; gFTN									
Variable	Total Count	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum
gFTt	19	5.106	0.111	0.485	4.000	4.770	5.100	5.600	5.800
gFTO	7	4.857	0.216	0.571	4.000	4.400	4.730	5.270	5.670
gFTN	12	5.252	0.110	0.380	4.770	4.918	5.185	5.652	5.800

Fonte: Das autoras (2020).

Trata-se agora de testar a hipótese de que, ao nível de significância de 0.05, considerando o grau de felicidade no trabalho (medido pela escala *Oxford Happiness Questionnaire*), as mulheres que empreenderam por oportunidade são mais felizes do que as que empreenderam por necessidade. As variáveis envolvidas gFTO e gFTN possuem distribuição normal ao nível de significância de 0.05 (Teste de normalidade Lilliefors, p-value<0.05). Foi aplicado teste paramétrico, dada a normalidade das variáveis que também são homocedásticas. O resultado do teste está na Figura 2, que é o *output* do BioEstat.

Figura 2. Output do teste da Hipótese Ha
t - Teste: Amostras Independentes

Arquivo Editar Gráfico

	- 1 -	- 2 -
Tamanho =	7	12
Média =	4.8571	5.2517
Variância =	0.3258	0.1443
	Homocedasticidade	
Variância =	0.2084	---
t =	-1.8173	---
Graus de liberdade =	17	---
p (unilateral) =	0.0434	---
p (bilateral) =	0.0868	---
Poder (0.05) =	0.5263	---
Poder (0.01) =	0.2679	---
Diferença entre as médias =	-0.3945	---
IC 95% (Dif. entre médias) =	-0.8526 a 0.0635	---
IC 99% (Dif. entre médias) =	-1.0237 a 0.2346	---

Fonte: Das autoras (2020).

Hipótese Ha não rejeitada: pode-se afirmar, ao nível de significância de 0.05, considerando o grau de felicidade no trabalho (medido pela escala *Oxford Happiness Questionnaire*), que as mulheres que empreenderam por necessidade são mais felizes do que as que empreenderam por oportunidade (teste t; t = -1.8173, p-value (unilateral) = 0.0434).

4.3.2 Teste da Hipótese Hb

Hb1: As mulheres são, ao nível de significância de 0.05, significativamente mais felizes como empreendedoras do que antes de empreender.

Para testar essa hipótese, cumpre investigar as variáveis Var06 “De forma geral, antes de ser empreendedora, eu era (infeliz=1 – feliz=6)” e Var36 “Agora que sou empreendedora, me considero (infeliz=1 - feliz=6), como se pode ver na Tabela 5.

Tabela 5. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hb

Descriptive Statistics: Var06-antes; Var36-agora						
Variable	Total Count	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum
Var06-antes	19	1.000	3.000	4.000	5.000	6.000
Var36-agora	19	4.000	5.000	6.000	6.000	6.000

Fonte: Das autoras (2020).

Para testar a hipótese Hb, utilizou-se o Teste de Wilcoxon, que é uma prova não-paramétrica com a finalidade de comparar dados pareados (antes e depois) para dados ordinais. O *output* do teste está na Figura 3.

Figura 3. Output do teste da Hipótese Hb

Teste de Wilcoxon — □

uivo Editar Gráfico

Resultados Cols. 4 e 5	
T =	4
Número de pares =	17
Z =	3.4557
p-valor (unilateral) =	0.0003
p-valor (bilateral) =	0.0005

Fonte: Das autoras (2020).

Hipótese Hb não rejeitada: pode-se afirmar que as mulheres são, ao nível de significância de 0.01, significativamente mais felizes como empreendedoras do que antes de empreender (Teste de Wilcoxon; $Z = 3.4557$; p-value 0.0003). O p-value indica um resultado muito significativo.

4.3.3 Teste da Hipótese Hc

Hc1: Ao nível de significância de 0.05, há uma associação significativamente positiva entre o grau de felicidade das mulheres e o tempo de empreendedoras.

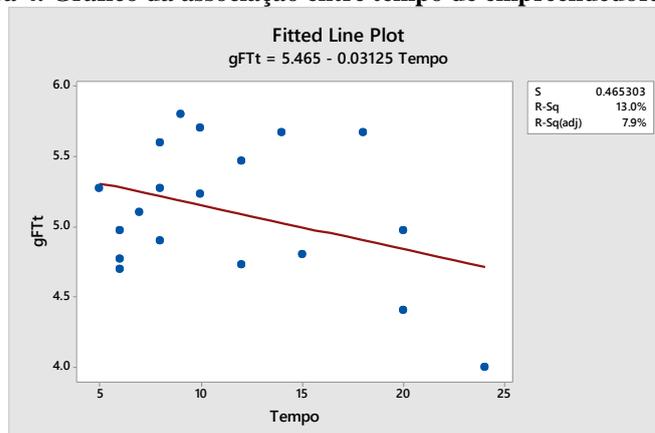
Para testar essa hipótese, cumpre investigar se há associação significativa entre as variáveis Var41 “Grau de Felicidade no Trabalho (gFT)” e Var 42 “Existência da empresa (em anos)” (Tabela 6).

Tabela 6. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hc

Descriptive Statistics: gFTt; Tempo									
Variable	Total Count	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum
gFTt	19	5.106	0.111	0.485	4.000	4.770	5.100	5.600	5.800
Tempo	19	11.47	1.28	5.59	5.00	7.00	10.00	15.00	24.00

Fonte: Das autoras (2020).

Figura 4. Gráfico da associação entre tempo de empreendedora e gFT



Fonte: Das autoras (2020).

Para testar a hipótese Hc, utilizou-se o Teste de Correlação Linear já que as variáveis mostraram não diferir significativamente da distribuição normal. O *output* do teste está na Figura 5.

Figura 5. Output do teste da Hipótese Hc

Teste de Correlação Linear —

Jivo Editar Gráfico

	Colunas 7 e 8
n (pares) =	19
r (Pearson) =	-0.3605
IC 95% =	-0.70 a 0.11
IC 99% =	-0.77 a 0.26
R2 =	0.1299
t =	-1.5933
GL =	17
(p) =	0.1294
Poder 0.05 =	0.4462
Poder 0.01 =	0.2068

Fonte: Das autoras (2020).

Hipótese Hc rejeitada: pode-se afirmar, ao nível de significância de 0.05, que não há uma associação significativamente positiva entre o grau de felicidade das mulheres e o tempo de empreendedoras (Teste de Correlação Linear; r de Pearson = -0.3605; p-value = 0.1294).

4.3.4 Teste da Hipótese Hd

Hd1: Ao nível de significância de 0.05, há diferença significativa entre quantidade de filhos das empreendedoras por necessidade e oportunidade.

Para testar essa hipótese, cumpre investigar a Var40 “Quantos filhos tinha na época da abertura da empresa?” estratificada pela Var37 “Qual motivo te levou a abertura do negócio”. A distribuição das amostras diferem significativamente da distribuição normal (Lilliefors, p-value 0.01), onde foi usado teste não-paramétrico. As estatísticas descritivas das variáveis estão na Tabela 7.

Tabela 7. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hd

Descriptive Statistics: Filhos-O; Filhos-N									
Variable	Total Count	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum
Filhos-O	7	0.857	0.340	0.900	0.000	0.000	1.000	2.000	2.000
Filhos-N	12	1.000	0.348	1.206	0.000	0.000	0.500	2.000	3.000

Fonte: Das autoras (2020).

Para testar a hipótese Hd, utilizou-se o Teste não-paramétrico de Mann-Whitney com o fim de comparar duas amostras, mesmo de tamanhos diferentes. O *output* do teste está na Figura 6.

Figura 6. Output do teste da Hipótese Hd

Mann-Whitney: amostras independentes

Uivo Editar Gráfico

Resultado	Amostra 1	Amostra 2
Tamanho da amostra	7	12
Soma dos Postos (Ri)	69.0	121.0
Mediana =	1.00	0.50
U =	41.00	
Z(U) =	0.0845	
p-valor (unilateral) =	0.4663	
p-valor (bilateral) =	0.9326	

Fonte: Das autoras (2020).

Hipótese Hd rejeitada: ao nível de significância de 0.05, não há diferença significativa entre quantidade de filhos das empreendedoras por necessidade e oportunidade (Teste Mann-Whitney. $Z = 0.0845$. p-value (unilateral) = 0.4663).

4.3.5 Teste da Hipótese He

He1: Ao nível de significância de 0.05, não há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando o setor econômico de atuação.

Para testar essa hipótese, cumpre investigar a variável gFT estratificada por setor econômico. Cabe notar que, por haver apenas um caso de indústria, o gFT foi estratificado pelos setores de serviços e comércio, como mostra a Tabela 8. As distribuições das duas amostras não diferem significativamente da distribuição normal (Teste Lilliefors, p-value < 0,05).

Tabela 8. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese He

Descriptive Statistics: gFTServiços; gFTComércio

Variable	Total Count	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum
gFTServiços	12	5.121	0.163	0.565	4.000	4.725	5.185	5.652	5.800
gFTComércio	7	5.081	0.130	0.343	4.730	4.770	4.970	5.270	5.700

Fonte: Das autoras (2020).

Figura 7. Output do teste da Hipótese He

t-Teste: Amostras independentes

Uivo Editar Gráfico

	- 4 -	- 5 -
Tamanho =	12	7
Média =	5.1208	5.0814
Variância =	0.3198	0.1177
Homocedasticidade		
Variância =	0.2484	
t =	0.1662	
Graus de liberdade =	17	
p (unilateral) =	0.4350	
p (bilateral) =	0.8699	
Poder (0.05) =	0.0645	
Poder (0.01) =	0.0431	
Diferença entre as médias =	0.0394	
IC 95% (Dif. entre médias) =	-0.4608 a 0.5396	
IC 99% (Dif. entre médias) =	-0.6476 a 0.7264	

Fonte: Das autoras (2020).

Para testar a hipótese He, utilizou-se o Teste t já que as amostras apresentaram homocedasticidade. O output do teste está na Figura 7.

Hipótese H_e não rejeitada: pode-se afirmar, ao nível de significância de 0.05, que não há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando o setor econômico de atuação (Teste t ; $t = 0.1662$; p -value (unilateral) = 0.4350).

4.3.6 Teste da Hipótese H_f

H_{f1} : Ao nível de significância de 0.05, não há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando se a empresa é ou não familiar.

Para testar essa hipótese, cumpre investigar a variável gFT estratificada por tipo de empresa (se familiar ou não-familiar). O gFT foi estratificado segundo o tipo de empresa (familiar $gFTF$ ou não-familiar $gFTnF$), como mostra a Tabela 9. As distribuições das duas amostras não diferem significativamente da distribuição normal (Teste Lilliefors, p -value < 0,05).

Tabela 9. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese H_f

Descriptive Statistics: $gFTF$; $gFTnF$									
Variable	Total Count	Mean	SE Mean	StDev	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum
$gFTF$	12	5.093	0.118	0.408	4.400	4.748	5.100	5.420	5.700
$gFTnF$	7	5.130	0.239	0.632	4.000	4.770	5.100	5.670	5.800

Fonte: Das autoras (2020).

Para testar a hipótese H_f , utilizou-se o Teste t já que as amostras apresentaram homocedasticidade. O *output* do teste está na Figura 8.

Figura 8. Output do teste da Hipótese H_f

t - Teste: Amostras Independentes		
	- 6 -	- 7 -
Tamanho =	12	7
Média =	5.0925	5.1300
Variância =	0.1663	0.3991
Homocedasticidade		
Variância =	0.2485	---
t =	-0.1582	---
Graus de liberdade =	17	---
p (unilateral) =	0.4381	---
p (bilateral) =	0.8762	---
Poder (0.05) =	0.0599	---
Poder (0.01) =	0.0492	---
Diferença entre as médias =	-0.0375	---
IC 95% (Dif. entre médias) =	-0.5377 a 0.4627	---
IC 99% (Dif. entre médias) =	-0.7245 a 0.6495	---

Fonte: Das autoras (2020).

Hipótese H_f não rejeitada: pode-se afirmar, ao nível de significância de 0.05, que não há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando se a empresa é ou não familiar (Teste t ; $t = -0.1582$; p -value (unilateral) = 0.4381).

5 DISCUSSÕES

Faz-se agora uma análise global dos resultados encontrados. Em primeiro lugar, cumpre destacar que a hipótese principal não foi rejeitada: ao nível de significância de 0.05, considerando o grau de felicidade no trabalho (medido pela escala *Oxford Happiness Questionnaire*), as mulheres que empreenderam por necessidade são mais felizes do que as que empreenderam por oportunidade. Esse resultado vem confirmar os trabalhos de Babcock e Laschever (2009).

Outra hipótese importante para o trabalho, não rejeitada, é a Hipótese Hb: as mulheres são, ao nível de significância de 0.01, significativamente mais felizes como empreendedoras do que antes de empreender. Destaque para o p-value muito significativo. Esse resultado parece ampliar os estudos de Frey e Stutzer (2010), no qual são analisadas por determinantes da felicidade relacionados a fatores que as tornam mais felizes ou infelizes, se comparadas com as outras.

Hipótese não tão relevante foi a Hipótese Hc, rejeitada: ao nível de significância de 0.05, não há uma associação significativamente positiva entre o grau de felicidade das mulheres e o tempo de empreendedoras. O resultado do Teste de Correlação linear, o r de Pearson negativo igual a -0.3605, sugere até que quanto maior o tempo da empresa menor é o gFT. Esse resultado se depara com Cardon e Kirk (2015), no qual afirmam que o empreendedorismo traz felicidade por meio de relacionamentos desenvolvidos com colegas de trabalho, o que demanda tempo.

Em quarto lugar, a Hipótese Hd, rejeitada: ao nível de significância de 0.05, não há diferença significativa entre quantidade de filhos das empreendedoras por necessidade e oportunidade. Esse resultado confirma os estudos de Kim e Ling (2001).

Em quinto lugar, a Hipótese He, não rejeitada: pode-se afirmar, ao nível de significância de 0.05, que não há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando o setor econômico de atuação. Este trabalho comprova os estudos de Williams *et al.* (2015).

E, por último, a Hipótese Hf, não rejeitada: pode-se afirmar, ao nível de significância de 0.05, que não há diferença significativa de felicidade do trabalho considerando se a empresa é ou não familiar, o que corrobora com os estudos de Tagiuri e Davis (1992).

Espera-se ter obtido um maior entendimento sobre a influência do tipo de empreendedorismo feminino na felicidade no trabalho, considerando diversas variáveis que ampliaram a análise e a discussão.

O objetivo geral da pesquisa, de uma forma geral, parece ter sido alcançado. Para futuros trabalhos envolvendo o mesmo tema, espera-se que os resultados possam servir de comparação no que se demonstra como empreendedorismo feminino, bem como para estudos que envolvam Instituições as quais desenvolvem trabalhos relacionados ao tema. Dessa forma, pode-se continuar o trabalho ou verificar limitações da pesquisa que não foram desenvolvidos e que, posteriormente, em um cenário de equilíbrio econômico global, possam ser aplicados e, conseqüentemente, feita uma demonstração do resultado.

REFERÊNCIAS

ALFREDO, L. H. P. Empreendedorismo: origem e desafios para o Brasil do século XXI. **Administradores.com**, [S. l.], 23 fev. 2009. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi>. Acesso em: 10 jun. 2019.

ANDERSON, A. R.; GADDEFORS, J. Entrepreneurship as a community phenomenon; reconnecting meanings and place. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, [S. l.], v. 28, n. 4, p. 504-518, 2016.

ASSUNÇÃO, A. G.; QUEIROZ, F. A.; COSTA, R. A. T. As variáveis necessidade e oportunidade e suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-AP. Saber Humano: **Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti**, Restinga Sêca, v. 7, n. 10, p. 126- 143, 2017.

AUAD, D. **Feminismo**: que história é essa?. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

AUDRETSCH, D. B. **Everything in its place**: entrepreneurship and strategic management of cities, regions and states. Oxford: Oxford University Press, 2015.

- BABCOCK, L.; LASCHEVER, S. **As mulheres não perguntam**: negociação e divisão de gênero. Princeton: Princeton University Press, 2009.
- BACIU, E.-L.; VÎRGĂ, D.; LAZĂR, T.-A. What characteristics help entrepreneurs 'make it' early on in their entrepreneurial careers? Findings of a regional study from Romania. **Sustainability**, [S. l.], v. 12, n. 12, p. 5028, 2020.
- BAKKER, A. B.; DEMEROUTI, E. Towards a model of engagement at work. **Career Development International**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 209-223, may 2008.
- BARTOLOMÉ, F.; EVANS, P. A. L. O sucesso precisa custar tanto? *In*: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Trabalho e vida pessoal**. Rio de Janeiro: Campus, 2001. p. 36-62.
- BASTOS, A. V. B.; AGUIAR, C. V. N. Conflito trabalho-família. *In*: SIQUEIRA, M. M. M. **Medidas do comportamento organizacional**: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2014. p. 123-131.
- BAUMAN, Z. **The individualized society**. New York: John Wiley & Sons, 2013.
- BELLO, U. B.; SACRAMENTO, O. J. R.; MARQUES, C. S. Empreendedorismo comercial, social, de sobrevivência e a neo-ruralidade: em busca de uma tipologia. **Revista GESTO**, Santo Ângelo, v. 7, n. 1, p. 11-33, 2019.
- BESSANT, J. R.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- BRAZEAL, D. V.; HERBERT, T. T. The genesis of entrepreneurship. **Entrepreneurship. Theory and Practice**, [S. l.], v. 23 n. 3, p. 29-45, 2000.
- BREGA, C. Ser feliz, empreender ou ser feliz empreendendo? **SEBRAE Nacional**, Brasília, 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/ser-feliz-empreender-ou-ser-feliz-empreendendo,1bca9733dedbc410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 10 jun. 2019.
- BREINES, J. G.; CHEN, S. Self-compassion increases the motivation for self- development. **Personality and Social Psychology Bulletin**, [S. l.], v. 38, n. 9, p. 1133-1143, 2012.
- BROWN, N. J. L.; ROHRER, J. M. Easy as (Happiness) pie? A critical evaluation of a popular model of the determinants of well-being. **Journal of Happiness Studies**, [S. l.], v. 21, p. 1285-1301, 2020.
- BURNSIDE, B. L. **The entrepreneurial journey of women who own high-growth companies**: a narrative investigation. 2020. Tese (Doutorado em Filosofia) - Gannon University, Erie, 2020.
- CALDEIRA, J. **História do Brasil com empreendedores**. São Paulo: Mameluco, 2009.
- CARDON, M. S.; KIRK, C. P. Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [S. l.], v. 39, n. 5, p. 1027-1050, 2015.
- CARREE, M. A.; VERHEUL, I. What makes entrepreneurs happy? Determinants of satisfaction among founders. **Journal of Happiness Studies**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 371-387, 2012.
- CARREIRA, S. S. *et al.* Empreendedorismo feminino: um estudo
- CARSRUD, A.; BRÄNNBACK, M. Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? **Journal of Small Business Management**, [S. l.], v. 49, n. 1, p. 9-26, dez. 2010.
- CARVALHO, G. C. Políticas públicas, gênero e empreendedorismo: uma análise do Programa Nacional Trabalho e Empreendedorismo da Mulher em Pernambuco. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, [S. l.], v. 39, n. 1, p. 11-18, 2017.
- CASTELLS, M. **Communication power**. Washington: OUP Oxford, 2013.
- CAVADA, M. C.; BOBEK, V.; MAČEK, A. Motivation factors for female entrepreneurship in Mexico. **Entrepreneurial Business and Economics Review**, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 133-148, 2017.
- CHESBROUGH, H. **Open services innovation**: rethinking your business to grow and compete in a new era. New York: John Wiley & Sons, 2011.
- CHRYSOSTOME, E. The success factors of necessity immigrant entrepreneurs: In search of a model. **Thunderbird International Business Review**, [S. l.], v. 52, n. 2, p. 137-152, 2010.

COELHO, S. V. Abordagens psicossociais da família. In: AUN, J. G.; VASCONCELLOS, M. J. E.; COELHO, S. V. **Atendimento sistêmico de famílias e redes sociais: fundamentos teóricos e epistemológicos**. 2. ed. Belo Horizonte: Ophicina de Arte e Prosa, 2006. p. 143-233.

COM TAXA de sobrevivência de 84,1%, país tem saldo negativo de empresas em 2018. **Censo 2021 - IBGE**, Brasília, 26 out. 2020. Disponível em: <https://censo2021.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/29212-com-taxa-de-sobrevivencia-de-84-1-pais-tem-saldo-negativo-de-empresas-em-2018.html>. Acesso em: 06 dez. 2020.

COMPTON, W. C.; HOFFMAN, E. **Positive psychology: the science of happiness and flourishing**. New York: SAGE Publications, 2019.

CRUISE, S. M.; LEWIS, C. A.; MC GUCKIN, C. Internal consistency, reliability, and temporal stability of the Oxford happiness questionnaire short-form: Test-retest data over two weeks. **Social Behavior and Personality: an International Journal**, [S. l.], v. 34, n. 2, p. 123-126, 2006.

CRUZ, C. F. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações: um estudo de caso: Pramp's lanchonete**. 2005. 126 p.

CUSTÓDIO, T. P.; TÓFOLI, E.T.; NOGUEIRA, A. B. Empreendedorismo: um estudo sobre a importância do empreendedorismo como estratégia de negócios na empresa Fênix Locações e Eventos. **Universitária - Revista Científica do Unisalesiano**, Lins, ano 2, n. 4, p. 36-44, jul./dez. 2011.

D'ANJOUR, M. F.; SILVA, N. G. A. (Orgs.). **Mensurando a inovação: avaliação em MPES participantes do Programa Agentes Locais de Inovação**. Natal: SEBRAE/RN, 2016.

DE CLERCQ, D.; HAQ, I. U. I.; AZEEM, M. U. Why happy employees help: How meaningfulness, collectivism, and support transform job satisfaction into helping behaviours. **Personnel Review**, [S. l.], v. 48, n. 4, p. 1001-1021, 2019.

DESRUMAUX, P. *et. al.* O impacto das exigências do trabalho, do clima e do otimismo no bem-estar e na angústia no trabalho: Quais são os efeitos mediadores da satisfação básica das necessidades psicológicas? **Revista Europeia de Psicologia Aplicada**, [S. l.], v. 65, n. 4, p. 179-188, jul. 2015.

DIENER, E.; HORWITZ, J.; EMMONS, R. A. Happiness of the very wealthy. **Social Indicators Research**, [S. l.], v. 16, n. 3, p. 263-274, 1985.

Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

DOGAN, T.; TOTAN, T.; SAPMAZ, F. The role of self-esteem, psychological well-being, emotional self-efficacy and emotional balance in happiness: a path model. **European Scientific Journal**, [S. l.], v. 9, n. 20, p. 31-42, 2013.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Cultura, 2003. DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

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

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

DRUCKER, P. F. Knowledge worker productivity: the biggest challenge. **Analysis of the California Administration**, [S. l.], v. 41, n. 2, p. 79-94, 1999.

DUTRA, I. S. **O perfil empreendedor e a mortalidade de micro e pequenas empresas londrinenses**. 2002. 125 p. Maringá. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2002.

fenomenológico. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015.

FRANK, H.; LANDSTRÖM, H. What makes research on entrepreneurship interesting? Reflections on strategies to overcome the rigor-relevance gap. **Entrepreneurship and Regional Development**, [S. l.], v. 28, n. 1-2, p. 51-75, 2016.

FREY, B. S.; STUTZER, A. **Happiness and economy: how the economy and institutions affect human well-being**. Princeton: Princeton University Press, 2010.

- FRIEDMAN, S. D. *et al.* **Work and family - allies or enemies?:** What happens when business professionals face life choices. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- FURTADO, L. M. G. P.; FAJARDO, B. A. G.; HELPERIN, M. M. Novas perspectivas da relação trabalho-família: uma análise multigrupo a partir do setor de atuação. *In: ENCONTRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GOVERNO*, 1., 2012, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: ANPAD, 2012.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil** – 2018. Curitiba: IBQP, 2018.
- GOMES, L. **Metodologia:** uma análise exploratória de práticas de gestão de TI. 2010. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.
- GRAMACHO, P. C. V. G. **Conflito trabalho-família:** importância das horas de trabalho e relação com o Burnout e o Engagement. 2012. 37 p. Dissertação (Mestrado Integrado em Psicologia) - Universidade de Lisboa, Lisboa, 2012.
- GREENHAUS, J. H.; BEUTELL, N. J. Sources of conflict between work and family roles. **Academy of Management Review**, [S. l.], v. 10, p. 76-88, 1985.
- GUIDANT FINANCIAL. **Current Small Business Trends and Statistics**. 2019. Disponível em: <https://www.guidantfinancial.com/2019-small-business-trends/>. Acesso em: 19 jul. 2020.
- HAHN, V. C. *et al.* Happy and proactive? The role of hedonic and eudaimonic well-being in the personal initiative of entrepreneurs. **Theory and Practice of Entrepreneurship**, [S. l.], v. 36, n. 1, p. 97-114, 2012.
- HAMILTON, R.; MESSING, S.; CHATTERJEE, A. Rethinking reasoning: ethics of neural enhancement using non-invasive brain stimulation. **Neurology**, [S. l.], v. 76, n. 2, p. 187-193, 2011.
- HANLEY, G. P. Functional assessment of problematic behavior: dispelling myths, overcoming implementation obstacles and developing new knowledge. **Behavior Analysis in Practice**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 54-72, 2012.
- HILLS, P.; ARGYLE, M. The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being. **Personality and Individual Differences**, [S. l.], v. 33, n. 7, p. 1073-1082, 2002.
- JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.
- KASHDAN, T. B. The assessment of subjective well-being (issues raised by the Oxford Happiness Questionnaire). **Personality and Individual Differences**, [S. l.], v. 36, n. 5, p. 1225-1232, 2004.
- KIM, J. L. S.; LING, C. S. Work-family conflict of women entrepreneurs in Singapore. **Women in Management Review**, [S. l.], v. 16, n. 5, p. 204-221, ago. 2001.
- KRITIKOS, A. S. Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. **IZA World of Labor**, Berlim, 2014. Disponível em: <https://wol.iza.org/articles/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth/long>. Acesso em: 12 abr. 2020.
- KUMAR, R. **Research methodology:** a step-by-step guide for beginners. 2. ed. Londres: Sage Publications, 2015.
- LIN, T.-L. *et al.* From conception to start-up: who and what affect female entrepreneurship. **Contemporary Management Research**, [S. l.], v. 14, n. 4, p. 253- 276, 2018.
- LIU, Y. *et al.* Narcissism and learning from business failure. **Journal of Business Venturing**, [S. l.], v. 34, n. 3, p. 496-512, 2019.
- LOPES JR., G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários- gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 11, n. 6, p. 1-21, 2005.
- LYUBOMIRSKY, S. Why are some people happier than others? The role of cognitive and motivational processes in well-being. **American Psychologist**, [S. l.], v. 56, n. 3, p. 239, 2001.
- MAI, A. F. **O perfil do empreendedor versus a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES**. 2006. 155 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis – Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças, Vitória, 2006.
- MANOLOVA, T. S. *et al.* One size does not fit all: entrepreneurial expectations and growth intentions of emerging American women and men. **Entrepreneurship and Regional Development**, [S. l.], v. 24, n. 1-2, p. 07-27, 2012.

- MÉRIDA-LOPEZ. Em busca de satisfação no trabalho e felicidade: testando a contribuição interativa da capacidade de regulação da emoção e apoio social no local de trabalho. **Personalidade e Psicologia Social**, 2018.
- MINTZBERG, H. *et al.* **Safári de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- MORIN, E. M. Os sentidos do trabalho. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 3, p. 8-19, 2001.
- MUNIZ, C. N. S. **Atitude empreendedora e suas dimensões**: um estudo em micro e pequenas empresas. 2008. 54 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- NASCIMENTO, M. F. D. Ser mulher na Idade Média. **Textos de História**, Brasília, v. 5, n. 1, p. 82-91, 1997.
- NASSIF, V. M. J. *et al.* Mulheres empreendedoras: uma discussão sobre suas competências. *In*: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE
- NETTLE, D. **Happiness**: The science behind your smile. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- NOE, R. A.; KODWANI, A. D. **Training and development of employees**. 7. ed. New York: McGraw-Hill Education, 2018.
- NOORDEGRAAF, M. Risky business: how professionals and professional fields (mandatory) deal with organizational issues. **Organizational Studies**, [S. l.], v. 32, n. 10, p. 1349-1371, 2011.
- OLIVEIRA, L. B.; CAVAZOTTE, F. S. C. N.; PACIELLO, R. R. Antecedentes e consequências dos conflitos entre trabalho e família. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p. 418-437, jul./ago. 2013.
- OSWALD, A. J.; POWDTHAVEE, N. Does happiness adapt? A longitudinal study of disability with implications for economists and judges. **Journal of Public Economics**, [S. l.], v. 92, n. 5-6, p. 1061-1077, 2008.
- PARANZELLA, P. **Vintage innovation to innovate looking to the past**. 2017. 44 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) - Universita' Degli Studi di Padova, Padova, 2017.
- PAVAN, A. P. **Gestão do capital de giro em micros e pequenas empresas de Itapejara D'Oeste-PR**. 2017. 52 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão Contábil e Financeira) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2017.
- PERROT, M. Escrever uma história das mulheres: relato de uma experiência. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 04, p. 9-28, 1995.
- PINKOVETSKAIA, I. *et al.* Female entrepreneurship development in the Russian Federation. **Revista Amazonia Investiga**, Florencia, v. 8, n. 18, p. 111-118, 2019.
- PORTELA, J. A. Os rolos das mulheres na Antiguidade Clássica: adereços de cultura ou livros de leitura? **Ágora - Estudos Clássicos em Debate**, Aveiro, v. 14, p. 131-170, 2012.
- PROBST, E. R. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Criciúma: Instituto Catarinense de Pós-Graduação, 2003. Disponível em: https://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/artigo_jan_gen_a_evolucao_da_mulher_no_mercado_de_trabalho.pdf. Acesso em: 10 jul. 2019.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 12 out. 2019.
- QUEIROZ, J. F. A.; RIBEIRO, D. N.; ALVES, D. A. Empreendedorismo feminino: estudo de caso das características e especificidades das mulheres empreendedoras mineiras da cidade de Iturama-MG. **Revista Eletrônica Organizações e Sociedade**, Iturama, v. 5, n. 4, p. 52-64, jul./dez. 2016.
- RAI, S.; NAYAK, J. K. Role of the event's personality and eudaimonic and hedonic happiness of the exhibitors in predicting the event's defense intentions. **International Journal of Event and Festival Management**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 86-103, 2018.
- REZENDE, E. F.; PEREIRA, E. S. Os múltiplos papéis da mulher trabalhadora: um olhar do Serviço Social. **Revista Católica**, [S. l.], v. 3, n. 5, p. 1-19, 2010.

- ROCHA, D. T. M. *et al.* Desenvolvimento de política de compras a microempresas, empresas de pequeno porte e microempreendedores individuais no estado de Pernambuco. In: CONGRESSO CONSAD DE GESTÃO PÚBLICA, 6., 2013, Brasília. **Anais [...]**. Brasília: CONSAD, 2013.
- SADGROVE, K. **The complete guide to business risk management**. New York: Routledge, 2016.
- SAFFIOTI, H. I. B. Violência de gênero no Brasil contemporâneo. In: SAFFIOTI, H. I. B.; MUÑOZ-VARGAS, M. (Orgs.). **Mulher brasileira é assim**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2004. p. 151-186.
- SALAS-VALLINA, A. *et al.* On the road to happiness at work (HAW): Transformational leadership and organizational learning capability as drivers of HAW in a healthcare context. **Personnel Review**, [S. l.], v. 46, n. 2, p. 314-338, 2017.
- SANTOS, M. B.; LOPES, C. P.; CLARO, J. A. C. Processo de inovação e o empreendedorismo no Brasil: o caso Mauá. **Innovation & Management Review**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 66-82, 2009.
- SANTOS, P. V. S.; ROCHA, M. F. B. Inovação no processo de desenvolvimento de estratégias competitivas em pequenas e médias empresas. **Revista Mundi Engenharia, Tecnologia e Gestão**, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 1-20, 2017.
- SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Entrepreneurial profile and organizational performance. **Revista de Administração Contemporânea**, Maringá, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.
- SENGE, P. M. **A quinta disciplina**. 19. ed. Tradução: OP Traduções. Rio de Janeiro: Best Sellers, 2005.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE EMPREENDEDORISMO. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. São Paulo, 30 out. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas,b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD?codUf=26&origem=es> tadual. Acesso em: 21 dez. 2020.
- SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action by linking “what should be sustained” with “what should be developed”. **Theory and Practice of Entrepreneurship**, [S. l.], v. 35, n. 1, p. 137-163, 2011.
- SHORTLAND, S. The 'expatriate factor': the influence of working time on women's decisions to undertake international missions in the oil and gas industry. **The International Journal of Human Resource Management**, [S. l.], v. 26, n. 11, p. 1452-1473, 2015.
- SILVA, A. B. **A vivência de conflitos entre a prática gerencial e as relações em família**. 2005. 273 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.
- SILVEIRA, R. M. G. **Diversidade de gênero - mulheres**. 2012. Disponível em: http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/edh/redh/03/03_rosa1_diversidade_genero.pdf. Acesso em: 12 out. 2019.
- SINGH, S.; AGGARWAL, Y. Happiness at work scale: construction and psychometric validation of a measure using mixed method approach. **Journal of Happiness Studies**, [S. l.], v. 19, p. 1439-1463, jun. 2018.
- SOLESVIK, M.; IAKOVLEVA, T.; TRIFILOVA, A. Motivação de mulheres empresárias: um estudo transnacional. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 684-705, fev. 2019.
- SOUZA, E. C. L.; DEPIERI, C. C. L. Cultura e atitude empreendedora: um estudo em empresas no Distrito Federal. **FACES Revista de Administração**, Belo Horizonte, v. 6, n. 3, p. 90-100, set./dez. 2007.
- SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. O ensino de empreendedorismo em instituições de ensino superior brasileiras. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (Orgs.). **Empreendedorismo além do plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 241.
- STEGER, M. B. **Globalização: uma introdução muito curta**. Oxford: Oxford University Press, 2017.
- STEPTOE, A. Happiness and health. **Annual Review of Public Health**, [S. l.], v. 40, p. 339-359, 2019.
- STEWART, M. E. *et al.* A hierarchy of happiness? Mokken scaling analysis of the Oxford Happiness Inventory. **Personality and Individual Differences**, [S. l.], v. 48, n. 7, p. 845-848, 2010.
- STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Female entrepreneurship and work-family conflict: multicases study in the commerce sector of construction material in the city of Curitiba. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

- TAGIURI, R.; DAVIS, J. A. On the goals of successful family businesses. **Family Business Review**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 43-62, 1992.
- TAVARES, M. S. Com açúcar e sem afeto: a trajetória de vida amorosa de mulheres das classes populares em Aracajú/SE. **Serviço Social e Sociedade**, São Paulo, n. 101, p. 121- 145, jan./mar. 2010.
- TEDESCHI, L. A. **As mulheres e a história**: uma introdução teórico metodológica. Dourados: Ed. UFGD, 2012.
- TEIXEIRA, S. A.; FERREIRA, S. L. Teoria e práxis do feminismo acadêmico. *In*: FAZENDO GÊNERO – DIÁSPORAS, DIVERSIDADES, DESLOCAMENTOS, 9.,
- TONELLI, M. J. Organizações, relações familiares e amorosas. *In*: DAVEL, E.; VERGARA, S. C. (Orgs.). **Gestão com pessoas e subjetividade**. São Paulo: Atlas, 2001. p. 243-262.
- TRABALHO, 3., 2011, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: ANPAD, 2011.
- UCHIDA, Y.; OISHI, S. The happiness of individuals and the collective. **Japanese Psychological Research**, [S. l.], v. 58, n. 1, p. 125-141, 2016.
- VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivations for entrepreneurship: necessity versus opportunity?. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.
- VEIT, M. R.; GONÇALVES FILHO, C. Mensuração do perfil do potencial empreendedor e seu impacto no desempenho das pequenas empresas. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- VENDRAMINI, P. **Liderança e mudança organizacional**: as categorias essenciais do líder facilitador. 2000. 225 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.
- VIEIRA, K. A. A.; RAMOS, M. A. Empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade? um estudo comparativo com empreendedores do setor de transportes do município de Vespasiano – MG. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 9., 2013, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UFF, 2013.
- WALLIS, C. *et al.* The new science of happiness. **Time Magazine**, [S. l.], v. 22, 2005.
- WANG, S.; TOMLINSON, E. C.; NOE, R. A. The role of mentor trust and the locus of internal protégé control in formal mentoring relationships. **Journal of Applied Psychology**, [S. l.], v. 95, n. 2, p. 358-367, mar. 2010.
- WILLIAMS, P. *et al.* Exame longitudinal da associação entre capital psicológica, percepção de virtudes organizacionais e felicidade no trabalho na escola. **Psicologia do Bem Estar**. 2015.