



DANIELA DE OLIVEIRA NUNES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DO
SENTIMENTO EM RELAÇÃO AO TRABALHO DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS**

**CAMPO LIMPO PAULISTA
2020**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO DAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS**

DANIELA DE OLIVEIRA NUNES

**Empreendedorismo feminino: Uma análise da felicidade no trabalho
das mulheres empreendedoras**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas do Centro Universitário Campo Limpo Paulista para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Cida Sanches.

Linha de Pesquisa: Empreendedorismo e Desenvolvimento.

**CAMPO LIMPO PAULISTA
2020**

Ficha catalográfica elaborada pela
Biblioteca Central da Unifaccamp

N924e

Nunes, Daniela de Oliveira

Empreendedorismo feminino: uma análise do sentimento em relação ao trabalho das mulheres empreendedoras / Daniela de Oliveira Nunes. Campo Limpo Paulista, SP: Unifaccamp, 2021.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Maria Aparecida Sanches

Dissertação (Programa de Mestrado Profissional em Administração) – Centro Universitário Campo Limpo Paulista – Unifaccamp.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Necessidade. 3. Oportunidade. 4. Felicidade no trabalho. I. Sanches, Maria Aparecida. II. Centro Universitário Campo Limpo Paulista. III. Título.

CDD-658.42

DANIELA DE OLIVEIRA NUNES

**Empreendedorismo feminino: Uma análise da felicidade no trabalho das
mulheres empreendedoras**

Dissertação de Mestrado aprovada em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Cida Sanches
UNIFACCAMP

Prof.(a) Dr.(a) (nome do professor(a) convidado(a))
Instituição

Prof.(a) Dr.(a) (nome do professor(a) convidado(a))
Instituição

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por me dar sabedoria e discernimento, sou grata.

Agradeço aos meus pais, Creuza e Jovaly, por todo amor e parceria, sou grata.

Agradeço aos meus irmãos, Fabio e Fabina, por me acompanharem e sempre torcerem por mim, sou grata.

Agradeço à minha linda sobrinha Brenda, por acreditar em mim, sou grata.

Agradeço à minha filha, por me motivar nos momentos mais difíceis, sou grata.

Agradeço a todos colegas de classe, pelas contribuições e troca de conhecimento, sou grata.

Agradeço aos professores, Cida Sanches e Meirelles, por toda contribuição, sou grata.

Agradeço à Cordenção de Aperfeiçoamento de Pessola de Nivel Superior (CAPES), sou grata.

Agradeço à UNIFACCAMP, pela oportunidade, sou grata.

“Um dia de chuva é tão belo como um dia de sol.
Ambos existem; cada um como é.”

Fernando Pessoa

RESUMO

Propósito da pesquisa - 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.

Problema e Objetivos - Averiguar se há diferença significativa de grau de felicidade no trabalho entre as mulheres que empreenderam por necessidade e por oportunidade.

Abordagem metodológica - 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.

Resultados esperados - 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.

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.

Contribuição - 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.

Female entrepreneurship: An analysis of the happiness at work of women entrepreneurs

ABSTRACT

Purpose of the research - The present work brings a study on female entrepreneurship focusing on the happiness at work of the entrepreneurial woman with regard to the motivation to enter the market, by necessity or opportunity.

Problem and Objectives - Find out if there is a significant difference in the degree of happiness at work among women who have undertaken for necessity and opportunity.

Methodological approach - 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 be composed of two categories: socioeconomic profile of women entrepreneurs, where the type of entrepreneurship will also be verified; and Happiness scale.

Expected results - 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.

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.

Contribution - This research contributed to a theoretical gap regarding the analysis of the happiness of women, who took the opportunity or need. The results show how type of entrepreneurship has relevance in the degree of happiness.

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

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Questionário aplicado.....	56
Figura 2. Escala Geral de Felicidade.....	56
Figura 3. Questionário Escala da Felicidade.....	59
Figura 4. Motivos da abertura do negócio.....	62
Figura 5. <i>Output</i> do teste da Hipótese Ha.....	69
Figura 6. <i>Output</i> do teste da Hipótese Hb.....	70
Figura 7. Gráfico da associação entre tempo de empreendedora e gFT.....	71
Figura 8. <i>Output</i> do teste da Hipótese Hc.....	72
Figura 9. <i>Output</i> do teste da Hipótese Hd.....	73
Figura 10. <i>Output</i> do teste da Hipótese He.....	74
Figura 11. <i>Output</i> do teste da Hipótese Hf.....	75

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Empreendedorismo por necessidade homens x mulheres	41
Gráfico 2. Felicidade de mulheres empreendedoras.....	41
Gráfico 3. Quantidade de empresas registradas, canceladas e extintas	51

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Fonte de conflito na relação trabalho-família.....	32
Quadro 2. Questionário de felicidade Oxford.....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Tempo de funcionamento	51
Tabela 2. Valores descritivos da amostra	62
Tabela 3. Síntese das respostas dadas às proposições e grau de aderência	63
Tabela 4. Dados para o teste da Hipótese Ha.....	68
Tabela 5. Estatísticas descritivas da variável 41 e suas estratificações.....	68
Tabela 6. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hb.....	70
Tabela 7. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hc.....	71
Tabela 8. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hd.....	72
Tabela 9. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese He.....	73
Tabela 10. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hf.....	75

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
1.1	Problema de pesquisa.....	15
1.2	Objetivos.....	15
1.2.1	Objetivo geral.....	15
1.2.2	Objetivos específicos.....	16
1.3	Justificativa.....	16
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1	Empreendedorismo.....	19
2.2	Histórico e evolução do empreendedorismo no Brasil e no mundo.....	21
2.3	A mulher no mercado de trabalho.....	23
2.3.1	A divisão de papéis sociais na sociedade.....	24
2.3.2	A mulher como provedora: as mudanças na formação familiar....	27
2.3.3	Conflitos trabalho-família.....	29
2.4	Empreendedorismo feminino.....	35
2.5	Empreendedorismo por necessidade e por oportunidade.....	37
2.6	Felicidade no trabalho da mulher empreendedora.....	39
2.7	Hipóteses a testar.....	43
2.8	Escala da felicidade.....	44
2.8.1	Questionário de Felicidade Oxford.....	45
2.9	Grau de felicidade relacionado ao tempo como empreendedor....	48
2.10	Microempresas consolidadas com mais de cinco anos.....	50
3	MÉTODO.....	53
3.1	Justificativa do método e das técnicas a serem utilizadas.....	53
3.2	População e amostras.....	55
3.3	Obtenção de dados.....	55
3.3.1	Análise.....	60
3.4	Operacionalização da pesquisa.....	60
3.5	Limitações da pesquisa.....	61
4	RESULTADOS.....	62
4.1	Estatísticas descritivas.....	62
4.2	Análise das proposições.....	63
4.3	Testes das hipóteses.....	67
4.3.1	Teste da Hipótese Ha.....	68
4.3.2	Teste da Hipótese Hb.....	70
4.3.3	Teste da Hipótese Hc.....	71
4.3.4	Teste da Hipótese Hd.....	72
4.3.5	Teste da Hipótese He.....	73
4.3.6	Teste da Hipótese Hf.....	74
5	DISCUSSÕES.....	76
	REFERÊNCIAS.....	78

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO.....	91
APÊNDICE B - VARIÁVEIS.....	94

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.

1.2.1 Objetivo geral

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.

1.2.2 Objetivos específicos

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 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 arrisquem 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.

Destacando-se sobre atitude empreendedora, Muniz (2008) afirma que esta se sustenta em vários campos, são eles: a realização, o planejamento e o poder. O campo da realização se relaciona à busca por oportunidades e iniciativas, capacidade de assumir riscos e comprometimento. O campo do planejamento envolve a busca por informação e monitoramento sistemático. O campo do poder, por sua vez, compreende a independência e a autoconfiança. Necessita-se mencionar que a inovação também deve ser considerada um dos pilares da atitude empreendedora, haja vista que é um fator importante para a sobrevivência de um negócio.

Cruz (2005, p. 17) destaca:

Inovação pode ser definida como mudanças empreendidas e adotadas pelas empresas em busca de vantagens que lhes permitam obter maiores retornos econômicos. Ressalta-se que o conceito aqui aplicado configura a inovação como a invenção aplicada em algo comercializável (produto ou serviço), ou seja, algo que permita o estabelecimento de demanda de produtos ou serviços que geram ou ampliam a ação de uma empresa. Tudo isto coloca o empreendedor como mola propulsora deste novo mercado, desta nova realidade.

Souza e Depieri (2007) afirmam que o fator estrutural envolve a economia determinante da estrutura empreendedora e o fator psicológico corresponde à motivação e fatores da personalidade. Nesse ínterim, a atitude empreendedora está por detrás da intenção comportamental, o que, por sua vez, representa o esforço que a pessoa está disposta a fazer para melhorar seu desempenho.

2.2 Histórico e evolução do empreendedorismo no Brasil e no mundo

Dornelas (2001) diz que a humanidade tem passado por diversas transformações, principalmente no último século, quando começaram a surgir as ideias que mudaram a maneira que as pessoas viviam. Geralmente essas mudanças aconteciam devido às novas conquistas de inovações, de algo extraordinário ou de algo que já era bom e conseguiram melhorar, mas que antes ninguém teve a coragem de olhar de outra forma. Por meio do surgimento dessas inovações, é possível visualizar a equipe de pessoas ou uma única pessoa que possuem características especiais, que têm uma visão diferente e que arriscam, pessoas que são provedoras de acontecimentos positivos e que empreendem.

No Brasil, o empreendedorismo pode ser visto a partir do século XIX, de acordo com Alfredo (2009), quando os portugueses perceberam o alto potencial de exploração do território nacional e começaram a perceber oportunidades de negócios lucrativos. Como um empreendedor de destaque no Brasil Colônia cita-se o Barão de Mauá, que foi responsável pela fabricação de caldeiras de máquina à vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas e tubos para encanamentos de água. Além disso, foi responsável por ferrovias e estradas brasileiras. Santos, Lopes e Claro (2009) complementam atribuindo outros empreendimentos históricos de Mauá, como o Banco Internacional de Mauá. Sobre o empreendedorismo de Mauá, Caldeira (2009, p. 35) afirma:

Em 38 anos de trabalho duro, tinha enfrentado muitas crises, e nelas venceu muito mais que perdeu. Sentia-se jovem o suficiente para ousar na hora das dificuldades, aproveitar os momentos complicados para triturar adversários mais fracos. Sempre sonhara grande, grande demais para que o conselho tornasse mais prudente seu estilo arrojado.

Segundo Souza e Guimarães (2005), após a década de 1980, o campo de estudo do empreendedorismo passou por considerável expansão em diferentes áreas, como o social, a econômica, a política e a comportamental. Por outro lado, as inúmeras pesquisas relacionadas sobre esse tema apresentam não só descontinuidade, como também falta de unidade com trabalhos anteriores.

Apesar dessas evidências do empreendedorismo no século XIX, Dornelas (2005) afirma que o estudo e a prática do empreendedorismo no Brasil somente ganhou destaque na década de 1990, quando foi criado o Serviço Brasileiro de Apoio às Microempresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX), que tinham como objetivo a difusão do empreendedorismo, antes de sua criação os empreendedores não tinham nenhum tipo de apoio ou orientação. Assim, é possível dizer que a prática do empreendedorismo no Brasil tem sua história diretamente relacionada ao surgimento dos órgãos citados.

Custódio, Tófoli e Nogueira (2011) elucidam que o empreendedorismo somente se estabeleceu de fato na segunda metade do século XX, quando se passou a ter noção de inovação. Mais do que ter a capacidade de criar, para ser considerado empreendedor o indivíduo precisa saber inovar em produtos e serviços.

Isso, para Brazeal e Herbert (2000), tem cooperado para a complexidade desses estudos e é causado por questões básicas, como a de articular a definição do fenômeno do empreendedorismo, relacionando-o com mudanças, inovações, aprendizagem, criatividade, entre outros fatores. Para os autores, a unidade de análise e a generalidade tornam mais complexos os estudos sobre esse tema (BRAZEAL; HERBERT, 2000).

Por sua vez, Bessant e Tidd (2009) consideram o empreendedor aquele que possui características como gostar de situações em que é possível tomar a responsabilidade de encontrar soluções para problemas, tendem a adotar metas pessoais desafiadoras, todavia, realistas, onde os riscos são calculados e necessitam de feedback constante quanto ao seu desempenho em uma atividade. Segundo os autores, existem fatores pessoais que afetam a probabilidade do indivíduo ser ou não empreendedor, como o histórico religioso e familiar, a educação formal, a experiência profissional prévia e o perfil psicológico (BESSANT; TIDD, 2009).

Conforme Dornelas (2005), a palavra empreendedor tem como significado apontar as pessoas que são capazes de assumir riscos e iniciar algo novo. Nesse sentido, o empreendedorismo é dito por muitos autores, como Santos, Lopes e Claro (2009), como presente em toda a história da humanidade, porém seu conceito de fato somente veio quando foi relacionado à inovação, com características peculiares em relação ao modelo de gestão, assunto abordado no tópico a seguir.

2.3 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.

2.3.1 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.

2.3.2 A mulher como provedora: as mudanças na formação familiar

Quando as fábricas estavam em períodos de crises, o trabalho masculino era substituído pelo feminino. Por este ser mais barato, esse fato gerou conflitos entre homens e mulheres trabalhadoras, pois os homens as acusavam de terem roubado seu trabalho. E foi a partir daí que as mulheres começaram a lutar por melhores condições, reivindicavam direitos trabalhistas, direito de voto, enfim, igualdade com os homens (ALVES; PITANGUY, 1981).

As mulheres passaram a ter uma jornada dupla, tendo em vista que tinham ainda que cuidar de suas casas e famílias. A dificuldade encontrada nessa jornada dupla de trabalho levou as mulheres a reivindicarem, também, creches, escolas e o direito da maternidade. Como se pode perceber, durante o decorrer da história da sociedade, a mulher sempre foi vista como menos capaz que o homem. A mulher foi passando a pertencer cada vez mais ao homem, o adultério era considerado crime gravíssimo e colocava em perigo a herança da prole (PETERSEN, 1999).

Como bem destacam Alves e Pitanguy (1981), na época das sociedades industriais, surgiu o modelo nuclear de família, ou seja, pai, mãe e filhos, contudo, a sociedade continuava patriarcal. A mulher passou a ser submetida ao trabalho fabril, deixando a função de apenas cuidar, porém, esse fato gerou uma desestruturação dos laços familiares, principalmente para os filhos, fazendo crescer, assim, os conflitos sociais.

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 exerce o papel de cuidar da casa e das crianças já não são mais predominantes, as mulheres passaram a ter outros papéis sociais, apesar de sua presença no ambiente familiar continuar a ser de grande importância. Oliveira (2009, p. 33), com base em Cooper e Lewis (2000), cita as razões pelas quais a mulher ainda assume maior responsabilidade com os cuidados com os filhos:

- a) Expectativas sociais: a visão de que as mães são as maiores responsáveis pelos cuidados e pelo bem-estar dos filhos;
- b) expectativas tradicionais em relação aos sexos: os homens seguem os estereótipos masculinos tradicionais por serem altamente competitivos e orientados para o poder, costumam achar que, participar dos cuidados com os filhos é muito custoso em termos de carreira. Analogamente, as mulheres que seguem o papel feminino tradicional, podem relutar em renunciar ao papel principal nos cuidados com os filhos;
- c) Falta de modelos: a maioria dos casais que trabalham e foram cuidados em famílias tradicionais estão conscientes da falta de modelos para a divisão dos cuidados com os filhos;
- d) O impacto da licença maternidade: a licença maternidade em detrimento a uma licença-paternidade mais prolongada ou licença do casal, pode desempenhar um papel importante na formação dos padrões de comportamento dos pais;
- e) Restrições organizacionais: superiores e colegas muitas vezes criticam os homens que desejam reduzir seu envolvimento no trabalho para conseguir tempo para estar com os filhos. Um padrão socialmente mais aceitável é que os pais trabalhem mais duro, fazendo mais horas extras, quando há filhos para sustentar. Esta ética de “provedor” reduz o tempo e a energia de que os pais dispõem para cuidar dos filhos.

Nesse contexto, percebe-se, nas razões elencadas pela autora, que ainda pairam na sociedade as características paternalistas, definindo a mulher como cuidadora. Embora se esteja no século XXI, ainda impera um machismo que assola os brasileiros mantendo uma visão de que os trabalhos domésticos é uma obrigação feminina (RIBEIRO, 2008).

Na pesquisa realizada por Wagner *et al.* (2005), foi demonstrado que, apesar da mulher trabalhar fora de casa, assumindo um papel como profissional, ela não deixa de lado suas funções no ambiente familiar, passando a acumular funções e tarefas. De acordo com os autores:

A necessidade de analisar e compreender a coexistência dos aspectos modernos e tradicionais nas famílias contemporâneas nos últimos 15 anos, revelou um considerável aumento no número de pesquisas sobre a divisão de gênero nessas atividades domésticas. Pesquisadores do Brasil e dos Estados Unidos têm constatado que a divisão das tarefas domésticas ainda tende a seguir padrões relativamente tradicionais. Mesmo nas casas onde as mulheres têm um ganho financeiro maior do que os maridos, ou mesmo naquelas onde os maridos estão desempregados, elas realizam uma quantidade muito maior de atividades no trabalho doméstico que eles (WAGNER *et al.*, 2005, p. 182).

Com esse acúmulo de papéis e tarefas, as mulheres enfrentam, por vezes, dificuldades em conciliar trabalho e família. Dessa maneira, a mulher assume uma dupla jornada de trabalho que, na maioria das vezes, é mais exaustiva que o homem se submete diariamente, cabendo-lhe a responsabilidade da labuta de casa, do cuidado dos filhos, da educação e do preparo dos alimentos, já sendo perceptíveis as conquistas femininas no Brasil em todas as esferas, mesmo que ainda se consiga perceber as raízes patriarcais que por vezes submetem as mulheres ao preconceito de gênero.

2.3.3 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.

Na perspectiva integradora da relação entre trabalho e família tem-se, de acordo com Gramacho (2012), os conceitos de ajustamento e equilíbrio. Para essa perspectiva, a boa relação entre trabalho e família dependem do bom gerenciamento, mantendo a equidade na distribuição e investimento de recursos como tempo, atenção, envolvimento psicológico nos diferentes papéis que desempenha. Sendo necessário, também, o ajustamento, ou seja, a satisfação do indivíduo com os papéis

desempenhados, quanto mais satisfeito estiver com ambos, mais fácil será conciliá-los.

Para Senge (2005), as dificuldades em conciliar trabalho e família derivam das próprias estruturas empresariais, que não se preocupam em possibilitar aos seus empregados condições para esse equilíbrio, nutrindo os conflitos entre trabalho e família, podendo-se perceber esse fator nas conhecidas frases como “para crescer aqui dentro, você deve estar disposto a fazer sacrifícios”. Além disso, o fato de entregarem ao indivíduo uma série de atividades, seguidas de exigências e pressões para cumprimento de prazo, para a qualidade do serviço, enfim, o tempo, principalmente, passa a ser inimigo dessa conciliação. Como bem elucida Tonelli (2001, p. 244):

[...] responder rapidamente às mudanças que são contínuas e enfrentar múltiplas demandas tanto na vida pessoal quanto no trabalho. Por outro lado, a transformação no tempo e no espaço faz com que acontecimentos distantes repercutam sobre a vida cotidiana, numa negociação permanente entre o global e o local.

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.

Os prejuízos para o indivíduo são inegáveis nas duas esferas, deixando comprometido o seu desempenho em ambos os papéis. Probst (2003) cita que as mulheres sentem mais os problemas advindos dos conflitos entre trabalho e família, isso porque, no trabalho, dedicam-se tanto quanto o homem e, ao chegar em casa, dedicam-se com a mesma intensidade aos afazeres domésticos. Para a autora, apesar de muitos homens já ajudarem nos afazeres de casa, não conseguem nem de perto dedicar a energia que a mulher é capaz (PROSBT, 2003). No Quadro 1, apresentam-se as três fontes de conflito entre trabalho e família citadas por Greenhaus e Beutell (1985), tendo como base Bastos e Aguiar (2014):

Quadro 1. Fonte de conflito na relação trabalho-família

Fontes	Descrição
--------	-----------

Conflito baseado no tempo	Múltiplos papéis podem competir pelo tempo do indivíduo, sendo que o período gasto em atividades de um papel geralmente não pode ser dedicado a atividades de outro papel.
Conflito baseado na tensão (<i>strain</i>)	Há consideráveis evidências que estressores ocupacionais podem produzir sintomas de tensão, como estresse, ansiedade, fadiga, depressão, apatia e irritabilidade. Assim, é possível que a tensão gerada por um domínio dificulte o desempenho do papel relacionado a outro domínio. Qualquer característica do papel da família ou do trabalho que produza tensão é capaz de contribuir para o desenvolvimento do conflito.
Conflito baseado no comportamento	Padrões comportamentais específicos de um comportamento podem ser incompatíveis com as expectativas comportamentais para o desempenho do outro papel.

Fonte: Adaptado de Bastos e Aguiar (2014).

O conflito baseado no tempo pode ser visto a partir de duas vertentes, sendo a primeira relacionada ao fato de que a participação em um domínio pode tornar fisicamente impossível o cumprimento de atividades do outro domínio e a segunda relacionada ao fator psicológico, quando mesmo presente no outro domínio, as atividades do domínio permanecem (BASTOS; AGUIAR, 2014).

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.

Acredita-se que o fator tempo é um dos principais problemas dos conflitos trabalho-família, considerando que, muitas vezes, o indivíduo precisa se desdobrar para atender a todos os seus afazeres, tanto do ambiente familiar quanto do trabalho. Conforme verificado na pesquisa realizada por Furtado, Farjado e Holperin (2012), quanto maior e mais complexa for a demanda de um papel, maior será o investimento necessário, o tempo utilizado para desempenho em um papel representa uma diminuição do tempo em outro papel, reduzindo a possibilidade de atuação satisfatória, ocasionando exaustão emocional e física e, conseqüentemente, conflito.

Quanto ao conflito baseado na tensão (*strain*), pode-se dizer que está também relacionado ao conflito baseado no tempo, considerando que a tensão advém de estresse e tensões ocorridas nos ambientes de domínio. Pode-se dizer que o conflito que tem a tensão como fonte ocorre quando o indivíduo leva “o trabalho para a família” ou a “família para o trabalho”. Acontece que o estresse e as tensões desses ambientes

o acompanham, se passou por uma tensão no ambiente de trabalho ou mesmo vem acumulando estresse, até mesmo, adquirindo doenças ocupacionais.

É comum que chegue no ambiente familiar com essa mesma tensão, não conseguindo relaxar e viver o momento em família, continuando com o mesmo estresse que estava anteriormente, iniciando-se, então, os conflitos. Da mesma forma, quando a tensão e o estresse ocorrem no ambiente familiar e continuam para o ambiente de trabalho. As tarefas em ambos papéis se tornam inacabadas, dificilmente o indivíduo conseguirá obter êxito.

Por fim, o conflito baseado no comportamento refere-se à postura adotada nos ambientes de domínio, já que, por vezes, é necessário adotar uma postura mais séria e rígida no ambiente de trabalho, não conseguindo modificar essa postura quando se chega ao ambiente familiar. Desse modo, os conflitos trabalho-família surgem a partir do momento que o indivíduo não consegue adaptar seu comportamento em seus diferentes papéis.

Na pesquisa realizada por Oliveira (2009), o perfil e as características das pessoas que mais enfrentam conflitos na relação trabalho e família: a) Pessoas casadas; b) Pais ou pessoas com maior responsabilidade pela educação das crianças; c) Pais de crianças pequenas; d) Pessoas pertencentes à famílias grandes; e) Mulheres em família grande cujo o marido está altamente envolvido com sua carreira profissional; f) O nível de Conflito Família-Trabalho (CFT) da mulher está relacionado diretamente ao número de horas que o marido dedica ao trabalho por semana; g) Mulheres casadas empregadas em apenas meio turno; h) Maridos de mulheres atuantes em cargos de chefia. Nesse contexto, é possível dizer que o conflito se instala quando as funções nos domínios são incompatíveis, exigindo mais do indivíduo do que ele pode dar.

Jonathan e Silva (2007), ao analisarem os conflitos trabalho-família por mulheres empreendedoras, verificaram ser este um dos problemas mais difíceis de resolução, principalmente devido ao acúmulo de papeis, identificando, ainda, que, com mulheres casadas, esses conflitos parecem ser ainda maiores. Os autores elucidam que houve uma redução progressiva dos conflitos com as mulheres, afirmando que foram aprendendo a lidar com as situações (JONATHAN; SILVA, 2007).

Pesquisa semelhante foi realizada por Strobino e Teixeira (2014), identificando que o fator tempo tem sido o principal desencadeador de conflitos trabalho-família entre mulheres empreendedoras, sendo o controle emocional o mais citado como fator atenuante desses conflitos.

Nesse íterim, os conflitos trabalho-família podem surgir de diferentes fontes, estando o tempo e a tensão relacionados entre si, sendo fundamental que as pessoas busquem formas de equilibrar essa relação com o intuito de reduzir os prejuízos ocasionados por esses conflitos

2.4 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.

Outra pesquisa que cabe ser destacada foi realizada por Ferreira e Nogueira (2013, p. 399), que buscaram conhecer os elementos do empreendedorismo feminino de forma mais subjetiva, seus resultados apontaram que:

[...] a configuração subjetiva do empreendedorismo para as mulheres está apoiada em sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida. O empreendedorismo, nesta pesquisa, aparece como uma característica individual que começa a ser constituída na infância. No entanto, as empreendedoras se constituem como tal ao longo de sua história, quando devem lidar com as condições adversas do mundo empresarial, visto como machista. Nesse contexto, a abertura da empresa é um evento que marca fortemente a trajetória dessas mulheres, tendo uma natureza simbólica que atua como constituinte da subjetividade delas. No mesmo sentido, a multiplicidade de papéis e a concorrência entre espaços sociais, pois sublinham que a família interfere na dinâmica dos negócios, assim como os mesmos negócios estão presentes em seus lares. Além disso, a forma como empreendem é delimitada pelas condições concretas em que viveram/vivem.

Dessa forma, os autores verificaram em sua pesquisa questões sociais que envolvem as mulheres, a abertura de seu próprio negócio passa a ser um marco social em sua trajetória, como algo que constitui sua identidade, como parte do seu poder,

ao mesmo tempo em que esse mesmo negócio é o campo de conflitos familiares e sociais, dada a multiplicidade de papéis que assume (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013).

2.5 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.

Nos países mais desenvolvidos, no entanto, uma taxa de atividade empreendedora acima da curva significa que é inspirada por oportunidades, inovação e um *boom* de serviços. Essa análise complica consideravelmente a relação entre empreendedorismo e crescimento econômico, como originalmente previsto no modelo GEM (BELLO; SACRAMENTO; MARQUES, 2019), e atribui considerável importância à capacidade de separar com precisão o empreendedorismo com base na motivação por necessidade ou oportunidade. Diferenciando empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade, Assunção, Queiroz e Costa (2017, p. 141) afirmam que:

Oportunidade caracteriza-se por uma situação oportuna para fazer algo que possa gerar benefícios visando à melhora da situação do indivíduo num momento adequado, já a necessidade é algo indispensável, aquilo que deve ser realizado com o intuito de conservação da vida, ou seja, é atribuída àqueles que são privados de bens necessários à vida.

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.

No estudo realizado por Assunção, Queiroz e Costa (2017), a necessidade foi apontada como a principal variável de influência do empreendedorismo. Entretanto, os autores verificaram que 70% dos participantes de sua pesquisa que iniciaram um negócio por necessidade, detectaram uma oportunidade de mercado, afirmando, assim, haver oportunidade na exiguidade (ASSUNÇÃO; QUEIROZ; COSTA, 2017).

Sobre o assunto, Rocha (2014) verificara em sua pesquisa que o empreendedorismo por oportunidade é o que mostra mais benéfico para o desenvolvimento econômico e social de um país, isso porque conseguem resultados

mais positivos e maior estabilidade de mercado, porém o empreendedorismo por necessidade apresenta importância como alternativa ao desemprego.

Nassif, Ghobril e Amaral (2009) confirmaram que, no Brasil, o desemprego é um dos principais motivadores do empreendedorismo, verificando nos empreendedores que empreendem por necessidade sentimentos de falta de perspectiva, sentimento de rejeição, sensação de impotência frente às situações vivenciadas, a sensação de viver um período difícil e de reflexão, o que evidencia um despreparo para lidar com um negócio.

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.

2.6 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 propensos à insatisfação (CARRE; VERHEUL, 2012).

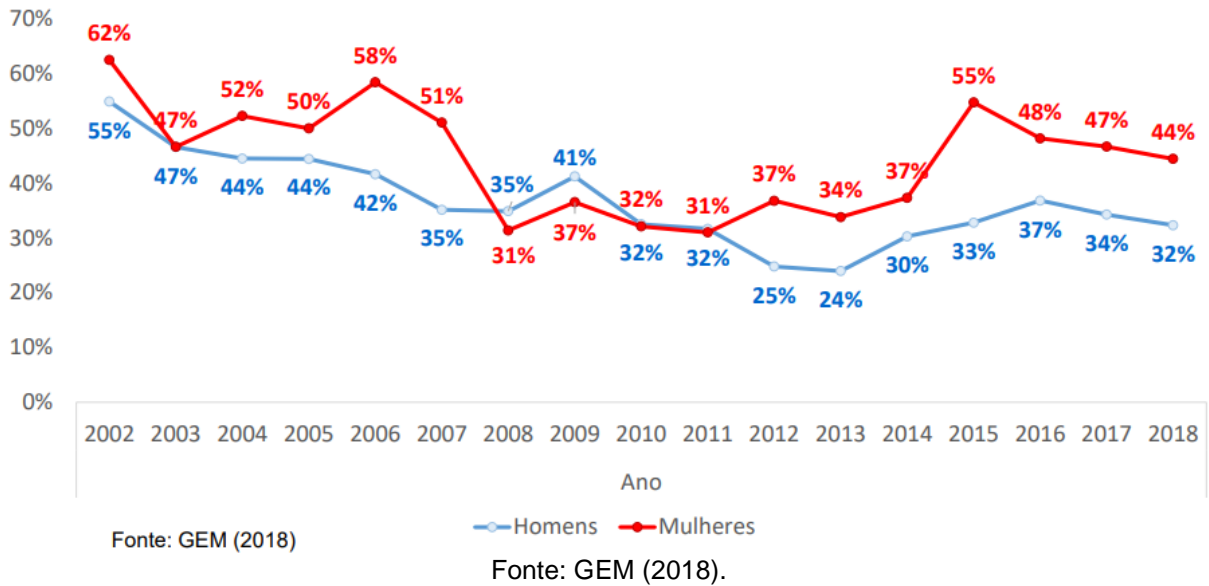
Ao realizar um estudo sobre o empreendedorismo feminino no Brasil, Carvalho (2017), sobre os pontos positivos e negativos da atividade empreendedora, identificaram que o significado atribuído pelas mulheres em relação aos benefícios foi mais perceptível no que se refere às mudanças produzidas nos olhares 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.

Queiroz, Ribeiro e Alves (2016), ao analisarem sobre as características de mulheres empreendedoras de Iturama-MG, verificaram a realização pessoal, perseverança, criatividade, otimismo, percepção de negócios e ousadia para alcançar suas metas e superar as dificuldades como características em comum entre elas. Os autores identificaram seu empreendedorismo como de oportunidade, tendo como ponto de partida conhecimento, habilidades e visão de mercado.

Resultado semelhante foi verificado na pesquisa de Jonathan (2005), que identificou em seu estudo que as mulheres empreendedoras se demonstram destemidas e autoconfiantes, embora preocupadas com questões financeiras e com o crescimento das empresas. Além disso, evidenciou entre elas que se sentem autorrealizadas, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos, se percebendo em um processo contínuo de conquistas.

Todavia, faz-se importante considerar se esses mesmos resultados ocorrem tanto em mulheres que empreendem por oportunidade quanto por necessidade, considerando que os índices de empreendedorismo por necessidade têm sido maiores entre as mulheres ao longo dos anos, conforme demonstra-se no Gráfico 1.

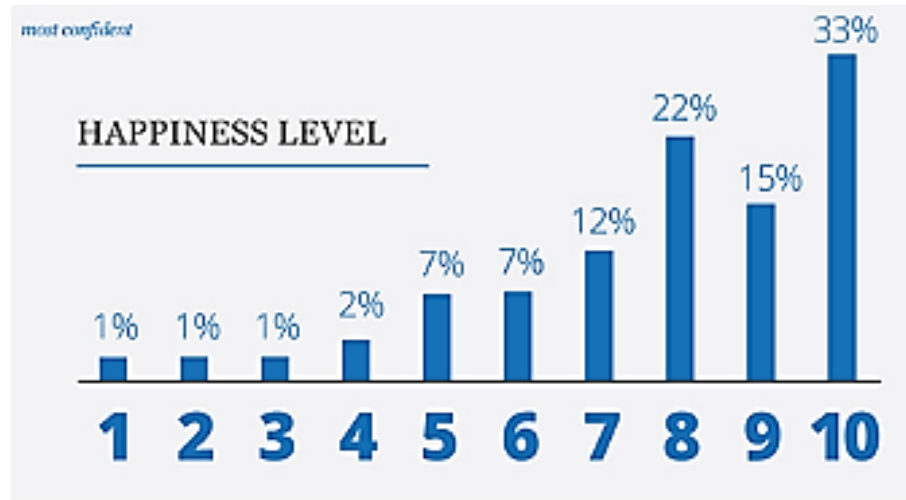
Gráfico 1. Empreendedorismo por necessidade homens x mulheres



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, Vîrgă e Lazăr (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.

2.7 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.

2.8 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).

2.8.1 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 2):

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 2. 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)	

(Continua)
(Conclusão)

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.

2.9 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 almeçadas 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, 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.

2.10 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. Corrobora 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 uma 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.

De acordo com o portal Bahia.ba (2020):

A longevidade empresarial na Bahia é um pouco menor do que a nacional. De 31.747 unidades locais de empresas que começaram a funcionar pela primeira vez em 2008, na Bahia, 21,7% (2 em cada 10, ou 6.876) encerraram suas atividades antes de completar um ano. Apenas 6.892 (também cerca de 21,7% das que nasceram em 2008, ou 2 em cada 10) ainda estavam em atividade em 2018.

A Tabela 1 relaciona o tempo de longevidade das empresas de acordo o perfil de empreendimento:

Tabela 1. Tempo de funcionamento

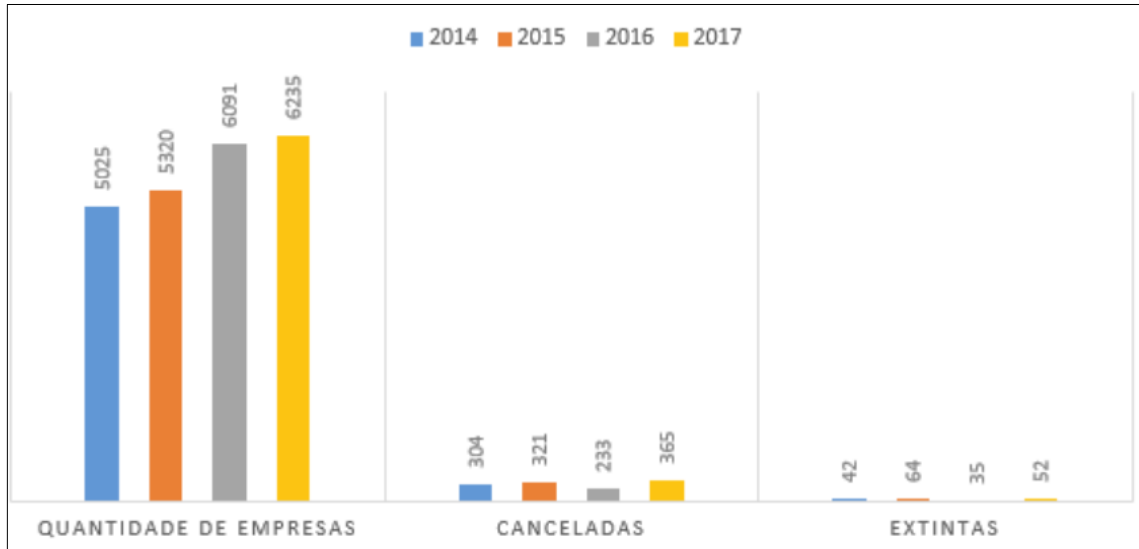
Tempo de Empreendimento		Quantidade de colaboradores	
Menos de 5 anos	9	Abaixo de 5	5
Entre 6 e 10 anos	3	Entre 6 e 10	5
Mais de 11 anos	3	Acima de 11	5

Fonte: Adaptado de Trindade (2017).

De acordo com a Agência IBGE Notícias (2020), em um estudo realizado por meio do Cadastro Nacional de Empresas (CEMPRE), em 2018, demonstrou que 4,4 milhões de empresas estavam em atividade, ocupando 38,7 milhões de pessoas, sendo que 32,3 milhões, ou seja, 85,5% eram consideradas assalariadas e 6,4 milhões, o que representa 16,5%, na condição de sócio. Tais dados representam uma média das empresas de 11,6 anos.

Conforme Araújo *et al.* (2019), há de se evidenciar a quantidade de empresas registradas, canceladas e extintas. O Gráfico 3 apresenta uma evolução da quantidade de empresas que evoluíram mediante incentivos relacionados à legalização das empresas.

Gráfico 3. Quantidade de empresas registradas, canceladas e extintas



Fonte: Araújo *et al.* (2019).

Machado e Ros (2019), em seu artigo “A longevidade de pequenas empresas familiares em narrativas históricas de seus integrantes” evidencia um exemplo de um casal que desenvolveu uma empresa na qual a diversificação favoreceu o crescimento, após oito anos de atividades conquistando uma fatia mercadológica com clientes importantes, desenvolvendo, dessa forma, um patrimônio pessoal.

De acordo com Reis (2018), a vida média de uma empresa listada nas Américas do Norte e do Sul é de mais de 33 anos e na Europa a idade média de uma empresa é 52.

3 MÉTODO

Neste capítulo, é abordada a metodologia que se aplicou para realizar a pesquisa. No subcapítulo 3.1, é feita uma justificativa do método e das técnicas a serem utilizadas e, no subcapítulo 3.2, são discutidos os universos populacional e amostral.

No subcapítulo 3.3, é apresentada a forma da obtenção dos dados e, no subcapítulo 3.4, é demonstrada a tabulação dos dados. No subcapítulo 3.5, são abordadas algumas ferramentas ou instrumentos analíticos para analisar os dados coletados e, no capítulo 3.6, são mostrados os passos da operacionalização da pesquisa.

3.1 Justificativa do método e das técnicas a serem utilizadas

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. Onde:

- 1Discordo completamente;
- 2Discordo moderadamente;
- 3Discordo minimamente;
- 4 Concordo minimamente;
- 5 Concordo moderadamente e
- 6 Concordo completamente.

Segundo Hills e Argyle (2002), a soma das pontuações dos itens é a medida de felicidade, com altas pontuações indicando maior felicidade.

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. Embora a pesquisa de campo seja geralmente caracterizada como pesquisa qualitativa, muitas vezes envolve vários aspectos da pesquisa quantitativa:

A pesquisa de campo geralmente começa em um cenário específico, embora o objetivo final do estudo seja observar e analisar o comportamento específico de um sujeito nesse cenário. A causa e o efeito de um determinado comportamento, no entanto, são difíceis de analisar devido à presença de várias variáveis em um ambiente natural. A maior parte da coleta de dados é baseada não inteiramente em causa e efeito, mas principalmente em correlação. Enquanto a pesquisa de campo procura correlação, o pequeno tamanho da amostra dificulta o estabelecimento de uma relação causal entre duas ou mais variáveis (GOMES JÚNIOR *et al.*, 2011, p. 34).

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.

Em se tratando da pesquisa exploratória, Lacerda Ensslin e Ensslin (2012) destacam que é definida como uma pesquisa usada para investigar um problema que não está claramente definido. É realizado para entender melhor o problema existente, mas não fornece resultados conclusivos. Para essa pesquisa, um pesquisador começa com uma ideia geral e usa essa pesquisa como um meio para identificar problemas, que podem ser o foco de pesquisas futuras.

Um aspecto importante aqui é que o pesquisador deve estar disposto a mudar de direção, sujeito à revelação de novos dados ou *insights*. Essa pesquisa geralmente é realizada quando o problema está em um estágio preliminar. É frequentemente referida como abordagem da teoria fundamentada ou pesquisa interpretativa, dado que costumava responder perguntas como o que, por que e como.

Já a pesquisa quantitativa, segundo Gomes Júnior (2011), é definida como a investigação sistemática de fenômenos, reunindo dados quantificáveis e executando técnicas estatísticas, matemáticas ou computacionais. A pesquisa quantitativa reúne

informações de clientes existentes e potenciais, usando métodos de amostragem e enviando pesquisas on-line, questionários, etc., cujos resultados podem ser representados na forma de números. Após, ocorre uma cuidadosa compreensão desses números para prever o futuro de um produto ou serviço e fazer as alterações necessárias.

Assim sendo, Kumar (2015) destaca que a pesquisa quantitativa é, principalmente, conduzida nas ciências sociais, usando os métodos estatísticos usados acima para coletar dados quantitativos do estudo. Nesse método de pesquisa, pesquisadores e estatísticos empregam estruturas e teorias matemáticas que pertencem à quantidade em questão. Dessa forma, pode-se dizer que será uma pesquisa de campo do tipo transversal, exploratória e de abordagem quantitativa.

3.2 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.

3.3 Obtenção dos dados

Para realização desta pesquisa de campo, foi aplicado questionário composto para as mulheres empreendedoras. Segundo Kumar (2015), os questionários qualitativos são perguntas fechadas que são feitas diretamente aos sujeitos da pesquisa. Esses questionários podem ser informais e conversacionais, semiestruturadas, padronizados e abertos ou uma mistura das três anteriores. Isso fornece uma grande quantidade de dados para o pesquisador classificar e também ajuda a coletar dados relacionais. Esse método de pesquisa de campo pode usar uma combinação de aplicação de questionários individuais, grupos focais e análise de texto.

Foi aplicado um questionário estruturado em duas categorias: perfil socioeconômico e escala *Happiness*. O caput do questionário contém o convite à respondente. A seguir são apresentadas questões referentes ao perfil socioeconômico (Figura 1).

Figura 1. Questionário aplicado

Questionário

Prezada Senhora:
 Cumpre-me, antes de mais felicitá-la por ser Empreendedora. Gentilmente solicito-lhe que responda ao presente Questionário destinado a pesquisar a relação de sentimento com a empresa que criou e administra. A pesquisa dá-se no âmbito do Mestrado Profissional de Administração das Micro e Pequenas Empresas da UNIFACCAMP.

Grata pela atenção que me possa dispensar,
 Daniela Nunes

Nome :		
Idade:		
Grau de escolaridade: () ⁰ primeiro grau incompleto () ¹ primeiro grau completo		
() ² segundo grau incompleto () ³ segundo grau completo		
() ⁴ ensino superior incompleto () ⁵ ensino superior completo		

Qual motivo a levou à abertura do negócio? () ⁰ Identifiquei uma Oportunidade () ¹ Falta de trabalho (desemprego) () ² Melhores condições (Aumentar renda familiar) () ³ Nascimento de um filho () ⁴ Realização de um sonho () ⁵ Outro motivo: _____

Dados do negócio: Setor : Serviços () ⁰ Comércio () ¹ Indústria () ²
Existência da empresa (em anos):
Além de você quantas pessoas trabalham mais na empresa?
E empresa familiar? Sim () ¹ Não () ⁰
Quantos filhos tinha na época da abertura da empresa?

Fonte: Da autora (2020).

A segunda parte do questionário apresenta a Escala Geral de Felicidade (Figura 2).

Figura 2. Escala Geral de Felicidade

ESCALA GERAL DE FELICIDADE

Para cada uma das seguintes afirmações e/ou perguntas, circule a categoria de resposta (de 1 a 6) que considera apropriada a você.

1. Em geral, me considero:

Uma pessoa não muito feliz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Uma pessoa muito feliz

2. Comparando com a maioria dos meus amigos, eu me considero:

Uma pessoa não muito feliz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Uma pessoa muito feliz

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?

Em nada se aplica a mim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Aplica-se muito em mim

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?

Em nada se aplica a mim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Aplica-se muito em mim

Fonte: Da autora (2020).

A escala *Happiness* é a última parte do questionário. Deve-se observar que essa escala foi ligeiramente modificada com a inclusão das proposições 0 e 30 decorrentes da análise do teste piloto. As proposições inversas foram destacadas com o ressaltado da expressão negativa na proposição (em decorrência do teste piloto).

Logo, a coleta de dados, conforme Lacerda Ensslin e Ensslin (2012), é definida como o procedimento de coleta, medição e análise de *insights* precisos para a pesquisa usando técnicas validadas padrão. Um pesquisador pode avaliar sua hipótese com base nos dados coletados. Na maioria dos casos, a coleta de dados é o passo principal e mais importante para a pesquisa, independentemente do campo de pesquisa. A abordagem da coleta de dados é diferente para diferentes campos de estudo, dependendo das informações necessárias.

No caso do estudo em questão, a coleta se dá por meio da aplicação de questionário, o qual será composto por duas categorias: 1) traçar o perfil socioeconômico dessas mulheres, onde também será verificado o motivo pelo qual se empreendeu e o tipo de empreendedorismo; e 2) aplicação da escala *Happiness* (tópico 3.1) (Figura 3).

Salienta-se que o desenvolvimento do bem-estar dos funcionários é considerado de suma relevância para a melhora do desempenho organizacional. A abordagem de Sloan (1987) entende que a felicidade dos funcionários pode ser desenvolvida de baixo para cima, com a melhora do bem-estar psicológico ou de cima pra baixo, alterando a organização e explorando o capital psicológico (fatores *bottom-up*), virtudes organizacionais (fatores *top-down*) e felicidade no trabalho (WILLIAMS *et al.*, 2015).

Entende-se que, embora os líderes tenham como alvo o capital psicológico dos funcionários, visando o seu bem-estar, outros benefícios podem surgir com o uso de estratégia de cima para baixo ou de baixo para cima, sendo possível criar a felicidade no trabalho dos funcionários (WILLIAMS *et al.*, 2015).

Níveis ótimos de bem-estar influenciam os resultados positivos dos funcionários, relacionando-se ao seu nível de envolvimento e comportamento organizacional, vinculando-se à satisfação, presenteísmo e esforço no trabalho, bem como menor número de negócios voluntários e menos absenteísmo.

Importa destacar que cada elemento do modelo de felicidade de Fisher se baseia na evidência conceitual e teórica, na qual o engajamento se define como a compreensão de elementos cognitivos, afetivos e comportamentais, quanto ao desempenho de um indivíduo e seu papel no trabalho.

É o momento de os líderes impactarem as atitudes dos seguidores, verificando como os seguidores têm sua felicidade no trabalho geradas pelas características de uma liderança inspiradora, destacando a importância de compreender o papel das características do seguidor envolvidas na eficácia da liderança inspiradora (VALLINA *et al.*, 2018).

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

Figura 3. Questionário Escala da Felicidade

0-De forma geral, antes de ser empreendedora, eu era muito feliz
1- Eu tenho sentimentos muito calorosos com quase todos no meu trabalho
2- Sinto que possuo muita energia ou motivação para trabalhar
3- Não tenho particularmente memórias felizes do passado no trabalho
4- Eu sou muito feliz no meu trabalho
5- Sinto que não estou, sobretudo, no controle de minha vida profissional
6- Eu sou intensamente interessada em outras áreas ou setores da empresa
7- Eu não me sinto particularmente satisfeita com meu trabalho.
8- Eu estou muito satisfeita com tudo em minha vida profissional.
9- Sinto-me alegre e exaltada quando vou ao trabalho
10- Não tenho particularmente um senso de significado e propósito para minha vida profissional
11- Tenho uma boa influência nos acontecimentos do trabalho
12- Eu particularmente não sou otimista sobre o futuro nesta empresa
13- A vida é boa neste trabalho
14- Sempre contagio de alegria outras pessoas que trabalham comigo
15- Sinto minha mente completamente alerta em todas as horas de trabalho
16- Eu sinto que minha vida é muito recompensada por causa do meu trabalho
17- Eu raramente me sinto descansada.
18- Existe uma distancia entre o que eu gostaria de fazer e o que faço.
19- Não acho fácil tomar decisões no meu trabalho
20- Não me sinto particularmente saudável, trabalhando nesta empresa
21- Eu acho a maioria das coisas agradáveis no meu trabalho
22- Eu não acho que esta empresa é um bom lugar para se trabalhar
23- Sempre me saio bem em tudo que eu quero fazer na área profissional
24- Eu não tenho boa autoestima no trabalho.
25- Encontro beleza em algumas coisas do meu trabalho
26- Eu sorrio muito no trabalho
27- Sinto-me capaz de conseguir qualquer coisa no meu trabalho
28- Não me divirto com outras pessoas no ambiente de trabalho
29- Estou sempre comprometido e envolvido com meu trabalho
30- Agora que sou empreendedora, me considero muito feliz

Fonte: Da autora (2020).

3.3.1 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.

3.4 Operacionalização da pesquisa

A pesquisa foi operacionalizada seguindo as etapas abaixo:

- a) Desenvolveu-se uma base de dados com nomes e e-mails ou número de telefone de mulheres empreendedoras no Brasil a partir de indicações e levantamento de empresas empreendidas por mulheres; SNOWBALL
- b) Enviaram-se os formulários eletrônicos para as mulheres listadas no banco de dados via e-mail, mensagem de texto ou WhatsApp;

- c) Enviaram-se lembretes a cada 5 dias para responder ao questionário durante os 3 meses de aplicação do questionário;
- d) Tabularam-se as respostas aos questionários em planilha de Excel;
- e) Desenvolveu-se a análise estatística dos dados coletados por meio de pacotes estatísticos.

3.5 Limitações da pesquisa

A presente pesquisa se ocupou de mulheres empreendedoras há mais de cinco anos, verificando-se como limitação o desenvolvimento do banco de dados com o maior número possível de dados dessas mulheres para envio do formulário, dada a dificuldade de encontrar esses dados, considerando que o empreendedorismo é bastante amplo e diversificado.

A falta de tempo das empreendedoras também pode ser considerada como uma limitação, já que pode dificultar que respondam ao formulário eletrônico.

Parte-se da premissa que as respostas dadas pelos respondentes aos questionários aplicados exprimem a verdade.

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 2, os valores descritivos da amostra referentes às variáveis Var37 a Var 43.

Tabela 2. Valores descritivos da amostra

Variável	Questões e proposições	"0"	"1"	"2"	"3"
Var37	Motivo da abertura do negócio: Oportunidade=1; Necessidade=2		12	7	
Var38	Dados do negócio: Setor 1 Comércio, 2 Indústria 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: Da autora (2020).

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

Pode-se ver pela Tabela 2 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 4).

Figura 4. Motivos da abertura do negócio

Existem vários motivos que levam uma pessoa a criar um negócio. Qual das motivações abaixo se aplicam ao seu caso?

- (7) Identifiquei uma oportunidade
- (2) Falta de trabalho (desemprego)
- (5) Melhores condições (Aumentar renda familiar)
- (2) Falta de trabalho (desemprego)
- (1) Nascimento de um filho
- (1) Realização de um sonho
- (1) Outro motivo

Fonte: Da autora (2020).

4.2 Análise das proposições

Uma síntese das respostas obtidas das empreendedoras ao questionário sobre felicidade no trabalho é apresentada na Tabela 3. 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 3. 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	

(Continua)
(Continuação)

Variável	Proposições	"1"	"2"	"3"	"4"	"5"	"6"	gAScrapi	gAs<0.70
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 profissional	1	1	2	1	3	11	0.7895	
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	*

(Conclusão)

Variável	Proposições	"1"	"2"	"3"	"4"	"5"	"6"	gAScarpi	gAS<0.70
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: Da autora (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 dummy 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, dependo 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 4. 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: Da autora (2020).

A Tabela 5 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 5. 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: Da autora (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, $p\text{-value} < 0.05$). Foi aplicado teste paramétrico, dada a normalidade das variáveis que também são homocedáticas. O resultado do teste está na Figura 5, que é o *output* do BioEstat.

Figura 5. 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: Da autora (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; $t = -1.8173$, $p\text{-value}$ (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 6.

Tabela 6. 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: Da autora (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 6.

Figura 6. Output do teste da Hipótese Hb

Teste de Wilcoxon	
Resultado	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: Da autora (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.

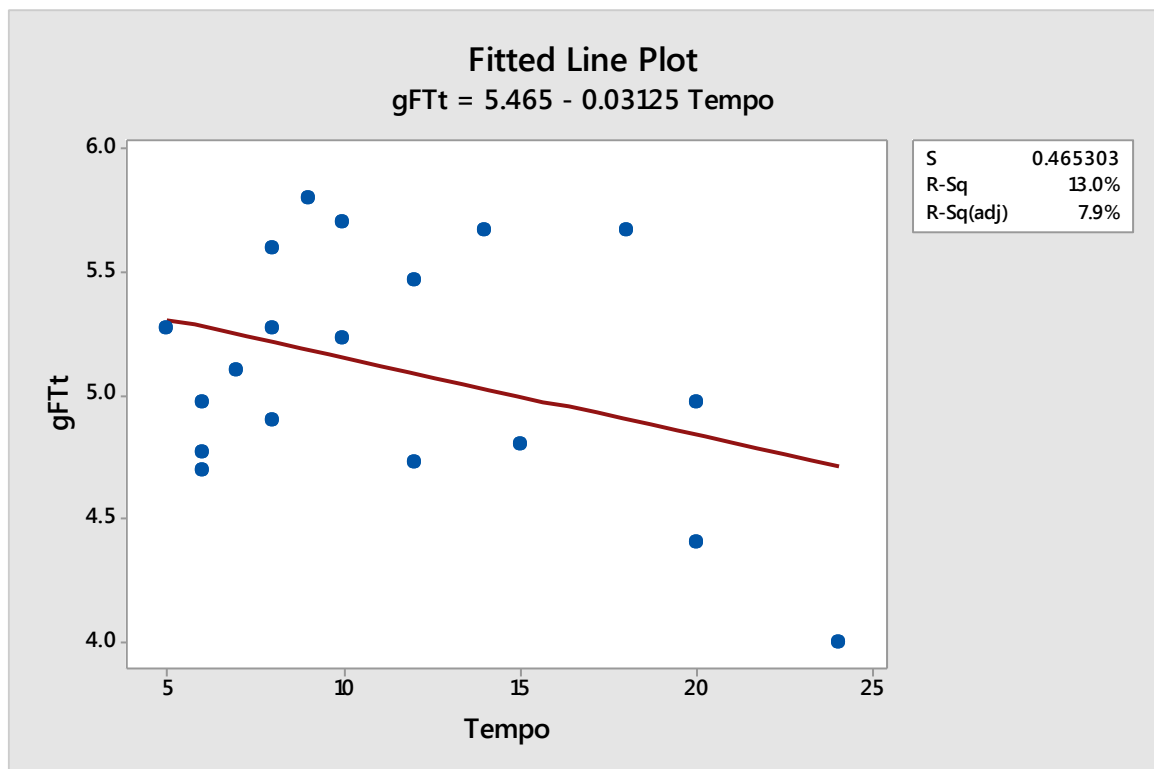
Para testar essa hipótese, cumpre investigar se há associação significativa entre as variáveis Var41 “Grau de Felicidade no Trabalho (gFT)” e Var 42 “Existência da empresa (em anos)” (Tabela 7).

Tabela 7. 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: Da autora (2020).

Figura 7. Gráfico da associação entre tempo de empreendedora e gFT



Fonte: Da autora (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 8.

Figura 8. Output do teste da Hipótese Hc

Teste de Correlação Linear —

Vivo 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: Da autora (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 negocio”. 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 8.

Tabela 8. 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: Da autora (2020).

Para testar a hipótese H_d , 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 9.

Figura 9. Output do teste da Hipótese H_d

Mann-Whitney: amostras independentes — □

Visualizar Editar Gráfico

Resultado	Amostra 1	Amostra 2
Tamanho da amostra	7	12
Soma dos Postos (R_i)	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: Da autora (2020).

Hipótese H_d 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 H_e

H_{e1} : 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 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_e

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: Da autora (2020).

Para testar a hipótese H_e , utilizou-se o Teste t já que as amostras apresentaram homocedasticidade. O *output* do teste está na Figura 10.

Figura 10. Output do teste da Hipótese H_e

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: Da autora (2020).

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 gFTn-F), como mostra a Tabela 10. As distribuições das duas amostras não diferem significativamente da distribuição normal (Teste Lilliefors, p-value < 0,05).

Tabela 10. Estatísticas descritivas referentes às variáveis da Hipótese Hf

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: Da autora (2020).

Para testar a hipótese Hf, utilizou-se o Teste t já que as amostras apresentaram homocedasticidade. O *output* do teste está na Figura 11.

Figura 11. *Output* do teste da Hipótese Hf

t - Teste: Amostras Independentes

vivo Editar Gráfico

	- 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: Da autora (2020).

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 (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.
- ALVES, B. M.; PITANGUY, J. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1981. Coleção Primeiros 44 passos.
- 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.
- ARAÚJO, J. C. O. *et al.* Mortalidade das micro e pequenas empresas: um olhar sobre a lei nº8.934/94. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, São Paulo, ano 4, n. 10, p. 154-173, out. 2019.
- 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.

BOLLEN, K. A.; BARB, K. H. Pearson's R and coarsely categorized measures. **American Sociological Review**, [S. l.], v. 46, n. 2, p. 232-239, abr. 1981.

BRAZEAL, D. V.; HERBERT, T. T. The genesis of entrepreneurship. **Theory and Practice**, [S. l.], v. 23 n. 3, p. 29-45, 2000.

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.

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.

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

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: Oficina 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.

COOPER, C. L.; LEWIS, S. **E agora, trabalho ou família?** São Paulo: Tâmis, 2000.

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

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.

DEMOGRAFIA das Empresas: em 2018, taxa de sobrevivência das empresas foi de 84,1%. **Agência IBGE Notícias**, Brasília, 22 out. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/29206-demografia-das-empresas-em-2018-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-foi-de-84-1>. Acesso em: 06 dez. 2020.

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.

DEVORE, J. L. **Probabilidade e estatística**: para engenharia e ciências. Boston: Cengage Learning, 2006.

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.

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.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, Maringá, v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013.

- 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.
- GOFFEE, R.; SCASE, R. **Women in charge (touted revivals)**: the experiences of women entrepreneurs. New York: Routledge, 2015.
- GOMES, L. **Metodologia**: uma análise exploratória de práticas de gestão de TI. 2010. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.
- GOMES JÚNIOR, S. F. *et al.* Integração de métodos multicritério na busca da sustentabilidade agrícola para a produção de tomates no município de São José de Ubá-RJ. **Pesquisa Operacional**, Rio de Janeiro, v. 31, n. 1, p. 157-171, jan./abr. 2011.
- 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.

IBGE: 1,3 milhão de empresas brasileiras encerraram atividades na pandemia. **Bahia.ba**, Salvador, 16 jul. 2020. Disponível em: <https://bahia.ba/economia/ibge-13-milhao-de-empresas-brasileiras-encerram-atividades-na-pandemia/>. Acesso em: 06 dez. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. **GEM 2018**: Análise dos resultados por gênero. 2019. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20\(002\).pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20(002).pdf). Acesso em: 18 abr. 2020.

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

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Women's entrepreneurship: weaving the web of conflicting demands. **Psicologia & Sociedade**, Recife, v. 19, n. 1, p. 77-84, 2007.

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.

LACERDA, R. T. O.; ENSSLIN, L.; ENSSLIN, S. R. Uma análise bibliométrica da literatura sobre estratégia de metodologia. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 19, n. 1, p. 59-78, 2012.

LANDIS, J. R.; KOCH, G. G. The measurement of observer agreement for categorical data. **Biometrics**, [S. l.], v. 33, n. 1, p. 159-174, mar. 1977.

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.

MACHADO, H. P. V.; ROS, D. A longevidade de pequenas empresas familiares em narrativas históricas de seus integrantes. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 361-381, 2019.

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.

MUSHER-EIZENMAN, D.; HOLUB, S. Comprehensive feeding practices questionnaire: validation of a new measure of parental feeding practices. **Journal of Pediatric Psychology**, [S. l.], v. 32, n. 8, p. 960-972, 2007.

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.; GHOBIL, A. N.; AMARAL, D. J. Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. **Pensamento & Realidade**, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 143-168, 2009.

NASSIF, V. M. J. *et al.* Mulheres empreendedoras: uma discussão sobre suas competências. *In*: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO, 3., 2011, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: ANPAD, 2011.

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, S. F. L. **Conflito trabalho-família e o uso de práticas de suporte instrumental em empresas fabricantes de eletroeletrônicos de Caxias do Sul**. 2009. 116 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

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) - Università' 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.

PEARSON, E. S. **Karl Pearson**: an appreciation of some aspects of his life and work. Cambridge: Cambridge University Press, 1938.

PERROT, M. Escrever uma história das mulheres: relato de uma experiência. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 04, p. 9-28, 1995.

PETERSEN, A. Discutindo o uso da categoria gênero e as teorias que respaldam estudos de gênero. *In*: ROSO, A. *et al.* (Orgs.). **Gênero por escrito**: saúde, identidade e trabalho. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999. p. 15-39.

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.

REIS, P. Why do companies live longer than others? The elixir of (eternal) life for top-tier American companies. **International Journal of Business Administration**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 64-74, 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.

RIBEIRO, L. F. **Mulheres de papel: um estudo do imaginário em José de Alencar e Machado de Assis**. Rio de Janeiro: Forense Universitário - Fundação Biblioteca Nacional, 2008.

ROCHA, E. L. C. Oportunidade ou necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. **Revista Gestão em Análise**, Fortaleza, v. 3, n. 1/2, p. 31-46, 2014.

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.

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.

SEIS em cada 10 empresas baianas 'morrem' antes de completar cinco anos, aponta IBGE. **Bahia.ba**, Salvador, 22 out. 2020. Disponível em: <https://bahia.ba/economia/seis-em-cada-10-empresas-baianas-morrem-antes-de-completar-cinco-anos-aponta-ibge/>. Acesso em: 06 nov. 2020.

SENGE, P. M. **A quinta disciplina**. 19. ed. Tradução: OP Traduções. Rio de Janeiro: Best Sellers, 2005.

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.
- 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.
- 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.
- SLOAN, T. S. **Deciding**: self-deception in life choices. New York: Taylor & Francis, 1987.
- 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., 2010, Florianópolis. **Anais** [...]. Florianópolis: UFSC, 2010.

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.

TRINDADE, D. P. **Inovação artigos e casos de sucesso: inovação artigos e casos de sucesso**. Brasília: Sebrae, 2017.

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.

VALLINA, A. S. *et al.* O lado humano da liderança: efeitos inspiradores da liderança sobre as características dos seguidores e a felicidade no trabalho (HAW). **Jornal de Pesquisa de Negócios**, 2018.

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.

WAGNER, A. *et al.* Compartilhar tarefas? Papéis e Funções de pai e mãe na família contemporânea. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 21 n. 2, p. 181-186, maio/ago. 2005.

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.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

1. Dados Pessoais

Nome:		
Idade:		
Grau de escolaridade: () primeiro grau incompleto () primeiro grau completo () segundo grau incompleto () segundo grau completo () ensino superior incompleto () ensino superior completo		

2. Qual motivo te levou a abertura do negócio?

Indetifiquei uma Oportunidade () Precisava de fonte de renda Necessidade ()

3. Qual foi sua principal motivação para empreender?

<input type="checkbox"/> Falta de trabalho (desemprego) <input type="checkbox"/> Melhores condições (aumentar renda familiar) <input type="checkbox"/> Nascimento de um filho <input type="checkbox"/> Realização de um sonho
--

I. ESCALA GERAL DE FELICIDADE

Para cada uma das seguintes afirmações e/ou perguntas, circule a categoria de resposta (de 1 a 7) que considera apropriada a você.

1. Em geral, me considero:

Uma pessoa não muito feliz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Uma pessoa muito feliz

2. Comparando com a maioria dos meus amigos, eu me considero:

Uma pessoa não muito feliz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Uma pessoa muito feliz

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?

Em nada se aplica a mim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Aplica-se muito em mim

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?

Em nada se aplica a mim | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Aplica-se muito em mim

II. QUESTIONÁRIO DE FELICIDADE

INSTRUÇÕES

Abaixo estão afirmações sobre felicidade. Por favor, indique o quanto concorda ou discorda com cada, completando um numero de acordo com a escala baixo:

- 1- Discorda profundamente
- 2- Discorda moderadamente
- 3- Discorda minimamente
- 4- Concorda minimamente
- 5- Concorda moderadamente
- 6- Concorda profundamente

Você deve ler as afirmações cuidadosamente porque algumas são expressas positivamente e outras negativamente. Não se demore muito em uma questão específica: não há respostas certas ou erradas, nem pegadinhas. A primeira resposta que vir a sua mente provavelmente será a melhor resposta. Se achar alguma questão difícil, por favor, dê a resposta que é verdadeira para você em geral ou com freqüência, entende ser a verdadeira.

1-	Eu tenho sentimentos muito calorosos com quase todos no meu trabalho	
2-	Sinto que possuo muita energia ou motivação para trabalhar	
3-	Não tenho particularmente memórias felizes do passado no trabalho	
4-	Eu sou muito feliz no meu trabalho	
5-	Sinto que não estou, sobretudo, no controle de minha vida profissional	
6-	Eu sou intensamente interessado em outras áreas ou setores da empresa	
7-	Eu não me sinto particularmente satisfeito com meu trabalho.	
8-	Eu estou muito satisfeito com tudo em minha vida profissional.	
9-	Sinto-me alegre e exaltado quando vou ao trabalho	
10-	Não tenho particularmente um senso de significado e propósito para minha vida profissional	
11-	Sempre tenho uma boa influência nos acontecimentos do trabalho	
12-	Eu particularmente não sou otimista sobre o futuro nessa empresa	
13-	A vida é boa nesse trabalho	
14-	Sempre contagio de alegria outras pessoas que trabalham comigo	

15- Sinto minha mente completamente alerta em todas as horas de trabalho	
16- Eu sinto que minha vida é muito recompensada, por causa do meu trabalho	
17- Eu raramente me sinto descansado.	
18- Existe uma distancia entre o que eu gostaria de fazer e o que faço.	
19- Não acho fácil tomar decisões no meu trabalho	
20- Não me sinto particularmente saudável, trabalhando nessa empresa	
21- Eu acho a maioria das coisas agradáveis no meu trabalho	
22- Eu não acho que essa empresa é um bom lugar para se trabalhar	
23- Sempre me saio bem em tudo que eu quero fazer na area profissional	
24- Eu não tenho boa autoestima no trabalho.	
25- Encontro beleza em algumas coisas do meu trabalho	
26- Eu sorrio muito no trabalho	
27- Sinto-me capaz de conseguir qualquer coisa no meu trabalho	
28- Não me divirto com outras pessoas no ambiente de trabalho	
29- Estou sempre comprometido e envolvido com meu trabalho	

Para a pergunta apresentada abaixo, circule a categoria de resposta (de 1 a 7) que considera mais apropriada para você.

Considerando todas as coisas, o quão feliz você está com seu trabalho?

Não muito feliz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito feliz

APÊNDICE B - VARIÁVEIS

Variável	Questões e proposições
Var37	Qual motivo te levou a abertura do negocio (1), Oportunidade (2) Necessidade
Var38	Dados do negócio: Setor 1 Comércio, 2 Industria e 3 Serviços
Var39	É empresa familiar? (sim=1; não=0)
Var40	Quantos filhos tinha na época da abertura da empresa? *
Var41	Grau de Felicidade no Trabalho (gFT)
Var42	Existência da empresa (em anos): *
Var43	Além de você quantas pessoas trabalham mais na empresa? *
Var01	1. Em geral, me considero: (infeliz=1 --- feliz =6)
Var02	2. Comparando com a maioria dos meus amigos, me considero:
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?
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?
Var05	5. Considerando todas as coisas, o quão feliz você está com seu trabalho?
Var06	6. De forma geral, antes de ser empreendedora, eu era (infeliz =1 --- feliz=6)
Var07	1- Tenho sentimentos muito calorosos com quase todos no meu trabalho
Var08	2- Sinto que possuo muita energia ou motivação para trabalhar
Var09r	3-Não tenho particularmente memórias felizes do passado no trabalho
Var10	4 - Sou muito feliz no meu trabalho
Var11r	5- Sinto que Não estou, no controle de minha vida profissional
Var12	6- Sou intensamente interessada em outras áreas ou setores da empresa
Var13r	7- Não me sinto particularmente satisfeita com meu trabalho.
Var14	8- Estou muito satisfeita com tudo em minha vida profissional.
Var15	9- Sinto-me alegre e exaltada quando vou ao trabalho
Var16r	10- Não tenho particularmente um senso de significado e propósito para minha vida profissional
Var17	11- Tenho uma boa influência nos acontecimentos do trabalho
Var18	12- Eu particularmente sou otimista sobre o futuro nesta empresa
Var19	13- A vida é boa neste trabalho
Var20	14- Sempre contágio de alegria outras pessoas que trabalham comigo
Var21	15- Sinto minha mente completamente alerta em todas as horas de trabalho
Var22	16- Eu sinto que minha vida é muito recompensada por causa do meu trabalho
Var23	17- Raramente me sinto cansada.
Var24	18- Existe uma distância entre o que eu gostaria de fazer e o que faço.
Var25r	19- Não acho fácil tomar decisões no meu trabalho
Var26r	20- Não sinto particularmente saudável, trabalhando nesta empresa
Var27	21- Eu acho a maioria das coisas agradáveis no meu trabalho
Var28r	22- Eu acho que esta empresa não é um bom lugar para se trabalhar
Var29	23- Sempre me saio bem em tudo que eu quero fazer na área profissional
Var30r	24- Eu não tenho boa autoestima no trabalho.
Var31	25- Encontro beleza em algumas coisas do meu trabalho
Var32	26- Eu sorrio muito no trabalho
Var33	27- Sinto-me capaz de conseguir qualquer coisa no meu trabalho
Var34r	28- Não me divirto com outras pessoas no ambiente de trabalho
Var35	29- Estou sempre comprometido e envolvido com meu trabalho
Var36	30- Agora que sou empreendedora, me considero (infeliz=1 --- feliz=6).