



Septiembre 2017 - ISSN: 1988-7833

EVIDÊNCIAS DA CULTURA EMPREENDEDORA EM REGIÃO DE FRONTEIRA: UMA ANÁLISE DA ATITUDE EMPREENDEDORA SOB A PERSPECTIVA DE GÊNERO POR MEIO DA ESCALA CARLAND ENTREPRENEURSHIP INDEX

Alessandra Leite Prado Ludwig¹

Mestranda no Programa de pós graduação Sociedade, Cultura e Fronteiras – UNIOESTE –
Universidade Estadual do Oeste do Paraná.
E-mail: adv.leiteprado@gmail.com

Elton Luiz Ludwig²

Mestrando no Programa de pós graduação em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade - UNIOESTE –
Universidade Estadual do Oeste do Paraná.
E-mail: Ludwig.eltonluiz@gmail.com

Elói Junior Damke³

Doutor e professor no Programa de pós graduação em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade - UNIOESTE –
Universidade Estadual do Oeste do Paraná.
E-mail: eloi.damke@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alessandra Leite Prado Ludwig, Elton Luiz Ludwig y Elói Junior Damke (2017): “Evidências da cultura empreendedora em região de fronteira: uma análise da atitude empreendedora sob a perspectiva de gênero por meio da escala carland entrepreneurship index”, Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (julio-septiembre 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/cccs/2017/03/analise-atitude-empreendedora.html>

RESUMO

O empreendedorismo é um processo que afeta comunidades em suas vertentes sociais, psicológicas e especialmente econômicas. Desta realidade, torna-se relevante as contribuições de estudos sobre as características do indivíduo empreendedor, que conforme a lição de SCHUMPETER (1982) é o agente responsável pela desestabilização da ordem econômica vigente pela introdução de novos produtos e serviços, como também por formas, organização e exploração de novos recursos materiais. Assim, conjugando-se esta pesquisa à análise do conceito de gênero em SCOTT (1989) como categoria de análise histórica de poderes, à teoria da prática dos jogos sérios em ORTNER (2007) que consiste na produção de sujeitos sociais

¹ Graduada em Direito, pelas Faculdades Unificadas de Foz do Iguaçu/PR – UNIFOZ (2006), servidora pública federal junto à Advocacia Geral da União.

² Graduado em Contabilidade pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE (2006), pós graduado em gestão das organizações pela UNIOESTE (2008), servidor público estadual junto à UNIOESTE.

³ Graduado em Administração, pelas Faculdades Reunidas de Admin. Ciências Contábeis e Econômicas de Palmas – FACEPAL, Possui Doutorado em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (2012), Mestrado em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (2004), Especialização em Desenvolvimento Gerencial e Graduação em Administração pela UNICS (1999). Atualmente é Professor Adjunto da UNIOESTE.

no mundo por meio da prática, como também à nova identidade feminina em ascensão da *terceira mulher* em LIPOVETSKY (2000), que flexibiliza os cuidados com o lar em detrimento de conquistar maior influência e valorização no mercado de trabalho, considerando, inclusive o conceito de gênero como um organizador chave da globalização conforme HIRATA (2015). Nesse esteio, o relatório Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015)), revelou que o número de empreendedores estabelecidos homens é maior que o de mulheres, porém, entre os empreendedores iniciais, o número de homens e mulheres é similar, de onde se percebe que o perfil feminino demanda maiores investigações com relação à sua efetiva integração no mercado de trabalho. A partir deste fato foi desenvolvida a presente pesquisa, com intuito de avaliar o nível de atitude empreendedora feminino em uma região de fronteira, fator diferencial para a demanda comercial, considerando potencial turístico, como também multiculturalidade por ser região de polo educacional. Esta assunção de nova identidade feminina como agente integrado e influente no meio público ainda é reconhecida em um polo minoritário de mulheres, conforme HIRATA (2015), mas se revela marcante na classe das mulheres empreendedoras. Esta coleta de dados do comportamento de mulheres empreendedoras, segue a vertente dos estudos construtivistas sobre o empreendedorismo, de análise multidimensional dos dados sob o prisma da psicologia comportamental, como também fatores ambientais. Os dados foram levantados por meio de *survey* junto a 168 respondentes, através da escala Carland Entrepreneurship Index (CEI). O CEI consiste em um questionário objetivo, contendo 33 questões, com alternativas em pares para escolha de uma afirmativa. Exige pouco tempo para organizar as respostas pelo entrevistado e ao pesquisador é de fácil tabulação. Foi validado no Brasil por Inácio Junior e Gimenez (2004) que traduziram a escala, aplicando as entrevistas a membros da comunidade em geral, alunos de graduação e pós-graduação em administração de duas instituições de ensino superior e por proprietários-gerentes das empresas residentes nas incubadoras tecnológicas do Estado do Paraná, concluindo pela validade do instrumento traduzido quando aferiu resultados positivos nos testes de confiabilidade *split-half* e *Alfa de Cronbach*. As respostas a presente pesquisa revelaram que o perfil mais incidente entre as empreendedoras de Foz do Iguaçu/PR classifica-se como intermediário, que a faixa etária dominante é de 40 anos, que os níveis de escolaridade mais recorrentes estão entre segundo grau completo e o nível superior completo e que a característica empreendedora mais acentuada entre as entrevistadas é a propensão ao risco. No entanto, para as quatro características analisadas, as características de postura estratégica, propensão à inovação e traços de personalidade não superaram em muito a marca de 50% das analisadas, o que indica necessidade de desenvolvimento de métodos e políticas que efetivem a cultura empreendedora com todas as suas características para desempenho de uma parcela maior de suas praticantes.

Palavras chave: Recursos Humanos, Gênero; Desempenho, Empreendedorismo; Economia trabalhista e demográfica.

RESUMEN

El emprendedorismo es un proceso que afecta a comunidades en sus vertientes sociales, psicológicas y especialmente económicas. De esta realidad, se hace relevante las contribuciones de estudios sobre las características del individuo emprendedor, que conforme a la lección de SCHUMPETER (1982) es el agente responsable de la desestabilización del orden económico vigente por la introducción de nuevos productos y servicios, así como por formas, organización y explotación de nuevos recursos materiales. Así, conjugándose esta investigación al análisis del concepto de género en SCOTT (1989) como categoría de análisis histórico de poderes, a la teoría de la práctica de los juegos serios en ORTNER (2007) que consiste en la producción de sujetos sociales en el mundo a través de la sociedad como también a la nueva identidad femenina en ascenso de la tercera mujer en LIPOVETSKY (2000), que flexibiliza los cuidados con el hogar en detrimento de conquistar mayor influencia y valorización en el mercado de trabajo, considerando, incluso el concepto de género como un organizador clave de la globalización conforme a HIRATA (2015). En este contexto, el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015), reveló que el número de empresarios establecidos hombres es mayor que el de las mujeres, pero entre los emprendedores iniciais, el número de hombres y mujeres es similar, de donde se percibe que el perfil femenino demanda mayores investigaciones con relación a su efectiva integración en el mercado de

trabajo. A partir de este hecho se desarrolló la presente investigación, con el fin de evaluar el nivel de actitud emprendedora femenina en una región de frontera, factor diferencial para la demanda comercial, considerando potencial turístico, así como multiculturalidad por ser región de polo educativo. Esta asunción de nueva identidad femenina como agente integrado e influyente en el medio público todavía es reconocida en un polo minoritario de mujeres, según HIRATA (2015), pero se revela marcadamente en la clase de las mujeres emprendedoras. Esta colecta de datos del comportamiento de las mujeres emprendedoras, sigue la vertiente de los estudios constructivistas sobre el emprendedorismo, de análisis multidimensional de los datos bajo el prisma de la psicología comportamental, así como factores ambientales. Los datos fueron levantados por encuesta a 168 respondedores, a través de la escala Carland Entrepreneurship Index (CEI). El CEI consiste en un cuestionario objetivo, conteniendo 33 preguntas, con alternativas en pares para elegir una afirmativa. Exige poco tiempo para organizar las respuestas por el entrevistado y el investigador es de fácil tabulación. (2004), que tradujeron la escala, aplicando las entrevistas a miembros de la comunidad en general, alumnos de graduación y posgrado en administración de dos instituciones de enseñanza superior y por propietarios-gerentes de las empresas residentes en las incubadoras tecnológicas del Estado de Paraná, concluyendo por la validez del instrumento traducido cuando dio resultados positivos en las pruebas de confiabilidad split-half y Alfa de Cronbach. Las respuestas a esta investigación revelaron que el perfil más incidente entre las emprendedoras de Foz do Iguaçu / PR se clasifica como intermediario, que el grupo de edad dominante es de 40 años, que los niveles de escolaridad más recurrentes están entre el segundo grado completo y el un nivel superior completo y que la característica emprendedora más acentuada entre las entrevistadas es la propensión al riesgo. Sin embargo, para las cuatro características analizadas, las características de postura estratégica, propensión a la innovación y rasgos de personalidad no superaron en mucho la marca del 50% de las analizadas, lo que indica la necesidad de desarrollar métodos y políticas que efectúen la cultura emprendedora con todas sus características para el desempeño de una parcela mayor de sus practicantes.

Palabras clave: Recursos Humanos, Género; Rendimiento, espíritu empresarial; Economía laboral y demográfica.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a process that affects communities in their social, psychological and especially economic aspects. From this reality, the contributions of studies on the characteristics of the entrepreneurial individual, which according to the lesson of Schumpeter (1982) is the agent responsible for the destabilization of the economic order in force by the introduction of new products and services, as well as by forms, organization and exploitation of new material resources. Thus, combining this research with the analysis of the concept of gender in SCOTT (1989) as a category of historical analysis of powers, to the theory of the practice of serious games in ORTNER (2007) that consists in the production of social subjects in the world through practice, as well as to the new feminine ascending identity of the third woman in LIPOVETSKY (2000), who flexibilizes the care of the home to the detriment of gaining greater influence and appreciation in the labor market, including considering the concept of gender as a key organizer of globalization according to HIRATA (2015). In this regard, the Global Entrepreneurship Monitor report (GEM (2015)) revealed that the number of male entrepreneurs established is greater than that of women, but among the initial entrepreneurs, the number of men and women is similar, from where one perceives that the female profile demands further investigation in relation to its effective integration in the labor market. Based on this fact, the present research was developed with the purpose of evaluating the level of female entrepreneurship in a frontier region, a differential factor for commercial demand, considering tourism potential, as well as multiculturality because it is a region of educational pole. This assumption of a new feminine identity as an integrated and influential agent in the public environment is still recognized in a minority polity of women, according to HIRATA (2015), but it is remarkable in the class of women entrepreneurs. This data collection of the behavior of entrepreneurial women follows the slope of the constructivist studies on entrepreneurship, of multidimensional analysis of the data under the prism of behavioral psychology, as well as environmental factors. Data were collected through a survey of 168 respondents through the Carland Entrepreneurship Index (CEI) scale. The CEI consists of an objective questionnaire, containing 33 questions, with alternatives in

pairs to choose an affirmative. It requires little time to organize the answers by the interviewee and the researcher is easy to tabulate. It was validated in Brazil by Inácio Junior and Gimenez (2004) who translated the scale, applying the interviews to members of the community in general, undergraduate and postgraduate students in administration of two higher education institutions and by owner-managers of resident companies in the technological incubators of the State of Paraná, concluding on the validity of the translated instrument when it checked positive results in the split-half and Cronbach Alpha reliability tests. The responses to the present study revealed that the most incident profile among the entrepreneurs of Foz do Iguaçu / PR is classified as intermediate, that the dominant age group is 40 years, that the most recurrent levels of schooling are between the second full degree and the and that the most pronounced entrepreneurial characteristic among those interviewed is the risk propensity. However, for the four characteristics analyzed, the characteristics of strategic posture, propensity for innovation and personality traits did not far exceed the mark of 50% of those analyzed, which indicates the need to develop methods and policies that effect the entrepreneurial culture with all its characteristics for the performance of a larger portion of its practitioners.

Keywords: Human Resources, Gender; Performance, Entrepreneurship; Labor and demographic economics.

1 INTRODUÇÃO

A aferição do potencial empreendedor tem sido mapeada por estudos relevantes de conclusões a respeito do refinamento de habilidades empreendedoras, bem como das características sociais ascendentes, nas quais estudos já concluíram que o desempenho organizacional é resultado da atitude empreendedora do administrador (DAMKE et al., 2015, p. 5). Tais estudos contemplam as mais diversas variantes, a título exemplificativo, elencamos alguns deles tais como em estudantes universitários (INÁCIO JUNIOR e GIMENEZ, 2004; PENZ et al., 2014), com comerciantes (VIEIRA et al., 2013; DAMKE et al., 2015) e ainda em clientes e futuros empreendedores (FERREIRA, 2005; FREITAS et al., 2009), dentre outros.

Para fins deste estudo, considera-se o viés de gênero como objeto a ser investigado, partindo-se do pressuposto de que mesmo diante do quadro de ascensão do número de empresárias e mulheres economicamente ativas, remanesce a de categoria paralela de análise no meio público, dada a maior inclinação do gênero feminino para os cuidados com a família.

Objetiva-se, desta forma, verificar a configuração média da capacidade empreendedora, sob o viés de gênero em uma cidade de fronteira, divisa entre três países, que oferece condições diferenciadas de demandas econômicas, pela exploração do turismo, polo universitário, de pluralidade étnica e histórico de migrações para grande parte de sua população.

A partir da conjugação destes aspectos locais, procura-se contribuir para o estudo no campo comportamental do empreendedorismo, levando em consideração traços individuais, características do empreendimento e fatores ambientais e econômicos potencial empreendedor feminino, na Cidade de Foz do Iguaçu/PR, para compreender como se classificam, na média, as empresárias e profissionais autônomas de Foz do Iguaçu/PR, no tocante ao potencial empreendedor?

Desta forma, percorre-se o objetivo, dividindo-se este artigo em quatro seções, sendo a próxima, a apresentação do eixo teórico deste estudo, em seguida, os procedimentos adotados na pesquisa, por conseguinte a seção de descrição e análise dos resultados e ao fim a conclusão e considerações finais, somadas às contribuições e sugestões para pesquisas futuras.

2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é tema de grande importância porque reflete diretamente nas prioridades governamentais, ou seja, um país com baixas taxas de empreendedorismo tende à estagnação econômica (INACIO JR; GIMENEZ, 2004, p. 108). A partir do relatório *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM em seu mapeamento constante do empreendedorismo no mundo permitiu-se concluir de fato, que este fenômeno está diretamente ligado ao crescimento econômico e conforme a análise de Fontenele (2010) tal relatório é de grande valia porque

ultrapassa as análises centradas exclusivamente em determinada empresa e atenta para a interação do indivíduo com o ambiente que o cerca, avaliando características e atividades empreendedoras em diversos países (FONTENELE, 2010, p. 1.096).

No tocante à análise do comportamento empreendedor de gênero, tal relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2015), revelou que o número de empreendedores estabelecidos homens é maior que o de mulheres, porém, entre os empreendedores iniciais, o número de homens e mulheres é similar. Desta constatação, percebeu-se que o perfil feminino demanda maiores investigações em seu modo de interação no campo empresarial para monitoramento das condições de integração de mulheres no mercado de trabalho, pelo que se propõe o levantamento de dados iniciais sobre o nível atual de potencial empreendedor de mulheres em uma região de demandas econômicas peculiares pela multiculturalidade, que favorecem a inovação e desconstrução econômica.

Neste ponto de análise, é relevante considerar que a perspectiva de gênero possui um fator histórico cultural de vinculação do feminino ao espaço doméstico. Romper esta associação nas atividades práticas não é tarefa fácil, pois é condicionado ao símbolo da reprodução biológica com ênfase na maternidade (CYRINO, 2012). A divisão sexual do trabalho doméstico está na raiz das diferenças que existem hoje no mercado de trabalho, na esfera de poder das empresas, nos Estados e no plano do saber (HIRATA, 2006, p. 4)

Este condicionamento é histórico e reflete categorias de poder na sociedade. Em síntese é uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado (SCOTT, 1989, apud DABAT; ÁVILA, 2012 p. 7). A partir desta premissa observa-se a questão de gênero como um organizador-chave da globalização neoliberal em que as dinâmicas de trabalho mantêm e agravam um amplo leque de desigualdades sociais (HIRATA, 2015).

Desta forma, importa observar o comportamento feminino que nas dinâmicas do mercado de trabalho, possui dois polos, um majoritário que comporta mulheres em um setor pouco valorizado e de baixos salários que é o caso das diaristas e empregadas domésticas e um polo minoritário que é composto por mulheres executivas, profissionais intelectuais de nível superior, relativamente bem remuneradas, em postos de responsabilidade e prestígio social (HIRATA, 2015, p. 5).

Este polo minoritário executivo divide a pesquisa de gênero em duas grandes vertentes: as executivas assalariadas e as empreendedoras porque possuem formas de inserção, disputas e tensões diferenciadas (ANDRADE, 2012, p. 23).

Tal comportamento empreendedor revela a ascensão de uma nova identidade, com performance definida como “*terceira mulher*” (LIPOVETSY, 2000) que exerce posição de influência no mercado de trabalho e significa a superação do estágio de “*mulher do lar*”. Caracteriza-se por uma subjetividade própria não mais pertencente unicamente à esfera familiar e menos suscetível aos comandos externos sociais. Explica-se o fenômeno de ascensão desta nova identidade e forma de interação social através da teoria da prática, pela transformação de significados decorrentes da interação entre indivíduo e estrutura; a produção de sujeitos sociais por meio da prática no mundo e da produção do próprio mundo por intermédio da prática (ORTNER, 2007).

Desta forma, percebe-se uma crescente reconfiguração simbólica social pela interação dos indivíduos com as estruturas, autorizando a ascensão de uma identidade feminina que permite maior flexibilização de responsabilidades com as atividades domésticas do lar e que passa a assumir cada vez maiores responsabilidades e funções na economia. Porém, necessário monitorar as características atuais, no presente caso das empreendedoras, para aferir as condições que elas apresentam para esta integração.

Para análise desta interação do indivíduo empreendedor e de suas características de aprendizado, atitude e potencial de inovação existem modelos conceituais que permitem maior aprofundamento de exploração. Conforme a lição de ZAMPIER e TAKAHASHI (2011) são divididos em três vertentes: a psicológica, behaviorista ou comportamental, representada por autores como McClelland (1972) que identifica aspectos característicos atribuindo traços de personalidade; a sociológica, segundo teóricos como Guimarães (2002) e Feuerschütte (2006) que considera a influência o contexto e o potencial do ambiente; e a abordagem construtivista, de “Carland, Carland e Hoy (1992); Solymosy e Hisrich (2000) e Inácio Junior e Gimenez (2003) que trata da análise em uma perspectiva multidimensional, considerando traços individuais, características do empreendimento e fatores ambientais.

Nesse sentido também os estudos de Gartner (1988), como fundamental na construção de uma teoria comportamentalista para o empreendedor, que contempla além dos traços de personalidade o seu relacionamento com o ambiente (SHAVER; SCOTT, 1991).

Utiliza-se para este estudo a abordagem construtivista de análise multidimensional, através da escala Carland Entrepreneurship Index – CEI, formulada por Carland, Carland e Hoy (1992) e validada por Inácio Junior e Gimenez (2003), conforme explanação no item 2.1 adiante.

2.1 O Índice Carland Entrepreneurship Index (CEI)

Após exaustiva análise da massa teórica sobre o constructo empreendedorismo, os especialistas no assunto com reconhecimento da comunidade internacional, Jim e JoAnn Carland, concluíram em 1992, que o empreendedorismo possui 4 pilares: aspectos da personalidade: relativos a necessidade de realização e criatividade; (ii) aspectos relacionados com a inclinação em assumir riscos: atuar na incerteza; (iii) aspectos ligados a inclinação à inovação: procura por processos ou produtos inexistentes; (iv) aspectos vinculados ao posicionamento estratégico: capacidade de captar as necessidades do mercado e apresentar soluções.

Como forma de medir a atividade empreendedora, Carland, Carland e Hoy (1992) apresentaram uma escala, a *Carland Entrepreneurship Index* (CEI). Ela avalia o potencial empreendedor por meio de metodologia que atribui pontuação avaliativa entre 0 e 33 pontos, sendo considerado o comportamento micro empreendedor o resultado entre 0 e 15 pontos, intermediária entre 16 e 25 pontos e macro empreendedor acima de 25 pontos.

Para os autores da escala CEI, a presença dos 4 pilares demonstram maior ou menor percentual do nível empreendedor, que podem ser mensurados pela escala. Na faixa do macro empreendedor se encontram os visionários, que atuam fortemente na inovação e crescimento dos seus negócios. Para os micro empreendedores o seu negócio é fonte de renda familiar ou abrigo empregatício para sua família, não cria expectativas de crescimento, mas poderá se tornar referência no local onde atua. Carland, Carland e Hoy (1992) identificam muitos dos empreendedores nesses dois cenários.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa se implementou por meio de um levantamento (*survey*) como método de obtenção dos dados. Desse modo, o levantamento foi implementado junto à uma amostra de 168 mulheres empresárias na cidade de Foz do Iguaçu/Pr, adultas, proprietárias de um negócio local, nas imediações de três dos principais bairros locais⁴, incluindo-se também nesta definição de negócio os escritórios de profissionais autônomas, sendo o critério principal para participação na pesquisa: não receber salário.

A representatividade expressa no número de 168 participantes, que apesar de não probabilística, atendeu aos critérios de amostragem estabelecidos por Hair *et al.* (2005), de que o número mínimo de observações por variáveis deve ser superior a cinco.

Para a coleta dos dados primários foi utilizado o índice *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), desenvolvido por Carland e Carland (1996), índice este decorrente de uma gama de estudos sobre empreendedorismo e sintetiza a função empreendedora. Tal instrumento é um dos mais conhecidos e respeitados na literatura do campo (INÁCIO JUNIOR; GIMENEZ, 2004). A classificação conforme a pontuação obtida, além de indicar a faixa geral de classificação: de micro-empreendedor (0 a 15) à macro-empreendedor (26 a 33), como também a faixa intermediária (16 a 25), permite também identificar em meio à quatro elementos, quais os níveis dominantes e quais precisam ser desenvolvidos. O primeiro nível indica traços de personalidade; o segundo, propensão à inovação; o terceiro, a propensão ao risco e o quarto nível uma postura estratégica.

O CEI consiste em um questionário objetivo, contendo 33 questões, com alternativas em pares para escolha de uma afirmativa. Exige pouco tempo para organizar as respostas pelo entrevistado e ao pesquisador é de fácil tabulação. Foi validado no Brasil por Inácio Junior e Gimenez (2004) que traduziram a escala, aplicando as entrevistas a membros da comunidade

⁴ A coleta ocorreu em algumas das principais vias comerciais da cidade, a saber: Na região central foram consultadas as empresas situadas na Av. Brasil, Av. Juscelino Kubitschek e Av. Almirante Barroso. Na região da Vila “A” a Av. Silvio Américo Sasdeli e Av. Andradina. No Jardim Panorama, a Av. República Argentina.

em geral, alunos de graduação e pós-graduação em administração de duas instituições de ensino superior e por proprietários-gerentes das empresas residentes nas incubadoras tecnológicas do Estado do Paraná, concluindo pela validade do instrumento traduzido quando aferiu resultados positivos nos testes de confiabilidade *split-half* e *Alfa de Cronbach*.

A análise dos dados baseou-se em técnicas estatísticas univariadas. Esta iniciou-se com a caracterização da amostra do estudo, buscando verificar as características sócio-demográficas das respondentes. Por conseguinte, foi implementada estatística descritiva por meio do cálculo das frequências a fim de caracterizar as faixas empreendedoras pelas quais se inserem os representantes da amostra desta pesquisa.

Expostos os antecedentes teóricos e metodológicos, a próxima seção analisa e apresenta os resultados do estudo.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Primeiramente são apresentadas as faixas etárias das respondentes, que perfizeram total de 141 casos válidos. O total de entrevistadas foi de 168 respondentes, porém nem todas se dispuseram a revelar suas idades. Verificou-se que a idade média é de 40 anos e que a maioria das respondentes se encontram nas faixas de 26 a 41 anos. A distribuição da quantidade de respondentes por faixa etária está demonstrada na tabela 1.

Tabela 1: Caracterização das faixas etárias

Intervalos Anos		Quantidade	Frequências	Idade Média
18 – 25		10	7,09%	40
26 – 33		34	24,12%	
34 - 41		37	26,24%	
42 – 49		25	17,73%	
50 – 57		25	17,73%	
58 – 65		10	7,09%	
Total		141	100%	

Fonte: pesquisa de campo

Podemos observar no aspecto escolaridade uma forte concentração em segundo grau completo com 30,95% das respondentes, que, somados com curso superior completo e incompleto perfazem 70,83%. O nível primeiro grau incompleto foi irrelevante com 1,79% e 4,76% possuíam o primeiro grau completo. Os que declararam possuir o segundo grau incompleto foram 3,57%. Já no extrato pós-graduação lato sensu o percentual foi de 16,67% e com mestrado 2,38%, conforme pode ser visualizado na tabela 2.

Tabela 2: Nível de escolaridade

Classificação	Frequência	Percentual
Primeiro Grau Incompleto	3	1,79%
Primeiro Grau Completo	8	4,76%
Segundo Grau (Ensino Médio) Incompleto	6	3,57%
Segundo Grau (Ensino Médio) Completo	52	30,95%
Superior Incompleto	26	15,48%
Superior Completo	41	24,40%
Especialização (lato sensu)	28	16,67%
Mestrado	4	2,38%
Doutorado	0	0

Total	168	100%
--------------	-----	------

Fonte: pesquisa de campo

Em seguida realizou-se os testes de assimetria, curtose, desvio padrão e a verificação dos histogramas visualmente, como forma de assegurar a normalidade dos dados, de acordo com a metodologia explanada. A confiabilidade e validade foram alcançadas, tendo por base o estudo feito por Junior e Gimenez (2004), tradutores da escala CEI. Estes testes tiveram a confiabilidade assegurada uma vez que as variáveis da escala obtiveram rendimentos menores que o limite ± 3 , de acordo com Shumaker e Lomax (2004) e Neder (2005).

Vencida a etapa da normalidade e considerando a escala de Carland, Carland e Hoy (1992), realizou-se a análise do perfil empreendedor. A escala parte do zero, quando o respondente não faz nenhuma pontuação, podendo chegar ao máximo de 33 pontos. É caracterizado como micro-empreendedor aquele que obtiver pontuação entre 0 e 15 pontos; intermediário quando sua pontuação estiver compreendida entre 16 e 25 pontos; e macro-empreendedor a partir dos 26 pontos. Os níveis de atitude empreendedora estão demonstrados na tabela 3.

Tabela 3: Atitude Empreendedora

Nível de atitude empreendedora	Frequência	Percentual	Média de pontos
Micro-empreendedor	46	27,38%	13,43
Intermediário	121	72,02%	19,65
Macro-empreendedor	1	0,60%	26
Total	168	100%	19,69

Fonte: desenvolvido para esse estudo

Do montante total de 168 observações válidas, 27,38% são caracterizadas como micro-empreendedoras, o que em números absolutos corresponde a 46 pessoas. De acordo com Carland, Carland e Hoy (1992), essas empresas possuem forte característica familiar, geradoras de renda e abrigo de emprego aos familiares. São importantes para suas proprietárias, mas não sua maior ambição e geralmente não vislumbram o crescimento em suas metas.

Empreendedoras intermediárias, definidos por Carland, Carland e Hoy (1992), somaram 121 mulheres, uma maioria esmagadora, e respondem percentualmente por 72,02 % do total da pesquisa. Mais propensos à inovação que os micro-empreendedores, canalizam suas ações para a melhoria dos processos e produtos já estabelecidos no mercado, vislumbrando reconhecimento e retorno financeiro. Com apenas 1 respondente na faixa dos macro-empreendedoras, é caracterizada por uma pessoa que busca à inovação e que pretende mudar toda uma indústria, seja transformando-a ou mesmo criando uma nova. Na pesquisa seu percentual foi de 0,60%.

Considerando os quatro pilares apresentados no referencial teórico, Postura Estratégica, Propensão à Inovação, Propensão ao Risco e Traços de Personalidade, a tabela 4 mostra o percentual de acertos das mulheres empreendedoras de Foz do Iguaçu/PR, através da análise das frequências.

Tabela 4: Características das empreendedoras

Característica	Percentual
Postura Estratégica	52,59%
Propensão à Inovação	52,98%
Propensão ao Risco	81,55%
Traços de Personalidade	50,25%

Fonte: desenvolvido para esse estudo

Diante destes resultados, podemos constatar comportamento mediano para a Postura Estratégica, Propensão à Inovação e Traços de Personalidade, que dialogam com a faixa

intermediária, de 19,69 pontos da escala CEI – Carland Entrepreneurship Index. A propensão ao risco demonstra um percentual superior, de 81,55%, demonstrando que as entrevistadas possuem alta propensão ao risco, na interpretação das variáveis envolvidas. Os achados deste estudo cumprem seu papel de analisar a atitude empreendedora sob a perspectiva de gênero, por meio da escala CEI em região de fronteira.

Para além dos resultados gerais deste estudo, importa salientar também os resultados de perfil empreendedor e nível de escolaridade por faixa etária. Dividindo-se as faixas etárias em três grupos obteve-se as seguintes faixas: a primeira com idade até 25 anos, a segunda com idades entre 26 a 41 anos e a terceira faixa com idades acima de 42 anos, donde se constatarem resultados mais específicos conforme a fase de vida das mulheres.

Para o primeiro grupo, dentre as entrevistadas que relevaram sua idade, na faixa de até 25 anos compuseram o total de 10 (dez) participantes sendo 2 na categoria de micro-empreendedoras (pontuação 0-15 na escala CEI) e 8 participantes na categoria intermediária (16 a 25 pontos na escala CEI).

Tabela 5: perfil empreendedor na faixa com idade até 25 anos

Característica	Percentual
Micro-empreendedoras (0-15 pontos)	20%
Intermediárias (16-25 pontos)	80%

Fonte: desenvolvido para esse estudo

A maior incidência exata foi da idade de 25 anos que fez o total de 4 integrantes para o total de 10 respondentes desta faixa etária. Para este primeiro grupo o percentual de empreendedoras encontra-se na faixa de 80% na categoria intermediária e o grau de escolarização predominante situa-se no nível de educação superior incompleta com 4 integrantes, seguido pelos níveis de educação superior completa e segundo grau incompleto com 2 integrantes em cada categoria, após o 1º grau incompleto e 2º grau completo com 1 resultado para cada nível

Tabela 6: faixa etária até 25 anos e nível de escolaridade

Característica	Número de respondentes
Primeiro Grau Incompleto	1
Primeiro Grau Completo	0
Segundo Grau Incompleto	2
Segundo Grau Completo	1
Superior Incompleto	4
Superior Completo	2

Fonte: desenvolvido para esse estudo

Para o segundo grupo, dentre as entrevistadas que relevaram sua idade, na faixa de 26 a 41 anos compuseram o total de 71 (setenta e uma) participantes sendo 17 na categoria de micro-empreendedoras (pontuação 0-15 na escala CEI) e 54 participantes na categoria intermediária (16 a 25 pontos na escala CEI).

Tabela 7: perfil empreendedor na faixa com idade entre 26 a 41 anos:

Característica	Percentual
Micro-empreendedoras (0-15 pontos)	23,94%
Intermediárias (16-25 pontos)	76,05%

Fonte: desenvolvido para esse estudo

Na sequência, na faixa de 26 a 41 anos, verificou-se um total de 71 participantes nesta categoria 17 respondentes alcançaram a pontuação de micro-empendedoras (pontuação 0-15 na escala CEI) e 54 participantes na condição de empreendedoras intermediárias (16 a 25 pontos na escala CEI). Dentre os resultados gerais desta categoria o percentual foi de 76,05% de empreendedoras intermediárias e o nível escolar predominante está empatado entre segundo grau completo e superior completo com 20 respondentes em cada categoria, seguido do nível de pós graduação com 15 respondentes, após, superior incompleto com 11 resultados e por fim mestrado e primeiro grau completo com 2 resultados cada e primeiro grau incompleto com 1 caso dentre as respondentes.

Tabela 8: faixa etária de 26 a 41 anos para nível de escolaridade

Característica	Número de respondentes
Primeiro Grau Incompleto	1
Primeiro Grau Completo	2
Segundo Grau Incompleto	0
Segundo Grau Completo	20
Superior Incompleto	11
Superior Completo	20
Pós Graduação	15
Mestrado	2

Fonte: desenvolvido para esse estudo

Na terceira faixa, acima de 42 anos, constatou-se um perfil de 65% das respondentes na faixa intermediária, 33% na faixa de micro-empendedoras e 1,66% na categoria de macro-empendedoras.

Tabela 9: perfil empreendedor na faixa acima de 42 anos

Característica	Percentual
Micro-empendedoras (0-15 pontos)	65%
Intermediárias (16-25 pontos)	33,33%
Macro-empendedoras (26-33 pontos)	1,66%

Fonte: desenvolvido para esse estudo

Como perfil educacional, constatou-se, nesta faixa acima dos 42 anos, predominância para o segundo grau completo, com 25 das respondentes, seguido pelo nível superior completo, com 11 casos, logo mais pós graduação, com 9 casos, seguido por superior incompleto, com 8 casos. Primeiro grau completo e segundo grau completo com 2 casos cada e primeiro grau incompleto com 1 respondente.

Tabela 10: faixa etária acima de 42 anos para nível de escolaridade

Característica	Número de respondentes
Primeiro Grau Incompleto	1
Primeiro Grau Completo	2
Segundo Grau Incompleto	2
Segundo Grau Completo	25
Superior Incompleto	8
Superior Completo	11
Pós Graduação	9
Mestrado	2

Fonte: desenvolvido para este estudo

Desta forma, o perfil de atitude empreendedora, dividido por faixa etária confirma a vocação empreendedora intermediária com maior incidência entre as mulheres mesmo em idades distintas e quanto ao nível educacional observa-se elevação do nível escolar entre as faixas mais jovens, no entanto verifica-se que o nível escolar não guarda relação direta com o perfil de atitude empreendedora. Ressalta-se, contudo que o único caso registrado de macro empreendedora entre as entrevistadas a idade era de 54 anos e possuía grau de mestrado, o que indica que os estudos não determinam mas podem influenciar favoravelmente nos índices de atitude empreendedora. Os achados deste estudo cumprem seu papel de analisar a atitude empreendedora sob a perspectiva de gênero, por meio da escala CEI em região de fronteira.

De outro modo, dentre as 27 respondentes que não revelaram a idade os resultados foram 7 micro-empreendedoras (com pontuação 0-15 na escala CEI) e 20 com perfil intermediário (16-25 pontos na escala CEI). Dentre este universo de 16,07% das respondentes, 25,92% são micro-empreendedoras e 74,07% são intermediárias.

Tabela 11: perfil empreendedor das respondentes que não revelaram a idade

Característica	Percentual
Micro-empreendedoras (0-15 pontos)	25,92%
Intermediárias (16-25 pontos)	74,07%

Fonte: desenvolvido para esse estudo

Neste grupo das que não revelaram a idade também observou-se o grau de escolaridade em que 3 respondentes concluíram o primeiro grau, 2 apresentaram segundo grau incompleto, 8 registraram segundo grau completo, 2 acusaram superior incompleto, 8 superior completo e 4 indicaram possuir pós graduação. Neste ponto a predominância do grupo aponta para empate nos níveis de segundo grau completo e superior completo.

Tabela 12: faixa etária acima de 42 anos para nível de escolaridade

Característica	Número de respondentes
Primeiro Grau Incompleto	0
Primeiro Grau Completo	3
Segundo Grau Incompleto	2
Segundo Grau Completo	8
Superior Incompleto	2
Superior Completo	8
Pós Graduação	4
Mestrado	0

Fonte: desenvolvido para este estudo

Assim, apresenta-se os resultados desta pesquisa que confirmaram os resultados gerais tanto a nível de faixa etária, quanto entre as respondentes que não revelaram a idade de que o perfil empreendedor das iguaçuenses é intermediário. Também observou-se que o nível de escolaridade não guarda relação com o perfil empreendedor e que a predominância de nível escolar tanto a nível geral, quanto nas categorias de faixa etária, como entre as que não revelaram a idade aponta para níveis muito próximos de estatística entre segundo grau completo e superior completo o que abre questionamentos para aprofundamento de estudo das causas deste padrão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da presente pesquisa foi avaliar os níveis de atitude empreendedora com base no modelo teórico construtivo de análise multidimensional das características empreendedoras, procedendo-se o recorte de gênero em local de demandas econômicas peculiares pela multiculturalidade. Os resultados apontam que o fator escolaridade local chama a atenção porque ao contrário dos indicadores apontados pelo IBGE (2012) de registro de elevado nível de escolaridade feminina, entre as empreendedoras iguaçuenses mais da metade (55,95%) não possui titulação de nível superior, estando grande parte ocupando a faixa de segundo grau completo e superior incompleto. Tal fato revela obstáculos primários de capacitação efetiva para desenvolvimento da cultura empreendedora entre o quadro geral das entrevistadas.

Observa-se que as vias pesquisadas ocupam regiões de destaque no comércio local e a média de idade das pesquisadas revela maturidade para ocupar estes espaços. Da mesma forma, o nível médio de orientação empreendedora está posicionado na faixa mediana, o que indica fatores positivos de integração feminina na cultura empreendedora.

A característica empreendedora mais desenvolvida nas empreendedoras iguaçuenses é a propensão ao risco. A postura estratégica e inovadora, bem como os traços de personalidade das empresárias iguaçuenses alcançaram a marca de aproximadamente cinquenta pontos percentuais em média, o que indica que a cultura empreendedora efetiva é partilhada entre metade das mulheres entrevistadas somente, fator que certamente influencia no processo de consolidação de empresas.

Dentre os resultados por faixa etária e entre as que não revelaram a idade o perfil empreendedor e os níveis escolares não se alteraram significativamente, demonstrando um padrão que se confirma e merece aprofundamento de estudo para suas causas tanto quanto a investigar os motivos de não incidência maior de níveis característicos de macro-empreendedoras, bem como questionar o motivo de tantas empreendedoras apresentarem apenas o nível de segundo grau completo, investigando se existe uma cultura de desnecessidade de titulação ou enfrentamento de dificuldades que não permitam a continuidade dos estudos.

Ainda em tempo, cumpre registrar algumas limitações desta pesquisa. Registra-se como dado de pesquisa a grande dificuldade em se obter respostas pela via eletrônica, ao que foi necessário proceder o contato pessoal em 147 entrevistadas. Destas, observou-se que o fator “solicitude da proprietária” coincidia com empresas de alto fluxo de clientes e prestígio no meio comercial.

Alcançar o número necessário de participantes demandou energia e tempo porque além do fator disponibilidade das empresárias, também contou o fator cultural de desconhecimento dos procedimentos científicos pela baixa incidência de abordagens de pesquisas na comunidade, especialmente pela via eletrônica, levando a uma rejeição inicial pela maioria das entrevistadas.

Com a característica de perfil dinâmico prevalente, muitos foram os casos de recusa à entrevista alegando falta de tempo. A grande maioria das entrevistas foram coletadas pessoalmente sob a leitura dos pesquisadores e resposta concomitante das entrevistadas. Dos formulários que eram deixados nas empresas para posterior recolhimento a maioria não foi respondido, outros foram descartados. Apenas alguns poucos foram preenchidos sem a presença dos entrevistadores e entregues posteriormente.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARLAND, J; CARLAND, J. A.; ENSLEY, M. D. (2001): Hunting the Heffalump: the theoretical basis and dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index. **Academy of Entrepreneurship Journal**, Pittsburgh, v.7, n.2, p. 17-31. 2001.

CARLAND, J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R.; CARLAND, J. A. C. (1984): Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy of Management Review**, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984.

CARLAND, J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R.; CARLAND, J. A. C. (1992): An entrepreneurship Index: an empirical validation. **Frontiers of Entrepreneurship Research**. Boston, v. 25, n. 3, p. 244-265, Mar. 1992.

Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil- CPDOC. Fundação Getúlio Vargas – FGV, Rio de Janeiro, 2012. ANDRADE, S. R. de. (2016): **“Eu sou uma pessoa de tremendo sucesso”**: representações, identidades e trajetórias de mulheres executivas no Brasil. 2012. 238f Tese (Doutorado em História, Política e Bens Culturais).. Disponível em <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/10378>>. Acesso em 09.07.2016, às 5:39.

CYRINO, R. (2012): **Mulheres Executivas**: a divisão do trabalho doméstico à luz dos estereótipos de gênero. Coleção sociedade & cultura. Fino Traço Editora, Belo Horizonte, Brasil.

DABAT, C. R.; ÁVILA, M. B. (2016): **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**, p. 7. Tradução do original SCOTT, J. Gender: a useful category of historical analyses. Gender and the politics of history. New York, Columbia University Press. 1989. Disponível em http://compromissoeatitude.org.br/wp-content/uploads/2012/08/JoanScott_Genero_umacategoriautil.pdf. Acesso em 19.10.2016.

DAMKE, E. J.; HIJAZI, M. M.; MOREIRA, L. F.; BENITEZ, J. R.; DAMKE, J. F. W. (2015): **Atitude Empreendedora e Desempenho Organizacional em Micro e Pequenas Empresas**: um Estudo no Setor de Varejista de Confecções de Curitiba – PR. XVIII SEMEAD - Seminários em Administração, São Paulo.

FONTENELE, R. E. S.(2017): Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **RAC Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, v. 14, n. 6, art. 6, pp. 1094-1112, Nov./Dez. 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rac/v14n6/v14n6a07.pdf>. Acesso em 13.05.2017, às 8:49.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2015). **Relatório Executivo de Empreendedorismo no Brasil** (2015). Curitiba, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP).

HAIR, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2005): **Análise multivariada de dados** (5ª ed.). Bookman, Porto Alegre.

HIRATA, H. (2006) **Entrevista:** Helena Hirata. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/tes/v4n1/13.pdf>. Acesso em 13.05.2017, às 4:51.

HIRATA, H. (2015): **Mudanças e permanências nas desigualdades de gênero:** divisão sexual do trabalho numa perspectiva comparativa. Disponível em <<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/12133.pdf>> Acesso em 05/04/2017, às 6:15.

IBGE. (2012): **Pesquisa Mensal de Emprego – PME. Mulher no mercado de trabalho: perguntas e respostas.** Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Mulher_Mercado_Trabalho_Perg_Resp_2012.pdf. Acesso em 10.10.2016, às 8:25.

INÁCIO JUNIOR, E.; GIMENEZ, F. A. P. (2004): Potencial Empreendedor: um instrumento para mensuração. **Revista de Negócios:** Blumenau, v. 9, n. 2, p. 107-116, abril/junho 2004.

LIMA, R. C. R.; FREITAS, A. A. F. (2010): Personalidade empreendedora, recursos pessoais, ambiente, atividades organizacionais, gênero e desempenho financeiro de empreendedores informais. **RAP Revista de Administração Pública:** Rio de Janeiro 44(2):511-31, março/abril 2010. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122010000200014. Acesso em 13.05.2017, às 18:09.

LIPOVETSKY, Gilles. (2000): **A terceira mulher:** permanência e revolução do feminino. Companhia das Letras, São Paulo.

MASSAINI, S. A.; BARAKAT, S. R.; GOUVÊA, M. A.; POLO, E. F. (2012): Empreendedorismo e competitividade global: uma análise multivariada de dados. **RGO Revista Gestão Organizacional**, v. 5, n. 2, julho/dezembro, 2012. Disponível em <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/viewFile/1401/781>. Acesso em 12.05.2017, às 5:07.

ORTNER, Sherry B. (2007): **Uma atualização da teoria da prática in Conferências e diálogos:** saberes e práticas antropológicas. GROSSI, M P; ECKERT, C; FRY, P H (Orgs). Blumenau: Nova Letra, 2007, p.19-44. Disponível em <<http://www.abant.org.br/conteudo/livros/ConferenciaseDialogos.pdf#page=42>> Acesso em 23.04.2017, às 20:17.

SCHUMPETER, Joseph A. (1982): **Teoria do Desenvolvimento Econômico.** Abril Cultural, São Paulo.

ZAMPIER, Marcia A; TAKAHASHI, Adriana R. W. (2011): Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **CADERNOS EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 9, Edição Especial, artigo 6, Jul. 2011. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512011000600007&script=sci_abstract&lng=pt. Acesso em 15/09/2017, às 4:30.