

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO CARLOS RAYANNE  
RODRIGUES KALAKI

A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM  
TEMPOS DE PANDEMIA

São Carlos 2021

RAYANNE RODRIGUES KALAKI

A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM  
TEMPOS DE PANDEMIA

Projeto de pesquisa apresentado como requisito  
para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão  
de Recursos Humanos da Faculdade de  
Tecnologia de São Carlos do Centro Paula Souza.

Orientador: Prof. Esp. Claudia Maria Napolitano Sanchez Morasco

São Carlos

2021

## A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM TEMPOS DE PANDEMIA<sup>1</sup>

Rayanne Rorigues Kalaki<sup>2</sup>

Claudia Maria Napolitano Sanchez Morasco<sup>3</sup>

Resumo: Este trabalho foi elaborado com base em estudos sobre a aplicação da Inteligência emocional no empreendedorismo feminino em tempos de pandemia (COVID-19), teve como objetivo analisar a relação existente entre empreendedorismo e Inteligência emocional, como a capacidade de dominar as próprias emoções em momentos difíceis e sobretudo compreender as emoções dos outros pode ajudar para o bom desempenho de uma empresa, Para isso, este estudo utilizou como metodologia, a pesquisa bibliográfica, e a aplicação de entrevistas e questionários a partir dos métodos qualitativos para levantar e analisar os dados da pesquisa. Da análise dos resultados foi possível demonstrar que a mulher empreendedora consegue superar as dificuldades em meio a momentos difíceis com o uso da inteligência emocional que auxilia para a tomada de decisões que ajudam a alavancar os seus negócios.

Palavras-chave: inteligência emocional; empreendedorismo feminino; covid19

Abstract: This work was based on studies on the application of Emotional Intelligence in female entrepreneurship in times of pandemic (COVID-19), and aimed to analyze the relationship between entrepreneurship and Emotional Intelligence, as the ability to master one's emotions in moments difficult and, above all, understanding the emotions of others can help for the good performance of a company. For this, this study used bibliographic research as a methodology, and the application of interviews and questionnaires based on qualitative methods to raise and analyze data from the research. From the analysis of the results, it was possible to demonstrate that the woman entrepreneur is able to overcome difficulties in the midst of difficult times with the use of emotional intelligence that helps to make decisions that to leverage their business.

Keywords: emotional intelligence; female entrepreneurship; covid19

---

<sup>1</sup> Trabalho de Graduação apresentado no curso Gestão Empresarial, Fatec São Carlos.

<sup>2</sup> Graduando no Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial da Faculdade de Tecnologia de São Carlos - Fatec São Carlos. E-mail: [rayanne.kalaki@fatec.sp.gov.br](mailto:rayanne.kalaki@fatec.sp.gov.br)

<sup>3</sup> Docente dos programas Gestão Empresarial e Gestão de Recursos Humanos da Faculdade de Tecnologia de São Carlos – Fatec São Carlos. E-mail: [claudia.morasco@fatec.sp.gov.br](mailto:claudia.morasco@fatec.sp.gov.br)

---

## 1 INTRODUÇÃO

O processo empreendedor de cada pessoa é influenciado pelas características pessoais do indivíduo, algo confirmado por vários pesquisadores (Dornelas, 2015; Dolabela, 2008).

O conceito de Inteligência Emocional é a capacidade de compreender e expressar emoções, usando-as para facilitar o pensamento e o modo de compreensão de determinados enquadramentos da vida pessoal e das relações sociais, como por exemplo, a manipulação das emoções para a eficácia da comunicação.

Os princípios da inteligência emocional podem ser vistos na prática da vida profissional e principalmente na vida de pessoas que se mostram com maior nível de satisfação e realização, atitudes semelhantes são pontuadas nas pessoas que obtêm “sucesso” profissional e pessoal.

Aprofundar os conhecimentos sobre o papel das emoções na vida das pessoas e por consequência nas organizações, é de extrema importância pois empresas são formadas por pessoas, e Goleman (2015) afirma que há uma relação direta entre o sucesso pessoal com o sucesso da organização.

O sucesso pessoal e profissional é, cada vez mais, meta de muitas mulheres que vê no empreendedorismo uma oportunidade.

No Brasil, segundo o Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2018) há 23,8 milhões de mulheres empreendedoras, que estão a frente de seus negócios, abrindo postos de trabalho e contribuindo com o desenvolvimento.

Muitos são os desafios que as empreendedoras enfrentam para abrir e gerenciar suas empresas, que de acordo com o GEM (2018), as empreendedoras, dentre outras desigualdades, possuem chances menores de adquirir financiamentos o que impacta diretamente no crescimento de seus negócios.

Além dessas limitações, o isolamento social, adotado pelo governo como uma das medidas mais eficaz para conter a pandemia, ampliou os desafios a serem superados pelas

empreendedoras uma vez que ainda são percebidas como as maiores responsáveis por cuidar dos filhos e da casa.

Tendo em vista o que foi apresentado percebe-se a relevância do tema e pesquisas são necessárias para ampliar conhecimento na área e ajudar as empreendedoras na tomada de decisão e na manutenção de seus negócios, com a ajuda da conceitos da inteligência emocional.

Assim o objetivo desta pesquisa é analisar a relação entre a inteligência emocional e o empreendedorismo feminino em tempos de pandemia.

Para cumprir o objetivo será realizada uma pesquisa bibliográfica seguido de um estudo de múltiplos casos.

O estudo foi dividido em cinco seções, iniciando com esta introdução, seguido da segunda seção que contém a base teórica que aborda inteligência emocional e empreendedorismo feminino. A metodologia será abordada na terceira seção. A caracterização das empreendedoras objeto deste estudo, resultados e sua análise serão tratados na quarta seção e encerrando na quinta seção as considerações finais.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Inteligência Emocional

O foco principal são as emoções, o psicólogo e pesquisador Daniel Goleman (2015), realiza suas pesquisas e constata que a contribuição do Q.I para se obter sucesso na vida está presente em apenas vinte por cento enquanto os outros oitenta por cento estão em outras características e a tais outras características que o pesquisador, então, realizou suas pesquisas e apresentou, a teoria que passou a ser conhecida como a teoria da Inteligência Emocional. Ou seja:

a vida é um campo com o qual se pode lidar, certamente como matemática ou leitura, com menor ou maior habilidade, e exige seu conjunto especial de aptidões. E a medida dessas aptidões numa pessoa é decisiva para compreender por que uma prospera na vida, enquanto outra, de igual nível intelectual, entra num beco sem saída: a aptidão emocional é uma meta capacidade que determina até onde podemos usar bem quaisquer outras aptidões que tenhamos, incluindo o intelecto bruto (GOLEMAN, 2015, p. 48).

Esta aptidão emocional seria, então, o que diferenciava uma pessoa com capacidade de criar motivação para si própria, ou de persistir num objetivo apesar das dificuldades em prol de suas realizações. Cooper (1997) observa que a palavra emoção coloca movimento aos sentimentos fundamentais. E é a inteligência emocional que motiva o ser humano à busca de seus propósitos e valores únicos, que deixam a base apenas do pensamento para serem vividos. Definindo desta forma a inteligência emocional como a capacidade de sentir, entender e aplicar eficazmente o poder e a perspicácia das emoções como uma fonte de energia, informação, conexão e influência humana.

De acordo com Goleman (2015), estudos apontam para fortes indícios de que as pessoas emocionalmente competentes tendem a considerar mais os sentimentos dos outros, levando vantagem tanto na vida pessoal como profissional. Além disso, são pessoas com hábitos mentais que favorecem a sua produtividade, devido ao seu estímulo interior e satisfação. E o contrário disto, quando as pessoas não exercem nenhum controle sobre sua vida emocional, vivem como se suas emoções fossem seus inimigos interiores, que sabotam sua capacidade de concentração no trabalho e de pensamentos coerentes com aquilo que necessita ser feito.

A importância de se compreender e buscar a Inteligência Emocional chegou às organizações, que se mostram cada vez mais preocupadas e interessadas em compreender o comportamento humano. Uma vez que o tempo todo pessoas tomam decisões, relacionam-se, decepcionam-se, influenciam e são influenciadas e, portanto, vive no ambiente de trabalho uma vivência das e com as emoções. E se anteriormente, as organizações tentavam negar a influência das emoções no seu contexto, atualmente a mudança já é significativa. Em Hammond (1997, p 18) citado por Cooper é demonstrado como as organizações líderes têm visto a presença da emoção no comportamento organizacional de alto desempenho em detrimento à forma convencional:

Quadro 1: As emoções no contexto das Organizações líderes.

| Convencional            | Alto Desempenho           |
|-------------------------|---------------------------|
| Sinal de fraqueza       | Sinal de força            |
| Sem função nos negócios | Essencial nos negócios    |
| Evitar emoções          | Estimulam o aprendizado   |
| Confundem               | Explicam (Esclarecem)     |
| Isolá-las               | Integrá-las               |
| Evitar pessoas emotivas | Procurar pessoas emotivas |

|                                     |                             |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| Dar atenção somente aos pensamentos | Prestar atenção nas emoções |
| Usar palavras não emotivas          | Usar palavras emotivas      |

Fonte: adaptado de COOPER, 1997, p. 18.

Sendo assim, a busca pelo desenvolvimento da Inteligência Emocional, faz-se necessário, tanto para os indivíduos quanto para as organizações, uma vez que são as pessoas que formam as instituições e, portanto, qualquer mudança no comportamento humano influencia diretamente nos resultados das organizações. Este reconhecimento e desenvolvimento da inteligência emocional passam pelos pilares que a compõe conforme segue.

Os cinco pilares da Inteligência Emocional são:

1. Autoconsciência: o primeiro pilar é se conhecer, é ter consciência de si, de suas limitações e emoções;
2. Controlar as emoções: o segundo pilar é conhecer suas emoções e o que faz com a pessoa perca o controle;
3. Automotivação: saber de onde vem a força que impulsiona aliada ao otimismo fará com que uma pessoa motive a si mesma;
- 4.- Empatia: A capacidade de se colocar no lugar do outro, mostrar sensibilidade à perspectiva alheia.;
5. Relações interpessoais:  
É a capacidade de se relacionar bem com outras pessoas, é uma arte social. (GOLEMAN, 2015; COOPER, 1997)

Com esses pilares toda relação será beneficiada e para as relações profissionais, serão os impulsionadores de bons relacionamentos com os clientes, fornecedores e equipe gerando assim bons negócios, principalmente para os pequenos empreendedores.

## 2.2 Empreendedorismo

O empreendedorismo segundo Fillion (1999) significa ser criativo, ser capaz de traçar e cumprir objetivos, se manter em alerta para enxergar oportunidades, ser inovador e tomar decisões moderadamente arriscadas e realizar visões.

Para Baggio e Baggio (2014) o empreendedorismo é a capacidade de fazer acontecer com criatividade e motivação, qualquer projeto enfrentando as oportunidades e riscos, é ter iniciativa para resolver problemas que necessitam uma ação.

Chiavenato (2012) afirma que o empreendedor impulsiona toda a economia, cria empregos, produz novas ideias, alavanca talentos, competências, mudanças e transformações, mais do que isso localiza e aproveita rapidamente as oportunidades, sua definição para empreendedor é, aquele que assume riscos e começa algo inteiramente novo.

Atualmente o empreendedorismo tornou-se fundamental tanto para a sociedade quanto para governos, pois é visto como o propulsor do desenvolvimento econômico e também como uma alternativa ao desemprego (DORNELAS, 2015).

O empreendedorismo ocorre através da motivação dos empreendedores e basicamente existem duas motivações principais que levam as pessoas a começarem a empreender.

A motivação dos empreendedores iniciais pode ocorrer pela necessidade ou pela oportunidade. Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de seus familiares. No que concerne aos empreendedores por oportunidade, o GEM define-os como capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda. (GEM, 2018, p. 29)

Segundo o GEM (2018) as taxas de empreendedorismo no Brasil continuam a subir, mas é fato que muitas empresas encerraram suas atividades em decorrência da crise causada pela pandemia que o país atravessa, fazendo com que o empreendedorismo por necessidade, ou seja, as pessoas desempregadas, em um mercado com poucas oportunidades de emprego, são obrigadas a iniciar um negócio.

### 2.3 Empreendedorismo Feminino

Empreendedorismo feminino refere-se a todo negócio criado e gerenciado por mulheres. Mesmo em um cenário ainda com maioria de homens, as mulheres estão ganhando espaço e criando, cada vez mais, suas próprias empresas.

De acordo com GEM (2018) as mulheres são responsáveis por 34,5% de todas as empresas estabelecidas no Brasil, o que mostra a grande relevância do

empreendedorismo feminino, frente ao masculino que representa 41,8%, os outros 23,7% são compostos por empresas mistas.

Essa diferença entre homens e mulheres no empreendedorismo brasileiro tem sido recorrente ao longo dos anos, principalmente no empreendedorismo estabelecido, suscitando o questionamento sobre as razões que levam as mulheres a terem negócios menos longevos que os homens. Apesar disso, cabe destacar que mesmo com taxas de empreendedorismo menores que as dos homens, as empreendedoras representam, em números absolutos, cerca de 23,8 milhões de brasileiras. (GEM, 2018, p.13)

Em geral, empreendedoras iniciam negócios predominantemente nos setores de comércio e serviços, frequentemente pequenos negócios, e a maioria deles não começa com mais do que dez empregados. (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Além disso, mulheres encontram dificuldades para desempenhar o papel de empreendedoras, tais como: longas horas de trabalho, pressões familiares, conflitos com sócios e pouco acesso a financiamentos e redes de empresas ou comunidades de inovação (MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013)

Uma das razões para mulheres abrirem suas empresas está relacionada a flexibilidade de horários para conciliar trabalho e família (MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013) e complementar renda familiar (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Muitos são os motivadores para as mulheres abrirem seus negócios e o GEM (2018) aponta que há o desejo de independência financeira ou a falta de oportunidade no mercado de trabalho.

As mulheres enfrentam também muitas dificuldades ao abrirem suas empresas, como a falta de: experiência, conhecimento em gestão empresarial, tempo e apoio familiar (SEBRAE, 2019)

## 2.4 A Pandemia

O primeiro caso do novo coronavírus da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-CoV-2) e que provoca a doença COVID-19, ocorreu na cidade de Wuhan, na China central e assim disseminou-se rapidamente por todos os continentes.

Conforme (BEZERRA, 2020). Após a chegada da COVID-19 no Brasil, diversas medidas de controle e prevenção da doença foram tomadas pelas autoridades sanitárias locais em diferentes esferas administrativas (governo federal, governos estaduais e municipais). Essas medidas se diferenciaram de uma região para outra do país, entretanto



a medida mais difundida pelas autoridades foi a prática do distanciamento social, entendida de forma geral pela população e pela mídia, como isolamento social. Foi adotado estratégias de controle da mobilidade da população, como o fechamento de escolas e universidades, do comércio não essencial, e de áreas públicas de lazer etc. Como resultado, grande parte da população brasileira apoiou e aderiu ao movimento do isolamento social com o objetivo de se prevenir da COVID-19 e de se colaborar com a diminuição da curva de contágio no país.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a elaboração deste estudo foi feito uma pesquisa bibliográfica para explicar o tema abordado através de referenciais teóricos publicados em livros, revistas, jornais e internet.

Para a construção deste estudo foi feito um levantamento bibliográfico buscando analisar o desempenho de empreendedoras femininas que utilizam a Inteligência Emocional como seu aliado para obter sucesso em suas empresas.

Segundo Yin (2001, p.32): “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.” Yin (2001) enfatiza ser a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados.

Goode e Hatt (1979, p. 421-422) definem o estudo de caso como um método de olhar para a realidade social. “Não é uma técnica específica, é um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado.” Bruney, Herman e Schoutheete (in DUARTE e BARROS, 2006, p. 216) definem estudo de caso como “análise intensiva, empreendida numa única ou em algumas organizações reais.” Para eles, o estudo de caso reúne, tanto quanto possível, informações numerosas e detalhadas para apreender a totalidade de uma situação.

Portanto, o estudo de caso é um modo de se investigar um fenômeno empírico seguindo um conjunto de procedimentos pré-especificados e que pode ser utilizado, especialmente, com as seguintes finalidades (YIN, 2001, p.34-35): 1. Explicar os vínculos causais em intervenções da vida real que são complexas demais para as estratégias experimentais ou aquelas utilizadas em levantamentos; 2. Descrever uma intervenção e o

contexto da vida real em que ocorreu; 3. Ilustrar determinados tópicos dentro de uma avaliação, às vezes de modo descritivo ou mesmo de uma perspectiva jornalística; 4. Explorar situações nas quais a intervenção que está sendo avaliada não apresenta um conjunto simples e claro de resultados.

#### 4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Com base no tema proposto foi feito um estudo de caso por meio de um questionário no Google Forms com 40 (quarenta) mulheres empreendedoras das cidades de São Carlos, Ribeirão Preto e Brasília e foi constatado que em meio a tempos de pandemia a porcentagem que conseguiram aplicar a inteligência emocional foi de 74,4% e informaram que conseguem compreender e expressar as suas emoções para a obtenção do sucesso pessoal e profissional e os outros 25,6% não sabem como aplicar a IE pois acham difícil compreender suas próprias emoções e as dos outros.

Quanto aos desafios enfrentados para se tornarem mulheres empreendedoras o que pode se perceber é que a maior parte que são 79,5% está com dificuldade da dupla responsabilidade (cuidar dos negócios e da família), uma pequena parte de 10,3% diz que a dificuldade está na desigualdade (não ser respeitada por não serem homens à frente do negócio) e os outros 10,2% estão divididos entre menores chances de financiamento, situação financeira.

Entre as entrevistadas foi constatado que 82,1% se consideram empreendedoras com Inteligência Emocional e 17,9 não se consideram com IE.

Quadro 2: Níveis de aplicação dos cinco pilares da Inteligência Emocional

| Níveis        | Autoconsciência | Controlar as Emoções | Automotivação | Empatia | Relações Interpessoais |
|---------------|-----------------|----------------------|---------------|---------|------------------------|
| 1- Não aplica | 25,6%           | 23,0%                | 25,7%         | 20,6%   | 23,1%                  |
| 2- Baixo      | 10,3%           | 23,0%                | 18,0%         | 7,7%    | 10,3%                  |
| 3- Médio      | 20,5%           | 28,0%                | 30,7%         | 23,0%   | 25,5%                  |
| 4- Bom        | 15,3%           | 21,0%                | 15,3%         | 18,0%   | 15,4%                  |
| 5- Alto       | 28,3%           | 5,0%                 | 10,3%         | 30,7%   | 25,7%                  |

|        |          |        |       |          |     |                |
|--------|----------|--------|-------|----------|-----|----------------|
| Fonte: | Pesquisa | Google | Forms | aplicada | por | KALAKI,Rayanne |
|--------|----------|--------|-------|----------|-----|----------------|

Rodrigues,2021.

Com base nessa tabela é possível concluir que dentre os cinco pilares da Inteligência Emocional os que as empreendedoras têm mais desenvolvimento e aplicação são a autoconsciência, a empatia e as relações interpessoais. Os pilares de controle de emoções e automotivação teve um desempenho mediano não sendo usualmente aplicável no dia a dia.

O que foi mais difícil nesses tempos de pandemia foi a dificuldade de se adaptar as mudanças recorrentes a que foram submetidas desde o início da pandemia com várias restrições que foram surgindo ao longo dos dias, como fechamento de lojas físicas reestruturação na forma do atendimento ao cliente que antes era feito em sua maior parte presencialmente e teve que ser modificado para o atendimento online, outra dificuldade encontrada foi a financeira com a pandemia as lojas fechadas o faturamento caindo e as contas sem parar de chegar foi preciso um longo período de adaptação e mudanças na forma de gerir os seus negócios para conseguir sobreviver a esses tempos de incertezas, as dificuldades de comunicação teve um impacto pequeno entre as pesquisadas muitas procuraram aprender novas ferramentas de se comunicar com seus clientes para chamar a atenção e trazer-los de volta para o seu comércio divulgando mais pelas plataformas de WhatsApp, Instagram e Facebook de modo geral foi um importante passo para que muitas divulgassem mais suas marcas fora do seu espaço físico o que agregou mais conhecimento e conseqüentemente novos clientes que chegam a cada dia.

A motivação que essas empreendedoras tiveram para iniciar seus negócios foram em geral pela independência financeira, pela necessidade, realização pessoal, falta de emprego e ter uma forma de conciliar filhos e trabalho.

Dessas empresárias entrevistadas 30,8% tem menos de 1(um) ano de negócio, 30,8% mais de 5(cinco) anos, 20,5% de 1 (um) à 3 (três) anos, e 17,9% de 3 (três) à 5(cinco) anos.

Com esse estudo de casos múltiplos foi possível observar que a mulher empreendedora tem muita força de vontade e garra para enfrentar as dificuldades e em meio a esses tempos difíceis a qual passamos é possível com a ajuda da Inteligência Emocional controlar nossas emoções para focar em problemas que precisam de mais atenção e poder superar todas as adversidades que possam surgir, problemas sempre vão

surgir mas é preciso ter um emocional muito bem equilibrado para poder superá-los e continuar tendo sucesso na vida profissional e pessoal.

### Questionário Google Forms

1-Em meio a pandemia é possível aplicar o conceito da inteligência emocional em prática?

- Sim, consigo compreender e expressar as emoções para obter o sucesso pessoal e profissional.
- Não, é difícil compreender as próprias emoções e as dos outros .
- Não sei opinar

2-Quais os desafios enfrentados para se tornarem mulheres empreendedoras? o Desigualdade (não são respeitadas por não serem homens à frente dos negócios)

- Menores chances de financiamento
- Dupla responsabilidade ( cuidar dos negócios e da família) o Outros

3-Você se considera uma empreendedora com inteligência emocional ou seja tem capacidade de criar motivação para si própria, ou de persistir num objetivo apesar das dificuldades em prol das suas realizações?

- Sim o Não
- Não sei opinar

4-Existem 5 (cinco) pilares da inteligência emocional que são: 1.Autoconsciência: o primeiro pilar é se conhecer, é ter consciência de si, de suas limitações e emoções; 2.Controlar as emoções: o segundo pilar é conhecer suas emoções e o que faz com a pessoa perca o controle; 3.Automotivação: saber de onde vem a força que impulsiona aliada ao otimismo fará com que uma pessoa motive a si mesma; 4.-Empatia: A capacidade de se colocar no lugar do outro, mostrar sensibilidade à perspectiva alheia.; 5.Relações interpessoais: É a capacidade de se relacionar bem com outras pessoas, é uma arte social. Quantos pilares você domina?

|                 |                |
|-----------------|----------------|
| Autoconsciência | 1 – Não aplica |
|-----------------|----------------|

|                        |            |
|------------------------|------------|
| Controlar as emoções   | 2- Pouco   |
| Automotivação          | 3- Médio   |
| Empatia                | 4-Moderado |
| Relações Interpessoais | 5- Alto    |

5-Qual o seu tipo de negócio?

6-O que foi mais difícil nesses tempos de pandemia?

- o Dificuldade de se adaptar as mudanças o Dificuldade de comunicação o Dificuldade financeira
- o Outros

7-Como conseguiu se inovar?

8-Qual foi a motivação para se tornar empreendedora e continuar em meio a tantas dificuldades?

9-Você é uma empreendedora feminina, se dedica ao seu negócio à quanto tempo?

- o Menos de 1(um) ano o De 1(um) à 3(três) anos o De 3 (três) à 5 (cinco) anos o Mais de 5 anos

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho abordou-se o assunto do empreendedorismo feminino e como a Inteligência Emocional (IE) está diretamente ligada para que se tenha um ótimo desempenho, como a utilização desse conceito de IE pode auxiliar para o crescimento profissional e pessoal de uma empreendedora feminina.

O empreendedorismo feminino vem se destacando pois elas desempenham características como comprometimento, motivação, liderança além de desenvolver um alto potencial criativo, com personalidade, alto desempenho para resolver situações problemas.

A Inteligência Emocional é uma ferramenta que auxilia os gestores a alinhar as metas de suas empresas, um profissional que saiba gerir a IE já está um passo à frente pois o controle emocional é um fator importante para gerir e tomar decisões importantes.

Com esse estudo foi possível perceber que a mulher empreendedora está capacitada para desenvolver atividades em uma empresa assim como ela desenvolve em sua vida pessoal e com a capacitação do estudo direcionado a Inteligência Emocional é capaz de se manter sempre a frente do que o mercado precisa sabendo lidar com as dificuldades que possam surgir e que sua tomada de decisão seja rápida e eficaz.

## REFERÊNCIAS

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 1, n. 1, p. 28-38, 2014

BEZERRA, Anselmo César Vasconcelos; SILVA, Eduardo Menezes da; SOARES, Fernando Ramalho Gameleira; SILVA, Alexandre Menezes da, Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4.ed. Barueri, SP: Manole, 2012

DOLABELA, F.; O segredo de Luisa. São Paulo: Editora Cultura, 2008.

DORNELAS, J. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 3.ed. Rio de Janeiro: LTG, 2015.

FILION, L. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abril/jun. 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.- GEM. Empreendedorismo no Brasil – Sumário Executivo. Curitiba: IBQP, 2018.

GOLEMAN, Daniel. Inteligência emocional: a teoria revolucionária que define o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

