



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS PEDRO II
CURSO ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

JESUINO VIANA BARROSO

MULHERES EMPREENDEDORAS: ESTUDO DE CASO REALIZADO COM
MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE PEDRO II

PEDRO II

2024

JESUINO VIANA BARROSO

MULHERES EMPREENDEDORAS: ESTUDO DE CASO REALIZADO COM
MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE PEDRO II

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Especialização Em Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Pedro II.

Orientadora: Prof^a. Ma. Aline Kárem Santos Carvalho.

PEDRO II

2024

MULHERES EMPREENDEDORAS: ESTUDO DE CASO REALIZADO COM MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE PEDRO II

Jesuino Viana Barroso¹

Aline Kárem Santos Carvalho²

RESUMO

O aumento no número de empresas criadas por mulheres vem ganhando destaque nos últimos anos. Algumas dificuldades para a atividade empreendedora são apontadas na literatura, como: barreiras de gênero, conflito família e trabalho, financeiras, de apoio familiar, de gerência de negócio, disponibilidade de tempo e qualificação. Esta pesquisa se mostra relevante devido ao crescente número de mulheres empreendedoras e à importância delas no mercado de trabalho, economia, renda, geração de emprego e também ao fortalecimento da luta feminina pela igualdade de gênero e o importante papel da mulher dentro da sociedade. É relevante, neste sentido, investigar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres na abertura do seu próprio negócio, seu desempenho como forma de enfrentar tais conflitos e as motivações que levam a empreender. Optou-se por utilizar uma abordagem qualitativa e de cunho descritivo. As mulheres pesquisadas são jovens com idade entre 33 e 51 anos, com formação concluída em ensino médio e pós-graduação. A realidade empreendedora das mulheres na cidade de Pedro II-PI se aproxima da caracterização sintetizada a partir da leitura.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. Gênero. Pedro II.

ABSTRACT

The increase in the number of companies created by women has gained prominence in recent years. Some difficulties for entrepreneurial activity are highlighted in the literature, such as: gender barriers, family and work conflict, financial barriers, family support, business management, time availability and qualifications. This research is relevant due to the growing number of women entrepreneurs and their importance in the job market, economy, income, job creation and also the strengthening of the female fight for gender equality and the important role of women within society. It is relevant, in this sense, to investigate the difficulties faced by women in opening their own business, their performance as a way of facing such conflicts and the motivations that lead them to undertake. It was decided to use a qualitative and descriptive approach. The women surveyed are young people aged between 33 and 51, with completed secondary and postgraduate education. The entrepreneurial reality of women in the city of Pedro II-PI is close to the characterization summarized from the reading.

Keywords: Entrepreneurship. Women. Gender. Pedro II.

¹ Graduado em Administração pela Universidade Estadual do Piauí. Pós-graduando em Empreendedorismo e Inovação pelo Instituto Federal do Piauí.

² Prof^a, Mestra em Administração Pública pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Orientadora. Instituto Federal do Piauí.

Data de aprovação: ____/____/____ (data de apresentação do TCC)

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda um estudo que buscou conhecer o perfil das mulheres empreendedoras na cidade de Pedro II e as motivações que as levaram a empreender, assim como saber quais as dificuldades vividas por elas, haja vista que existe uma forte participação das mulheres neste setor de maneira que o público feminino está cada vez mais à frente dos negócios e se tornando cada vez mais empreendedoras de sucesso, além de sua importância econômica e social que este avanço representativo é para a sociedade brasileira no sentido de mostrar os avanços no mundo dos negócios em todas as regiões do Brasil.

O estudo tem como justificativa o fato de o empreendedorismo ser uma ferramenta de muita relevância no ramo comercial, uma vez que é visto como o campo empresarial que é responsável pelo desenvolvimento da força de trabalho a qual garante a expansão da economia no mundo dos negócios. Para agregar as análises da pesquisa, foi realizado um estudo bibliográfico com base em materiais publicados sobre o tema, posteriormente, o trabalho de campo.

A pesquisa torna-se importante para o planejamento e conhecimento dos empreendedores ou até mesmo para aliar o estudo presente neste trabalho, haja vista que a atividade Empreendedora Feminino no Brasil vem se destacando ao longo do tempo e cada vez mais apresenta mulheres em novos negócios demonstrando com isso um grande potencial econômico e uma significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do mercado brasileiro, o que causa um crescente interesse, tanto por parte das instituições acadêmicas sobre o empreendedorismo feminino como também pelo setor público.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contexto histórico do empreendedorismo

O ser humano, desde o homem primitivo, já apresenta uma atitude empreendedora à medida que, para sobreviver, inovava na construção de diversas ferramentas, que seja para ajudar na caça de animais ou que seja na inovação na construção de diversos utensílios para ajudar no lar.

Ao contrário do que se pensa, por ser tachado por muitos como algo novo, o empreendedorismo é um termo antigo e que passou por diversas interpretações ao longo da história, mas que até de hoje causa confusão na mente das pessoas. Para autores como Hisrich; Peters (2019), ao mencionar sobre origens e conceitos do termo empreendedor, afirmam que ele já era usado desde a idade média para descrever tanto a pessoa que participava quanto a que gerenciava grandes projetos de produção (construção de castelos, fortes etc.).

Por vez, com o fim da Idade Média e começo do Século XVI portugueses, espanhóis, ingleses, franceses e holandeses, com as grandes navegações, se fizeram ao mar em arriscadas expedições e traziam as suas mercadorias para a população onde nas cidades se desenvolvia negócios. Assim, a relação entre risco e incerteza o empreendedorismo surgiu no século XVII, num cenário incerto e muito arriscado.

A partir do século XVIII, pouco antes da revolução industrial, o termo empreendedorismo começa a se diferenciar de outras atividades específicas. No século XVIII diferenciam-se dos os capitalistas (investidores), aquelas pessoas que emprestam dinheiro, dos usuários do capital (empreendedores), indivíduos que possuíam uma ideia e necessitavam de recursos financeiros para execução de um novo produto, conforme Hisrich; Peters (2019).

Para Schumpeter (2014) o empreendedorismo é tudo que traz inovação e que está ligada à prosperidade do negócio. Ele destaca que o empreendedor pode ser uma pessoa que inicia sua própria empresa ou que se compromete a inovar em empresas já existentes. Por conseguinte, a primeira definição dada à palavra empreendedorismo foi atribuída por Richard Cantillon, no século XVII, que definiu como empreendedor o indivíduo que comprava algo, processava-o e revendia a um preço maior para outra pessoa.

Contudo, no final do século XIX e início do século XX, a palavra Empreendedora foi continuamente confundida com a de administrador a de gerente. A partir do século XIX e XX o termo empreendedor se tornou confuso pela analogia feita com termos como administradores e gerentes, (Dornelas, 2018). Inclusive, fato que ocorre até os dias de hoje. Sendo, o administrador considerado como aquele que dirige uma organização, para tanto, a serviço do capitalista. No entanto, tendo o empreendedor algumas características a mais que se somam às de administrador, como através de uma ideia ou de uma inovação, e a partir dessa uma empresa, segundo Dornelas (2018).

Somente a partir do século XX que o empreendedorismo obteve mais atenção mediante as diversas abordagens que o representa. Na última década, tornaram-se ainda maiores, sendo identificado como propulsor da economia e geração de renda pela criação de

negócios inovadores (Dornelas, 2018). Contudo, já Dolabela (2010) considera o empreendedorismo como um instrumento de desenvolvimento social e não apenas de crescimento econômico.

Atualmente, o empreendedorismo é considerado um dos principais fomentadores de desenvolvimento econômico local. Observando ao longo do tempo, pode-se notar que os empreendedores contribuíram para o desenvolvimento da sociedade em que atuaram (Barone; Zouain, (2019). Para Dornelas (2018, p. 2), “a diferença de empreender nos dias de hoje em relação ao passado é que a quantidade de informação à disposição das pessoas e a velocidade das mudanças nunca foram tão grandes como agora”. Desse modo, nota-se que o conceito de empreendedorismo muda de acordo com o tempo e a situação em que o autor está vivendo. Portanto, o empreendedorismo não é um assunto novo ou uma Moda do momento, ele existe desde as primeiras ações inovadoras, com o objetivo de melhorar as relações humanas.

Enfim, todos esses conceitos que apesar de conter ideias de autores diferentes, mas, que, no entanto, abrangem a mesma ideia. A ideia de que o empreendedorismo propõe inovação, dedicação e motivação, além de outras características que são comuns ao empreendedor. De certo, o empreendedorismo é uma importante ferramenta econômica de um país, pois auxilia na geração de empregos, desta forma atuando diretamente no desenvolvimento e crescimento econômico do mesmo.

2.2 Mulheres empreendedoras e as motivações para empreender

Ao longo do tempo, pensava-se que a mulher era considerada incapaz de realizar trabalho fora de casa, pois, de acordo com a sociedade, a mulher só podia realizar trabalho doméstico. Isto é, a mulher tem a capacidade para realizar as atividades do lar e o homem tem a capacidade de realizar atividade fora do lar. Com isso, criou-se uma armadilha, que está relacionada à ideia sobre quem trabalha e quem cuida do lar.

Felizmente, essa idealização ficou para trás e a mulher finalmente consegue ser independente e buscar o próprio sonho e objetivos. Em 2004 foi criado o Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios, pelo próprio órgão, e o principal objetivo deste projeto é valorizar todo o percurso das mulheres empreendedoras brasileiras. O evento é realizado em todo o território nacional.

Atualmente, as mulheres estão ingressando de forma mais precisa no mercado de trabalho. O estudo “Força de Trabalho 2000: Trabalho e Trabalhadores para o século XXI” feito pelo GEM, afirma que as mulheres ocuparão cada vez mais os cargos de liderança de

empresas e que essa é uma tendência global. O que se espera é que as mulheres ultrapassem os homens em números nos postos de trabalho. Isso pode representar o fim de uma era hierárquica empresarial criada pelos homens na época da Era Industrial.

De acordo com o relatório do Monitoramento Global do Empreendedorismo GEM (2019), em relação aos negócios em fase de iniciação no Brasil as mulheres estão praticamente empatadas com o sexo masculino a uma taxa de 23,1% e 23,5% respectivamente. Mais do que conquistar seu espaço, as mulheres almejam ir além, querem ser donas do seu próprio negócio. Segundo dados do Instituto Rede de Mulher Empreendedora (IRME), quase metade dos pequenos negócios dos dias atuais, são liderados por mulheres.

De acordo com a Junta Comercial do Estado do Piauí (Jucepi), um total de 125.529 empresas piauienses é constituído apenas por mulheres, o que representa 47,20% do total de 265.897 empresas ativas no estado. Esta conquista das mulheres empreendedoras do estado é ainda maior considerando que esses dados são do ano de 2023 e os números dos primeiros meses de 2024 ainda não foram atualizados pela Jucepi. Neste sentido, cumpre observar que, a atuação das mulheres na atividade empreendedora tem sido crescente e vem se consolidando nos últimos anos no Brasil (Aquino, 2019).

A mulher não se contenta mais em ser apenas dona de casa ou ocupar-se da educação dos filhos, dessa forma a participação dela na sociedade se torna cada vez mais importante, prova disso é a dedicação na busca por conhecimento, seja aumentando seu grau de escolaridade, seja atualizando-se no próprio segmento profissional (Lago, 2019).

Nesse ponto, torna-se importante ressaltar a emancipação das mulheres no que se reflete, em parte, pelo espaço conquistado no mercado de trabalho, o que através dos anos têm surpreendido, tendo em vista as condições de inferioridade que foi imposta a elas no decorrer da história. Pois, ao longo dos anos a mulher era vista apenas como dona de casa e hoje vem conquistando espaço no mercado de trabalho e tem buscado cada vez mais se desenvolver e se realizar profissionalmente. Tal emancipação possibilitou a ruptura de obstáculos, preconceitos e convicções sociais, que colocavam os homens como os únicos capazes de ascender na carreira profissional e exercer atividades produtivas com zelo, organização e produtividade.

O empreendedorismo feminino traz para o cenário empresarial, características que acabam impactando positivamente no dia a dia dos negócios como a equiparação de direitos entre os sexos e um maior impacto positivo econômico e social nas comunidades onde as empreendedoras estão inseridas.

Para Silva; Pereira; Santos (2019, p.17):

Na gestão do conhecimento empresarial, a mulher ganha cada vez mais importância estratégica, pois trabalha naturalmente com a diversidade, processos multifuncionais, além de compartilhar suas experiências e habilidades com os demais componentes da empresa/equipe. Por ser, o sexo considerado sensível, ele permite que as equipes de trabalho que atuam isoladamente e com heterogeneidades, se constituam numa equipe unida e atuando de forma sinérgica, com soluções criativas para resoluções de problemas, antes considerados insolúveis.

Segundo o autor a mulher faz um papel fundamental no empreendedorismo, mostra também que essas mulheres vêm crescendo cada vez mais nesse ambiente corporativo, com suas habilidades de liderança, empatia e que faz uma total diferença na hora da tomada de decisão e que essas mulheres empoderadas gostam de compartilhar ideias e encontrar as soluções dos problemas diários.

Mas os desafios a serem vencidos ainda são grandes. O primeiro é cultural, já que a mulher tem uma educação que não incentiva o risco e a posição de liderança. E o segundo é conjuntural. Pesquisas indicam que a mulher sofre mais impacto com a dupla jornada e precisam conciliar a vida profissional e familiar com o cuidado dos filhos.

Segundo Igreja, (2018, p.24):

o empreendedorismo feminino está relacionado ao feminismo e pode ser entendido, enquanto um movimento múltiplo, híbrido, globalmente disperso e culturalmente localizado. Em sua trajetória, percebemos a configuração de diferentes momentos e demandas de lutas que incidem em configura-lo enquanto uma vertente política e ideológica atenta as transformações estruturais e microespaciais da sociedade e da cultura.

Nesse contexto, as mulheres que vivem na pobreza estão enfrentando vidas cada vez mais árduas e difíceis na atual conjuntura. A maioria vive em contextos onde o subemprego e os desempregos masculinos criaram maior fragilidade para o bem-estar doméstico, com pouca mudança no envolvimento dos homens no trabalho não remunerado da reprodução social. Essas mulheres tornaram-se mais pressionadas em termos de acesso a benefícios sociais, serviços estatais e mercados de trabalho cada vez mais inseguros (Lago, 2019).

Ao analisar o perfil de um empreendedor, buscando suas motivações, podemos detectar várias literaturas diversos estudos sobre as características empreendedoras. De acordo com Nascimento (2022) o empreendedor é a pessoa com iniciativa a qual possibilita a empresa fundamentada em comportamento criador e inovador, que consegue modificar totalidades, instigar a auxiliar, nomear interações pessoais, originar resultados, fazendo aquilo que almeja, com ânimo, dedicação, segurança e otimismo.

Hisrich (2019) ensina que as principais características que diferenciam o empreendedor são: inovação, pro-atividade, aspectos de liderança, percepção de oportunidades, orientação e gerenciamento de riscos e por fim monitoramento. Para Dolabela (2010, p. 25) garante que “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Já Dornelas (2008) analisa que empreendedor é o indivíduo que encontra uma oportunidade e origina uma atividade com a finalidade de capitalizar sobre essa, responsabilizar-se pelos os riscos produzidos.

Segundo Bueno, Leite e Pilatti (2004) o empreendedor possui características que o definem como tal. Entre elas, o desejo de estar sempre se aprimorando e se atualizando buscando com isso aprendizado. De acordo com Nascimento (2002) o empreendedor é a pessoa com iniciativa a qual possibilita a empresa fundamentada em comportamento criador e inovador, que consegue modificar totalidades, instigar a auxiliar, nomear interações pessoais, originar resultados, fazendo aquilo que almeja, com ânimo, dedicação, segurança e otimismo.

Para Loiola (2016) não existe um perfil único de empreendedor no qual se inclui todas as características, porém algumas características são semelhantes aos empreendedores, como o ato de assumir os riscos, a motivação, a criatividade e o foco em um objetivo almejado. A mesma ideia é reforçada por Souza (2005, p.25) que considera que “não há um conjunto de características corretas ou imprescindível que possa dizer que uma pessoa é ou não empreendedora”.

Na visão de Dolabela (2010) as características que um empreendedor deve possuir para ser bem-sucedido são: perseverança, iniciativa, aprender com os erros, dedicação, capacidade de se diferenciar, criatividade, ser contra padrões impostos, ter comprometimento e liderança, ser protagonista e ter orientação para o futuro. Para Oliveira (2022) dentre tantas características, a essencial ao empreendedor que tem ou quer ter sucesso é a persistência, sendo fundamental o trabalho intenso quando o projeto necessita de um acompanhamento mais dedicado. No entanto, na visão, Fenelon (2020) considera que a característica mais importante seria a capacidade de assumir riscos calculados, pois bons empreendedores não contam com a certeza.

Embora haja muitas definições para o que vem a ser o Perfil de um Empreendedor, na verdade é que algumas palavras são relevantes para uma pessoa empreendedora são: ousadia, inovação, pro-atividade, persistência, liderança, oportunidades, dedicação e por fim a capacidade de assumir riscos.

3 METODOLOGIA

Nesta seção, são abordados os procedimentos metodológicos que foram utilizados no desenvolvimento da pesquisa. Gil (2017, p. 24) salienta que “cada pesquisa é naturalmente diferente de qualquer outra, daí a necessidade de previsão e provisão de recursos de acordo com a sua especificidade”. Neste caso, é importante que o presente artigo apresente o procedimento metodológico aplicado, para que seja garantida uma sequência lógica e racional, assim, seguindo cada etapa, desde a revisão bibliográfica até a análise de dados.

Assim, quanto a seus objetivos, a presente pesquisa classifica-se como pesquisa descritiva, visto que teve como objetivo descrever além das motivações como também o perfil da mulher empreendedora no município de Pedro II/PI. Segundo Gil (2017), as pesquisas descritivas têm como principal objetivo descrever as características de uma população ou fenômeno estabelecido.

Para se alcançar os objetivos da referida pesquisa foi realizada com uma abordagem qualitativa, que engloba a coleta de dados numéricos, visando mensurar os dados coletados. Para Oliveira (2022), a pesquisa qualitativa pode ser considerada um processo de reflexão e análise da realidade, utilizando métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo no seu contexto histórico.

Com o intuito de se realizar a presente pesquisa os procedimentos adotados foram inicialmente condizentes a pesquisa bibliográfica, através da busca em artigos científicos, revistas e relatórios de estudos sobre o assunto empreendedorismo, sobretudo o empreendedorismo feminino no Brasil. Ademais, a pesquisa em questão trata-se também de um estudo de campo. Na visão de Vergara (2015, p. 43) a “pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo”.

Quanto ao procedimento utilizado na coleta dos dados, este estudo utilizou de entrevistas estruturadas acerca do perfil, motivações e desafios pertinentes ao empreendedorismo feminino na população e setor estudado.

A pesquisa em questão trata-se de um estudo realizado na cidade de Pedro II no estado do Piauí. O município de Pedro II encontra-se a 204 km da capital Teresina, Piauí. Sua população, conforme estimativa do IBGE de 2022 era de 37.894 habitantes, com uma densidade demográfica de 24,54 habitantes por quilômetro quadrado. Sendo distribuídos em uma área de 1.544,413 km². Portanto, visto isso, os sujeitos da pesquisa correspondem às mulheres que atuam como empreendedoras em diversas atividades na cidade de Pedro II-PI.

A população foi escolhida devido à quantidade de empreendedoras que existem na cidade, sendo elas: cabeleireiras, maquiadoras, manicures, costureiras, vendedoras de roupas, revendedoras de cosméticos, vendedoras ambulantes, entre outras atividades, sem limite de idade ou porte do empreendimento, sendo formalizadas ou não formalizadas. Neste cenário considerou-se como amostra da pesquisa empreendedoras do ramo de vestuário, com vendas de roupas. Essas mulheres empreendedoras consideradas como amostra tiveram a liberdade de participarem ou não participarem conforme seu próprio arbítrio. E, para serem incluídas na amostra, elas tinham que estar atuando como empreendedoras há pelo menos cinco (5) meses na cidade de Pedro II.

No decorrer deste estudo foram entrevistadas 05 (cinco) mulheres empreendedoras. As mulheres empreendedoras responderam um questionário e os dados foram coletados em um período de cinco dias entre 20 a 25 de maio. Torna-se importante frisar que os sujeitos da pesquisa, que foi tratado como participante, desse modo às mulheres empreendedoras que atuam na cidade de Pedro II-PI tiveram suas identidades resguardadas. e os nomes dos seus respectivos estabelecimentos não revelados, e garantido o sigilo de seus nomes.

À vista disso, para atendimento do objetivo deste estudo utilizou-se de um roteiro estruturado para realização das entrevistas. Logo, para caracterização e avaliação do perfil pessoal das respondentes do questionário procurou-se identificar itens como: idade, escolaridade, estado civil, se possui filhos ou não, ramo da atividade, situação cadastral do negócio, o tempo de atividade, as motivações e a dificuldade vivida pelas mulheres empreendedoras. O Quadro 01 apresenta o instrumento de coleta dos dados das entrevistas

Quadro 01- Instrumento de coleta dos dados das entrevistas

QUADRO 1 - INSTRUMENTO DE PESQUISA	
Caracterização do perfil empreendedor	1. Idade 2. Estado Civil 3. Escolaridade 4. Possui Filhos?
Caracterização Perfil da empresa	5. Ramo de Atividade 6. Qual a situação cadastral do seu negócio? 7. Qual o tempo do seu negócio?
Aspecto financeiro	8. Como você classifica a participação da renda obtida no seu empreendimento para a formação da renda familiar?
Motivações para empreender	9. Qual foi o principal motivo que a levou ao empreendedorismo?

Desafios e Dificuldades	10 Quais as dificuldades vividas que você enfrentou ou já precisou enfrentar estando a frente de um negócio.
-------------------------	--

Fonte: Adaptação de Gonçalves (2018)

Para análise dos resultados utilizou-se a Análise de Conteúdo Quantitativa Conceitual, na qual as categorias de análise são definidas à priori e o pesquisador simplesmente quer examinar a presença de palavras relativas à sua questão de pesquisa. Ou seja, há uma presença das palavras que vão indicar um nível de relação com os construtos (Bardin, 2016; Rossi; Serralvo; Joao, 2014). Para descrição e análise dos relatos, as entrevistadas foram numeradas de E1 a E5, de acordo com a ordem de transcrição das entrevistas.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 Caracterização perfil da empreendedora e do empreendimento

Após a aplicação dos questionários, com a finalidade de atingir os objetivos especificados no início do projeto, são apresentados os quadros que representam os dados da pesquisa. O Quadro 01 abaixo se encontram as informações referentes à idade, o grau de escolaridade, estado civil, filhos, situação cadastral do seu negócio, ramo da atividade, participação do empreendimento para a formação da renda familiar, o motivo que levou ao empreendedorismo e as dificuldades vividas das empreendedoras.

Quadro 02 – Perfil da empreendedora e do empreendimento

IDADE	E1	E2	E3	E4	E5
	41 anos	34 anos	37 anos	33 anos	51 anos
Estado civil	Casada	Solteira	União Estável	Casada	Solteira
Escolaridade	Ensino Médio	Ensino Médio	Ensino Médio	Ensino Médio	Pós-Graduação
Quantidade de filhos	Sem filhos	Um filho	Um filho	Um filho	Sem filhos
Ramo de atividade	Vestuário e moda em geral	Vestuário e moda em geral	Vestuário e moda fitness	Vestuário e moda em geral	Vestuário e moda em geral
Situação cadastral do negócio	MEI	Informal	Informal	MEI	Informal
Participação na renda	Complemento da renda	Complemento da renda	Única fonte de renda	Complemento da renda	Complemento da renda

Qual o tempo do negócio	Mais de 10 anos	Mais de 9 anos	Mais de 1 ano	Mais de 9 anos	Mais de 3 anos
-------------------------	-----------------	----------------	---------------	----------------	----------------

Fonte: Próprio Autor (2024)

A grande maioria das empreendedoras entrevistadas constitui família, diante disso é importante salientar que segundo a Souza (2005) durante toda a história, as mulheres desempenharam diversos papéis em suas vidas. Elas foram filhas, esposas e mães. Com as inúmeras mudanças na sociedade, a mulher passou a assumir outras tarefas em ambientes diferentes do costumeiro familiar e doméstico, na medida em que ela entrou no mercado de trabalho e conseqüentemente no ramo dos negócios, conforme se pode observar no questionamento sobre faixa etária.

O segundo questionamento, sobre o grau de escolaridade das mulheres empreendedoras entrevistadas, Neiva Coelho (2019) diz que a proporção de donas de negócios com nível médio alcançou 40%. Conseqüentemente, o número de empreendedoras com nível “fundamental” atingiu o menor nível da série histórica: 22%. Algo exatamente igual ao cenário das entrevistadas em Pedro II.

A partir das entrevistas viu-se que 3 das 5 mulheres tem filho, e muitas vezes, segundo Souza (2005), a necessidade de cuidar da prole influenciou mais a decisão de abrir o negócio entre as mulheres do que entre os homens que empreendem. Além disso, é importante mencionar também a sobrecarga de tarefas e a dificuldade em conciliar o tempo dedicado ao negócio e os cuidados com os filhos continuam sendo desafios enfrentados pelas mulheres.

Segundo Neiva Coelho (2019) os homens empreendem principalmente por encontrarem oportunidades promissoras. As mulheres, por outro lado, empreende geralmente para ter autonomia e horários flexíveis, uma forma de conciliar trabalho e cuidados com a família, algo como o setor de vestuário e moda em geral pode ofertar. As mulheres sempre buscaram flexibilidade. Nesse sentido é unânime o investimento no setor de vestuário, conforme mostram as respostas do ramo de atuação das entrevistadas, que nesse caso estão todas voltadas para o vestuário e moda.

A partir da análise de dados é possível verificar que a maioria das mulheres ainda permanece da informalidade, segundo Neiva Coelho (2019) muitos empreendedores decidem ficar na informalidade porque não enxergam o próprio negócio como um investimento, ou porque não querem arcar com as responsabilidades da formalização (como pagamento de impostos e declaração de IR, por exemplo).

Neiva Coelho (2019) em sua pesquisa diz que a renda mensal das empreendedoras do Nordeste é de 1 a 3 salários mínimos (56,1%). No cenário nacional, a situação é parecida: 7 a

cada 10 empreendedoras têm renda de 1 a 5 salários mínimos, o que aponta uma disparidade em relação aos homens: nacionalmente, 65% dos empreendedores do sexo masculino ganham mais de 3 salários mínimos com seus negócios. Conflitos como esses impossibilitam as mulheres de viver exclusivamente do próprio negócio: 71,6% informaram que o negócio não é a sua única fonte de renda na pesquisa. Esse contexto impacta diretamente na situação financeira delas.

A experiência de mercado das empreendedoras no ramo de vestuário e moda é de crescimento e fortalecimento, pois, por mais que seja difícil, a cada dia mais informações e com a implantação de políticas públicas eficazes, assim como o empoderamento feminino é possível criar um ambiente mais justo e sustentável para todas as empreendedoras e trabalhadoras do setor.

Assim em suma, a partir da análise dos dados, verificou-se que as empreendedoras são jovens, com no mínimo ensino médio, tem famílias e relacionamentos estabelecidos, têm a atividade como uma renda complementar e todas elas atuam com vestuário e moda em geral, além disso, é importante ressaltar que a maioria delas tem uma longa experiência em empreender, mas ainda mantem a informalidade.

4.2 Motivações para empreender

Segundo Dolabela (2008) a busca por condições de trabalho mais promissoras, dificuldade de se recolocar no mercado formal ou necessidade de complementar o orçamento com uma renda adicional. Esses são alguns dos motivos que levam as pessoas a ingressar no empreendedorismo, um movimento tem aumentado, principalmente entre o público feminino.

Nesse contexto, foram perguntadas as empreendedoras sobre qual foi os motivos que levaram você a empreender? Como que surgiu a ideia e vontade de empreender ao empreendedorismo? Seguindo a mesma linha de raciocínio as entrevistadas E1 e E5 responderam respectivamente: “Ser mais independente e fazer o que gosto, que é trabalhar com moda e vendas”/ “Quando resolveu vender roupas, foi por gostar de moda e achar que seria um trabalho prazeroso e ao mesmo tempo perceber que ali haveria uma forma de empreender e gerar outra fonte de renda”.

A partir dessas respostas é possível compreender que as mulheres iniciam negócios que de alguma forma estejam ligados aos impactos sociais. Por ser mãe e provedora, ela preferem investir em segmentos que estejam relacionados ao seu momento de vida atual, que colaborem com a rotina de outras mulheres, além de ter flexibilidade.

Diante da mesma pergunta as entrevistadas E2 e E4 também mantiveram a mesma linha de pensamento, compreendendo as seguintes respostas respectivamente: “O principal motivo foi ser eu mesma a dona do meu próprio negócio e do meu tempo, além de não querer trabalhar para terceiros por conta de humilhações”/ “Eu sempre tive um desejo profundo de criar algo próprio. trabalhar para outra pessoa me ensinou muito, mas também me fez perceber que eu queria mais liberdade para tomar minhas próprias decisões e seguir minha visão”.

A partir disso, viu-se que para muitas mulheres que estão buscando a independência financeira, o negócio próprio é a melhor maneira de conquistá-la. Até mesmo para aquelas que trabalham em tempo integral em um emprego e cuidam simultaneamente de um empreendimento, a liberdade financeira é um grande motivador.

Dentre as entrevistadas a resposta de uma das entrevistas foi bastante interessante, pois a razão ou motivação que a levou empreender foi o próprio histórico familiar. A E3 respondeu: “Empreendedorismo faz parte da família, minha mãe sempre trabalhou com vendas, então cresci vendo e ajudando a minha mãe nas vendas, depois meu pai, meu irmão todos nós aprendemos a trabalhar com vendas”. Isso traz a reflexão de que o propósito e paixão são duas palavras extremamente importantes para mulheres que decidem criar negócios próprios. A maioria quer sentir que sua iniciativa faz a diferença e tem um impacto positivo no mundo.

Assim, em suma, no que se refere às motivações, torna-se evidente que as motivações das mulheres empreendedoras em sua maioria optaram pela identificação de uma boa oportunidade, seguido de complemento de renda familiar, seguindo por buscar uma independência financeira, sendo o desemprego umas das influências e como também tocar o próprio negócio.

4.3 Desafios e dificuldades

Quadro 3 - Dificuldades vividas à frente do negócio

EMPREENDEADORAS	Pergunta: Quais as dificuldades vividas que você enfrentou ou já precisou enfrentar estando à frente de um negócio?
E1	“A dificuldade maior é ser reconhecida no meio do empreendedorismo e não achar fornecedores com um preço acessível para começar”.
E2	“A dificuldade é na parte do Financeiro, não saber lidar bem com as finanças”.

E3	“As dificuldades são diversas, uma delas é a perseguição fiscal do pequeno empreendedor porque nem tudo tem como emitir nota fiscal, outra dificuldade é a falta de compromisso de alguns clientes que não tem interesse de pagar o que deve, já que vendemos no crediário.”
E4	“As dificuldades que enfrentei ao estar à frente de um negócio foram diversas. Inicialmente, lidar com incerteza foi um grande desafio. Nunca se sabe ao certo como será, e essa imprevisibilidade pode ser estressante. Além disso, gerenciar o fluxo de caixa foi complicado, especialmente no começo, quando os recursos eram limitados e as despesas pareciam não terminar”.
E5	“Várias dificuldades, a primeira foi ter um capital limitado, e uma parceria que não deu certo. falta de conhecimento de mercado e de como avançar para dar certo”.

Fonte: Próprio Autor (2024)

Quando perguntadas se perceberam algumas dificuldades de entrada no mercado de trabalho, que pode ser um fator motivador ao início de negócios, também na abertura de empresa por ser mulher, as entrevistadas chamaram atenção para o capital inicial. Nesse sentido, é importante salientar que os recursos financeiros, para qualquer empreendedor, são elementos importantes na abertura ou manutenção de um negócio. As perguntas foram relacionadas ao capital inicial de suas empresas, se elas já tinham recursos, quais meios precisaram recorrer e se sentiram dificuldades com as instituições financeiras.

Em uma interpretação a partir dos dados fica evidente que elas relataram ter dificuldade com questões burocráticas como registro e pouco tempo de funcionamento de seus empreendimentos para conseguir empréstimos em bancos, tendo que recorrer ao cartão de crédito pessoal ou contar com suas vendas realizadas para manter seu capital de giro, mas não citam problemas de preconceito ou discriminação de gênero na obtenção de créditos.

Outra interpretação a partir dos dados é o fato delas afirmarem a falta de experiência e conhecimentos em administração de empresas, ao iniciar a vida empresarial. Contudo, por outro lado, elas também declaram que buscam conhecimentos para suprir esta ausência. Outro elemento que esteve e permanece presente é o medo de empreender.

Dessa forma, de acordo com os dados colhidos, em suma, as empreendedoras enfrentaram dificuldades vividas relacionadas, principalmente, do desempenho financeiro. Seguido da dificuldade em conciliar o negócio. As respostas apontam também a inexperiência ou a falta de conhecimento como dificuldade vivida. Assim, como também o preconceito, o constante medo do fracasso e a falta do apoio do governo e também questões relacionadas, a falta do apoio da família e a concorrência do mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo objetivou analisar as mulheres empreendedoras: estudo de caso realizado com mulheres empreendedoras na cidade de Pedro II. A realidade empreendedora das mulheres na cidade se aproxima da caracterização sintetizada a partir da leitura: como o sofrimento com as dificuldades alinhadas às disparidades de gênero na atividade, amplificada pela percepção externa da juventude das participantes, interpretada como falta de credibilidade e experiência.

O apoio familiar foi apresentado como fator motivador. Os problemas de gestão foram associados à baixa qualificação técnica e ao medo do fracasso. E, em relação ao tempo de dedicação às atividades empresariais, os resultados apontam rotinas extensas. No entanto, em contraste com a literatura, a captação de recursos financeiros não aparentou ser influenciada por barreiras de gênero.

Segundo os dados colhidos, ao analisar o perfil das empreendedoras e dos empreendimentos no município de Pedro II, que responderam à pesquisa, é possível identificar a predominância de mulheres jovens e que, em sua maioria, elas possuem um alto nível de escolaridade, sendo, em sua maioria, as respondentes são mulheres casadas, ou que tem uma união estável, e que já constituem família com no mínimo 1 a 2 filhos. Pode-se deduzir, também, que a maioria das mulheres da amostra possui maiores responsabilidades em relação a vários aspectos da sua vida.

Assim, sugere-se continuidade deste trabalho de pesquisa, em focar aspectos que não foram centrais na análise desenvolvida e, também, a partir da ampliação do alcance geográfico, que pode ser apontada aqui como um fator limitante. Outra possibilidade seria a proposição de um novo modelo de interpretação do fenômeno social do empreendedorismo mulheres, a partir de categorias empíricas, a posteriori, sem definição das dimensões de análise a priori, o que pode contribuir com o debate já estabilizado na literatura da temática.

Os resultados desta pesquisa contribuem com a literatura acadêmica sobre empreendedorismo a partir de um foco regional no nordeste brasileiro, em uma cidade afastada de grandes centros urbanos, facilitando a compreensão de como se desenvolve a atividade empreendedora de mulheres nestas regiões. Neste sentido, também contribui com a percepção social de que mulheres vêm transformando seus papéis de atribuição de gênero, encabeçando atividades empreendedoras que desenvolvem com apoio familiar, apesar de que sua participação na função de ‘mãe’ e ‘dona de casa’ ainda seja um empecilho evidente.

REFERÊNCIAS

- AQUINO André. Mulheres empreendedoras: mais que números, a esperança de uma nova realidade, 2019. Disponível em: <https://www.foodconnection.com.br/especialistas/mulheres-empendedoras-mais-que-numeros-esperanca-de-uma-nova-realidade>. Acesso em: 10 de junho de 2024.
- BARONE, F. M.; ZOUAIN, D. M. (2019). Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. RAP-Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro. Jan./Fev.
- DOLABELA, Fernando. Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2010.
- DORNELAS, J. C. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro (RJ): Elsevier/Campus, 2018.
- FENELON, Beatriz Carvalho. Mulheres empreendedoras no mercado de trabalho: dificuldades e motivações. Entrepreneurial women in the labor market: difficulties/challenges and motivations.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2019). Empreendedorismo no Brasil – 2019: relatório executivo. Curitiba: IBQP/SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/gem/>. Acesso em: 10 de junho de 2024.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 2017.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. 9ª. Ed. Porto Alegre (RS): AMGH Editora, 2019.
- IGREJA, Nyelli Soares 1. ROCHA, Michel Barbosa 2 Empreendedorismo de inovação: fatores que determinam diferenciação no mercado de pequenos negócios de beleza feminina no município de Tomé-Açu 2018.
- LAGO Kennyston Costa¹ BEDÊ Marco Aurélio ² Relatório especial Empreendedorismo Feminino no Brasil Março 2019; Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 10 de maio de 2024.
- LOIOLA, Camila Coutinho. Mulher empreendedora: Dificuldades e preconceitos. Rio de Janeiro, junho de 2016.
- NASCIMENTO Luciano Sebrae: mulheres lideram 10,1 milhões de empreendimentos no Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-03/sebrae-mulheres-lideram-101-milhoes-de-empreendimentos-no-brasil> . Acesso em: 10 de maio de 2024.
- OLIVEIRA, Ana Paula Silva. Empreendedorismo feminino: um estudo sobre o perfil das mulheres empreendedoras do litoral norte do Rio Grande do Sul. PORTO ALEGRE 2022.

SCHUMPETER, J. Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo (SP): Editora Nova Cultural, 2014.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas do Piauí. Empreendedorismo feminino no Brasil. (2019). Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal% 20 Sebrae/ UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a %20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no %20Brasil%202019_v5.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf). Acesso em: 20 de junho de 2024.

SILVA Giulia Fernanda; PEREIRA, Maria Fernanda de França; SANTOS, Éber José dos. Empreendedorismo feminino como ferramenta para independência financeira. Revista H-Tec Humanidades e Tecnologia 2019.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2015.