

EMPREENDEADORISMO FEMININO: OS DESAFIOS DAS MICROEMPREENDEADORAS EM UM MUNICÍPIO NO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO

PALOMA CORREA CAMPOS
FUNDAÇÃO HERMÍNIO OMETTO - UNIARARAS

STEPHANY JACYNTHO
FUNDAÇÃO HERMÍNIO OMETTO - UNIARARAS

MAURÍCIO VIEIRA DOS SANTOS SANTANA
FUNDAÇÃO HERMÍNIO OMETTO - UNIARARAS

LUCAS SILVESTRE DE CARVALHO
UNICAMP - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

NELSON OLIVEIRA STEFANELLI

EMPREENDEDORISMO FEMININO: OS DESAFIOS DAS MICROEMPREENDEDORAS EM UM MUNICÍPIO NO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO

1. INTRODUÇÃO

A TTE (Taxa de Empreendedorismo Total) registrada no Brasil em 2018 foi de 38%, ou seja, em cada cinco brasileiros, praticamente dois atuavam como empreendedor. Estima-se que 52 milhões de brasileiros estivessem executando alguma atividade empreendedora (GEM, 2018). Além disso, a taxa de desemprego no terceiro trimestre de 2019 foi de 11,8% no país, o que representa 12,5 milhões de pessoas atingidas (NERY, 2019). Isso possivelmente ajuda a explicar o aumento do número de pessoas abrindo o seu próprio negócio como forma de sustento.

Conforme dados do Governo Federal publicados no Portal do Empreendedor, o contingente de microempreendedores individuais (MEIs) no país ultrapassou no ano de 2019 a marca de 8 milhões, fechando março com 8.154.678 cadastros. Os dados das mulheres criando seu próprio negócio estão aumentando. Em 2018, 24 milhões de mulheres brasileiras possuíam um negócio (formal ou informal) ou realizaram alguma ação buscando ter o seu próprio negócio nos últimos 12 meses (GEM, 2018).

Segundo dados do SEBRAE, As mulheres que estão cadastradas como MEI atuam predominantemente em atividades relacionadas à beleza, moda e alimentação e representam 48% dos microempreendedores individuais (MEI) no Brasil (SEBRAE, 2019).

Sobre a motivação para a abertura de seu próprio negócio, pesquisas do SEBRAE revelaram que em 2018, 44% das mulheres empreendedoras surgiram por “necessidade”, ou seja, aquelas que buscaram empreender para auxiliar a renda familiar ou pela falta de emprego (SEBRAE, 2018). De acordo com Ramos e Valdisser (2019), com o objetivo de aumentar a renda familiar e a busca pela sua independência financeira, as mulheres começam empreendendo por necessidade.

Com o crescimento do número de mulheres empreendedoras, surgiram alguns desafios a serem enfrentados. Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), a falta de credibilidade dos clientes, fornecedores e empregados com relação a atividades nomeadas como masculinas, é uma das dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras.

Diante deste cenário, está pesquisa tem como pergunta norteadora a seguinte questão: Quais são os principais obstáculos e desafios enfrentados por microempreendedoras? Este trabalho tem como objetivo levantar os principais pontos elencados por microempreendedoras como desafios e obstáculos de sua atuação frente a um negócio

Por meio do relatório GEM 2018, pode ser visto que o Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres empreendedoras iniciais, sendo quase metade de todos os MEI do país. No Brasil, em 2018, cerca 23,8 milhões de mulheres são empreendedoras. Neste cenário, pesquisas envolvendo o público feminino se mostram relevantes. Além disso, ao se analisar o fenômeno do empreendedorismo feminino no contexto brasileiro, o estudo pode lançar luzes para ações específicas a serem desenvolvidas no âmbito gerencial e de políticas públicas, por exemplo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico são apresentados os estudos e conceitos acerca do tema que serviram de base para a pesquisa realizada. Primeiramente é abordada a temática do empreendedorismo. Posteriormente, há uma caracterização do empreendedorismo feminino, focando na história da mulher no mercado de trabalho e sua evolução.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo Dornelas (2005), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. A síntese do empreendedorismo está na percepção e no proveito de novas oportunidades de negócios (TEECE, 2016).

Segundo Amaral, *et al.* o indivíduo que possui a iniciativa, a vontade de realizar mudanças, transformar ações e a coragem para assumir riscos, são algumas das inúmeras características vinculadas ao empreendedorismo (AMARAL, *et al.*, 2019).

Em busca de incentivar mais pessoas a exercerem livremente suas habilidades e conhecimentos para empreender, o entendimento do empreendedorismo se apresenta como fator necessário e presente nas perspectivas relacionadas às políticas de desenvolvimento no Brasil (FELIPE, E. S.; SANTOS, A. S., 2017).

No Brasil, no ano de 2008, foi criado o MEI (Microempreendedor individual), que passou a formalizar as pessoas que antes trabalhavam na informalidade e não tinham nenhum amparo da lei. No ano seguinte à criação, mais de 7 milhões já estavam cadastrados (DEMETRIO, 2019).

A pesquisa GEM de 2018 mostra que cerca de 52 milhões de brasileiros estavam empreendendo no Brasil em 2018, dentre elas estão empreendedores iniciais, novos, nascentes e empreendedores estabelecidos (GEM, 2018).

Segundo o GEM (2018), o empreendedorismo pode surgir da oportunidade ou necessidade do empreendedor:

“Os empreendedores por oportunidade são aqueles que, quando indagados na entrevista de campo a que são submetidos, afirmam ter iniciado o negócio principalmente pelo fato de terem identificado uma oportunidade de negócio viável a ser concretizada no ambiente em que atuam; Os empreendedores por necessidade são aqueles que respondem que a criação do negócio foi efetivada pela falta de outras possibilidades para geração de renda e de ocupação.” (GEM, 2018, p. 11).

No ano de 2018, 15 milhões de empreendedores iniciaram seus negócios por oportunidade, em contrapartida, 9 milhões começaram por necessidade. Por oportunidade teve um aumento nas taxas em relação ao ano anterior, enquanto por necessidade houve uma queda de um ano para o outro (GEM, 2018).

O perfil empresarial no Brasil demonstra que em questão de gênero, os homens estão na frente 18,5% (Empreendedores novos) e 23,3% (já estabelecidos). Já as mulheres são

17,3% (Empreendedores novos) e 17,2% (já estabelecidos). Essa diferença tem sido recorrente há alguns anos (GEM, 2018).

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Historicamente as mulheres entraram no mercado de trabalho em um número significativo, durante a primeira e segunda guerra mundial. Isso porque como os homens iam para o combate, as mulheres tornavam-se as chefes de família, tendo que assumir a responsabilidade de prover o sustento de seus filhos e também atender o aumento da demanda do setor fabril que surgiu no período (NOGUEIRA, 2020). Ainda assim, com uma jornada de trabalho grande e um salário inferior ao do homem (PROSBT, 2003).

Foi nos anos 70 que, no Brasil, a mulher ingressou de maneira mais precisa no mercado de trabalho, surgindo por fim os movimentos sindicais e feministas no país (AMORIM; BATISTA, 2012).

Em 1988, com a Constituição Federal elas tiveram seus direitos garantidos. Segundo o Art. 5º da Constituição Federal de 1988: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza...” e em seu Inciso I: “homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição.” (BRASIL, 1988).

No ano de 2000, o relatório GEM mostrou que para cada 1,6 homens, havia 1 mulher empreendendo (GEM, 2000). Já no relatório de 2018, partindo da taxa de 38% de empreendedores na população adulta, 41,7% são homens e 34,4% mulheres (GEM, 2018). Os homens continuam liderando com 57% a taxa de empreendedores no Brasil.

Em relação às motivações para a abertura do seu próprio negócio, em 2018, 55,6% das mulheres no estágio inicial de seus negócios, foram motivadas por alguma oportunidade (GEM, 2018). Ou seja, identificaram uma oportunidade no mercado com chances de crescimento e investiram nessa ideia, partindo de várias análises e planejamentos. Enquanto que 44% (SEBRAE, 2018) optaram por abrir um empreendimento por necessidade, partindo de falta de oportunidade de trabalho no mercado e necessidade de uma segunda renda. Na maioria das vezes, sem qualquer estudo de mercado ou planejamento.

Estudos apontam diversas motivações que levam a mulher a empreender: desejo de realização, independência, percepção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional em outras empresas, necessidade de sobrevivência ou uma maneira de conciliar trabalho e família (MACHADO, *et al.*, 2003).

Os setores em que as mulheres mais atuam, são os voltados para o público feminino. As empreendedoras iniciantes seguem os seguintes percentuais de atividades: 16,4% restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas, 14% Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardinagem, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.), 12,5% comércio varejistas de artigos do vestuário e acessórios e 10,4% Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza. Quando já estabelecidas, essa ordem muda, ficando as atividades voltadas para a estética em primeiro, seguido de atividades domésticas (SEBRAE apud GEM 2018).

Segundo Boscarin, Grzybovski e Migott (2001), na administração desempenhada por mulheres, as pessoas são tratadas como portadoras de valores e necessidades individuais; os

horários de trabalho são mais flexíveis; o aprimoramento educacional é incentivado. Para Robbins (2000):

"As mulheres encorajam a participação, a partilha do poder e da informação e tentam aumentar a auto-estima dos seguidores. Preferem liderar pela inclusão e recorrem a seu carisma, experiência, contatos e habilidades interpessoais para influenciar os outros. [...] Os homens tendem a adotar mais um estilo diretivo de comando e controle. Recorrem à autoridade formal de seu cargo como base para sua influência. [...] A tendência das líderes do sexo feminino, de serem mais democráticas que os do sexo masculino, diminui quando as mulheres ocupam cargos de dominância masculina. Ao que parece, as normas grupais e os estereótipos masculinos sobre os líderes anulam as preferências pessoais, de tal forma que as mulheres abandonam seus estilos femininos nesses cargos e atuam de modo mais autocrático." (Robbins, 2000, p. 413).

Sobre a gestão financeira, segundo o Data Sebrae, as mulheres solicitam menos empréstimos do que os homens, sendo 31% e 69%, respectivamente. Por consequência, os homens são os mais inadimplentes (DATASEBRAE, 2018). Segundo Gomes (2004) e Oliveira e Souza Neto (2010), a maior tendência é para uma postura conservadora, que tem relação com a baixa participação de terceiros nas operações da empresa (*apud* BARBOSA *et al.*, 2011).

Em pesquisa realizada por Silva, Mainardes & Lasso (2016) destacou-se que as mulheres estão geralmente começando seus negócios sozinhas e se arriscando mais, porém, elas têm tido dificuldade na obtenção de empréstimos. Por conta disso, priorizam a utilização de fonte própria de recursos. Também foi observado que as experiências que foram adquiridas em trabalhos anteriores ajudaram na administração de seus próprios negócios.

As mulheres ainda enfrentam algumas dificuldades relacionadas ao empreendedorismo. Um desses conflitos que se destaca é em relação ao trabalho-família. "Várias são as dificuldades apresentadas pelas mulheres empreendedoras entre elas está à necessidade de desempenhar múltiplos papéis." (BARBOSA, *et al.*, 2011). As mulheres se negligenciam para dar assistência afetiva aos familiares, estando assim, condicionada a "sobra de tempo." (TEIXEIRA e BOMFIM, 2016).

Seja pela discriminação de gênero ou até mesmo pela cultura de que mulheres são executoras de tarefas delegadas e não são vistas como gerenciadoras e planejadoras de negócios, as mulheres ainda assim garantem seu espaço no mercado empreendedor, enfrentando todas essas barreiras e preconceitos (FERNANDES e DUARTE, 2019).

3. METODOLOGIA DE PESQUISA

O método utilizado na pesquisa é a exploratória com caráter qualitativo, que segundo Malhotra (2010) segue uma análise das fontes externas e internas de dados secundários. Normalmente, ela é utilizada para definir o problema com mais precisão, elaborar hipóteses e identificar ou esclarecer as principais variáveis a serem investigadas na fase quantitativa.

O objeto deste estudo é caracterizado por mulheres microempreendedoras da cidade de Araras/SP. A amostra inicial era composta por 22 microempreendedoras, porém, devido a pandemia, 6 delas desistiram e cancelaram sua participação. Dessa forma, a amostra final contemplou 16 microempreendedoras.

A coleta de dados foi realizada utilizando-se de um questionário estruturado com 23 perguntas, sendo 8 de múltipla escolha, que foram utilizadas para montar o perfil das entrevistadas, como idade, escolaridade, se tem filhos, setor de atuação, etc. As outras 15 perguntas eram abertas e buscou-se saber sobre a história do empreendimento, motivo da iniciativa de abertura, questões de gênero, dificuldades, entre outras. Conforme explanado acima, inicialmente estavam previstas que as entrevistas fossem realizadas com 22 microempreendedoras, porém 6 delas não aceitaram participar, totalizando assim, 16 mulheres entrevistadas. As entrevistas aconteceram entre Julho e Setembro de 2020 e todas foram feitas por meio da ferramenta de sala virtual Google *Meet*, um aplicativo de vídeo conferência do *Google*, por onde foi realizada a chamada de voz e vídeo. As entrevistas foram todas gravadas com a autorização das mulheres, que não tiveram acesso às perguntas antes das entrevistas. Essa pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética e cadastrada na Plataforma Brasil sob o cadastro (CAEE): 31968420.7.0000.5385.

As análises dos dados foram feitas utilizando-se a técnica de Análise de Conteúdo, que para Bardin (2002) consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Por meio desta análise, conseguiu-se detalhar a amostra e compreender melhor o fenômeno do empreendedorismo feminino, analisando diferentes perspectivas.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.

As análises dos resultados foram feitas com base nas respostas concedidas pelas 16 entrevistadas. Para melhor compreensão, o foco da apresentação se deu em resultados de maior relevância como escolaridade, segmento de atuação, flexibilidade de horário, conflitos trabalho - família e dificuldade de gênero.

4.1 PERFIL DAS ENTREVISTADAS

Nesse tópico é apresentado o perfil das entrevistadas, abordando suas características pessoais. No quadro abaixo está especificado a faixa etária, formação e setor de trabalho de cada uma das empreendedoras pesquisadas.

Quadro 1 – Identificação das Empreendedoras.

Identificação	Faixa Etária	Formação	Setor
Entrevistada 1	50 +	Doutorado	Construção Civil
Entrevistada 2	21 a 30	Técnico	Prestador de serviços/Fotografia
Entrevistada 3	31 a 40	Pós-graduação	Prestador de serviços/Academia
Entrevistada 4	21 a 30	Graduação	Comércio/Crochê
Entrevistada 5	21 a 30	Graduação	Comércio/Vestuário
Entrevistada 6	21 a 30	Graduação	Comércio/Vestuário
Entrevistada 7	41 a 50	Graduação	Prestador de serviços/Alimentício
Entrevistada 8	21 a 30	Pós-graduação	Comércio/Vestuário

Entrevistada 9	21 a 30	Graduação	Comércio/Vestuário
Entrevistada 10	21 a 30	Graduação	Comércio/Vestuário
Entrevistada 11	21 a 30	Graduação	Prestador de serviços/Estética
Entrevistada 12	21 a 30	Graduação	Comércio/Vestuário
Entrevistada 13	21 a 30	Pós-graduação	Comércio/Artesanato
Entrevistada 14	41 a 50	Pós-graduação	Prestador de serviços/Estética
Entrevistada 15	21 a 30	Graduação	Comércio/Artesanato
Entrevistada 16	21 a 30	Pós-graduação	Prestador de serviços/Estética

Fonte: Dados da pesquisa

Analisando-se o perfil das entrevistadas exposto no quadro acima, é possível notar que todas têm uma formação além do ensino médio, sendo: 6% técnico, 56% graduação, 31% pós-graduação e 6% já possui doutorado completo. A faixa etária predominante entre as empreendedoras entrevistadas foi a de 21 a 30 anos, com 75%, seguida de 41 a 50, com 13% e 31 a 40 e 50+ empatadas com 6% cada uma.

Das 16 entrevistadas, 75% delas não têm filhos, enquanto 25% responderam que têm. Quando perguntadas de quem elas recebiam apoio para cuidar das crianças, cada uma citou pelo menos 2 ajudas, sendo escola e família as mais citadas, com 43% cada uma, seguida de babá, com 14%. Como citado pela entrevistada 6: “A gente que tem filho, precisa de uma flexibilidade um pouco maior [...] A gente precisa de ajuda de todos os lados [...]”. Segundo Moreira (2018), gera tensão em algumas mulheres o fato de ter que terceirizar o cuidado dos filhos. Dentre essas mulheres que são mães todas são casadas, porém, o apoio familiar principal que recebem não parte de seus conjugues e sim de outros familiares, como mães e tias. Isso demonstra um obstáculo a mais na hora de empreender, pois essa falta de apoio pode implicar em um problema maior para a empreendedora, que às vezes precisa contar com ajuda de terceiros que podem não fazer parte de seu núcleo familiar ou até mesmo pode remeter em ter que levar o filho para o trabalho.

Quando perguntadas se tiveram apoio motivacional de família e amigos para a abertura de seu próprio negócio, 100% das entrevistadas responderam que tiveram esse suporte, porém, que seus familiares ainda tinham certa apreensão sobre se arriscar no meio empreendedor. Como disse a entrevistada 2: “Meus pais tiveram medo, eles vem de ter sido funcionários a vida toda então eles meio que desacreditavam um pouco dessa possibilidade [...]”. A entrevistada 5 diz: “Todo mundo achou que seria bacana eu fazer isso. [...] Só que tem aquela insegurança, incentiva, apoia, mas ainda rola aquela insegurança em questão financeira.” Como resultado da pesquisa de Sguissardi (2016), a empreendedora que teve apoio de outros empreendedores na família, conseguiu desenvolver e gerir melhor seus negócios. Isso demonstra que a família apoia a decisão da mulher de empreender, porém com ressalva por não ter conhecimento e nem experiência na área do empreendedorismo, podendo ocasionar em algumas consequências como o fato de a mulher não ter qualquer tipo de instrução familiar sobre o ato de gerir seu próprio negócio.

Em relação aos empreendimentos das entrevistadas, 56% são do setor de comércio, que inclui comércio de roupas e artesanatos, 38% são prestador de serviços como fotografia, academia e estética, e por fim 6% atuam no setor civil. A maioria dos negócios que são geridos por mulheres, estão voltados para o universo feminino. Provavelmente por esses serem ramos que por muito tempo foram atribuídos a mulher (PESSOA, 2015). A pesquisa

mostra que em suma, a maioria das entrevistadas tem o seu empreendimento voltado para o público feminino, seja com roupas ou estética. Tal resultado corrobora o estudo de Machado (2012), que mostrou a existência de um preconceito no empreendedorismo feminino por parte da sociedade, quando a mulher empreende em um ramo não associado às profissões "para mulheres" Isso possivelmente é uma consequência de um histórico feminino em que a mulher não trabalhava, tinha que somente cuidar de seus filhos e se manter apresentável para a sociedade. Porém isso vem aos poucos mudando, as mulheres tem se dedicado e conseguido alcançar outros mercados. Machado, Guedes e Gazola (2017), por exemplo, mostraram que o tempo de dedicação ao empreendimento, o conhecimento, criatividade e inovação são fatores que auxiliam no crescimento dos negócios, na opinião das próprias empreendedoras.

4.2 FLEXIBILIDADE DE HORÁRIO

A pesquisa apresentou que quando questionadas sobre ter uma melhor flexibilidade de horário, todas declararam conseguir um horário mais maleável do que se estivesse trabalhando como funcionária para alguém. A entrevistada 6 diz: “Com certeza. Esse é um dos pontos chaves que me levaram a isso, até por conta do meu filho.”. A entrevistada 12 diz: “Eu que monto a minha agenda [...] Tem dias que são mais corridos e outros mais tranquilos. [...] E isso é ótimo.”.

Ainda nessa questão, algumas citaram o fato de que por se tratar do seu próprio negócio, o trabalho não tem hora, chegando a precisar trabalhar fora de horário comercial e durante fim de semana, como dito pela entrevistada 9: “Tem dia que é muito mais corrido, a gente deixa a aula [...] para fazer o máximo que eu posso.”. A entrevistada 1 diz: [...] Só que sábado o dia inteiro eu trabalhava na empresa, domingo se precisasse de alguma coisa [...] Segundo Cadoná *et al* (2019), mesmo com longas horas de trabalho, as mulheres que empreendem conseguem dedicar mais tempo aos filhos, casa e marido, além de conseguir organizar os horários de acordo com suas necessidades. As mulheres que tem seu próprio negócio costumam conseguir manter uma flexibilidade melhor de horário, podendo montar sua própria agenda, no entanto, a carga de trabalho aumenta levando em conta que não tem um horário fixo igual teria sendo funcionária de alguém, o que ocasiona para algumas em estar ativa para a empresa em qualquer dia e horário.

4.3 TRABALHO – FAMÍLIA

Quando questionadas sobre possíveis dificuldades com a relação trabalho–família, 62% afirmaram que sim, passam ou passaram por alguns conflitos com a relação isso. Em sua maioria se trata de conflito quanto a horário, desde que muitas têm horário para sair de casa, mas não tem horário para chegar. Além de trabalhos realizados durante fins de semanas em casa, tendo dificuldade em dividir seu tempo entre a vida pessoal e profissional. Sobre isso, a entrevistada 15 diz: “Eu saio de manhã e [...] tem dia que consigo chegar mais cedo, tem dia que não. Então eu tenho conflito com fazer minhas coisas de casa, conflito com hora marcada, é quase impossível.”. A entrevistada 14 diz: “Aumentou o trabalho. [...] Faz tudo. A vida pessoal fica no terceiro plano”. Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), esse conflito envolve o embate entre as atividades tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, tais como o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos, e o empreendimento. A mulher mesmo tendo seu próprio negócio, exerce diversas outras funções além de empreender. Isso torna o

processo de administrar sua empresa ainda mais difícil, pois fazer dupla ou até tripla jornada pode acabar afetando seu desempenho em alguma dessas atividades.

As outras 38% dizem não ter nenhum conflito com relação a isso, como diz a entrevistada 2: “Não, hoje eu consigo conciliar bem. Na verdade eu nunca dividi isso ao pé da letra. Acho que muito que a gente é no pessoal, a gente é no profissional e equilibrar isso sempre foi à ideia.”. A entrevistada 16 diz: “Eu consigo fazer meus horários [...] Sempre que eu preciso ir a algum compromisso eu consigo fazer meus horários” Em suma por se tratar de serviços com horários e prazos pré-agendados com seus clientes, essas empreendedoras conseguem manter uma rotina pré-determinada com horários marcados para atendimento, o que facilita em suas atividades do dia a dia.

4.4 DIFICULDADES

Durante o questionário as mulheres foram questionadas se haviam passado por alguma situação conflituosa motivada pelo fato de ser mulher. Dentre as entrevistas, 1 disse ter passado por uma situação assim no início de seu empreendimento, que foi o caso da entrevistada 3: “Às vezes querem [fornecedores] jogar um preço maior ou valores intermediários, mas como a gente já conhece, já foi funcionário, a gente já tem uma noção. [...]”, em contrapartida o restante das entrevistadas disseram não ter passado por nenhuma situação como essa. Como disse a entrevistada 8: “[...] Muito pelo contrário porque eles já estão acostumados a lidar só com mulher. Porque é muito difícil você ver um homem comprando pra loja feminina. [...] Então os vendedores, fornecedores já estão completamente acostumados. Tratam super bem [...]”. A entrevistada 10 relatou: “Com relação a ser mulher, o mercado de loja é majoritariamente mais feminina. Até talvez seja uma questão realmente sexista, porque o mercado de roupas, loja, é um mercado muito mais feminino, então quando a gente foi atrás de fornecedor, assim, 80% a 90% das lojas são de roupas femininas”. Segundo pesquisa de Canodaá et al (2019) na maioria dos setores em que atuam o fato de ser mulher facilita, e a maioria de suas entrevistadas informaram que não encontram dificuldades e nem sentem desvantagens em relação aos homens.

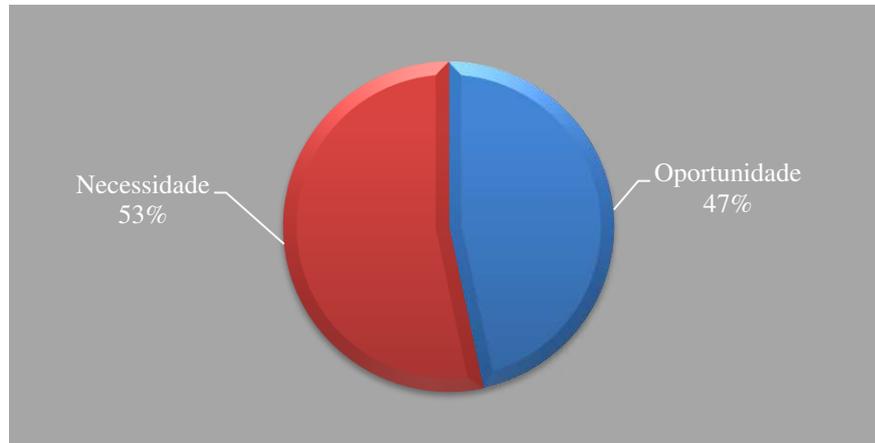
O resultado desse tópico pode ter ocasionado pelo fato de a maioria das entrevistadas atuarem em ramos considerados mais femininos, como o setor da beleza, vestuário e artesanato. Alguns estudos tratam dessa questão, como Fernandes e Duarte (2019) e Siqueira e Samparo (2017) de que ainda existe preconceito dentro do mercado de trabalho e do empreendedorismo, principalmente quando o setor de atuação em questão se trata de algum considerado mais masculino. Mesmo passando por dificuldades em conciliar horários, todas as entrevistadas quando questionadas sobre querer expandir seus negócios, responderam positivamente a essa vontade. Seja uma expansão de tamanho ou passar a abranger outros seguimentos, todas têm esse desejo.

Durante a pesquisa foi observado que algumas das entrevistadas citaram situações de preconceitos que passaram sobre a sua idade, por ser muito nova para estar atuando no ramo. A entrevistada 10 diz: “[...] eu sinto bastante principalmente quando agente ia fazer as compras presenciais, que eles nos viam [...] A questão da nossa idade [...] Várias vezes a gente já ficou implorando pra ser atendida mesmo porque as pessoas acabam não botando fé na gente [...]”. A entrevistada 3 relata algo parecido: “[...] O que eu senti foi: Nossa você é tão nova pra tá fazendo crochê”.

4.5 NECESSIDADE X OPORTUNIDADE

No gráfico abaixo é possível observar a porcentagem de mulheres que decidiram abrir seus negócios por Oportunidade x Necessidade.

Gráfico 2: Oportunidade x Necessidade



Fonte: Dados da pesquisa

Uma das perguntas feita durante a entrevista foi o motivo que as levaram a optarem por abrir seu próprio negócio. Das 16 entrevistadas, 53% decidiram abrir sua empresa por necessidade, que foi o caso da entrevistada 4: “O primeiro [motivo] foi desespero em relação ao financeiro e o outro [...] é o fato de não ter que trabalhar pra mais ninguém. Porque o último [emprego] foi muito traumatizante.” A entrevistada 7 relatou: “Estava desempregada e fazer bolos seria uma forma de renda”.

Em suma, a maioria havia acabado de deixar um emprego fixo, estava insatisfeita com seu trabalho ou então tinha filho pequeno que fazia com que uma melhor flexibilidade de horário fosse necessária, e então optaram por iniciar seu próprio negócio, mesmo sem ter nenhum tipo de planejamento. As outras 47% perceberam uma oportunidade para iniciar seus negócios como o caso da empreendedora 1: “Meu marido já trabalhava com comércio de material de construção, ele trabalhava desde 9 anos [...] Quando a gente se conheceu, aí nós alavancamos essa ideia.”. A entrevistada 3 disse: “Eu era funcionária da academia [...] e do nada eu fui mandada embora [...] aí a proprietária do prédio entrou em contato comigo perguntando se eu queria continuar com as alunas e a sala. [...]” Algumas perceberam oportunidades de abertura enquanto ainda trabalhavam de carteira assinada em outra empresa, tendo assim uma segurança a mais. Segundo Machado *et al.* (2003), percepção de oportunidade no mercado, necessidade de sobrevivência, dificuldade em ascender na carreira profissional em outras empresas ou uma maneira de conciliar trabalho e família são alguns dos diversos motivos que levam a mulher a empreender.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Este artigo teve por objetivo identificar os desafios que microempreendedoras poderiam elencar durante suas respectivas empreitadas em seus negócios. Por meio do estudo foi possível identificar como as mulheres empreendedoras se sentem em relação ao seu empreendimento e as dificuldades de conciliar sua vida profissional e pessoal.

A gestão e a organização do tempo têm grande influência no mundo dos negócios e apesar de 94% das mulheres não terem tido planejamento para iniciar sua jornada como empreendedora, elas reconheceram a falta que isso fez durante todo o processo do empreendimento. A busca pela flexibilidade de horário para melhor conciliar a vida profissional com a pessoal são fatores que influenciaram as microempreendedoras da amostra.

A motivação pela busca da realização pessoal e profissional é um ponto de grande importância, pois 100% das entrevistadas afirmam que se realizaram ao empreender e que se consideram vitoriosas em seu empreendimento apesar de momentos de insegurança. Essa questão está diretamente ligada à liberdade nas tomadas de decisões e na flexibilidade em seus horários.

Durante o processo de pesquisa desse artigo, foi decretada quarentena no país o que impossibilitou que as entrevistas fossem feitas presencialmente como era o planejado. Com isso, o grupo precisou se adaptar a essa nova realidade e a opção encontrada foi a de realizar as entrevistas de modo totalmente online. Ocorreu que algumas das mulheres pré-selecionadas para responder às perguntas optaram por não participar mais da pesquisa visto que seria realizada por uma plataforma de chamada de vídeo.

Para pesquisas futuras, sugere-se que estudos como esse sejam realizados ou replicados em outras regiões do Brasil e comparados com o resultado do interior do Estado de São Paulo. Além disso, pode-se pensar no uso de outros tipos de pesquisa e abordagens metodológicas, fazendo uso de metodologias mistas, por exemplo.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, p. 221 - 234, dez. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n40p221>>.

Acesso em: 18 mar. de 2020.

AMARAL, B. et al. **Empreendedorismo no Brasil: O Impacto das Startups no Mercado**. jan.2019. Disponível

em: <https://www.researchgate.net/publication/337518866_Empreendedorismo_no_Brasil_o_impacto_das_startups_no_mercado>. Acesso em: 04 out. de 2020.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. 2012. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/16198186-Empreendedorismo-feminino-razao-do-empreendimento.html>>. Acesso em: 24 de set. de 2020.

BARBOSA, F.C. et al. **Empreendedorismo feminino e o estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe**. 2011. Disponível em: <<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/199>> Acesso em: 26 de set. de 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2002. 223 p. Disponível em:

<<https://www.ets.ufpb.br/pdf/2013/2%20Metodos%20quantitat%20e%20qualitat%20-%20IFES/Bauman,%20Bourdieu,%20Elias/Livros%20de%20Metodologia/Bardin%20-%201977%20-%20An%C3%A1lise%20de%20Conte%C3%BAdo.pdf>>. Acesso em: 06 out. de 2020.

BOSCARIN, R., GRZYBOVSKI, D.; MIGOTT, A. M. B. **Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas.** 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552002000200011> Acesso em: 25 de set. de 2020

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

CADONÁA, F., *et al.* **Empreendedorismo feminino: perfil, razões e desafios enfrentados por mulheres empreendedoras.** 2019. Caxias do Sul – RS. Disponível em: <<http://ojs.fsg.br/index.php/pesquisaextensao/article/view/4300>>. Acesso em: 07 out. de 2020

DATASEBRAE. **Crédito.** 2018. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/credito/#endividamentompesexo>>. Acesso em: 28 de set. de 2020.

DATASEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil.** 2018. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em: 25 set. de 2020.

DEMETRIO D. W. **Você sabe o que é um Microempreendedor Individual – MEI?.** Blog Sebrae. 2019. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei/#:~:text=A%20figura%20do%20MEI%20surgiu,se%20formalizaram%20como%20microempreendedores%20individuais>>. Acesso em: 24 de set. de 2020.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando Ideias em Negócios,** - 2º. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. – 2º reimpressão.

FELIPE, E. S.; SANTOS, A. S. **Empreendedorismo: Discussão conceitual, definições e um panorama do caso brasileiro.** Desafio Online, Campo Grande, v.5, n.1, Março de 2017. Disponível em: <<http://www.desafioonline.ufms.br>>. Acesso em: 04 out. de 2020.

FERNANDES R. A. S.; DUARTE, K. A. **Empreendedorismo feminino: análise de perfil de mulheres empreendedoras no brasil.** Cosmopolita em Ação. v. 6, n. 2, 2019.

GLOBALENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo 2018.** Curitiba: IBQP, 2018.

GLOBALENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo 2000**. Curitiba: IBQP, 2000.

MACHADO, P. H. V.; GUEDES, A.; GAZOLA, S. Determinantes e Dificuldades de Crescimento para Mulheres Empreendedoras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 11, n. 1, p. 85–99, 2017.

MACHADO, F. B. Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes. In: **Anais do Encontro da ANPAD**. 36, Rio de Janeiro, 2012.

MACHADO, H. V. et al. Empreendedoras: estilo gerencial e desempenho das empresas. **Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração**. Atibaia, SP. ANPAD: São Paulo-SP, 2003.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: foco na decisão**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2010. 492 p. Disponível em: <https://kupdf.net/download/malhotra-naresh-pesquisa-de-marketing-foco-na-decis-atilde-o_58fa98bfdc0d60dd04959e7c_pdf>. Acesso em: 06 out. de 2020.

MOREIRA, T. M. **Empreendedorismo feminino, maternidade e conflito trabalho-família**. 2018. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=38521@1>>. Acesso em: 05 out. de 2020

NAIME, L.; SILVEIRA, D. **Desemprego fica em 11,8% em setembro e atinge 12,5 milhões. 2019**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/10/31/desemprego-fica-em-118percent-em-setembro-diz-ibge.ghtml>>. Acessado em: 14 fev. de 2020.

NERY, Carmen. **Desemprego cai para 11,9% na média de 2019; informalidade é a maior em 4 anos**. Agência IBGE Notícias. Rio de Janeiro, 31, Janeiro, 2020. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26741-desemprego-cai-para-11-9-na-media-de-2019-informalidade-e-a-maior-em-4-anos>>. Acesso em: 10 fev. de 2020.

NOGUEIRA, N. **A participação feminina na segunda guerra mundial**. História hoje, c2020. Disponível em: <<https://historiahoje.com/a-participacao-feminina-na-segunda-guerra-mundial/>>. Acesso em: 24 set. de 2020

PESSOA, F. M. **Empreendedorismo feminino: o perfil empreendedor de gestoras no bairro Alecrim/Natal/RN**. 2015. Acesso em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/2857>>. Acesso em: 07 out. de 2020.

PROSBT, R. E. **A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho**. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/artigo_jan_gen_a_evolucao_da_mulher_no_mercado_de_trabalho.pdf>. Acesso em 26. set. de 2020.

RAMOS, K. S.; VALDISSER, C. R. Das dificuldades ao sucesso: Os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. **Revista GETEC Gestão tecnologia e**

ciências. Minas Gerais, v.8, n.20, p. 23-40, 2019. Disponível em: <<http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/article/view/1611>>. Acesso em: 15 mar. de 2020.

ROBBINS, S. P. **Administração: mudanças e perspectivas.** São Paulo: Saraiva, 2000

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil.** São Paulo. Março, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf>. Acessado em: 10 fev. de 2020.

SEBRAE. **GEM 2018: Análise dos resultados por gênero.** 2019. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20\(002\).pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20(002).pdf)>. Acesso em: 29 de set. de 2020.

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 2019. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empresendedorismo/>>. Acessado em: 14 fev. de 2020.

SEBRAE– Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empresendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 07 jan. de 2020.

SGUISSARDI, R. **Características do empreendedorismo feminino em Cacoal.** 2016. Disponível em: <<https://ri.unir.br/jspui/handle/123456789/1476>>. Acesso em: 06 out. de 2020

SIQUEIRAD., & SAMPAROA. J. (2017). **Os direitos da mulher no mercado de trabalho: da discriminação de gênero à luta pela igualdade.** Revista Direito Em Debate, 26(48), 287-325. Disponível em: <<https://doi.org/10.21527/2176-6622.2017.48.287-325>>. Acesso em: 08 de out. de 2020

SILVA, M. S.; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. (2016). **Características do empreendedorismo feminino no brasil.** Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370/1523#>>. Acesso em: 04 out. de 2020.

SOUZA, E.M. de (org.). **Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional: uma abordagem teórico conceitual.** Vitória: Edufes, 2014. 293 p.

TEECE, D. J. Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. **European Economic Review**, v. 86, p. 202-216, jul. 2016.

TEIXEIRA, R. M ., & BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de

casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, vol. 10, no. 1, p 44-64, Abr 2016.