



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
UNIDADE ACADÊMICA DE SERRA TALHADA
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

EDNA NERONEIDE DA SILVA

**ASPECTOS SOCIAIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE
SÃO JOSÉ DO BELMONTE-PE**

SERRA TALHADA - PE
2021

EDNA NERONEIDE DA SILVA

**ASPECTOS SOCIAIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE
SÃO JOSÉ DO BELMONTE-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Unidade Acadêmica de Serra Talhada da Universidade Federal Rural de Pernambuco como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharela em Administração.

Orientador: Prof. Paulo Thiago N. B. de Melo

SERRA TALHADA – PE

2021

ASPECTOS SOCIAIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE SÃO JOSÉ DO BELMONTE-PE

Edna Neroneide da Silva
ednanero07@gmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de
Serra Talhada, Curso de Bacharelado em Administração

Paulo Thiago Nunes Bezerra de Melo
pthiagoadm@hotmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de
Serra Talhada, Curso de Bacharelado em Administração

RESUMO

Este estudo possui como objetivo principal analisar os aspectos sociais das mulheres empreendedoras da cidade de São José do Belmonte-PE. O empreendedorismo está em alta no Brasil. Com a crescente inserção das mulheres no mercado de trabalho, surge o sonho de abrir seu próprio negócio, associado ao desejo de possuir a independência financeira, alcançar o sucesso e ser sua própria chefe. Deste processo de crescimento feminino emergem inúmeros desafios. A mulher depara-se com barreiras socioculturais que, somadas às problemáticas do mundo dos negócios, formam seu novo contexto social. A pesquisa se desenvolveu por meio de um estudo qualitativo, do tipo exploratório e descritivo, entrevistas semiestruturada. A partir da análise realizada, é perceptível que debates como o preconceito por gênero e os conflitos família-trabalho ainda emergem com frequência, compondo os principais desafios por elas enfrentados e sua evidente capacidade de resiliência. O conjunto de aspectos que motivam as mulheres a montarem seus próprios negócios são diversificados. Através da coragem de correr riscos, as empreendedoras buscam sua realização pessoal e profissional. Conclui-se que as mulheres empreendedoras de São José do Belmonte enfrentam diversos embates em seu contexto social, entretanto percebe-se que a determinação é característica comum.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Empreendedorismo. Mulheres. Socialização.

ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze the social aspects of women entrepreneurs in the city of São José do Belmonte-PE. Entrepreneurship is on the rise in Brazil. With the growing insertion of women in the labor market, the dream of opening their own business arises, associated with the desire to have financial independence, achieve success and be their own boss. From this process of female growth, numerous challenges emerge. Women face sociocultural barriers that, added to the problems of the business world, form their new social context. The research was developed through a qualitative study, exploratory and descriptive, with direct observation and in-depth interviews. From the analysis carried out, it is noticeable that debates such as gender bias and family-work conflicts still frequently emerge, composing the main challenges they face and their evident capacity for resilience. The set of aspects that motivate women to set up their own businesses are diverse. Through the courage to take risks, entrepreneurs seek their personal and professional fulfillment. It is concluded that women entrepreneurs in São José do Belmonte face several conflicts in their social context, however it is clear that determination is a common characteristic.

Keywords: Female Entrepreneurship. Entrepreneurship. Women. Socialization.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino não é um fenômeno recente e sua história é marcada pela luta em busca de igualdade. Desde os primórdios da humanidade, o gênero feminino é considerado frágil e, portanto, inferior ao masculino. Mas, desde a Revolução Industrial, esta realidade vem se modificando com a inserção das mulheres no mercado de trabalho (AMORIM; BATISTA, 2012). Entre a primeira e a segunda guerra mundial, em razão da ausência dos homens nas fábricas, as mulheres passaram a reivindicar seus direitos cada vez mais, travando uma luta em busca da igualdade de gênero. (BARROS, 2010)

De acordo com Nogueira (2010), a luta das mulheres não é apenas para conquista de trabalho e vai muito além de obter capital e poder. As mulheres não almejam apenas ascensão financeira, mas também, liberdade social, igualdade e reconhecimento de suas competências. O empreendedor é, de acordo com Dolabela (2006, p. 29-30), “um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”, sendo “o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia”. O empreendedorismo pode ser entendido, portanto, como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso” (VALENCIANO SENTANIN; BARBOZA, 2005 p.1).

Segundo Franco (2014), os conceitos de empreendedorismo não fazem distinção de gênero, entretanto, destaca-se o crescimento do interesse feminino pelo ramo devido à flexibilização do trabalho e à crescente inserção da mulher no mercado de trabalho, especialmente em cargos operacionais, onde elas não possuem valorização ou possibilidade de ascensão. Mesmo representando a maior parte da população nacional, compondo 51,8%, segundo dados do IBGE (2019), as mulheres ainda ocupam menos da metade das cadeiras na gestão de negócios no Brasil. De acordo com a pesquisa “Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil” realizada pelo IBGE elas ocupavam 37,4% dos cargos gerenciais e recebiam apenas 77,7% do rendimento dos homens em 2019.

As mulheres, que por muito tempo permaneceram apenas nos seus lares, exercendo a função de donas de casa e cuidando dos filhos e afazeres domésticos, não possuíam espaço no mercado de trabalho, tampouco eram ouvidas. O gênero feminino enfrentou inúmeros desafios para adentrar neste meio, e ainda se depara com muitos, para permanecer. (NOGUEIRA, 2010)

Atualmente, as mulheres gerenciam negócios em todos os setores da economia com excelência. A coragem e a determinação feminina derrubaram barreiras e preconceitos, e

mostraram a capacidade que elas têm de não apenas empreender, mais de fazer isso atrelado a várias outras funções, exercendo dupla jornada. Gerir seu lar, seus filhos, estudos e seus negócios é responsabilidade diária de muitas empresárias brasileiras (FERREIRA, 2013).

Dentro dessa perspectiva, o objetivo principal deste trabalho é analisar os aspectos sociais das mulheres empreendedoras da cidade de São José do Belmonte-PE, considerando as principais características dessas empreendedoras, dificuldades enfrentadas e as motivações.

Buscou-se considerar, nesta pesquisa, os aspectos relacionados aos fatores de motivação que levam as mulheres empreendedoras da cidade a iniciar um negócio; as consequências de escolher trilhar esse ramo; descobrir as dificuldades e obstáculos enfrentados por elas nesse processo; e se as mesmas consideram demandar mais esforços que seu gênero oposto.

São José do Belmonte é uma cidade do interior de Pernambuco que dista 473km da capital, Recife. Está localizado na Mesorregião do Sertão Pernambucano e na microrregião Salgueiro, região de desenvolvimento Sertão Central, com uma população estimada pelo IBGE (2020) de 34.021 pessoas.

Justifica-se a importância desta pesquisa no que concerne ao empoderamento feminino por meio do empreendedorismo, que propicia seu desenvolvimento econômico, social e realização pessoal. Esta pesquisa corrobora com Natividade (2009), Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) e Machado, Gazola e Anez (2013) no que tange às características das mulheres empreendedoras, seu cenário social, seus desafios e capacidade de contornar obstáculos.

Este trabalho está estruturado da seguinte forma: Inicia abordando os principais aspectos do empreendedorismo, relatando como se dá pela ótica feminina, seus conceitos, desafios e motivações. Em seguida, apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa, para então abordar seus resultados e discussões.

2 EMPREENDEDORISMO PELA ÓTICA FEMININA

Muito antes de conhecer as técnicas e ferramentas essenciais ao empreendedorismo, o homem já possuía instintivamente o saber de negociar e criar mecanismos de sobrevivência. Entre esses mecanismos, o ato de inovar, seja aperfeiçoando o antigo ou criando uma novidade, faz parte da vida do ser humano há séculos. Por sua vez, o empreendedorismo só passou a ter visibilidade após ser considerado estímulo para o desenvolvimento econômico (BARBOSA; COSTA, 2015).

O empreendedorismo na sua essência surge da vontade de colocar no mercado algo novo. O empreendedorismo pode surgir através de duas vertentes: necessidade e oportunidade.

A necessidade leva muitas pessoas, em especial aquelas de pouca ou nenhuma escolaridade, a buscar no empreendedorismo um meio de sobrevivência. A oportunidade é trazida para os indivíduos muitas vezes como resultado de estudo e técnicas, mecanismos favoráveis para a atividade empreendedora. Se analisadas as descontinuidades de empresas a partir desses dois fatores, nota-se que, quando gerado por necessidade, a principal causa é a inserção no mercado de trabalho formal, enquanto que as empreendidas por oportunidade tendem a desistir por fatores relacionados à competição e assuntos de caráter pessoal (NATIVIDADE, 2009).

Empreender, muitas vezes, parte das experiências adquiridas em áreas afins, assim como ter pais empreendedores se torna relevante. Este último pode ser um grande precursor de desempenho e até mesmo sucesso. O empreendedorismo não está sempre ligado ao indivíduo a partir do nascimento, mas ter exemplo de empreendedores dentro de casa, no convívio familiar, muitas vezes pode ser determinante na escolha desse caminho (MACHADO *et al.*, 2003). Assim sendo, o empreendedorismo não nasce só da criatividade e vontade de inovar no mercado econômico, mas a realidade socioeconômica e a falta de emprego viabilizam o trabalho empreendedor, não por oportunidade, mas por ser a última opção existente em muitos casos. (NATIVIDADE, 2009).

O processo de empreender garante à mulher não apenas sua independência financeira e/ou a renda necessária para criação dos filhos e manutenção do lar, mas elas encontram nele um caminho para a busca de identidade, autoconhecimento, aprendizado e autovalorização (PAIXÃO; NOGUEIRA, 2019). É um processo que lhes garante ser e fazer parte de uma sociedade marcada pelo patriarcado exacerbado, e de ser reconhecida como parte fundamental da produção e desenvolvimento de atividades importantes para o crescimento individual e coletivo. Esse aprendizado e desenvolvimento se acentua quando as atividades são desenvolvidas por meio da interação de um ou mais grupos de mulheres, que produzem os mesmos artefatos. Dessa forma, as práticas e conhecimentos são transmitidas umas às outras e repassadas de geração em geração, de forma que as mais novas introduzam novos e diferentes meios de se trabalhar, prezando pela troca de saberes (NATIVIDADE, 2009).

Um estudo realizado por Paixão e Nogueira (2019), na produção de panificados, traz essa abordagem a respeito da produção coletiva de mulheres em um assentamento. Verificaram que a vontade e o desejo de pertencimento e de identidade compõem os principais motivos que as levam a produzir e fazer parte da atividade. Isso dá uma visão de que existe uma diversidade de fatores que compõem e impulsionam o empreendedorismo feminino.

O processo de empreender demanda tempo, dedicação e grande esforço por parte de quem deseja ingressar nessa atividade. Essa forte demanda gera conflitos familiares. Este caminho possui diversas consequências, dentre elas destacam-se as várias horas do dia dedicadas ao trabalho e o pouco tempo destinado à família, filhos e parceiros. Outrossim, fatores como brigas familiares levam a um desequilíbrio no trabalho, pois a tentativa de separar o pessoal do profissional é falha e estes acabam colidindo e gerando conflitos. A divisão de tarefas e o controle de emoções são fatores que minimizam esses conflitos, o que gera maior rendimento tanto no trabalho como no ambiente familiar (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

As barreiras enfrentadas pelo gênero feminino no empreendedorismo são maiores que as enfrentadas pelo gênero oposto. As mulheres precisam se esforçar e se dedicar muito mais que os homens, porque recaem sobre elas as tarefas (cuidados com os filhos, atividades domésticas) que demandam e consomem tempo fora do âmbito de trabalho (NATIVIDADE, 2009).

Bertolami *et al.* (2018), em um estudo realizado com o objetivo de identificar a relação de gênero na sobrevivência de empresas nascentes, dada a importância do capital humano, capital social e práticas gerenciais, verificaram que as mulheres empreendedoras necessitam investir mais que os homens nesses três mecanismos. Além de se dedicar mais aos estudos e às técnicas intelectuais, elas também precisam criar laços sociais (conhecer e manter bons contatos com pessoas do meio), e ter um bom planejamento com metas e objetivos bem elaborados, buscando sempre o máximo de informações disponíveis para tomada de decisão (BERTOLAMI *et al.*, 2018). Neste ínterim, as mulheres apresentam laços sociais mais forte que os homens. Assim, diante de um momento crítico, elas buscam apoio principalmente entre pessoas que conhecem e mantêm uma relação de longa data, enquanto que os homens apresentam laços fracos, pois preferem buscar informações e suporte no ambiente externo (VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011).

Mediante a relevância dos contatos externos para crescimento de empreendimentos, pode-se inferir que as mulheres se encontram em desvantagem. Muitas vezes, o medo do desconhecido, faz com que muitas mulheres deixem de buscar novos horizontes, ficando estagnadas. (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2004) A mulher cria com seu empreendimento um vínculo que transpassa questões financeiras. Os sentimentos depositados no seu negócio vão muito além de ganhar dinheiro e ser rica. Criam-se relações afetivas e, muitas vezes, a empresa passa a representar em sua vida algo como um filho, ao qual tem total

responsabilidade de cuidar. Depositando sobre ele todo carinho, dedicação e tempo, elas querem ver crescer, prosperar (NATIVIDADE, 2009).

O processo de interligar vida pessoal e negócios é destacada em uma pesquisa realizada por Ferreira e Nogueira (2013), em que mostra, através de entrevistas com mulheres empreendedoras, que muitas vinculam suas vidas pessoais ao ambiente de trabalho empreendedor. Apesar de acharem que as características empreendedoras são resultado de um processo individual, é no meio social e de vivência que se aprimora e surgem atributos necessários para empreender, obter sucesso e crescimento no mercado.

Ao analisar a literatura brasileira relacionada ao feminino e à mulher na área da administração, Souza, Corvino e Lopes (2013) destacam a importância do tema das relações de gênero e poder, que discute sobre identidade de gênero, suas construções, significações e implicações na organização. Os autores, que abordam a distinção dos gêneros na gestão, evidenciam o papel da mulher neste meio, promovendo uma reflexão sobre as relações entre feminismo e a administração, demonstrando que a literatura carece de estudos feministas nesta área.

Em pesquisa realizada por Machado *et al.* (2003) no Brasil, Canadá e França, percebe-se que o fator de maior relevância na hora de montar um empreendimento por parte das mulheres pesquisadas é a realização pessoal (30% das respondentes), seguido da oportunidade de mercado (26,66%). A insatisfação e problemas com o trabalho anterior (21,11%), também é uma das razões para o empreendedorismo feminino. Esse último se deve principalmente ao preconceito sofrido no ambiente de trabalho, atrelado à baixa remuneração em relação a dos homens, mesmo ambos exercendo o mesmo cargo.

Compreende-se que as mulheres, por possuírem menos recursos próprios para investir em seu negócio, tendem a contrair mais dívidas externas do que os homens (VIEIRA *et al.*, 2020). Por outro lado, a pesquisa de Vieira *et al.* (2020) também apresenta dados em relação a vários traços de personalidade, como otimismo, senso de controle, tolerância ao risco e outros. Nesse sentido, as mulheres apresentaram maior otimismo e lócus de controle interno (motivações pessoais, habilidades próprias), que diminuem a propensão de endividamento. Isso não significa dizer que estar endividado seja algo ruim, mas que, às vezes, é uma necessidade para que o negócio se mantenha funcionando (VIEIRA *et al.*, 2020).

Percebe-se, por meio da literatura, que o cenário da subordinação impõe às mulheres as ideias de inferiorização, pois estas, quando alcançam o sucesso e recebem o devido reconhecimento por suas habilidades, incluindo a de empreender. Elas acabam transferindo o

mérito deste sucesso a terceiros, não reconhecendo seus próprios esforços e desacreditando da capacidade que carrega junto de si, de não só fazer sucesso, mas de transformar o mundo a sua volta dando o crédito a outras pessoas (JONATHAN, 2005).

Os motivos que levam uma mulher a abrir um negócio, são diversos. Em uma pesquisa realizada por Machado, Gazola e Anez (2013), o principal fator de criação de uma empresa pelas mulheres é o desejo de ganhar muito dinheiro, seguido do desejo de obter independência financeira. E, entre os principais obstáculos, estão a falta de experiência no ramo, a guarda de filhos pequenos, pouco tempo para participar das redes, falta de apoio de familiares e dificuldade de aquisição de capital para investimento. Nesse estudo, a autoconfiança e o medo do fracasso não foram fatores consideráveis. Isso mostra que as mulheres estão acreditando mais em si mesmas e enfrentando os desafios com previsibilidade de ameaças futuras. Esse é um dos mais importantes atributos para o sucesso de um empreendimento (MEDEIROS, 2011).

Como a maioria dos empreendimentos criados por mulheres nascem da necessidade, fica mais fácil desistir quando surgem outras alternativas de sobrevivência. Neste íterim, com vistas a subsidiar e minimizar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras, algumas ações foram criadas pelo setor público nacional. Entre as ações, está o programa Igualdade de Gênero nas Relações de Trabalho, que viabiliza o crescimento e ascensão do trabalho empreendedor feminino, buscando igualdade entre os gêneros no mercado de trabalho. Entretanto, verifica-se que as ações de políticas pública voltadas a esse tema ainda são muito deficientes. Talvez seja reflexo da pouca ocupação de mulheres nas cadeiras dos setores responsáveis pela aprovação dessas ações (NATIVIDADE, 2009).

Iniciar um negócio não é fácil. Além de demandar planejamento, estratégias e tempo, também requer capital. Para as mulheres, o capital inicial advém principalmente de capital próprio, seguido de empréstimo com familiares. O empréstimo bancário muitas vezes é a última opção para maioria das mulheres. Isso é reflexo de pouca disponibilização de créditos satisfatórios e que atendam as reais necessidades, sem taxas de juros abusivos (MACHADO *et al.*, 2003; TAKAHASHI; GRAEFF; TEIXEIRA, 2006).

Por ser um campo carregado de incerteza e riscos, empreender nem sempre é atrativo, principalmente para as mulheres. Em pesquisa realizada por Penaloza, Diógenes e Sousa (2008) com alunos do curso de administração, apenas 14,4% entre as mulheres tem interesse em empreender, contra 32,1% do gênero oposto. A maioria das respondentes dessa pesquisa optam por empregos formais, que denotam mais estabilidade e segurança. Essa pesquisa não embasa os motivos de as mulheres serem menos propensas ao empreendedorismo do que os homens.

No entanto, subtende-se que esteja relacionado a fatores sócio demográficos. Mesmo sendo alunos de administração, constatou-se também que a escolha do curso não infere seguir carreira na área (PENALOZA; DIÓGENES; SOUSA, 2008).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo teve como foco as mulheres empreendedoras da cidade de São José do Belmonte-PE, com negócios de pequeno e médio porte. Para análise e apresentação do estudo, a pesquisa se desenvolveu por meio de um estudo qualitativo, do tipo exploratório e descritivo.

A pesquisa qualitativa permite que sejam colhidos dados por meio de um estudo aprofundado, garantindo maior familiaridade com o tema abordado. “A pesquisa qualitativa proporciona melhor compreensão do contexto do problema, enquanto a pesquisa quantitativa procura quantificar os dados, e normalmente, aplica alguma forma da análise estatística” (MALHOTRA, 2001, p. 110).

Em vista dos objetivos apresentados e o delineamento teórico, é pertinente que a pesquisa seja exploratória e descritiva. O primeiro termo garante maior familiaridade com a temática apresentada, assim como proporciona maior flexibilidade, de forma a considerar uma gama de aspectos, de acordo com Gil (2002). Enquanto que “as pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis” (GIL, 2002, p. 42).

A coleta de dados foi desenvolvida entre os dias 19 de maio a 20 de junho de 2021. A ferramenta utilizada para coleta de dados foi a entrevista semiestruturada. Foram entrevistadas cinco mulheres empreendedoras residentes na cidade de São José do Belmonte-PE, que possuem o programa CrediAmigo do BNB (Banco do Nordeste), que é o maior programa de micronegócio da América Latina destinado aos micro e pequenos empreendedores e prestadores de serviços. As empreendedoras entrevistadas tinham entre 25 e 32 anos de idade e todas obtinham formação do ensino médio completo.

A primeira entrevistada, aqui denominada de E1 atua no ramo de moda fitness há cinco anos, é divorciada e não possui filhos. A segunda entrevistada (E2) empreende no ramo de joias há cerca de cinco anos, é solteira e possui um filho. A terceira entrevistada (E3) trabalha com produção de bolos há cinco anos, é casada e possui um filho. A quarta entrevistada (E4), também casada, com filho, possui loja de roupas há cinco anos. A quinta entrevistada (E5) possui uma clínica estética há 4 anos, é solteira e não tem filhos. As entrevistas foram realizadas

por meio remoto, devido à pandemia do COVID-19, bem como de forma presencial, seguindo todas as recomendações do Ministério da Saúde.

Inicialmente, se analisou a forma como ocorreu o processo de iniciar um empreendimento, com vistas a analisar quais fatores foram responsáveis pela motivação das entrevistadas. A posteriori, buscou-se compreender o estabelecimento de relacionamentos sociais (processo de socialização) como suporte para a atividade empreendedora; a construção de identidade e subjetividade enquanto mulher empreendedora; e as barreiras e dificuldades na atividade empreendedora (Quadro 1).

Quadro 1: Categorização dos resultados da pesquisa

Fase	Categoria
Processo de iniciação	-Motivação
Processo de socialização	-Dificuldades

Fonte: A autora

Diante da abordagem apresentada, o processo garantiu que as entrevistadas e análises pudessem discorrer sobre as experiências e vivências das mulheres empreendedoras.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção faz uma análise dos dados coletados, dividindo-os em dois pilares: O primeiro relaciona-se com a criação do negócio no que tange à motivação, por conseguinte, aborda os desafios enfrentados e a construção de identidade e relacionamentos sociais por mulheres que decidem se inserir no mercado por meio do empreendedorismo.

Neste estudo, os aspectos motivacionais para empreender se mostraram bem variados. Entretanto, o mais frequente no relato das entrevistadas foi a necessidade de ganhar dinheiro para o próprio sustento, a necessidade de participação nas despesas do lar, bem como o desejo de conquistar independência financeira e sucesso. Alguns, entretanto, acabaram nascendo pelo acaso. Os principais motivos foram elencados no Quadro 2.

Quadro 2: Motivações indutoras do empreendedorismo

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Necessidade 2. Desejo de ter o próprio negócio/auto realização 3. Identificação com ramo do negócio |
|--|

Fonte: A autora

Tavares e Neto (2006) afirmam que os principais fatores de influência do processo empreendedor dos jovens são a família e as redes sociais. De acordo com E1, o principal fator de motivação para a abertura do negócio foi a influência de terceiros, neste caso, seu companheiro: “Meu namorado me influenciou a montar a loja... eu não tinha muito interesse, porque na época eu não estava preparada financeiramente [...] mas não me arrependo, por que está dando certo... no início tudo é sofrido” (E1).

Vale, Corrêa e Reis (2014, p. 314) destacam que oportunidade e necessidade são as principais influências na abertura de um empreendimento. Os autores definem como empreendedor por oportunidade “aquele que abre uma empresa movido pela crença na identificação de uma oportunidade de negócio” e consideram “empreendedor por necessidade, por sua vez, aquele que abre uma empresa pressionado pela ausência de alternativas de trabalho e renda”.

Assim como a necessidade de realização pessoal, os indivíduos, segundo a teoria das necessidades de McClelland (1997), também buscam se filiar a outros indivíduos, expressando a vontade de construir amizades perenes e relacionamentos fortes, aumentando as chances de obter bons resultados e atingir os objetivos determinados.

A entrevistada E2 adentrou no mundo dos negócios por meio da necessidade: “Na verdade, eu sempre gostei de empreender. Acho que sempre estive no meu sangue. Eu sempre gostei muito dessas coisas de vender. Mas, começou com a necessidade de ganhar dinheiro e sustentar meu filho”. Assim como a entrevistada E5: “Quando a necessidade obrigou mesmo, eu tive que procurar um meio. Foi quando eu comecei a cobrar”.

A busca por empreender pode caracterizar desejo por auto realização, independência e sucesso financeiro (CARTER *et al.* apud ALBUQUERQUE *et al.* 2021). Estes atributos podem ser observados na fala da entrevistada E4: “Eu sabia onde eu queria chegar. Eu tinha um sonho na minha cabeça. [...] Eu só sabia que eu queria ser uma pessoa de sucesso”. Ao contrário, a entrevistada E3 narra ter caído de paraquedas no próprio empreendimento, que iniciou por amor: “Eu sempre gostei de fazer bolos, só que eu não queria seguir na profissão de bolos. Foi

bem por acaso, por incrível que pareça”. Pode-se entender que esta empreendedora iniciou suas atividades por se identificar com seu ramo de negócio.

Outro aspecto a ser destacado é o desejo por auto realização das entrevistadas, que quando questionadas, expuseram o benefício da independência financeira: “É sobre ter seu próprio negócio. Eu acho que as pessoas veem você com mais respeito. [...] Você encarar uma tanta coisa que é mais do mundo masculino” (E3). Apesar das dificuldades implícitas na fala: “Mas não foi fácil. Eu pensava em desistir” (E5), percebe-se que um ponto comum em todos os discursos é a capacidade de sobressair aos problemas, característico da mulher empreendedora (NATIVIDADE, 2009).

As empreendedoras destacam que a satisfação pessoal é um ponto crucial quando se trata do seu negócio. “Esta satisfação pessoal do empreendedor relaciona-se com o orgulho de ser dono do seu próprio negócio, de ser independente e autônomo, e trabalhar numa área de negócio do seu agrado, proporcionando-lhe uma sensação de satisfação e de realização pessoal” (CEBOLA; PROENÇA, 2018, p. 104). Ser seu próprio chefe foi um dos pontos positivos mais destacados pelas mulheres da pesquisa.

Destaca-se, ainda entre os aspectos positivos, o apoio de familiares e amigos, que garantem que as empreendedoras iniciantes não desistam de alcançarem os objetivos almejados: “Minha família sempre me apoiou em tudo. Desde o começo, sempre acreditaram, até quando eu vendia de porta a porta e dizia que ia ser milionária, eles acreditavam que eu ia ser” (E2).

No que se refere às dificuldades, estão por toda parte quando o assunto é empreender. Quando se é mulher esses empecilhos parecem ganhar muito mais força. A partir da análise da pesquisa, as respondentes garantem que enfrentam desafios só por serem mulheres, e isso aumenta quando elas são mães. Os principais aspectos negativos estão expostos no Quadro 3.

Quadro 3: Aspectos negativos do empreendedorismo feminino

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Preconceito por gênero 2. Conflitos trabalho <i>versus</i> família 3. Localização geográfica 4. Críticas externas |
|---|

Fonte: A autora

Indo de encontro ao apresentado por Bertolami *et al.* (2018), ao qual as mulheres precisam demandar um esforço maior para conquistar seus objetivos de trabalho, o estudo

identificou que as empreendedoras acreditam ter que se dedicar mais que seu gênero oposto. Este fato pode ser percebido na fala da entrevistada E1:

Por ser mulher, você tem que mostrar uma coisa a mais. [...] Tem que se esforçar mais para dar certo. As pessoas veem de um modo diferente, não veem como negócio, pelo fato de você ser mulher. [...] Muita gente não vê que vai dar certo, ou não dá tanta importância. [...] Por ser mulher, você tem que se destacar mais, estudar mais, se desdobrar mais para poder se encaixar no mercado (E1).

Dentre as dificuldades, a principal narrada foi a diferença de gênero: “Tenho dificuldades (por ser mulher) com fornecedores, e com clientes também” (E4). Conforme Porto (2002), as mulheres ainda sofrem resistência de gênero em diversos âmbitos profissionais. A dupla, muitas vezes tripla, jornada de trabalho também é considerada fator negativo: “Você tem que ser mãe ao mesmo tempo, dona de casa ao mesmo tempo, esposa ao mesmo tempo. [...] Tem que se virar em dez” (E3).

Neste contexto, McGowan *et al.* (*apud* SILVA, 2020, p. 16-17) afirmam que há grande descontentamento por parte das mulheres empreendedoras na tentativa de equilíbrio entre as demandas familiares e as do negócio em que atua. Strobino e Teixeira (2009) destacam que a família influencia diretamente na decisão das mulheres de empreender, pois estas sofrem pressões contínuas do marido e dos filhos.

Outra dificuldade relatada por uma das respondentes foi a situação local na qual está inserida: “A questão do lugar que não ajuda muito. Se fosse uma cidade mais desenvolvida a gente agregaria mais valor ao produto. [...] Eu acho que tinha que ter algum órgão que ajudasse mais aos empreendedores [...] para tirar dúvidas, auxiliar e dar assistência” (E3).

No que concerne à busca por sua identidade dentro de suas empresas, as respondentes garantem que, durante o processo de criação de seu negócio, buscaram se manter firmes e confiantes: “Perder o medo de se ariscar. [...] A questão de falar, aparecer [...] eu fui perdendo o medo. Fui aprendendo e também aceitar que vem elogios, mais também vem críticas” (E4). Sem perder a coragem nem o ânimo, apesar de todas as adversidades encontradas durante o percurso: “[...] acredito que coragem é o principal. Eu sou uma pessoa muito positiva hoje em dia. Gosto de ajudar as mulheres para que elas não tenham medo, não escutem pessoas negativas e busquem seus sonhos. Acho que o empreendedorismo me modificou muito nesse sentido” (E2).

O fato de haver muitas críticas, julgamentos e a falta de apoio por parte de pessoas do mesmo ramo, acirrando a concorrência e estabelecendo rivalidade e intrigas, também são aspectos considerados negativos. “As pessoas não viam como negócio, é só um bolinho” (E3).

Em contrapartida, elas afirmam que usaram esses pontos negativos como aprendizado e criaram, a partir deles, uma espécie de proteção.

A coragem de enfrentar os desafios e de superar o medo, segundo as entrevistadas, é refletida na empresa, de modo que procuram manter um clima de otimismo, perseverança e bravura, ao passo que mantêm a alegria em constante presença. Esses dados vão de encontro ao estudo de Vieira *et al.* (2020), no qual afirmam que as mulheres têm mais otimismo que seu gênero oposto. Diante do exposto, considerando o aspecto social como parte integrante do processo de empreender feminino, verificou-se que, dentre as participantes desse estudo, existem diferentes aspectos positivos e negativos de influência empreendedora advindas do ambiente externo

O empreendedorismo, como já exposto anteriormente, pode surgir por intermédio de diferentes contextos e em sociedades distintas. A busca por relacionamentos sociais dentro do contexto do empreendedorismo pode ser relevante para a carreira de quem deseja se estabelecer e conquistar espaço nos negócios. Buscar relacionamentos de parcerias gera troca de informações e conhecimentos imensuráveis. É importante que o empreendedor mantenha laços sociais e que gerem troca de conhecimentos e práticas capazes de tornar o trabalho melhor.

Com os dados obtidos na pesquisa, verifica-se que, apesar das divergências entre os perfis das empreendedoras, assim como de seus empreendimentos, estas possuem diversas características em comum. Dentre os principais motivos que alicerçam o empreendedorismo feminino, destacam-se a necessidade de ganhar dinheiro para se sustentar e ajudar nas despesas de casa e o desejo de conquistar independência financeira e sucesso. Dessa forma, o estudo revela-se interligado aos resultados obtidos por Machado, Gazola e Anez (2013). O conjunto de aspectos que motivam as mulheres a montarem seus próprios negócios, são diversificados. Através da coragem de correr riscos, as empreendedoras buscam sua realização pessoal e profissional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa objetivou analisar os aspectos sociais das mulheres empreendedoras da cidade de São José do Belmonte-PE, considerando as principais características dessas empreendedoras, dificuldades enfrentadas e as motivações. Ademais, conclui-se que as mulheres empreendedoras de São José do Belmonte enfrentam diversos embates em seu

contexto sociocultural, entretanto, percebe-se que a determinação é característica comum a todas, que enfrentam seus desafios de cabeça erguida.

É pertinente destacar na fala das entrevistadas que o preconceito por gênero ainda acomete as mulheres empreendedoras. Neste sentido, destaca-se a importância da construção de uma sociedade igualitária, que trate homens e mulheres da mesma maneira, e dê a estas o devido reconhecimento. Foi possível perceber, por meio da análise, que as mulheres ainda enfrentam diversas dificuldades de gênero neste meio e que, apesar das diferentes características das entrevistadas (com ênfase no estado civil e ramo de negócio), estas possuem uma qualidade comum determinante para o sucesso de seu negócio: a capacidade de sobressair frente aos desafios.

Este estudo retrata não só a importância de aspectos determinantes para a abertura do empreendimento, mas as questões socioeconômicas que levam as mulheres ao mundo dos negócios. Dentre estes aspectos, foi percebido que as dificuldades foram mais evidenciadas, deixando os benefícios em segundo plano. Este resultado diz muito sobre o empreendedorismo feminino no Brasil, que ainda enfrenta o preconceito e os conflitos trabalho-família. Assim, esta pesquisa corrobora as discussões de Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) no que tange ao cenário de obstáculos vivenciados pelas mulheres empreendedoras.

Destaca-se que o principal aspecto para abertura de negócios neste estudo foi a necessidade, que ainda condiciona muitos empreendedores no Brasil que se encontram desempregados e sem renda (VALE; CORRÊA; REIS, 2014). Cabe destacar que as dificuldades intrínsecas ao gênero feminino ainda assolam comumente as mulheres empreendedoras. As dificuldades de socialização com o gênero oposto, pelo receio do machismo, demonstram que as mulheres ainda estão distantes do reconhecimento e respeito merecido no mundo dos negócios.

As situações de conflitos trabalho-família também refletem neste cenário. É raro ouvir de um empresário que ele precisa se virar “em dez” (E3). Geralmente, esses discursos emergem sempre do gênero feminino, evidenciando que se trata de desigualdade de gênero. Neste íterim, entende-se que este estudo contribui para a conscientização da sociedade, de modo geral, no que concerne à luta feminina por igualdade. Como também contribui para as entrevistadas serem ouvidas e compreendidas, que externaram seus anseios e dificuldades, explicitando que seu processo de socialização se contrapõe ao do gênero oposto, no que tange às barreiras enfrentadas. Esta pesquisa também explorou a resiliência feminina, que mesmo frente aos desafios, desenvolve habilidades de se sobressair.

Como limitações da pesquisa, destacam-se o número restrito de entrevistas e as dificuldades incorridas pela pandemia, que impossibilitaram a sua realização de forma presencial, como também um estudo mais aprofundado sobre o tema, uma vez que este se restringiu a contatos virtuais e pesquisas online, não sendo possível o acesso a bibliotecas, bem como a visita aos empreendimentos pesquisados.

Espera-se que este estudo estimule pesquisas sobre temas como empoderamento feminino, conflitos na relação trabalho-família, a capacidade de resiliência das mulheres empreendedoras e seu perfil. Esta pesquisa contribui para estudos relacionados a todas estas áreas, com enfoque no contexto social das pesquisadas. Embora o contexto econômico mereça ser levado em consideração, este não foi abordado neste artigo, podendo ser objeto de potenciais pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, L. C.; SOUSA E. S.; FONTENELE, R. E. S.; LIMA, T. C. B. "O que fazer quando as grades se abrem?" Motivações empreendedoras e crenças individuais de egressos de penitenciárias. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 10, n. 2, 2021.
- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.
- AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.
- BARBOSA, L. O.; COSTA, T. V. B. **Perfil Empreendedor**: Um estudo sobre as características do perfil empreendedor. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) Universidade Federal Fluminense. Volta Redonda, p. 48, 2015.
- BARROS, A. M. **Curso de Direito do Trabalho**. São Paulo: GEN, 2010.
- BERTOLAMI, M. *et al.* Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 3, 2018.
- CEBOLA, M.; PROENÇA, S. Motivações para empreender. In: PARREIRA P, ALVES L, MÓNICO L, SAMPAIO JH, PAIVA T. (Eds.). **Competências empreendedoras no ensino superior politécnico**: motivos, influências, serviços de apoio e educação. Guarda: Instituto Politécnico da Guarda, 2018.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 30 ed. São Paulo: Cultura, 2006.
- DORNELAS, J. de A. **Empreendedorismo**: Transformando Idéias em Negócios, Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- FERREIRA, A. M. A. Discriminação da mulher no mercado de trabalho. **Jus Navigandi**, v. 18, n. 3551, 22 mar. 2013. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/24024/discriminacao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho>>. Acessado em: 08 jul. 2021.
- FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 4, 2013.

- FRANCO, M. M. S. Empreendedorismo feminino: Características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. **Anais do VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)**, Goiânia, GO, 2014. Disponível em: <<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/333.pdf>> Acesso em: 17 de Jun. de 2022.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002
- JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo [online]**, v. 10, n. 3 [Acessado 9 Julho 2021], pp. 373-382, 2005.
- MACHADO, H. P. V.; GAZOLA, S.; ANEZ, M. E. M. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 5, 2013.
- MACHADO, H. V. *et al.* O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2, 2003.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MCCLELLAND, D. C.; BURHAM, D. H. O poder é o grande motivador. In: VROOM, V.H. (Org.). **Gestão de pessoas, não de pessoal**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- MEDEIROS, P. R. **10 Características para o empreendedor focar em seu negócio**. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/10-caracteristicas-para-o-empresendedor-focar-em-seu-negocio-digital>. Acessado em 26 Junho 2021.
- NATIVIDADE, D. R. da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, 2009.
- NOGUEIRA, M. **A feminização no mundo do trabalho: entre a emancipação e a precarização**. O Averso do Trabalho. 2.ed. São Paulo: Expresso Popular, 2010.
- PAIXAO, M. V.; NOGUEIRA, Eloy ES. Aprendizagem e sentido: atividade de panificação de mulheres assentadas. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 20, n. 2, 2019.
- PEÑALOZA, V.; DIÓGENES, C. G. E SOUSA, S. J. A. Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. **RAM. Revista de Administração Mackenzie [online]**, v. 9, n. 8 [Acessado 9 Julho 2021], pp. 151-167, 2008.
- SILVA, Mariana Alves. **Mulheres empreendedoras: uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados por empreendedoras em Belo Horizonte-MG**. Monografia - Especialização em Gestão Estratégica. FACE-UFMG, 2020.
- SOUZA, E. M. de; CORVINO, M. de M. F.; LOPES, B. C. Uma análise dos estudos sobre o feminino e as mulheres na área de administração: a produção científica brasileira entre 2000 a 2010. **Organizações & Sociedade**, v. 20, n. 67, 2013.
- STROBINO, M. R. de C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, 2014.
- TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F.; TEIXEIRA, R. M. Planejamento estratégico e gestão feminina em pequenas empresas: o caso das escolas particulares em Curitiba-Paraná. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 39, 2006.
- TAVARES, W.; NETO, B. de S.. O perfil do jovem empreendedor no município de São João Del Rei (MG): aspectos demográficos, socioeconômicos e motivacionais. **XIII SIMPEP** - Bauru, SP, Brasil, 2006.
- VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F.; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, 2011.
- VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 311-327, 2014.

VALENCIANO SENTANIN, L. H.; BARBOZA, R. J. Conceitos de Empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, v. 5, n. 9, Dezembro de 2005.
VIEIRA, K. M.; VALCANOVER, V. M.; POTRICH, A. C.; CAVALHEIRO, E. A. Minha empresa e eu: traços de personalidade do empreendedor e escolha da estrutura de capital. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, 21(6), 2020.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Fale como se deu o estabelecimento de relacionamentos sociais (processo de socialização) como suporte para a atividade empreendedora;
2. Como surgiu o interesse em realizar seu próprio negócio?
3. Fale sobre a construção de identidade enquanto mulher empreendedora;
4. Quais as principais barreiras e dificuldades na atividade empreendedora?