

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO REALIZADO NA CÂMARA DA MULHER EMPREENDEDORA DE VIÇOSA-MG

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY CONDUCTED AT THE CHAMBER OF WOMEN ENTREPRENEUR OF VIÇOSA-MG

Juliana Cunha da Silva Castro*
Andreza de Freitas Braz**
Daiane Miranda de Freitas***

RESUMO

O empoderamento feminino tem sido um assunto muito discutido devido a sua representação no mercado de trabalho, exercendo um papel fundamental para o desenvolvimento da economia, gerando emprego e renda para a população. Este estudo buscou descrever a trajetória da mulher empreendedora, fazendo uma análise de sua evolução no mercado de trabalho até os dias atuais. Para tanto, foi feito um estudo de um caso, por meio de uma pesquisa de campo, fazendo uso de métodos qualitativos e tendo como objeto da pesquisa a Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa - MG. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com dez associadas sendo, em seguida, feita a análise de conteúdo. Verificou-se que, embora as empreendedoras se sintam ainda vítimas de preconceitos e dificuldades no dia a dia e enfrentem mais desafios que os homens para abrir e manter seu próprio negócio, a construção de alianças através da organização em estudo tem trazido muitos resultados positivos para seus empreendimentos, como a divulgação dos seus negócios, criação de parcerias e networking.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Preconceitos. Desafios. Empoderamento feminino.

ABSTRACT

Female empowerment has been a subject much discussed due to its representation in the labor market, playing a crucial role for the development of the economy, promoting employment and income for the population. This study aimed to describe women entrepreneur trajectory, analyzing their evolution in the labor market up to the present day. In order to do develop it, a case study was carried out, through field research, using qualitative methods, and having the Chamber of Women Entrepreneur of Viçosa - MG as object of the research. For data collection, semi structured interviews were conducted with ten associates, then the content analysis was done. It was found that, although women entrepreneurs feel victims of daily prejudices and difficulties and face more challenges than men to open and to maintain their own business, the building of alliances through this organization has brought many positive results for its enterprises, such as the spreading of their business, the creation of partnerships and networking.

Keywords: Entrepreneurship. Prejudice. Challenges. Female empowerment.

* Faculdade de Ciências e Tecnologia de Viçosa, UNIVIÇOSA. jucsilva.castro@gmail.com

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sudeste de Minas Gerais. andreza@cooperuni.com.br

*** Faculdade de Ciências e Tecnologia de Viçosa, UNIVIÇOSA. daianedefreitas@gmail.com

Introdução

Existe um crescente interesse em estudar temas voltados ao empreendedorismo, visto que esse fenômeno é considerado imprescindível para o progresso econômico e social, já que promove geração de renda e emprego para o país (FARAH, 2008).

Dornelas (2016, p. 10) identifica o momento atual como sendo “a era do empreendedorismo” e concebe os empreendedores como geradores de riqueza para a sociedade, sendo eles aqueles que, no seu entender, eliminam barreiras comerciais e culturais, reduzem distâncias, e ainda renovam e criam novos paradigmas, conceitos econômicos, relações de trabalho e empregos. Dentre os empreendedores, vem se destacando um fenômeno que antes era tímido no mercado: as mulheres empreendedoras. Nos últimos quatorze anos, o número de empresárias subiu 34%, segundo o Sebrae. Em 2014, o país tinha 7,9 milhões de empresárias. Esse número demonstra a emancipação feminina e o papel das mulheres no desenvolvimento da economia brasileira.

O que se percebe nos últimos tempos é o empoderamento feminino, em que as mulheres, antes submissas e vistas como o sexo frágil, tornam-se referência em superação, e integram-se ao mercado empreendedor. Ainda que enfrentem muitos obstáculos e dificuldades, elas se mostram persistentes e corajosas para a busca da valorização e realização profissional. Em meio à crise econômica, o empreendedorismo possui papel fundamental para o crescimento econômico. Diante disso, as mulheres têm ocupado um espaço importante no mercado de trabalho, estimulando o desenvolvimento da economia através da ação empreendedora.

Segundo Nogueira (2010), as mulheres, ao longo do tempo, vêm assumindo um papel importante no mercado de trabalho, e apesar das dificuldades e preconceitos, elas têm alcançado seu espaço, conquistado a igualdade e confirmado ter capacidade para gerenciamento e liderança tanto quanto os homens.

O marco de entrada da mulher no mercado de trabalho se deu, segundo Carrijo e Ferreira (2017), na década de 70, época do surgimento das indústrias, e marcada, contudo, pela utilização da mulher como fonte de exploração, por péssimas condições de trabalho e por baixos salários. É possível notar, portanto, agora, uma quebra de paradigma. As mulheres deixaram de ser simples donas de casa e passaram a ocupar cargos que até então eram destinados somente a homens, como a gerência e cargos na política, alcançando, até mesmo, o cargo da presidência da república. Daine e Dalva (2013) observam a ocorrência de uma grande evolução no perfil da mulher no mercado de trabalho do final de década

de 60 até os dias atuais. Hoje, suas funções são múltiplas, sendo possível notar sua presença em variados setores do mercado.

Todas essas mudanças representam uma grande evolução, mas é fato que a desigualdade não acabou. Ainda no século XXI, é possível presenciar diversas situações em que a mulher recebe tratamento inferior ao que os homens recebem. A discriminação de sexo ocorre em vários setores, mas, principalmente, no mercado de trabalho, onde elas recebem salários mais baixos do que os homens recebem, ainda que exerçam os mesmos cargos. Além disso, os cargos de liderança são, em sua maioria, ocupados por homens. Como relatam Teixeira e Bomfim (2016), uma das dificuldades encontradas pela mulher está na posição sócio cultural que ela assume na sociedade, que reafirma o fato de que algumas profissões são restritamente adequadas ao sexo masculino.

No entanto, embora o quadro de desigualdades ainda persista, há evidências atualmente de que a mulher tem quebrado paradigmas no mercado de trabalho, deixando para trás o estigma de ser um sexo frágil, incapaz ou inferior.

Diante dessas perspectivas, este estudo revela-se importante por dar força ao movimento feminino, já que é notório o fato de que a mulher vem assumindo um papel fundamental na sociedade, exercendo influência na economia, como donas do seu próprio negócio, gerando emprego e renda e auxiliando, com isso, o crescimento do mercado. Amorim e Batista (2011, p. 7) corroboram essa ideia quando afirmam que “a importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros.”

Em face, portanto, do crescimento significativo da taxa de empreendedorismo feminino no Brasil, este estudo buscou identificar o perfil sócio demográfico e os desafios enfrentados pelas empreendedoras da cidade de Viçosa -MG, especificamente das que são integrantes da Câmara da Mulher Empreendedora, bem como enfatizar a importância de iniciativas como as da Câmara da Mulher, que visam oferecer apoio, incentivo e representatividade ao público feminino regional.

1 Revisão Teórica

1.1 A evolução e os desafios da mulher no mercado de trabalho

Ao longo de toda a história, as mulheres sempre tiveram de lutar para conquistar seu espaço e isso contribuiu para a sua inserção no mercado de trabalho.

Segundo Fujisawa (2006), foi com a primeira guerra mundial que as mulheres começaram a ser incorporadas ao mercado de trabalho industrial, substituindo aos homens. Fujisawa (2006, p. 30) explica que:

Elas assumiram a casa e os trabalhos na agricultura ou indústria [...] a partir de 1939 com a segunda guerra mundial, a situação voltou a se repetir. As mulheres assumiram os cargos dos homens, porém, dessa vez, continuaram atuantes após o final do conflito bélico. Dois terços das mulheres em idade de trabalhar dedicavam-se ao lar, e o restante realizava dupla jornada de trabalho.

Duby e Perrot (1991) afirmam que, no século XIX, o trabalho feminino era descrito como uma mão de obra barata e somente servia para certos tipos de trabalho. O trabalho para o qual costumavam ser contratadas era definido como “trabalho de mulher”, adequado às suas capacidades físicas, e isso produziu uma divisão sexual no mercado de trabalho, concentrando as mulheres em alguns empregos, e não em outros e estabelecendo os seus salários abaixo do nível básico de subsistência. O comércio de vestuário era o que mais empregava as mulheres, que trabalhavam em ritmo e horários intensos, e recebiam salários baixos.

Na década de 1890, foi criada uma categoria de trabalho especial para as mulheres trabalhadoras, as *dames employées*, isto é, mulheres contratadas para trabalhar em escritórios, com salário fixo e sem oportunidades de promoção, pois as possibilidades de promoção só seriam oferecidas aos homens, a quem atribuía-se os cargos de supervisão e chefia (DUBY; PERROT, 1991).

Em face das barreiras impostas pelo mercado de trabalho, as mulheres têm buscado cada vez mais investir em educação para contornar o problema da discriminação do gênero. Segundo dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro, em estudo realizado em 2017, referente ao período de 2016, 27,7% dos homens e 33,9% das mulheres acima de 25 anos possuem ensino superior completo. Ainda segundo essa mesma pesquisa, o percentual de mulheres que frequentam o ensino médio é de 73,5%, contra 63,2% referente à porcentagem de homens. Com a elevação dos níveis de escolaridade, as mulheres aumentaram as suas chances de entrar no mercado de trabalho, e passaram a buscar melhores salários e cargos de chefia nas organizações onde trabalham (CARDOSO, 1980; IBGE, 2017).

Contudo, apesar de terem ganhado espaço e adquirido mais instrução, os salários que recebem não acompanharam este crescimento. De acordo com Cardoso (1980, p. 39), “no Brasil, juridicamente, à mulher são garantidos idênticos direitos salariais no trabalho.

No entanto, a lei não é cumprida, na prática”. Por tanto, mesmo tendo níveis de escolaridade mais altos, como já apontado, as mulheres continuam sendo desvalorizadas no ambiente de trabalho, recebendo ainda salários menores do que os dos homens, passando também por dificuldades de ascensão e de reconhecimento nas organizações.

Uma das grandes questões que a mulher enfrenta no cotidiano - a qual costuma também ser uma consequência de sua desvalorização no mercado de trabalho e, ao mesmo tempo, uma qualidade do gênero - é a dos múltiplos papéis que costuma desempenhar. SINA (2005, p. 129-130) explica esse fato quando afirma que:

Diante de um quadro tão amplo, ninguém negara que, ao conquistar tantas vitórias, as mulheres ampliaram seus próprios quefazeres. Se antes bastava ser a rainha do lar, agora há que se manter um pouco desse brilho, somado aos demais papéis que representamos. [...] os quefazeres se ampliam também porque o dia a dia implica atividades saudáveis, que tomam tempo, como um pouco de ginástica. E a vida corporativa requer atualização constante, o que implica tempo para o estudo, seja individual e voluntário, seja ortodoxo, na forma de cursos de pós-graduação e aperfeiçoamento.

Muitas empresas veem a multiplicidade de papéis como um fator negativo, que impede as mulheres de exercerem inteiramente o seu trabalho. Várias mulheres renunciaram seus projetos de vida (casamentos, laços afetivos), outras adiaram ou retardaram o sonho da maternidade pelas carreiras, por serem estas questões apontadas por algumas empresas como empecilhos para a ascensão profissional. Já outras organizações apontam a capacidade feminina de desempenhar diversos papéis ao mesmo tempo como uma característica que traz benefícios à gestão (SINA, 2005).

O perfil das mulheres, atualmente, é, portanto, muito diferente daquele imposto no século XIX, posto que, além de desempenharem seus papéis tradicionais, elas ocupam espaços também no meio corporativo, o que, por vezes, faz com que se sintam sobrecarregadas. Apesar disso, elas se mostram dedicadas e persistentes. Fora, portanto, através de muito empenho e de lutas para a conquista de seus direitos que a mulher conseguiu seu ingresso e alguns avanços no mercado de trabalho.

1.2 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo no Brasil tem sido crescente, já que, em face do declínio da oferta de empregos no país, muitas pessoas desempregadas começaram a criar novos

negócios como alternativa, ou ainda pela oportunidade ou pelo sonho da conquista do próprio negócio (BARBOSA; SANTOS, 2008).

Mas, afinal, o que é empreendedorismo? O termo “empreendedorismo” tem origem francesa e que dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Para Chiavenato (2008, p. 1), um empreendedor “[...] não é somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios. Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias”. Já para Dornelas (2015, p. 29), o termo “pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. A perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. O mesmo autor ainda reforça a importância destes pequenos negócios que se iniciam como micro e pequenas empresas para o desenvolvimento da economia do país, representando 98% das empresas no país, 21% do produto interno bruto (PIB), 52% do total de empregos com carteira assinada, e 29,4% das compras governamentais.

A importância do empreendedorismo, portanto, está ligada ao crescimento econômico, cujos resultados podem ser vistos através da inovação, do desenvolvimento tecnológico e na geração de emprego e renda, como nos remete Dornelas (2016).

Também Dolabela (2008) reconhece o importante papel do empreendedorismo ao concebê-lo como o “motor da economia”, capaz de provocar mudanças e de auxiliar na questão do desemprego. Para Timmons (apud DOLABELA, 2008), o empreendedorismo representa, no século XXI, ainda mais do que a revolução industrial representou para o século XX.

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a ter maior representatividade a partir década de noventa, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e o Serviço para Exportação de Software (Softex) foram criados. Antes disso, praticamente não se falava de empreendedorismo no Brasil, ao passo que, hoje, ele é considerado um fenômeno global, em que diversas instituições têm investido, sendo pesquisado e incentivado (DORNELAS, 2016).

O grupo de empreendedores do Brasil, que tem crescido constantemente, apresenta, segundo Mossato (2004), um traço marcante e característico, referente à falta de formação dos mesmos. Mossato (2004, p. 2) esclarece a esse respeito que:

O perfil dos empreendedores brasileiros revela que em sua maioria as pessoas nunca estiveram ligadas ao ensino formal da administração e

viram na abertura de uma empresa a única saída para sobreviver ao desemprego ou à falta de perspectivas em relação a uma carreira promissora dentro de grandes organizações.

Tal qual o empreendedorismo no Brasil, a participação feminina neste campo, antes concebido como reduto masculino, tem sido crescente. Os negócios empreendidos por mulheres estão crescendo em número, variedade, diversidade e força de faturamento, já que o talento feminino tem conquistado espaço não apenas na força de trabalho da indústria e serviços, mas também no ramo empreendedor. Essa área possui grande conexão com o universo feminino, pois requer proatividade, jogo de cintura, amplitude de visão, dedicação, perseverança, atenção aos detalhes, sensibilidade e uma capacidade extraordinária de resolver problemas. E, para as mulheres, conforme advogam Dolabela (2008) e Lages (2016), essas características vêm de fábrica.

Gomes (2006, p. 28) constata também o crescente destaque que a mulher tem alcançado como empreendedora e conecta esse fenômeno a aspectos econômicos, sociais e políticos, esclarecendo que:

As mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho na condição de empreendedoras [...] e, a cada dia, mais se quer entender este fenômeno tendo em vista sua relevância econômica, por gerar empregos para elas e outras pessoas; social, ao possibilitar o equilíbrio trabalho e família; e política, ao ampliar sua autonomia. Logo, pesquisar sobre empreendedorismo feminino será uma tendência necessária nos estudos de ciências sociais neste início de século.

O empreendedorismo feminino permeia contextos diversos, englobando desde a mulher que produz sabão para vender em seu bairro, aquela que faz salgados e bolos por encomenda, ou que possui uma lojinha de artesanato virtual e faz bordados e pinturas, até as que abrem grandes negócios e startups. As mulheres empreendedoras estão por toda a parte, e em diferentes ramos de atividade (TAMEIRÃO, 2017).

As mulheres têm alcançado grandes conquistas no empreendedorismo. Só nos Estados Unidos, há 4 milhões de empresas de pequeno porte criadas e geridas por mulheres, esse conjunto de empreendimentos gera mais empregos que as grandes corporações (SINA, 2005).

Segundo Barbosa (2008) e Jonathan (2011), os estudos sobre o empreendedorismo feminino apontam alguns motivos que levam a mulher a empreender, tais quais: desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, flexibilidade de horário, dificuldades de ascender sua carreira profissional nas empresas, sobrevivência, autonomia e uma maneira de conciliar trabalho e família.

As mulheres reconhecem no empreendedorismo uma possibilidade de conquistar sua independência, autonomia, e liberdade para ter iniciativa e desenvolver ideias. A experiência de ser empreendedora proporciona satisfação às mulheres. Além de ser algo ao qual se dedicam com paixão e empenho, também lhes possibilita consolidar um equilíbrio mais razoável entre os aspectos pessoais e profissionais da vida (VILLAS BOAS; DIEHL, 2012; JONATHAN, 2003).

No entanto, junto à decisão de criação de um negócio próprio caminham desafios diversos. Segundo dados do Endeavor Empreendedorismo (2016), tanto homens como mulheres enfrentam dificuldades para gerenciar seu negócio em áreas como gestão de pessoas, gestão financeira, burocracia (jurídico e regulação), inovação, marketing e vendas, entre outros. Diante dessas dificuldades, é necessário buscar conhecimento ou a ajuda de um profissional da área para superá-los.

Outro fator de importância para o empreendedor que deseja ser bem-sucedido é a busca por apoio de ações governamentais, como o Sebrae e financiamentos do BNDS, tendo-se em vista que as organizações estão inseridas em ambientes vulneráveis e que estão em constante mudança. Surge, assim, a necessidade de as empresas se adaptarem às novas tendências do mercado. Diante desse cenário, percebe-se que somente aquelas que tiverem as melhores estratégias é que sobreviverão.

1.3 Desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras

Apesar dos visíveis avanços em relação à conquista de espaço da mulher no ambiente empreendedor, ainda existem muitas dificuldades e desafios que impedem um crescimento ainda maior do empreendedorismo feminino. As mulheres, além de enfrentar desafios inerentes a qualquer empreendedor, ainda precisam lidar com barreiras sociais e econômicas em razão do seu gênero. De acordo com estudos da área, as empreendedoras enfrentam desafios diversos como:

- Preconceito - muitas mulheres, quando vão assumir seu negócio, ainda têm dificuldade de serem respeitadas e levadas a sério, e ainda sofrem muito pela falta de credibilidade no mercado, que julga sua capacidade de gestão, sendo-lhes sempre necessário provar sua competência (MARQUES, 2016).
- Conciliar vida pessoal e profissional - as mulheres realizam tarefas domésticas, cuidam dos filhos, administram suas empresas e ainda estudam. Conciliar empresa, família e estudos não é fácil, ainda assim, essas tarefas são assumidas e

realizadas sem que a qualidade de nenhuma delas seja afetada (MONTEIRO; SITA, 2013).

- Falta de incentivo - muitas delas sofrem com a descrença de suas próprias famílias e amigos, que não confiam no potencial do negócio que estão montando (MARQUES, 2016).
- Falta de acesso ao crédito - as linhas de crédito financeiro para as empreendedoras são menores e mais caras do que para os homens (BERNI, 2002).

Como se observa, as dificuldades são muitas e requerem a superação das mulheres. Felizmente, há muitos exemplos de empreendedoras, como o da Luísa Trajano do Magazine Luísa, o de Leila Velez e Zica Assis da Beleza Natural e o de Janete Vaz e Sandra Costa do Laboratório Sabin, que tiveram a coragem de adentrar no mercado de trabalho. Essas mulheres servem ainda de inspiração para encorajar e incentivar as novas empreendedoras a acreditarem em seu potencial e nunca desistirem de seguir adiante com o seu empreendimento, e a buscarem por mais e novos conhecimentos e desenvolvimento de ações.

1.4 Características do empreendedor

Estudiosos do empreendedorismo identificaram características comportamentais de pessoas com espírito empreendedor. O empreendedor é uma pessoa comum, porém, apresenta algumas características que o difere dos demais, e todas essas características são passivas de se adquirir com a vivência, em treinamentos, e pela busca de instrução em instituições de ensino que têm como objetivo moldar e/ou treinar tais comportamentos (FARAH, 2008).

No quadro abaixo, são apresentadas algumas características dos empreendedores e seus conceitos.

Quadro 1 - Características dos empreendedores

Capacidade de assumir riscos calculados:	É uma das características mais importantes do empreendedor de sucesso. Assumir riscos é ter a coragem de enfrentar desafios; de tentar novos empreendimentos; de buscar melhores caminhos; deve ser uma aventura planejada.
--	---

Saber aproveitar oportunidades, tendo iniciativa e força de vontade	Não basta apenas perceber as oportunidades de um negócio, é importante agir para concretizá-las. Essa característica reúne a percepção da oportunidade para o negócio e o senso prático da iniciativa e da força de vontade.
Busca de informações e conhecimento do ramo empresarial	Quanto maior for o conhecimento do ramo do negócio que se pretende explorar, maior será a probabilidade de sucesso. É importante buscar informações e participar pessoalmente de todo o processo relacionado ao negócio.
Planejamento e senso de organização	Consiste em organizar as atividades e as dividir em etapas, estipulando prazos para seu cumprimento. Com isso será possível verificar o desempenho e até mesmo revisar as metas, se necessário.
Liderança, comprometimento pessoal e otimismo	Liderança é a capacidade de definir e orientar a realização de tarefas, de combinar métodos e procedimentos práticos e de conduzir pessoas para alcançar objetivos almejados.
Persistência e espírito empreendedor	Um empresário de sucesso deve ser capaz de agir diante de um obstáculo. O empreendedor procura sempre transformar ideias em fatos, buscando fazer as coisas de modo mais rápido, barato e com melhores resultados.
Autoconfiança e independência pessoal	Expressar confiança na própria capacidade e procurar ser seu próprio patrão; buscar sua autonomia.

Fonte: Adaptado de Farah, 2008, p. 6-7

Embora sejam importantes para o empreendedor, é válido ressaltar que dificilmente será possível encontrar todas essas características em uma única pessoa.

Gomes (2006) e Villas Boas e Diehl (2012) desenvolveram estudos com o intuito de analisar características mais específicas do empreendedorismo, e observaram haver diferenças entre as habilidades de homens e mulheres. Os dois gêneros apresentam semelhanças quando estão à frente de seus empreendimentos, mas apresentam distinções na gestão. Os pesquisadores afirmam que os homens são mais propensos a assumir riscos, possuem mais objetividade, praticidade, ambição, facilidade para lidar com finanças e racionalidade. Já as mulheres têm habilidade para ouvir, com especial abertura para feedbacks, competência para manter equipes motivadas pelo incentivo, persistência, sensibilidade, são compreensivas e conciliadoras, possuem espírito de grupo, percepção, intuição e conseguem realizar várias tarefas ao mesmo tempo.

Tendo-se em vista o fato de que as características empreendedoras podem ser adquiridas, o Sebrae, com o objetivo de desenvolver ou aprimorar tais características, trouxe para o Brasil uma metodologia de ensino desenvolvida pela ONU chamada

Empretec. Seu foco foi o de proporcionar aos seus participantes vários benefícios, tais quais o aumento dos lucros da empresa, maior segurança e assertividade na tomada de decisões, a possibilidade de ampliação da visão de oportunidades, e o aumento do ciclo de vida das empresas, assim como o fortalecimento pessoal enquanto empreendedor.

Portanto, no que se refere ao desenvolvimento das características empreendedoras, ganha destaque o Empretec, tendo trazido, tanto para homens quanto para mulheres, a possibilidade de ampliarem a visão sobre suas próprias características e limitações como empreendedores, abrindo-lhes caminho para alcançarem o êxito nos negócios.

1.5 Perfil da mulher empreendedora

Devido à grande expansão do empreendedorismo feminino no Brasil, muitas pesquisas têm sido realizadas com o interesse de conhecer o perfil dessas empreendedoras.

A Rede Mulher Empreendedora realizou um estudo com cerca de 800 mulheres espalhadas pelo Brasil entre os meses de agosto e setembro de 2017 para entender o perfil das empreendedoras brasileiras. Neste estudo, constatou-se que 55% das empreendedoras têm filhos e, dentre as que são mães, 75% decidiram empreender após a maternidade.

Em geral, muitas mulheres empreendem depois da maternidade, pois o mercado de trabalho não oferece condições flexíveis para que elas possam conciliar filhos e carreira. Desse modo, muitas buscam no empreendedorismo uma alternativa, pois mesmo que trabalhem mais em seu próprio negócio, elas conseguem coordenar melhor o próprio tempo, com maior liberdade para organizar sua agenda e conciliar compromissos pessoais e profissionais (LAGES, 2016).

A pesquisa também mostrou que 79% das mulheres entrevistadas possuem ensino superior completo, a média de idade entre elas é de 39 anos, sendo que 61% delas são casadas e 44% são chefes de família. Além disso, 35% delas são MEI (microempreendedoras individuais), 30% dos negócios com 3 anos de funcionamento são informais e 64% das entrevistadas citam a falta de dinheiro como um dos principais motivos para essa situação. Isso se explica pela dificuldade que as mulheres encontram para obter acesso ao crédito. Infelizmente, esse problema é recorrente em todo o mundo, tendo, inclusive, sido já uma temática comentada no evento G20 na Alemanha, em que a

chanceler alemã Ângela Merkel anunciou medidas para facilitar o acesso ao crédito entre mulheres e diminuir a desigualdade de gênero.

De acordo com o Sebrae (2017), a área de atuação das mulheres empreendedoras se concentra em restaurantes, serviços domésticos, salões de beleza e comércio de cosméticos, atividades estas mais relacionadas ao meio feminino.

Dentre as razões apontadas para empreenderem, 66% das mulheres justificam a escolha pelo fato de poderem trabalhar com o que gostam, enquanto 34% diz que empreender é realizar um sonho, 52% opta por esse caminho para conseguir ter flexibilidade de horário e, 40%, para obter uma renda melhor. No que se refere aos locais e meios onde buscam informações para gerenciar seu negócio, 70% delas contam principalmente com as redes de empreendedorismo, 68% se informam por meio de palestras gratuitas e 31% delas vão a eventos, palestras e encontro de empreendedoras (MAMEDE, 2016).

O avanço do empreendedorismo feminino é uma enorme conquista das mulheres, mesmo que enfrentem barreiras sociais e econômica. Felizmente, hoje há grupos voltados especialmente para o empreendedorismo feminino, como a Rede Mulher Empreendedora - considerada a primeira e maior rede de apoio ao empreendedorismo feminino do Brasil, e que tem como propósito a capacitação, integração, e troca de conhecimentos entre mulheres que possuam ou busquem ter o seu próprio negócio; e a Câmara da Mulher Empreendedora, presente em todo o país, com destaque para a da cidade de Viçosa – MG, usada como referência neste estudo. Esses grupos se mostram como uma boa opção para a troca de ideias e experiências entre as empreendedoras, pois as ajudam a entender melhor a dinâmica do dia a dia do empreendedor, os desafios enfrentados e as soluções, além de proporcionar uma representatividade ao público empreendedor feminino.

2 Metodologia e Estratégias de ação

A pesquisa se caracteriza, quanto a sua natureza, como qualitativa, pois busca saber como e por que as coisas acontecem, fazendo uma análise subjetiva dos indivíduos, neste caso as associadas à Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa-MG, relatando suas experiências, buscando a interpretação dos fatos, de suas motivações e entendimentos inerentes a cada um deles. O que se pretende é descrever e analisar um determinado processo, o que leva o trabalho a caracterizar-se ainda como descritivo.

Quanto aos meios, esta pesquisa assumiu simultaneamente duas caracterizações: pesquisa de campo e estudo de caso, uma vez que se propôs pesquisar as mulheres empreendedoras da Câmara da Mulher de Viçosa-MG.

O ambiente de estudo é uma organização sem fins lucrativos, localizada em Viçosa, denominada Câmara da Mulher Empreendedora, que surgiu em abril de 2017 com o apoio da Casa do Empresário e da Federaminas Mulher, em prol da mulher de negócios de Viçosa. Seu objetivo é fomentar os empreendimentos geridos por mulheres ou mesmo aquelas que se reconhecem dentro desse perfil. A organização visa também formar parcerias, divulgar o negócio e unir forças. Todas as mulheres que dela participam estão em busca de um mesmo objetivo: mostrar seu trabalho e serem reconhecidas no mercado em que elas atuam.

Atualmente, a Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa- MG é constituída por 20 mulheres, dessas, 6 são responsáveis pela gerência, denominadas como diretoras, uma presidente, e uma vice-presidente e as outras 12 são as associadas. A amostra foi não probabilística por acessibilidade, ou seja, inclui somente aquelas que aceitaram participar da pesquisa, totalizando 10 associadas à Câmara da Mulher Empreendedora.

Para preservar suas identidades, as mulheres entrevistadas serão tratadas por E1, E2, E3, e assim por diante até E10.

Apesar de estar há pouco tempo no mercado, a Câmara da Mulher Empreendedora vem crescendo muito, conquistando apoio, construindo uma rede de networking e buscando compartilhar experiências, tendo em vista a importância de se criar essa rede de relacionamentos para o crescimento dos negócios.

Buscou-se conhecer os aspectos relacionados à prática e à rotina de trabalho que envolvesse o tema do empreendedorismo feminino. Para tanto, utilizou-se como técnica de coleta de dados a entrevista no modelo semiestruturado.

A entrevista semiestruturada foi constituída de 14 perguntas a respeito do perfil sócio demográfico e empreendedor, bem como sobre os desafios enfrentados por elas no seu dia a dia. Utilizou-se como critério a subdivisão da entrevista em seis categorias: A primeira buscou descobrir o perfil das empreendedoras, sua idade, formação, entre outros aspectos. A segunda teve como propósito o negócio como área de atuação, tempo de existência da empresa, número de funcionários. Na terceira categoria, buscou-se identificar o planejamento e os motivos para empreender. Na quarta categoria, o foco esteve nas questões de gerenciamento do negócio e nas características empreendedoras. Na quinta, buscou-se informações de aspecto pessoal, como a conciliação da vida

profissional e pessoal, preconceitos e os desafios de empreender. Finalmente, na sexta categoria, objetivou-se identificar a importância de ser integrante da Câmara da Mulher Empreendedora.

É importante ressaltar que foi realizado um pré-teste com umas das diretoras da Câmara e que o mesmo fora importante, sobretudo, porque nos permitiu identificar as falhas e propor algumas melhorias, fazendo alterações identificadas como necessárias, quais sejam: erros de ortografia, clareza na linguagem, possibilitando tornar a entrevista clara e objetiva, e buscando facilitar o entendimento das entrevistadas ao responderem as perguntas.

Além disso, as entrevistadas concederam o direito de que as entrevistas fossem gravadas, utilizando como aparelho gravador o celular, o que possibilitou uma descrição segura das informações. Cada entrevista teve uma duração aproximada de 20 minutos. O próximo passo foi transcrevê-las. As entrevistas foram iniciadas no dia 27 de janeiro de 2018 e ocorreram até o dia 12 de abril de 2018.

Foi utilizado como estratégia de verificação e análise das entrevistas a análise de conteúdo, método este que permite descrever e interpretar os dados na visão crítica do pesquisador com base nas categorias previamente definidas. Após os relatos das entrevistadas, fez uma análise, buscando apurar as diferenças e semelhanças entre os casos analisados.

Os resultados obtidos através das entrevistas complementaram a pesquisa bibliográfica acerca do assunto, permitindo fazer uma ligação entre a teoria e prática, visando atingir o objetivo inicial de identificar o perfil sociodemográfico empreendedor e os desafios enfrentados pelas mulheres.

3 Resultados

Como relatado na metodologia, os resultados obtidos por meio das entrevistas foram subdivididos por categorias, buscando facilitar a sua compreensão, e serão apresentados e discutidos nesta seção.

3.1 Primeira categoria: o perfil das empreendedoras

Buscou-se, por meio da primeira categoria que agora apresentaremos, conhecer o perfil das empreendedoras. Assim, coletamos informações referentes à idade, estado civil, quantidade de filhos e grau de escolaridade.

Quadro 2: Perfil das mulheres empreendedoras

Variáveis	Faixa ou tipo	f*	%*
Faixa etária	18 a 30 anos	2	20
	31 a 40 anos	8	80
Estado civil	Casada	6	60
	Solteira	2	20
	União estável	2	20
Filhos	Sim	5	50
	Não	5	50
Escolaridade	2° Grau	2	20
	Pós-graduação	5	50
	Mestrado	2	20
	Doutorado	1	10

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

*Legenda: f = Frequência Absoluta; % = Frequência Relativa.

No que tange ao nível educacional das empreendedoras, constatou-se que 50% das participantes possuem pós-graduação, 20% possuem mestrado e, 10%, doutorado, e somente 20% cursou apenas o 2° Grau. Isso confirma a alta escolaridade que as mulheres empreendedoras costumam possuir. A entrevistada 3 ilustra, por meio de sua fala, o fato de que as mulheres têm buscado, mais do que os homens, conhecimento e aperfeiçoamento por meio dos estudos: “O maior diferencial das mulheres em relação aos homens hoje é a busca constante por conhecimento, elas não ficam na zona de conforto, investem mais em si mesmas, correm atrás, se atualizam. Já os homens estão muito acomodados”.

A afirmação da entrevistada 3 confirma o que Cardoso (1980) nos diz sobre a busca constante por capacitação e conhecimentos por parte das mulheres, a fim de aumentar suas chances no mercado de trabalho e de ficarem atualizadas.

De modo geral, conclui-se que as participantes viçosenses são, em sua maioria, de meia-idade, estão casadas, sendo que, metade delas possuem filhos e a outra metade ainda não os têm. Elas possuem, também, nível superior, com pós-graduação.

3.2 Segunda categoria: o negócio das empreendedoras

Na segunda categoria, buscou-se conhecer o tipo de negócio das participantes. Para isso, coletamos informações acerca da área de atuação, tempo de existência da empresa, e número de funcionários que possuem.

A natureza dos empreendimentos das entrevistadas são restaurante, consultório de acupuntura e homeopatia, consultoria de treinamento profissional, consultoria na área de recursos humanos, salão de beleza, laboratório de análises clínicas, loja de roupas, franquia de estética e produção musical. Esses dados confirmam aqueles advindos das pesquisas realizadas pelo órgão Sebrae, que nos revelam que as mulheres empreendedoras frequentemente se dedicam a áreas relacionadas ao meio feminino.

O tempo de existência das empresas das entrevistadas varia de 1,5 a 12 anos e 100% delas são formalizadas. Observa-se que a maioria delas possuem empreendimentos sólidos com mais de 1 ano no mercado, sendo que todos eles são formalizados, um aspecto bastante relevante, visto que existe um número elevado de negócios informais no país. Apenas 50% das participantes possuem funcionários, já que o restante considera elevados os encargos trabalhistas, os quais dificultam a possibilidade de contratações.

3.3 Terceira categoria – razões e planejamento do negócio

Na terceira categoria, buscou-se identificar os motivos que levaram as participantes a empreender e se houve algum tipo de planejamento antes de abrirem o negócio.

Quadro 3: Motivos para empreender.

Motivos para empreender	
Autonomia	E2, E3, E4, E5, E10
Flexibilidade de horário	E2, E4, E5, E10

Realização pessoal	E1, E2, E3, E5, E6, E7, E8, E10
Aumento da renda familiar	E4, E5
Oportunidade	E1, E9

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

São muitos os fatores que levam alguém a abrir seu próprio negócio, cada empreendedora apontou motivos vários, dentre eles: autonomia, flexibilidade de horário, aumento da renda familiar e oportunidade. O destaque, no entanto, foi para o fator realização pessoal, apontado como o maior impulsionador para empreender neste estudo. O empreendedorismo tem trazido muitos benefícios para a vida dessas mulheres, assim como nos afirma a entrevistada 2: “Eu amo a flexibilidade que meu negócio me proporciona. Eu consigo me engajar em vários movimentos além do meu negócio, encaixar minhas atividades do dia a dia, eu gosto da liberdade, da autonomia que eu tenho”.

Já a entrevistada 3 enfatiza que:

Eu amo o que eu faço, sou apaixonada pelo meu negócio. O meu negócio é minha vida, o meu trabalho é pessoal e profissional, eu me realizo, então é pessoal e é profissional porque através dele eu consigo ampliar minha rede de relações e ao mesmo tempo ter um retorno financeiro que espero, e, claro, a autonomia que eu sempre quis, pois valorizo muito a liberdade, quando você tem seu próprio negócio você tem liberdade de fazer o que quer.

As afirmações das entrevistadas 2 e 3 se faz presente nas teorias dos autores Villas Boas e Diehl (2012) e Jonathan (2003), as quais sugerem que o empreendedorismo proporciona às mulheres satisfação, liberdade, autonomia, possibilidade de conciliar aspectos pessoais e profissionais, sendo, assim, um trabalho ao qual se dedicam com muita paixão e empenho.

Os motivos que as levaram a empreender coincidem com as diversas razões citadas por Barbosa (2008) e Jonathan (2011), que mencionam motivos como o desejo de realização e independência, percepção de oportunidade, flexibilidade de horário, sobrevivência, autonomia e a possibilidade de conciliar trabalho e família.

Todas as entrevistadas possuem mais de um ano de negócio, mas nem todas fizeram um planejamento antes do início do empreendimento, somente 40% realizou o planejamento, já 60% alegou não o ter feito. Algumas justificaram o não planejamento, como a entrevistada 1: “Foi sem planejamento, pois foi uma necessidade, eu precisava

estar mais presente na vida do meu filho e então resolvi de última hora abrir meu próprio negócio”.

Já a entrevistada 3 afirma que fez o planejamento e explica como o fez.

Foi um ano de planejamento, fiz um estudo sobre minha área [...] busquei saber sobre o MEI, elaboração do meu cartão de visita, como deveria montar meu portfólio de serviços para apresentar as empresas. Fiz todo um estudo, pesquisei, investiguei, para poder chegar o mais próximo do ideal do meu negócio.

Segundo o Sebrae o maior motivo de mortalidade das pequenas empresas é a falta de planejamento. É necessário elaborar um plano de negócios antes de iniciar um empreendimento para diminuir sua taxa de risco, pois, assim, o empreendedor consegue ver as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças que o envolvem e tomar decisões mais assertivas.

3.4 Quarta categoria - gestão e características empreendedoras

A quarta categoria abordou as dificuldades das entrevistadas em relação ao gerenciamento do seu negócio e as características empreendedoras que reconhecem ter.

Quando perguntadas se possuem ou se tiveram dificuldades para gerenciar o negócio, 90% alegou ter enfrentado dificuldades, e apenas 10% afirmou não ter ou ter tido nenhuma. As dificuldades relatadas referem-se à área de marketing (30%), do financeiro (40%) e de gestão de pessoas e inovação (20%). A seguir, trazemos alguns relatos que confirmam esse aspecto: “Eu tinha um pouco de dificuldade na parte financeira, fluxo de caixa, balanço. Nisso eu tive que buscar conhecimentos nesta área” (E4, 2018). “Eu sou formada em Educação Física, mas busco isso hoje, compro livros, participo de palestras, reuniões, cursos, então estou correndo atrás por necessidade, porque agora tenho que administrar pessoas, e eu busco, não tenho preguiça” (E7, 2018). “Eu sinto por não ter feito cursos, buscado conhecimentos. [...] E eu vejo que faz muita falta agregar estes conhecimentos ao meu negócio. Tenho muito interesse em fazer graduação, cursos, só não estou tendo tempo” (E10, 2018).

De acordo com os dados da pesquisa, as áreas apontadas como aquelas nas quais as entrevistadas possuem maiores dificuldades - marketing, financeiro, gestão de pessoas e inovação – são também as que são mencionadas no *Endeavor Empreendedorismo* (2016) como desafios na gestão tanto para homens quanto para mulheres empreendedoras. Muitas dessas empreendedoras têm graduação em áreas não

relacionadas à Administração, de modo que a maioria não tinha conhecimento sobre aspectos administrativos, ocasionando dificuldades na gestão do próprio negócio, assim como nos aponta Mossato (2004), quando afirma que o perfil empreendedor do brasileiro conta com pessoas que nunca estiveram ligadas ao ensino administrativo. Por outro lado, diante da falta de formação na área, muitas buscaram conhecimentos em cursos e palestras, a fim de melhorar seu desempenho no negócio

As entrevistadas foram também solicitadas a escolherem as características empreendedoras que consideram possuir. As opções entre as quais podiam escolher foram: capacidade de assumir riscos, aproveitar oportunidades; busca por informações no ramo empresarial; planejamento e senso de organização; liderança, comprometimento e otimismo; persistência e espírito empreendedor; autoconfiança e independência pessoal. Entre essas opções, as participantes podiam escolher todas as características que reconhecessem ter. A maioria delas optou por marcar diversas características, pois acreditam que, para lidar com os desafios da criação de um negócio, é necessário possuir e/ou desenvolver várias dessas características.

A característica capacidade de assumir riscos foi selecionada por 30% das entrevistadas. Quanto a aproveitar oportunidades, tendo iniciativa e força de vontade, 70% reconheceu possuir essa característica. Já em relação à busca por informações do ramo empresarial, 80% das participantes responderam que essa é uma busca constante para elas, já que visam se preparar para as novas necessidades que venham a surgir. Quanto à característica de planejamento e senso de organização 40% das participantes reconheceu ter esse perfil. 50% afirmou ter o perfil de liderança, comprometimento e otimismo, 70% relatou possuir persistência e espírito empreendedor. E 70% considerou ter autoconfiança e independência pessoal.

Dentre as características encontradas na literatura por Farah (2008), as que mais se destacaram nas empreendedoras foram: a autoconfiança e independência pessoal; persistência e espírito empreendedor; busca por informações no ramo empresarial; e aproveitamento de oportunidades, tendo iniciativa e força de vontade.

3.5 Quinta categoria - aspectos pessoais

Na quinta categoria, buscou-se analisar as informações relativas ao aspecto pessoal, com foco em três fatores: conciliação da vida profissional e pessoal,

possibilidade de as participantes já terem sido vítimas de preconceitos por serem mulheres e donas do próprio negócio, e desafios enfrentados pela mulher empreendedora.

Conciliar a vida pessoal e a profissional é um grande desafio para as mulheres empreendedoras, 50% delas consideram esta tarefa um pouco difícil, já que desempenhar vários papéis ao mesmo tempo as leva a terem uma rotina agitada, como relata a entrevistada 1: “É difícil, pois levo muito trabalho para casa, trabalho muito, estou num ritmo de trabalho muito intenso, nisso acabo não tendo vida social com pouco tempo para o casamento [...] e eu também estudo, o que acaba necessitando de mais esforço e tempo”.

Entretanto, há mulheres que, apesar dessas dificuldades, consideram que o gosto pelo trabalho que exercem prevalece, como nos reporta a entrevistada 4:

Eu acho que é uma loucura, mas acho que é uma loucura boa. É muita correria, eu levo e busco meus filhos na escola, na natação, no inglês, trabalho todos os dias, eu assumo o papel de mãe, esposa, dona de casa e empreendedora. Mas é algo ao qual já estou acostumada a fazer, acho que não viveria sem, já faz parte da minha rotina esta movimentação, eu gosto disso, não sei ficar parada.

Conforme abordado no referencial teórico a esse respeito, a multiplicidade de papéis é uma grande dificuldade para as mulheres que hoje precisam conciliar trabalho, família e estudos (SINA, 2005; MONTEIRO; SITA, 2013). Mas, mesmo diante desse desafio, todas essas tarefas são realizadas com qualidade e empenho por elas.

Para os outros 50% restantes, desempenhar todos esses diferentes papéis não representa um problema ou uma dificuldade, visto que os homens estão mais conscientes de que devem e precisam estar mais presentes na divisão das tarefas do lar, como relata a entrevistada 3: “É tranquilo, pois meu marido me ajuda muito nas tarefas de casa, na função de pai. Minha filha é muito prestativa. E eu tenho autonomia para manejar minha agenda e conciliar os compromissos pessoais e profissionais”.

Já a entrevistada 5 relata que não tem dificuldade para fazer a conciliação do trabalho com a maternidade e salienta a importância do empreendedorismo para as mães:

É tranquilo, para mim é uma realização [...] essa conciliação que meu negócio me proporciona foi que me fez realizar o sonho de ser mãe novamente [...] eu não aproveitei nada da fase do meu primeiro filho, pois sempre trabalhei fora, tinha pouco tempo. E eu sempre tive essa vontade de cuidar do meu filho, amamentar tranquilamente, cuidar dele quando estivesse doente. E graças ao meu negócio eu pude vivenciar estes momentos com o meu segundo filho, pude manejar minha agenda, me organizar, planejar, e conciliar esta fase dele com o meu trabalho.

A fala da participante atesta os estudos feitos por Lages (2016), que nos remete ao fato de que muitas mulheres empreendem depois da maternidade visando uma maior

flexibilidade de horário, liberdade para organizar sua agenda, a possibilidade de coordenar melhor o próprio tempo e de conciliação da carreira e filhos.

No que diz respeito a sofrerem algum tipo de preconceito por serem mulheres e donas do próprio negócio, 30% das entrevistadas reportaram já terem passado por essa experiência, como observamos nas seguintes declarações:

Sim. Eu acho que por ser mulher é mais difícil para fechar algum trabalho. Que sempre a nossa conversa é mais difícil, eu vejo que é necessário um esforço maior para as pessoas acreditarem, ter confiança no meu trabalho. Às vezes não levam tão a sério. [...] Já aconteceu de uma pessoa não contratar o meu serviço por eu ser uma mulher, disse que preferia um homem para a prestação do serviço, por considerar que possuía mais pulso firme para tal trabalho. (E2, 2018)

Sim, já sofri assédio do tipo: só te contrato se você tiver relação comigo, eu não sou este tipo de mulher não, não preciso me sujeitar a isso, aconteceu duas vezes em lugares distintos, [...] as pessoas confundem porque sou muito comunicativa, conheço todo mundo, essa situação é muito desagradável. (E8, 2018)

Sim, já teve um caso de um cliente que estava desrespeitando a minha funcionária e eu fui lá para saber o que estava acontecendo [...] ele começou a me ofender também, bater no balcão, eu percebi que ele só agiu daquela forma porque eu era mulher. (E9, 2018)

Essa realidade que as entrevistadas 2, 8 e 9 revelam é também retratada nas pesquisas de Marques (2016), que expõe o preconceito de gênero ainda existente na sociedade, que infelizmente julga a capacidade de gestão e competência das mulheres.

As demais (70%) declararam que nunca sofreram nenhum tipo de preconceito por serem mulheres empreendedoras, mas algumas informaram que, quando trabalharam como funcionárias de outras empresas, já vivenciaram situações de preconceito: “Não como empreendedora, mas como funcionária já sofri cantadas, propostas de dinheiro, de subir de cargo para sair com chefes, assédio na cara dura mesmo” (E4, 2018). “Tive preconceito não como mulher empreendedora, mas como funcionária em algumas empresas em que estive, já me senti desmerecida, desvalorizada. Meus patrões não me davam voz” (E5, 2018).

Quadro 4: Desafios enfrentados pela mulher empreendedora

Entrevistada	Desafios
E1, E10	Preconceito
E2	Preconceito e Conciliar vida pessoal e profissional

E3	Atrair clientes
E4, E6	Conciliar vida pessoal e profissional
E5	Falta de apoio da família
E7	Concorrência, crise econômica, impostos
E8	Impostos
E9	Impostos, crise econômica, falta de formação na área

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O quadro 4 expõe o fato de que os desafios existentes para as empreendedoras participantes são questões relacionadas a preconceito, conciliar vida pessoal e profissional, atrair clientes, falta de apoio da família, concorrência, crise econômica, impostos e falta de formação na área. A entrevistada 9 relata que seus maiores desafios são os impostos, falta de formação na área e a crise econômica, como é possível identificar em seu relato.

Os impostos estão muito altos, o lucro é pequeno porque os preços são tabelados, e outro é a minha qualificação em termos de estudo, por não ter formação na área administrativa, eu fiz alguns cursos mas não é o bastante, tem muita coisa que eu não tenho conhecimento [...] e a economia do país como um todo influencia no nosso negócio.

A necessidade de conciliar vida pessoal e profissional é algo que, como apontado anteriormente, afeta algumas dessas mulheres e traduz-se em um desafio a ser enfrentado enquanto empreendedoras, já que se tornam responsáveis pela realização de múltiplas tarefas, como reporta a entrevistada 4:

Eu acho que o maior desafio é conciliar a vida de casa, mãe, esposa e trabalho, tem que ter muito jogo de cintura. Porque querendo ou não dentro de casa sobra tudo para a mulher, são os filhos, é a reunião da escola, atividades extracurriculares, supermercado, sacolão, administrar minha empresa, os eventos da empresa, é tudo.

A dificuldade de conciliação da vida profissional e pessoal costuma ainda ser intensificada pela falta de apoio da família, um outro desafio que as mulheres empreendedoras enfrentam. Esse aspecto é ressaltado pela entrevistada 5, que explica ter sofrido com a descrença de sua família, que não acreditava no potencial do negócio que resolveu montar: “A falta de apoio da família, pois muitas vezes a família não acredita no

seu potencial, na sua ideia. E isso é um grande desafio, pois quando se é casada o apoio do esposo, filhos faz toda a diferença, nos impulsiona a seguir em frente”.

O preconceito de gênero também é retratado como um problema ainda enfrentado pelas entrevistadas. Muitas mulheres quando vão assumir seu negócio ainda têm dificuldade de serem respeitadas e levadas a sério, sofrendo, ainda hoje, com a falta de credibilidade no mercado. É o que nos mostra a entrevistada 1:

[...] A questão do preconceito, pois muitas vezes para a mulher se destacar conseguir visibilidade ela tem que desenvolver características masculinas. Tem que provar que é boa no que faz, enquanto o homem não precisa. Como exemplo temos a questão da mulher ao volante, pois, quando viajo entre amigos, eles brincam comigo dizendo que eu dirijo igual a um homem (ou seja, dirijo bem), eu perguntei a eles igual homem por quê? Eu dirijo igual a uma mulher, com muito orgulho! Mas para a sociedade a mulher dirige mal, faz barbeiragens, é mole. A gente tem que ficar o tempo inteiro reafirmando que somos boas no volante, no trabalho, na gestão. Culturalmente as pessoas veem que mulher só é boa dentro de casa, infelizmente.

3.6 Sexta categoria – os benefícios de ser associada à Câmara da Mulher Empreendedora

Na sexta categoria, abordamos a importância que a Câmara da Mulher Empreendedora possui para as participantes, buscando-se compreender quais seriam as vantagens de fazer parte dessa associação. O que se pode concluir a partir de seus relatos é que, apesar de terem sido múltiplos os benefícios mencionados pelas entrevistadas, muitos deles foram comuns a todas elas, como é o caso do networking, da visibilidade no mercado, oportunidade de mais representatividade, possibilidade de unir forças, trocar experiências, divulgar o negócio, e o fato de representar, para elas, um meio de aprendizado e crescimento profissional e pessoal. Essas foram as vantagens que, segundo as participantes, a Câmara proporciona para as mulheres que dela fazem parte.

A importância do networking para a construção de parcerias foi mencionada pela maioria das participantes, 80% pontuaram esse aspecto como sendo o maior benefício proporcionado pela Câmara, a união de forças entre as mulheres e a visibilidade no mercado segue abaixo com 60%, em seguida, a troca de experiências e o aprendizado, com 40%. O aumento da representatividade e o meio de divulgação do negócio também tiveram o mesmo percentual, 30%, e, por fim, foi também considerado como benefício o crescimento profissional e pessoal proporcionado pela Câmara. A seguir, serão apresentados alguns dos relatos das empreendedoras que evidenciam suas visões sobre os benefícios de fazer parte da Câmara:

Porque eu acredito que a Câmara da Mulher empreendedora é um órgão que contribui para o empoderamento feminino, dando visibilidade para aquilo que a gente faz, é uma forma de aumentar sua rede de relacionamento e principalmente formar parcerias onde você encontra o apoio mútuo. (E3, 2018)

Apreendi muito, consegui aumentar minhas vendas, me tornei uma profissional mais respeitada, mais conhecida, construí networking, porque são mulheres das mais distintas classes sociais, história de vida diferentes, faz muitas amizades. (E9, 2018)

O que se pode concluir, por fim, é que as entrevistas confirmam as atuais proposições da literatura acerca do empreendedorismo feminino.

Considerações Finais

Buscou-se por meio deste estudo conhecer o perfil e as dificuldades das empreendedoras viçosenses, especificamente, aquelas associadas à Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa-MG. Verificou-se que a maioria se encontra na faixa de 31 a 40 anos, são casadas, 50% delas possuem filhos, possuem nível superior com pós-graduação, estão inseridas em áreas do meio feminino, são todas formalizadas e somente 50% possuem funcionários.

Os principais motivos para empreender das participantes referem-se à realização pessoal, autonomia e flexibilidade de horário. No que tange às dificuldades de gestão que enfrentam, destacam-se aqueles relacionados ao controle financeiro, marketing, gestão de pessoas e inovação. O perfil das participantes é marcado por características como autoconfiança, independência, persistência, espírito empreendedor, busca por informação, iniciativa e força de vontade. A necessidade de conciliar vida pessoal e profissional é percebida como uma tarefa difícil por 50% das participantes. Quanto à problemática do preconceito de gênero, somente 30% revelaram ter sofrido preconceito por serem mulher e dona do próprio negócio. Por outro lado, o preconceito é reportado por outras participantes e apontado como um dos desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, juntamente dos desafios relativos à conciliação da vida pessoal e profissional, à falta de apoio da família, à atração de clientes, à concorrência, à crise econômica, aos impostos e à falta de formação na área administrativa.

As participantes apresentaram-nos vários benefícios proporcionados pela CME, com destaque para: o networking, a união das forças entre as mulheres, a visibilidade no

mercado, a troca de experiências e aprendizado, o aumento da representatividade, a divulgação do negócio, além do crescimento profissional e pessoal.

O caminho que as mulheres precisam percorrer em busca de igualdade ainda é longo. Mas muito já foi conquistado e iniciativas como a da Câmaras da Mulher Empreendedora contribuem de forma significativa para este avanço e visibilidade das empreendedoras. Graças a várias outras iniciativas, como projetos e outros grupos sociais, as mulheres estão ganhando cada vez mais voz e o mercado está se tornando mais receptivo a elas.

As empreendedoras de Viçosa pertencentes à Câmara da Mulher são, no geral, proativas, com grande capacidade empreendedora, otimistas e demonstram paixão pelo que fazem. E a CME é uma grande aliada na vida delas. Dessa forma, sugerimos que as mulheres busquem participar de grupos de empreendedorismo, pois isso pode lhes proporcionar mais conhecimento, ajudá-las a ampliar seu networking, a formar parcerias e a vislumbrar novos horizontes. Além disso, é importante não se deixar abater com os preconceitos, e desafios encontrados pelo caminho, que, como relatado, são inúmeros. A autoconfiança, a persistência, e a determinação são características essenciais para o sucesso das mulheres que pretendem empreender.

É necessário enfatizar a luta pela igualdade de gênero, para que ela não fique somente na teoria e nas normas, pois apesar de ter apresentado grandes avanços ao longo dos tempos, como descrito na literatura, o que se pode notar é que o preconceito ainda persiste, mostrando estar arraigado na cultura da sociedade. Nisso, é importante a união de toda a sociedade nesta causa, pois nota-se que o preconceito e a discriminação só terão fim quando a sociedade incorporar e aceitar de fato essa igualdade, por isso a importância de estudos como este, que ambicionam dar força a esse grupo que, apesar de seus esforços, ainda se encontra em desvantagem.

Por fim, sugere-se que novas pesquisas sejam feitas nessa área, ampliando o número de entrevistadas e incluindo novas abordagens para se aprofundar neste movimento de empreendedorismo feminino.

Referências

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento**. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf> Acesso em: 29 ago. 2018.

BARBOSA, J. D.; SANTOS, R. B. dos. Ensino de empreendedorismo: uma alternativa para a formação do administrador. **ANGRAD**, 2008. Disponível em: <http://www.angrad.org.br/area_cientifica/artigos/ensino_de_empreendedorismo_uma_alternativa_para_a_formacao_do_administrador/708/>. Acesso em: 18 abr. 2018.

BERNI, M. T. **Gerenciamento de marketing**. São Paulo: Ibrasa, 2002.

BRASIL. IBGE. **Estatísticas de Gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2018. Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Socioeconômica. n. 38. IBGE, 2018. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2018.

CARDOSO, I. **Mulher e trabalho: discriminações e barreiras no mercado de trabalho**. São Paulo: Cortez Editora, 1980.

CARRIJO, M. C.; FERREIRA, S. R. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: Uma análise dos dados da GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**. v. 6, n. 6, Mar. 2017, p. 200-225. Disponível em: <http://www.fatece.edu.br/arquivos/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volum_e6/12.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2018.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de seu próprio negócio**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/Fazendo acontecer, 2015.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DUBY, G.; PERROT, M. **História das mulheres no Ocidente: o século XIX**. Porto: Edições Afrontamento, 1994. V. 4.

EMPREENDEDEDORISMO feminino: quem são as mulheres que empreendem no Brasil. Portal Novarejo, 2017. Disponível em: <<http://www.portalnovarejo.com.br/2017/11/20/empreendedorismo-feminino-quem-sao-as-mulheres-que-empreendem-no-brasil/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

EMPRETEC: fortaleça suas habilidades como empreendedor. Sebrae, 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/empretec-fortaleca-suas-habilidades-como-empreendedor,db3c36627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> . Acesso em: 1 jun. 2018.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FUJISAWA, M. S. **Das amélias às mulheres multifuncionais**: a emancipação feminina e os comerciais de televisão. São Paulo: Summus Editorial, 2006.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Relatório Global de Empreendedorismo no Brasil – 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09900e1ec71fd20cf93eedb34d267ba/\\$File/7758.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09900e1ec71fd20cf93eedb34d267ba/$File/7758.pdf)>. Acesso em: 10 dez. 2017.

GOMES, A. F. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2006.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE – ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., **Anais...** 2003, Brasília, DF, UEM/UEL/UnB, 2003, p. 41-53.

_____. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicol. Clin.**, Rio de Janeiro, vol. 23, n.1, p.65-85, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652011000100005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 18 abr. 2018.

LAGES, P. **Lugar de mulher é onde ela quiser**: o manual para quem quer vencer na carreira profissional ou empreender seu próprio negócio. Rio de Janeiro: Vida Melhor, 2016.

LUPETTI, M. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MAMEDE, C. **Pesquisa inédita revela o perfil da mulher empreendedora no Brasil**. 2016. Disponível em: <<https://startupi.com.br/2016/09/pesquisa-inedita-revela-o-perfil-da-mulher-empreendedora-no-brasil/>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

MARQUES, J. R. Quais os principais desafios das mulheres empreendedoras? **Blog do JRM**, 2016. Disponível em: <<http://www.jrmcoaching.com.br/blog/quais-os-principais-desafios-das-mulheres-empreendedoras/>> . Acesso em 18 abr. 2018.

MONTEIRO, M.; SITA, M. **Damas de ouro**: a inteligência feminina em ação. São Paulo: Ser Mais, 2013.

NOGUEIRA, D. A. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. 2010. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Assis, 2010. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0911301355.pdf/>>. Acesso em: 29 ago. 2018.

OS 5 maiores desafios dos empreendedores. **Endeavor Brasil**, 2016. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/ambiente/5-desafios-empreendedores-pesquisa/>>. Acesso em: 30 jan. 2018.

PORTAL BRASIL. **Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos**.

Disponível em:

<<http://www.brasil.gov.br/economiaemprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

RME. **Rede Mulher Empreendedora**. Disponível em:

<redemulherempreendedora.com.br>. Acesso em: 24 fev. 2018.

SEBRAE-SP - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo.

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe). **Causa mortis**: o sucesso e o

fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida. 2014. Disponível em:

<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2017.

_____. Sebrae Unidade de Gestão Estratégica – UGE Núcleo de Estudos e Pesquisas.

Análise dos resultados do GEM 2016 por gênero. Brasília, DF, 2017. Disponível em:

<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09900e1ec71fd20cf93eedb34d267ba/\\$File/7758.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b09900e1ec71fd20cf93eedb34d267ba/$File/7758.pdf)>. Acesso em: 10 dez. 2017.

SINA, A. **Mulher e trabalho**: o desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade. São Paulo: Saraiva, 2005.

TAMEIRÃO, N. Empreendedorismo feminino: negócios que transformam. **Blog da**

Samba, 2017. Disponível em:

<<https://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

VILLAS BOAS, A; DIEHL, B. V. B. **Elas empreendedoras**. São Paulo: Simplíssimo Livros Ltda, 2012.