

# EMPREENDEDORISMO E O EMPODERAMENTO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO REALIZADO NO MUNICÍPIO DE SÃO JOAO DEL-REI

Marina Campos Cherfên<sup>1</sup>  
Monique Terra e Silva<sup>2</sup>

## RESUMO

São várias as definições encontradas para o empreendedorismo, variando conforme a maneira de se empreender, seja por uma oportunidade ou necessidade. Os motivos que levam a empreender podem estar voltados para a busca do seu próprio negócio e geração de renda. Contudo, o empreendedorismo que mais tem se destacado é o feminino, sendo de suma importância para a administração, já que a mulher está se destacando no mercado de trabalho e com isso conquistando o seu empoderamento. O artigo tem como objetivo geral analisar o crescimento e o perfil da mulher no mercado de trabalho, em específico no setor de vestuário no município de São João del-Rei, destacando os conceitos de empreendedorismo feminino, bem como as dificuldades e características das mulheres empreendedoras. Para se empoderar as mulheres enfrentam muitos desafios e a partir deles grandes conquistas, que puderam ser percebidas através de um estudo de caso realizado em microempresas e uma análise de conteúdo, seguidos por uma pesquisa qualitativa e descritiva, afim de aprofundar conhecimentos e a estrutura do trabalho.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; empreendedorismo feminino; empoderamento; características da mulher empreendedora, perfil da mulher empreendedora.

## ABSTRACT

There are several definitions for entrepreneurship, varying according to the way the enterprise is done, either through an opportunity or a need. The reasons that lead someone to undertake can be directed to the search of the own business or to the generation of income. However, the entrepreneurship that has most stood out is the feminine, being of great importance for the administration since the woman is standing out in the labor market and with that gaining greater power in that space. The article aims to analyze the profile and growth of women in the labor market, specifically in the clothing market in the city of São João del Rei, highlighting the concepts of female entrepreneurship, as well as the difficulties and characteristics of entrepreneur women. In order to become stronger in the labor market, women face many challenges and from these challenges they achieve great victories, which could be perceived through a case study carried out in micro-enterprises and in a content analysis, followed by qualitative and descriptive researches in order to deepen knowledge and structure of work.

**Key words:** entrepreneurship, woman's entrepreneurship, empowerment, women's entrepreneurial characteristics, entrepreneurial women's profile.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Administração pelo Instituto de Ensino Superior Presidente Tancredo de Almeida Neves, IPTAN [marinachherfen18@gmail.com](mailto:marinachherfen18@gmail.com)

<sup>2</sup> Mestre em Administração pela Faculdade Novos Horizontes. Professora no Instituto de Ensino Superior Presidente Tancredo de Almeida Neves, IPTAN (orientadora) [mterra2000@yahoo.com.br](mailto:mterra2000@yahoo.com.br)

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está em constante crescimento, se mostrando de grande importância para a economia tanto no Brasil como em outros países. É perceptível também, o crescimento do empreendedorismo feminino, pois o perfil das mulheres vem ganhando maior espaço e domínio no mercado de trabalho. Conforme uma pesquisa realizada pelo SEBRAE<sup>3</sup> (2012), em se tratando de empreender, as mulheres são as que mais abrem negócios, totalizando 52% dos empreendedores em geral. Esse avanço é resultado da crescente participação feminina no mercado, o que aumenta sua relevância no PIB<sup>4</sup> brasileiro.

A participação das mulheres no empreendedorismo é de suma importância para a economia brasileira, de forma que os negócios comandados por elas tendem alcançar maior sucesso, devido às suas características peculiares, como por exemplo, maior atenção ao cliente, melhor conciliação de suas atividades e, por conseguinte, uma visão mais detalhada dos negócios, permanecendo dessa forma, no mercado de trabalho. Nesse sentido, a mulher empreendedora consegue aliar coragem, iniciativa e determinação, com a sensibilidade, intuição e cooperação.

Com o crescente número de mulheres empreendedoras, foi realizada uma pesquisa com a finalidade de responder a seguinte pergunta: “Como se configura o empreendedorismo feminino a partir do empoderamento das mulheres no mercado de trabalho?”

Diante do exposto, o presente trabalho tem como objetivo analisar o crescimento e o perfil da mulher no mercado de trabalho, em específico no setor de vestuário no município de São João del-Rei. Ainda iremos determinar os conceitos de empreendedorismo, em especial o feminino; analisar as características da mulher empreendedora, bem como o que a motivou empreender e as vantagens percebidas; e identificar as dificuldades encontradas e os desafios a serem

---

<sup>3</sup> Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte, aqueles com faturamento bruto anual de R\$3,6 milhões. Há mais de 40 anos, atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. Disponível em < [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/conheca\\_quemsomos](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos)>

<sup>4</sup> O PIB, Produto Interno Bruto, é caracterizado pelo total de valores contabilizados a partir dos bens e serviços produzidos por regiões, sendo Cidade, Estado ou País, em certo período, que pode ser anual, mensal ou trimestral. Disponível em < <http://www.infoescola.com/economia/produto-interno-bruto/>>

superados pelas mulheres no mercado competitivo. Por fim, quais foram as conquistas percebidas a partir do seu empoderamento.

O número de pessoas interessadas pelo tema tem crescido, tornando-se cada vez mais relevante para a administração e economia. Assim sendo, aumenta o número de pessoas que desejam empreender, principalmente as mulheres, que reconhecem no empreendimento uma opção de vida mais promissora, no que diz respeito à busca por crescimento profissional e realização pessoal. (MARTINS *et al* 2010, p.289).

O trabalho foi estruturado em cinco seções: a primeira compreende a presente introdução; a segunda apresenta o referencial teórico, no qual aborda os conceitos, as características e os problemas enfrentados pelas mulheres empreendedoras; a terceira é dedicada à apresentação da metodologia de pesquisa; a quarta apresenta os resultados das pesquisas realizadas e sua análise, e finalmente, a quinta seção no qual constam as considerações finais.

## **CONCEITOS DE EMPREENDEDORISMO E EMPODERAMENTO FEMININO**

A palavra empreendedor (*entrepreneur*<sup>5</sup>) tem origem francesa, existindo vários conceitos sobre a mesma.

Conforme uma pesquisa realizada pelo GEM<sup>6</sup> (2008), empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, sendo uma espécie de processo no qual se cria algo novo com valor, exigindo tempo e dedicação para tanto. Além disso, o empreendedor assume os riscos dessa criação, podendo entendê-los como riscos de espécies financeiras, psíquicas e sociais. Mas, a recompensa é muito compensadora, tanto pessoal como profissional, pois gera independência econômica, além da satisfação pessoal. (HISRICH; PETTERS, 2004, p.29).

---

<sup>5</sup> A palavra empreendedorismo vem do francês *entrepreneur* que traz o significado de intermediário, que posiciona no meio ou centro. Originalmente, relacionada como atravessador, entre a fonte fornecedora e o mercado consumidor facilitando todo o processo de troca e assumindo riscos. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/entrepreneur/27358/>>

<sup>6</sup> O GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*, é o estudo mais importante do mundo do empreendedorismo. O GEM é capaz de fornecer informações de alta qualidade, relatórios abrangentes e histórias interessantes, que melhoram muito a compreensão do fenômeno empreendedor. Disponível em < <http://www.gemconsortium.org/>>

Segundo Dornelas (2014, p.28), o empreendedorismo é o envolvimento das pessoas com os processos, transformando ideias em oportunidades e levando a criação de negócios de sucesso. Existem diversas definições para a expressão empreendedor, mas a mais antiga delas é que melhor reflete sobre o espírito do empreendedorismo é a de Joseph Schumpeter (1949 *apud* FRANCO, 2014, p.2), “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Chiavenato (2007, p.4) disse:

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento.

Continuamente, milhares de pessoas de todas as classes sociais e de todas as idades com esse perfil empreendedor, inauguram seus próprios negócios, objetivando independência financeira e satisfação pessoal. Esses empreendimentos podem ser iniciados por oportunidades e/ou necessidades, com capital próprio ou de terceiros.

Aqueles que empreendem por oportunidade visam melhores condições de vida, fazendo dessa oportunidade um degrau para o sucesso do seu empreendimento. Nesse sentido, de acordo com uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2005), o empreendedor por oportunidade sabe exatamente qual o momento certo e o lugar adequado para realizar ações inovadoras, conseguindo assim identificar as melhores oportunidades e as necessidades dos consumidores e do mercado em que está inserido e satisfazê-las. Já os empreendedores por necessidade, enxergam o empreendedorismo como uma forma de se obter renda e sustento, sendo movidos pela busca de seus objetivos. (AMORIM; BATISTA, 2012, p.7).

Quando se trata de mulheres, tanto a necessidade quanto a oportunidade são apontadas para identificar o porquê de se empreender. Tais motivações são variáveis, de acordo com cada pessoa e suas reais necessidades.

O desemprego e a necessidade financeira contribuem para que a mulher possa buscar no ato de empreender uma forma de trabalho e renda, objetivando a contribuição na renda familiar e sua realização profissional. Segundo uma pesquisa realizada pelo GEM (2010), "as mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que o homem, ou seja, visando o sustento de si mesma, de suas famílias, o enriquecimento de vidas pela carreira e pela independência financeira".

As pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. Como o trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam. (CHIAVENATO, 2007, p.174).

O número de mulheres que trabalham fora cresceu de forma significativa. Esse fato despertou a curiosidade em saber se essas mulheres empreendedoras possuem as mesmas características de empreendedores do sexo masculino. Restou comprovado que ambos possuem características em comum, tais como personalidade por exemplo. Entretanto, destacam-se como diferenciais, características relacionadas às habilidades, motivações e ponto de partida. (HISRICH; PETERS, 2004, p.90 *apud* FRANCO, 2014, p.5).

Segundo Casimiro (2010, p.15):

As mulheres relacionam-se com o poder de múltiplas maneiras e a sua experiência revela que o poder pode ser uma fonte de opressão no seu abuso e uma fonte de emancipação no seu uso. Ao realizar atividades fora do agregado familiar, as mulheres podem ir adquirindo margens de autonomia que lhes permitam dar sentido as suas condutas e as relações sociais em que se inserem. A sua incorporação no mercado de trabalho, estruturado ou não, permite estabelecer uma nova relação com o social, oferecendo-lhes uma base para a sua valorização individual e social, a possibilidade de maior protagonismo nas instâncias de tomada de decisão o que não acontece, a maior parte das vezes, com o trabalho doméstico.

Com esse crescente número de empreendedoras, as mulheres conquistam a capacidade de poder decidir sobre as questões que lhes dizem respeito. A esse

processo dá-se o nome de empoderamento, do inglês *empowerment*<sup>7</sup>, com significado próximo ao de autonomia, no que se refere à liberdade e independência. O conceito tem raízes na reforma protestante, desde as lutas pelos direitos sociais do movimento feminista, principalmente nos países desenvolvidos por volta dos séculos XX (BAQUERO, 2012 *apud* FERNANDES *et al*, 2016, p.394).

Quando uma mulher decide empreender, ela almeja também empoderar-se. Para que isso aconteça, é fundamental que ela acredite em si mesma, se reconhecendo nesse direito e tendo a autoestima como sua principal característica. Assim sendo, nesse ato de empoderamento, ela resgata sua autoestima e satisfação, sentindo-se motivada para tomar decisões, seja no âmbito econômico, social ou cultural. (LINO, 2013, p.5).

O empoderamento efetivo das mulheres deriva de uma reformulação e desconstrução dos atuais esquemas políticos e sociais, através da participação ativa em movimentos, conscientização na sociedade, atuação nas instâncias governamentais e também com a criação de organizações da sociedade civil (associações). Tais aspectos correspondem às alternativas de sobrevivência de várias empreendedoras e suas famílias, sobretudo, as de baixa renda, pois levam demandas do âmbito privado para os espaços públicos, influenciando nos processos de tomadas de decisões. (DAMASCENO, 2010, p. 15).

O empoderamento feminino, bem como a participação das empreendedoras no mercado de trabalho são essenciais para o processo de crescimento da economia e desenvolvimento do país. Na busca pelos direitos civis, principalmente através do movimento feminista, o empoderamento assumiu significações que se referem ao desenvolvimento de potencialidades, ao aumento de informações e percepções, buscando uma participação feminina real e simbólica, possibilitando maior igualdade e promovendo a democracia em nosso estado laico<sup>8</sup> de direito. (BAQUERO, 2001 *apud* KLEBA; WENDAUSEN, 2009, p. 735).

---

<sup>7</sup> *Empowerment* é uma ação da gestão estratégica que visa o melhor aproveitamento do capital humano nas organizações através da delegação de poder. Disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/o-que-e-empowerment-e-como-ele-funciona/46403/>

<sup>8</sup> Também conhecido como Estado Secular, o Estado Laico é aquele que não possui uma religião oficial, mantendo-se neutro e imparcial no que se refere aos temas religiosos. Geralmente, o Estado laico favorece, através de leis e ações, a boa convivência entre os credos e religiões, combatendo o preconceito e a discriminação religiosa. Disponível em <[http://www.suapesquisa.com/o\\_que\\_e/estado\\_laico.htm](http://www.suapesquisa.com/o_que_e/estado_laico.htm)>

## **Características das mulheres empreendedoras**

Segundo Chiavenato (2007, p.8), “o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”, e acredita que existem três características básicas que identificam o espírito empreendedor, sendo: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e principalmente autoconfiança.

Quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta. As pesquisas mostram que os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que enxergam os problemas inerentes a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superar tais problemas. (CHIAVENATO, 2007, p.9).

A porcentagem de empreendimentos comandados por mulheres aumentou perceptivelmente mais que por homens. Isso se dá ao fato de a mulher possuir características diferenciadas, tais como: ser mais detalhista, conseguir realizar várias tarefas ao mesmo tempo, ter mais percepção sobre o negócio, além de dedicar com mais afinco às suas atividades. Segundo Machado *et al* (2003), a mulher empreendedora combina características masculinas com femininas, fazendo com que fique conhecida pela capacidade de lidar com a multiplicidade de papéis, tanto no ambiente familiar quanto no profissional. (OLIVEIRA; SOUZA NETO, 2010; GOMES, 2009 *apud* FRANCO, 2014, p.5).

A estrutura organizacional de uma gestão feminina faz com que os objetivos fiquem mais claros e concisos para satisfazer todos os envolvidos na organização, ou seja, a empreendedora/proprietária consegue lidar diretamente com todos os funcionários/colaboradores. Sendo assim, algumas peculiaridades da personalidade feminina se destacam, tais como intuição, sensibilidade, compreensão, espírito de equipe, habilidades diversas, responsabilidades, poder de conciliação, ousadia, inovação, dentre outras. (FARIA; FREITAS; BRUNO, 2008, p.4).

Todas essas qualidades reunidas dentro do ambiente organizacional faz com que seja criado um sentimento de comunidade, uma espécie de família, na qual cada membro cuida não apenas de si próprio, mas um do outro, de forma recíproca. Assim, cria-se um vínculo, de forma que as informações se tornam compartilhadas, bem como a tomada de decisões não acontece de forma unilateral. Isso faz com que

o ambiente se torne mais sadio e agradável de trabalhar, sem sentimentos de competição e brigas entre os colaboradores, que passam a fazer parte de uma mesma família, também chamada de equipe. (GRZYBOVSKI *et al* 2002 *apud* AMORIM, 2012, p.6).

Embora ainda exista desigualdade entre os gêneros, muitas empresas que são comandadas por mulheres têm obtido sucesso e permanecem no mercado por um tempo além do padrão de micro e pequenos negócios. De forma geral, as características peculiares das mulheres permitem que elas adotem um estilo peculiar próprio, o que se torna um diferencial em relação aos homens. (HISRICH, 2004; PETERS, 2004 *apud* FRANCO, 2014, p.6).

Contudo, o empreendedorismo feminino se destaca cada vez mais e com ele a geração de emprego, renda e, principalmente as inovações, contribuindo para o crescimento da economia e o desenvolvimento do país. Porém, a mulher empreendedora encontra muitas dificuldades ao longo do caminho para alcançar o sucesso, considerando que atualmente ainda existe muito preconceito quando o assunto é a independência feminina.

### **Problemas enfrentados pelas empreendedoras**

Para que as mulheres alcancem os seus objetivos e o sucesso dentro da organização, elas enfrentam um intenso caminho, tendo ainda que conciliar o ambiente profissional com a vida pessoal.

Segundo Chiavenato (2007, p.9):

O empreendedor assume variados riscos ao iniciar seu próprio negócio: riscos financeiros do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e carreiras definidas; riscos familiares ao envolver a família no negócio; riscos psicológicos pela possibilidade de fracassar em negócios arriscados.

As empreendedoras se esforçam para cumprir todas as responsabilidades, dentre elas a casa, os filhos e os negócios, já que muitas vezes não encontram suporte da parte de seus companheiros para com os filhos e seus lares. Outra dificuldade refere-se à parte financeira, no sentido de linhas de crédito, devido às garantias exigidas e à própria burocracia dos financiamentos. Tal fato sustenta-se

devido às mulheres, geralmente, serem dependentes de seus cônjuges. (BARBOSA *et al*, 2011, p.128).

Além disso, destaca-se a ampla concorrência no mercado, que exige constante atualização. Dessa forma, muitas empreendedoras, ao iniciarem seus negócios, são praticamente "engolidas" pelo mercado, pois não conseguem concorrer com grandes empresas, já de renome.

Outra questão desfavorável às mulheres refere-se às condições de trabalho e remuneração, que ainda são inferiores às dos homens. Além disso, as oportunidades de ocupação de cargos mais elevados são menores e mais restritas. (LAGES, 2005, p.3).

Ainda segundo Lages (2005, p.3):

No Brasil, desde os primeiros anos de dominação colonial, a mulher vem sendo submetida a um discurso moralizador e patriarcal que tanto tenta adestrá-la dentro do contrato conjugal, a partir de uma ideologia sobre o uso de seus corpos e de seus prazeres, assim como submetê-la a diversos tipos de restrições, que abarcam vários campos. Dentre eles, o do trabalho, em que as mulheres, além de obterem menores salários, têm dificuldades em assumir postos de comando dentro das empresas. Tais dificuldades alcançam, ainda, a ocupação dos espaços públicos e políticos.

Em geral, as dificuldades são encontradas por empreendedores independentemente do gênero. Porém, além da alta carga tributária e a falta de capital de giro que são barreiras comuns impostas a qualquer gestor, existem algumas que impactam mais incisivamente na gestão feminina. Trata-se de barreiras culturais, no que se referem a dependência das mulheres aos seus maridos, em exercer exclusivamente o papel de esposa e mãe. (MACHADO, 2002 *apud* GOMES; SANTANA; SILVA, 2005, p.9):

O caminho entre a abertura de um negócio e seu sucesso duradouro é uma tarefa árdua, na qual para se alcançar, deve-se haver uma combinação de uma série de fatores, dentre eles, a constante atualização, qualidade de produtos, preço acessível e atendimento diferenciado.

## **METODOLOGIA**

Como estratégia de pesquisa será utilizado um estudo de caso, com a intenção de descrever o perfil da mulher empreendedora, bem como seu estilo de gestão. Nesse sentido, adotar-se-á a pesquisa qualitativa e descritiva para fins de aprofundamento das características e peculiaridades do empreendedorismo feminino.

De acordo com Yin (2001, p.32), o método do estudo de caso "é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos". Ainda com base em Yin (2001), quando se refere a pesquisa qualitativa, "é aquela que busca entender um fenômeno específico em profundidade e abrange várias formas de pesquisa para compreender e explicar o fenômeno social com o menor afastamento possível do ambiente natural".

Ainda, para a realização da análise dos dados foi feita uma análise de conteúdo, que tem sido muito usada para realização desse tipo de estudo.

Para Bardin (2006, p.38):

A análise de conteúdo se constitui de várias técnicas onde se busca descrever o conteúdo emitido no processo de comunicação, seja ele por meio de falas ou de textos. Desta forma, a técnica é composta por procedimentos sistemáticos que proporcionam o levantamento de indicadores (quantitativos ou não) permitindo a realização de inferência de conhecimentos.

Por fim, foi realizada uma pesquisa documental, seguida da elaboração de um roteiro para a realização das entrevistas, as quais foram gravadas e transcritas, com autorização prévia das participantes para desenvolver uma análise de conteúdo. Foram entrevistadas cinco empreendedoras, as quais serão referidas como A, B, C, D e E respectivamente, para maior descrição dos empreendimentos.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Inicialmente serão apresentados o perfil e as características da mulher empreendedora, bem como os motivos que a levaram empreender e as dificuldades

encontradas. Posteriormente, serão discutidas a contribuição do perfil empreendedor para o empoderamento feminino.

As respostas são das respectivas respondentes, que foram devidamente transcritas. Em geral, elas possuem nível superior completo com idade entre 25 e 52 anos e são solteiras sem filhos, o que não diminui a multiplicidade de papéis das mulheres. O fato delas não possuírem filhos ajuda na disponibilidade de horários, mais facilidade em viagens e maior dedicação somente ao empreendimento, porém são mulheres jovens, solteiras e que estão iniciando as atividades a pouco tempo.

### **Perfil e características das mulheres empreendedoras**

A entrevistada A, acredita que o perfil que uma empreendedora deve possuir é: “não ter medo dos desafios, buscando sempre novas estratégias de venda e saber entender o cliente”. Em relação as características, ela ressalta que: “é importante ter vontade de crescer. Deve-se ainda ter curiosidade, estar atenta nas tendências, ser dinâmica, atenciosa e saber lidar com pessoas”.

De acordo com a entrevistada B, o perfil é: “estar sempre em busca de novos conhecimentos. E como característica estar atenta nas atualidades e saber investir naquilo que gosta”.

Já a entrevistada C, destacou: “Para se manter no mercado, acredito que é principal manter o foco no cliente e estar sempre inovando. ” Ainda, sobre as características das empreendedoras, acrescentou: “Uma empreendedora deve ter boa argumentação, poder de persuasão, simpatia e saber lidar com o público. ”

No entanto, a entrevistada D disse: “O perfil empreendedor é também de inovador. Deve-se saber lidar com as oportunidades e focar principalmente no cliente”. Posteriormente, ela ressaltou: “Uma empreendedora não pode ter medo de arriscar, deve-se ter coragem para assumir riscos, atitude e saber lidar com pessoas”.

Por fim, a entrevistada E respondeu sobre o perfil empreendedor e suas características, e relatou: “Persistência e honestidade são as principais qualidades do perfil de um empreendedor. E as características principais é inovação, idoneidade, estar disposto a aprender e saber ouvir”.

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. (FILION, 1999, p.19 *apud* GOMES, 2004, p.214).

Pode-se perceber que o sobre o perfil, cada uma possui o seu, tendo em comum a consciência de que para se manterem é necessário estar sempre inovando. Entre as características, a principal é saber lidar com o público, ser simpática, conquistar as pessoas e, além de tudo, confiar e acreditar no seu potencial.

### **Motivações, dificuldades e desafios**

Destaca-se como o motivo mais citado pelas entrevistadas, a busca pela independência financeira.

Em relação às dificuldades enfrentadas pelas mulheres e os riscos, elas relataram que o principal é o financeiro, tanto na dificuldade de continuar investido quanto no risco de perder todo o capital. Também como ponto negativo foi muito citada a falta de tempo das empreendedoras, em que a maioria assumiu não ter tirado férias desde que iniciou as atividades. Já em relação aos pontos positivos, os que mais se destacam são, a realização profissional e a satisfação dos clientes.

Por serem a maioria solteiras sem filhos, apenas a entrevistada D, que é uma mulher casada e com filhos disse ter tido dificuldades para conciliar a casa com seu empreendimento.

Enfrentei muitas dificuldades para chegar aonde estou. Sempre tive ajuda dos meus irmãos, que são meus sócios, mas por ser a única mulher as dificuldades parecem que eram maiores. Eu tinha que cuidar da casa, do meu marido e dos meus dois filhos, o que me deixava esgotada. Porém hoje tudo se estabilizou, já sou reconhecida no mercado, meus filhos já são grandes e consigo me dedicar mais à loja. Mas para chegar até aqui precisei enfrentar muitos obstáculos e amadurecer bastante. (Entrevistada D, outubro 2016)

Ao observar o discurso das entrevistadas, foi possível identificar que a maioria aliou a necessidade de independência financeira à oportunidade de realização

profissional, conforme falado pela entrevistada E: “Considero que por necessidade, pois da necessidade de buscar minha independência eu enxerguei a oportunidade desse negócio. ”

Além disso, as entrevistadas relataram que quando iniciaram as atividades tiveram pouco planejamento, o que resultou, em alguns casos, em uma má administração. Porém percebe-se que a coragem para arriscar das mulheres é grande e na maioria das vezes gratificante, “apesar de não ter tido planejamento inicialmente, minha demanda passou a aumentar cada vez mais, o que foi necessário fazer um planejamento para atender a todos”, disse a entrevistada C.

A necessidade é fator de motivação para as mulheres iniciarem o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, esse percentual aumenta para 63% para as mulheres. A maioria dos empreendedores, independentemente de seu estágio e motivação, não teve orientação para a abertura de seus negócios. Contudo, é relevante frisar que os empreendedores por oportunidade demonstram mais interesse em buscar orientações (45,3%) que aqueles que empreendem por necessidade (37,5%). (GEM, 2007, p. 10).

No entanto, a mulher precisa se superar a cada dia devido aos preconceitos que sofrem quando resolvem empoderar-se e aos desafios que estão sempre presentes. De acordo com a entrevistada E:

Os desafios existirão sempre, já percebi que quando penso que venci um, vem um maior pela frente, então eles são sempre meios de melhorar. Hoje considero que o maior é vencer o momento econômico, que não é favorável e exige um trabalho diferenciado para não perder mercado. Sofri muito preconceito, por julgarem negócios para homens e não para mulheres.

A falta de planejamento das empreendedoras para iniciarem suas atividades foi muito citado, fazendo com que elas relatassem nas entrevistas que se pudessem mudar algo, fariam um planejamento melhor. A entrevistada C declarou: “se eu pudesse voltar no tempo, teria um planejamento do negócio, realizaria um controle minucioso de mercadorias e estoque, com planilhas e ferramentas que me ajudassem a saber números exatos de gastos e lucros desde o primeiro momento do negócio”.

## **Contribuição do empreendedorismo para o empoderamento feminino**

Contudo, apesar de tantos desafios, a mulher possui uma grande relevância no mercado de trabalho e na sociedade, vez que as mulheres realizam suas funções com mais zelo, são detalhistas e mais humanas, com grande poder de percepção das coisas ao seu redor. O empreendedorismo contribui para o empoderamento feminino no sentido de autonomia da mulher, bem como de uma forma dela se destacar no mercado de trabalho e na sociedade (Entrevistada C, 2016).

“O empreendedorismo é uma forma de mostrar a capacidade feminina, por meio dele a mulher pode-se afirmar perante a sociedade e conquistar o seu lugar e o respeito”, relatou a entrevistada E.

Por fim, a entrevistada D discursou:

O empreendedorismo contribui muito para o empoderamento feminino, quanto mais as mulheres conquistam a independência econômica, mais poder de decisão, autonomia elas possuem. Há 35 anos apesar de se falar em liberdade, as mulheres ainda eram criadas para casar e serem dependentes de seus maridos. Ainda tem um longo caminho a ser percorrido, mas primeiramente devemos ter a consciência de que somos capazes. Nascemos num país com uma dominância muito grande do homem, porém nos últimos anos ocorrem enormes mudanças. Mas, ainda há um longo caminho a ser percorrido e grandes conquistas a serem adquiridas.

De acordo com Lino (2013, p.5), “a mulher sendo doméstica não lhe dá a possibilidade de auto realizar-se, pois os homens não consideram o trabalho doméstico como um trabalho, mas sim como um dever da mulher”. É devido a este tipo de pensamento que a mulher busca como um meio de sobrevivência a realização do seu empreendimento.

As atividades realizadas por empreendedoras tem potencial para promover grandes transformações sociais, econômicas e culturais. Parafraseando o depoimento da entrevistada E: “acreditar, de pés no chão sempre, mas acreditar e lutar pelo que de fato nos faz sentir úteis e realizados. Fica claro que, atualmente o melhor investimento é no poder da mulher. ”

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho objetivou-se analisar o crescimento das mulheres como empreendedoras, bem como o seu perfil e, com isso compreender como que o empreendedorismo feminino se configura a partir do empoderamento das mulheres no mercado de trabalho. A resposta ficou clara pela maioria das pesquisadas afirmarem que o empreendedorismo é uma forma delas mostrarem a capacidade feminina e, por meio dele, conquistar o respeito e um lugar perante a sociedade.

As pesquisas foram realizadas formalmente e todas as empreendedoras foram atenciosas e se disponibilizaram da melhor maneira possível para responder as questões, as quais foram de grande utilidade para conclusão deste estudo.

É possível considerar que o empreendedorismo oportunizou as entrevistadas tanto na ampliação de renda, quanto na independência financeira e autovalorização, destacando-se assim, cada vez mais no mercado e na sociedade. As mulheres, que sempre foram mais conhecidas por serem “do lar”, hoje ganham um espaço muito grande e comparativo aos dos homens no mercado de trabalho. O que não quer dizer que elas deixam de lado o seu compromisso com a casa e os filhos, mas sim que elas conseguem lidar com todos os serviços de uma forma surpreendente e possuem a característica principal da multiplicidade de papéis, diferentemente dos homens.

Uma das conclusões que pôde ser percebida através deste estudo, é que após o empreendedorismo e conseqüentemente o empoderamento, as mulheres passaram a ter autonomia, respeito, poder de decisões e principalmente o direito de participar de reuniões, tanto na família quanto em fóruns sociais e governamentais, podendo expressar sua opinião, confirmando assim a relação entre empreender e empoderar-se.

No entanto, a pesquisa foi destinada somente às mulheres empreendedoras no município de São João del-Rei, o que não representa o empreendedorismo como um todo, visto que o Brasil é um país de grande diversidade cultural, fazendo com que o perfil de cada pessoa/empreendedor varie de acordo com a região em que se está inserido.

Sendo assim, para aprofundamento de pesquisa propõe-se analisar qual o nível de dependência entre o empoderamento e o empreendedorismo, a fim de

expor se existe uma relevância maior de alguma parte, aprofundando dessa forma o conhecimento e contribuindo para estudos voltados em administração.

Portanto, é através do empoderamento que as mulheres ganham cada vez mais espaço no mercado de trabalho e, com isso, fazem do empreendedorismo uma busca constante de novas formas de produção com inovação em produtos e ampliação em mercados.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz. Eduardo. Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da Finan**, v.3, n.3, 2012

BARBOSA, Jenny Dantas. **Ensino de empreendedorismo**: uma alternativa para a formação do administrador. Aracaju: Programa de iniciação científica CNPq/UFS, 2008

BARBOSA, Felipe Carvalhal; et al, **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v.5, n.2, p.124-141. 2011(Mai/Ago)

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, LDA, 2006

CASIMIRO, I. M. & Souto, A. N. **Empoderamento Económico da Mulher**. Maputo: Editora Centro de Estudo Africanos da Universidade Eduardo Mondlane, 2010

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. Ver. E atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007

DAMASCENO, J.D.L. **Empreendedorismo feminino**: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas. Fortaleza: Faculdade 7 de setembro, FA7, 2010.1.

DOLABELA, Fernando. **Riscos bem calculados**: o que é e o que faz o empreendedor. São Paulo: Saraiva 2010

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro, 2014

FARIA, Paula Amaral; FREITAS Mariana Dias; BRUNO, Flavio da Silveira. **Empreendedorismo Feminino**. Rio de Janeiro: UERJ, 2008

FRANCO, Michele Maria Silva. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. **VIII EGEPE**, Goiânia, 24 a 26 de março, 2014

FERNANDES, Taize dos Santos. *et al.* Dimensões do empoderamento feminino: Autonomia ou independência? **Revista Alcance**, v.23, n.3, p.391-413, 2016

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. (2007). **Global Report**. Empreendedorismo no Brasil. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2007.pdf>> Acesso em: 11 jun.2016

\_\_\_\_\_, GEM. (2008). **Global Report**. Empreendedorismo no Brasil. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-)

mundodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 11 jun.2016

\_\_\_\_\_, GEM. (2010). **Global Report. Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em <[http://www.sebrae.com.br/customizados/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro\\_gem\\_2010.pdf](http://www.sebrae.com.br/customizados/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf)> Acesso em: 10 jun.2016

GOMES, A.F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**. Itajaí, v. 11, n. 2, p. 207-226, maio/ago. 2004.

GOMES, A.F.; SANTANA, W.G.P.; SILVA, J.M.; **Mulheres empreendedoras: desafios e competências**. Cyta, Bahia, 2005

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U.P. Empreendedorismo Feminino: o estado da arte. **XXXIII Encontro da ANPAD**. São Paulo, 19 a 23 set. 2009

HISRICH, Robert D.; PETTERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004

KLEBA, Maria Elisabeth; WENDAUSEN, Agueda. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde Soc. São Paulo**, v.18, n.4, p.733-743, 2009

LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, Juiz de Fora, 2005.

LINO, Samuel. **O contributo do empreendedorismo feminino no empoderamento socioeconómico da mulher: Estudo de caso Pemba, Moçambique**. Moçambique: Universidade Católica de Moçambique, 2013.

MACHADO, H. P.; DE BARROS, G. V.; PALHANO, D. Y. M. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. **Anais do III EGEPE**, Brasília, novembro/2003

MARTINS, Cibele Barsalini. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v.3, n.2, p.288-302, mai./ago. 2010

OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma análise do Estado Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del Rei, Minas Gerais, **VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD**. Florianópolis, SC, 23 a 25 maio, 2010

SERVIÇO DE APOIO A PEQUENA E MICRO EMPRESA, SEBRAE. (2012). Fascículo 1-**Manual do empresário**, disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/)>

659CE37122276441032570F80065FED5/\$File/NT00031DAA.pdf> Acesso em: 10 jun. 2016

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. de. Empreendedorismo Feminino: mulheres gerentes de empresas. **FACES R. Adm.** Belo Horizonte, v.7, n.3, p.124-138, jul/set 2008

YIN, Roberth K. **Estudo de caso: Planejamento e Métodos**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001