



## UM ESTUDO A RESPEITO DO CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO E A SUA RELAÇÃO COM O MERCADO DE TRABALHO

Autor 1: Fernanda Cristian De Oliveira<sup>1</sup>

Autor 2: Gisele Aparecida Da Silveira<sup>2</sup>

Co-autor: Márcio Lobosque Senna Neves<sup>3</sup>

**RESUMO:** A mulher tem conquistado cada vez mais espaço no mundo dos negócios, apesar dos desafios e dificuldades por elas enfrentados, em um ambiente cada vez mais competitivo. Assim, este trabalho teve como objetivo tratar sobre o empreendedorismo feminino no Brasil e os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho. O mesmo foi realizado por intermédio de pesquisas através de livros e artigos científicos, e também por um estudo de caso através de questionário, aplicado a quatro mulheres empreendedoras da cidade de Santa Cruz de Minas e região. Após análise do questionário aplicado, observa-se que a mulher desempenha, cada vez mais, multitarefas, sendo esposa, dona de casa, mãe, além de uma vida social ativa. O maior desafio enfrentado por elas é desempenhar tantos afazeres de forma equilibrada.

**Palavras-chave:** Mulher. Empreendedoras. Desafios. Dificuldades. Mercado de trabalho.

### 1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história da humanidade o papel mulher foi marcado por uma concepção machista, tal ideologia colocava a opinião e participação da mesma como secundária e as que exerciam alguma tarefa fora do lar seja através da venda de comidas ou da costura eram desvalorizadas pela sociedade. Juntamente a tal cenário, durante séculos as mulheres lutavam pelos seus direitos e conquistas igualitárias.

---

<sup>1</sup> Discente do curso de Administração do Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves (UNIPTAN) E-mail para contato: [oliveirafernanda.29@hotmail.com](mailto:oliveirafernanda.29@hotmail.com)

<sup>2</sup> Discente do curso de Administração do Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves (UNIPTAN) E-mail para contato: [giselesilveira24a@yahoo.com.br](mailto:giselesilveira24a@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Professor Mestre em Administração. Docente no Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves (UNIPTAN). E-mail para contato: [mlobosque@yahoo.com.br](mailto:mlobosque@yahoo.com.br)

Com o advento da I e II Guerra Mundial, as mulheres assumiram os negócios dos maridos, dado que, muitos homens morriam ou retornavam inaptos das batalhas, sendo assim tornou dupla a jornada da mulher, pois foi necessário que ela alterasse seu cotidiano e saísse de casa para auxiliar também nos recursos financeiros da família (BALTAR; LEONE, 2008).

Nessa perspectiva, essa jornada intensificou-se cada vez mais, devido a chegada da Revolução Industrial, considerada uma etapa marcada pelo surgimento de novos maquinários, tecnologias e uma crescente utilização da mão de obra feminina para exercer os trabalhos fabris, uma vez que, as mesmas submeteram-se por receber salários inferiores aos dos homens que realizavam o mesmo serviço. No Brasil esse cenário se fez presente mais tarde, a atuação feminina no mercado de trabalho deu-se na década de 1970, juntamente a industrialização, urbanização e alavancagem econômica do país que possibilitou a inserção de novos postos de trabalho.

Por conseguinte, esse momento se fez favorável para que no século XXI o empreendedorismo feminino ganhasse mais espaço, ou seja, propiciou que as mulheres assumissem cargos de alta responsabilidade nas organizações, todavia essa participação ainda detém um certo preconceito por parte das empresas, que reflete diretamente na desigualdade salarial, além de, incentivar muitas mulheres a deixarem seus projetos pessoais para a busca do sucesso profissional devido a essa distinção.

À vista dessa discriminação no mercado de trabalho imposta por uma cultura que ainda tem o homem como figura principal, a atual pesquisa vem indagar a seguinte questão: quais os desafios enfrentados pela mulher empreendedora no atual mercado de trabalho?

Segundo dados obtidos pelo IBGE (2018), pode-se notar a diferença salarial entre ambos os sexos, dado que, as mulheres recebem em média  $\frac{3}{4}$  do salário dos homens, ou seja, em 2016 o rendimento mensal dos homens era R\$2.306,00 enquanto o das mulheres era de R\$1.764,00 que nos mostra uma diferença de R\$542,00 de desvantagem salarial. Katia Garcia gerente do IBGE, destaca que o mercado está em constante desenvolvimento e várias companhias passaram a conduzir o movimento com a importância da igualdade entre gêneros.

A forma ideal de ajudar a melhorar e acelerar esse processo, é estimular as empresas com esse comportamento de melhor aceitação das mulheres no mercado de trabalho. O mercado e as pessoas pedem pela igualdade e as companhias precisam responder positivamente a isso. (IBGE, 2018)

De acordo com pesquisas, o empreendedorismo feminino tem passado por diversos obstáculos em comparação a investimentos e ascensão empresarial nesses últimos quatro anos,

mesmo com um percentual considerável, (70% dos gestores), que estavam de acordo com a diversidade de gênero dentro da organização, houve um crescimento de apenas 5% de mulheres em cargos altos dentro das empresas (SEBRAE, 2018).

Dessa forma, este estudo tem como objetivo tratar sobre o aumento da inserção da mulher no empreendedorismo brasileiro, por intermédio de pesquisas no site do SEBRAE, livros e artigos científicos, e também por pesquisas através de questionário, que será realizada na cidade de Santa Cruz de Minas e região. Além disso, existe uma busca em constatar as características dos perfis das mulheres brasileiras, suas influências, e inserção das mesmas com o novo mercado de trabalho. Com objetivos específicos, buscam uma análise onde os desafios por elas enfrentados na maioria das vezes é saber conciliar trabalho versus família e a identificação dos preconceitos que a mulher enfrenta no processo inicial de se tornar empreendedora.

Para agregar o estudo e a pesquisa, será feita pesquisas bibliográficas, e também será aplicado um questionário sobre empreender, para as mulheres na cidade de Santa Cruz de Minas e região, para que dessa forma possa ser analisado e mostrar os resultados da presente pesquisa. Com tudo, o presente artigo terá caráter qualitativo e descritivo, através de um estudo de caso.

Logo, este artigo em seguida a introdução, apresenta os capítulos do referencial teórico, sendo feito um estudo a respeito dos conceitos do empreendedorismo, a importância do empreendedorismo, o empreendedor, características empreendedoras, empreendedorismo feminino, participação da mulher no mercado de trabalho, conflito trabalho versus família e por fim, empreendedorismo por oportunidade x necessidade.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Empreendedorismo**

Nos dias atuais o mercado está cada vez mais competitivo e sofre transformações constantemente. Para enfrentar essas mudanças e se manter no mercado, as organizações utilizam-se do empreendedorismo como plano de negócio que visa a procura de oportunidades e a satisfação dos consumidores de forma inovadora. De acordo com Dolabela (2006, p. 29) o empreendedorismo é um termo existente há muito tempo, desde quando os humanos apresentaram a primeira ação inovadora, tendo o objetivo de aperfeiçoar o convívio do homem com os outros e com o ambiente em que vive.

Dessa maneira, o empreendedorismo se torna importante para atender as necessidades e exigências tanto dos consumidores quanto daqueles que pretendem ser ou que já são empreendedores. De acordo com Menezes (2003, p. 227) o empreendedor é a pessoa que tem determinação e que promove o empreendimento sendo criativo e inovador, que sabe lidar com as mais diversas situações, que incentiva a coparticipação, que tem bom relacionamento com as pessoas, que produz bons resultados e que tem paixão por aquilo que faz objetivando a realização.

O empreendedor precisa saber identificar as oportunidades. Suas ações empreendedoras devem destacar as pessoas e não apenas as organizações, estas ações são essenciais para que a empresa possa obter bons resultados. Para Dornelas (2008, p. 22), “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades” destaca assim de maneira mais geral a real finalidade do empreendedorismo que é gerar oportunidades.

Existem algumas características essenciais em um empreendedor, como por exemplo: saber identificar as oportunidades, calcular e reduzir os riscos, poder de persuasão, autoconfiança e gostar daquilo que faz.

## **2.2 A importância do Empreendedorismo**

O empreendedorismo é muito importante para a sociedade e para o crescimento econômico, visto que a abertura de novas empresas resultaria na geração de novos empregos. De acordo com o SEBRAE (2007), os empreendedores são caracterizados como elementos importantes para mobilizar capital, acrescentar valor aos recursos naturais, criar bens e gerenciar os meios para administrar o comércio.

Todavia, empreender é uma atividade para desenvolver com cautela, dentro dos costumes do mercado, demandando um profundo autoconhecimento, dessa forma, se alcança os objetivos propostos. Para Oliveira (1995, p. 22), o sujeito empreendedor não se limita somente ao mundo dos negócios, pois ele está presente na ciência, na arte e em outros ramos da atividade humana.

A presença do empreendedor se tornou fundamental para a organização, pois, ele contribui no planejamento, na tomada de decisão, na visão de futuro, levando em consideração os riscos e as metas traçadas. Dessa forma, Dornelas (2018, p. 93) destaca que quando há um

bom planejamento, possui mais chances da empresa alcançar o objetivo proposto com sucesso, do que as que não possuem planejamento algum.

### **2.3 Empreendedor**

O empreendedor é aquele que dá início a algo novo, que identifica as oportunidades onde ninguém vê, que é criativo, inovador, corajoso e que determina estratégias que vão projetar seu futuro.

Entretanto, o empreendedor é aquele que estabelece quais e como seus serviços e produtos serão inseridos no mercado. Segundo Dolabela (1999, p. 43) o empreendedor é aquele que sabe o que quer fazer e em que circunstância será feito. Quando define o que vai fazer, leva em conta seus objetivos, propósitos, escolhas e estilo de vida que deseja ter.

O empreendedor de sucesso é aquele que observa, determina, decide e monitora o desempenho de seu empreendimento. “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (DORNELAS, 2018, p. 15).

Dessa forma, o empreendedor se destaca no mercado de trabalho por estar sempre buscando as melhores e mais inovadoras soluções para os problemas. Para Dornelas (2018, p. 231) os empreendedores são indivisíveis que tem estímulo singular, que gostam do que fazem, que não se contentam com pouco, e querem ser reconhecidos e admirados e assim fazer história.

O empreendedor é um gestor que tem persistência, tem disposição, estipula metas e faz de tudo para conseguir alcançá-las. De acordo com o SEBRAE (2007), os empreendedores já não são vistos como fornecedores de produtos desinteressantes e que são motivados por obter lucro à curto prazo. Hoje são vistos como pessoas que assumem riscos indispensáveis em uma economia em desenvolvimento e incentiva o crescimento econômico.

### **2.4 Características empreendedoras**

Muitas pessoas sonham em abrir seu próprio-negócio, no entanto existem diversas características que o empreendedor precisa ter que são essenciais para ter sucesso. Para Dornelas (2018, p. 32) o empreendedor de sucesso possui algumas particularidades especiais, além de traços do administrador, e algumas qualidades pessoais que, adicionadas a características sociológicas e ambientais, possibilitam o surgimento de um novo negócio.

O empreendedor é visto como alguém inovador, produtivo e que corre riscos, aquele que impõe metas, sabe aonde quer chegar e o que é preciso fazer para atingir seus objetivos. Chiavenato (2007, p. 7) aponta três características básicas que definem a figura do empreendedor: ter realização pessoal, ter autoconfiança, ser criativo e disposição para assumir riscos.

Empreender envolve incertezas e é importante que se tenha habilidades comportamentais pra alcançar os objetivos e assim ser um empreendedor de sucesso. De acordo com Silva (2007, p. 8), um empreendedor precisa ter alguns aspectos como: ousado, criativo e gostar do que faz; usar os recursos existentes para fazer transformações necessárias; ter perseverança, ambição e determinação pra alcançar os objetivos, estando ciente dos riscos.

Para se tornar um empreendedor de sucesso, não basta somente ter uma boa ideia e criar algo, é necessário compreender o mercado e está sempre em busca de atualizações, para que o negócio tenha mais chances de crescimento. Segundo Dolabela (1999, s. p.), as características de um empreendedor podem ser adquiridas e ampliadas. A forma como se identifica o perfil empreendedor de sucesso ajuda no procedimento de saber como agir, aderindo costumes e posicionamentos apropriados para se tornar um.

### **3 EMPREENDEDORISMO FEMININO**

Ao longo dos anos, as mulheres vêm assumindo um papel importante na sociedade, sendo dona de casa, responsável pelo cuidado e bem-estar da família e do lar, continuamente submissa de seus pais e esposo, sem poder manifestar seus desejos ou poder ir em busca da realização de seus sonhos. Segundo Catardo (2005, s. p.), nos dias de hoje a realidade é outra, pois é possível verificar uma transformação nas atitudes das mulheres, não para se igualar aos homens, mas sim para disputar os mesmos direitos que eles.

Com dados do SEBRAE (2007), nota-se que na última década 44% das mulheres representam uma população que atuam de forma economicamente eficaz, e 36% delas são empreendedoras novas criadas no Brasil. Isso nos mostra o crescimento em números na participação da parte feminina em ramos de serviços no mercado brasileiro. O que resulta dessa maneira a maior inserção das mulheres na ocupação de cargos, trazendo melhorias nas empresas e um bom desempenho na economia do país.

Desta maneira, empreendedorismo feminino é visto como uma possibilidade para gerar empregos e rendas, onde as mulheres possam trabalhar com aquilo que gosta, buscando sua

realização pessoal e profissional. De acordo com Dornelas (2013, s. p.), as mulheres estão cada vez mais envolvidas com o empreendedorismo, se destacando no mundo dos negócios, abrindo novas empresas sejam elas pequenas ou grandes, e liderando equipes.

Sendo assim, a mulher que se torna empreendedora consegue seu espaço, lutando pela introdução na sociedade e também para conseguir ganhar seu lugar, e ser bem vista no mercado de trabalho. Segundo Lages (2008, s. p.), mesmo a mulher que demonstre ter uma formação mais evoluída que a dos homens, elas se ocupam profissionalmente com remunerações bem menores e ainda não são aceitas à algumas áreas do mercado trabalhista.

Entretanto, mesmo com diferença em relação aos estudos, a mulher ainda sim tem remunerações salariais baixas, muitas vezes isso se deve aos cargos de trabalhos ocupados por elas.

Contudo a mulher ainda tem outras preocupações, com os afazeres de casa e também com as rotinas domésticas, e procuram através de seus empregos, ter uma boa organização devido aos múltiplos horários, para assim não ter preocupações com suas cargas horárias, amenizando os conflitos entre a vida profissional e a vida familiar (CAMARGO *et al.* 2008).

Portando, podemos visualizar que as mulheres não estabelecem limites ao pensamento de outros, e assim, buscando sua realização pessoal fora de casa investindo no seu próprio empreendimento mostrando e expressando à sociedade o tamanho da sua capacidade em empreender seu próprio negócio.

### **3.1 Participação da mulher no mercado de trabalho**

Como o empreendedorismo vem aumentando ao longo dos anos, a mulher se interessou e começou a buscar ainda mais o seu lugar no mercado, onde o trabalho feminino cresceu consideravelmente. Para Machado (2012, s. p.), a participação da mulher no mercado de trabalho, obteve um crescimento consideravelmente nos últimos anos, destacando que as mulheres estão cada vez mais presentes em todos os segmentos de mercado, mesmo com as desigualdades e obstáculos existentes.

Muito embora essas atividades que existem, apresentam-se em seu caminho, desafios, obstáculos diante a vida no mercado de trabalho, elas buscam melhorar sempre. Para Jonathan (2005, s. p.) as mulheres se destacam no empreendedorismo por ser apaixonadas, dinâmicas, sem medo e autoconfiantes do que querem e se identificam com seus empreendimentos.

Desse modo as mulheres mostram que compreendem o papel que desempenham diante a sociedade, mesmo quando são atingidas pelas barreiras que são impostas, elas não deixam de empreender, buscam inovar, agradar os gostos dos clientes, fidelizar os mesmos e assim dar seguimento na maneira de empreender.

### **3.2 Conflito trabalho versus família**

Por se tornarem proprietárias de seu próprio negócio, as mulheres dedicam parte do seu dia em empreendimentos, criando dessa forma conflitos, trabalho versus família. Estes conflitos acontecem por vários motivos, entre eles, a ausência no tempo para passar e viver em família, quando há falha na comunicação entre os membros da mesma, e as vezes no próprio trabalho, e até mesmo a renda da mulher ser maior que a renda de seu parceiro, dentre outras causas importantes. Desse modo Oliveira (1999, p. 448), afirma que a dupla jornada se refere à acumulação de funções e tarefas do dia a dia, o que gera conflitos, estresses e problemas.

Grande parte das mulheres que trabalham em casa e fora, possuem dificuldades em realizar suas atividades no trabalho. Há uma preocupação por parte delas com sua casa e com os filhos, pois, na maioria das vezes, seus esposos não se dedicam tanto quanto elas em relação a criação dos filhos. Para Machado (2012, s. p.), as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras para conciliar família e trabalho, geralmente estão relacionadas aos filhos, esposo e aos pais, isso porque as mulheres priorizam muito a constituição da família.

No ponto de vista das mulheres, existe a necessidade, dedicação e capacidade para poder se ocupar com as tarefas do lar e cuidar dos filhos, desta forma mostra que os homens têm mais habilidades para trabalhar fora do lar.

Assim diferentes mulheres se sobressaem ou não no mercado de trabalho. Aquelas que não se enquadram, com o passar do tempo tomam a decisão ficar em casa e assim dedicar mais tempo a família. Já aquelas que conseguem se destacar, são as mulheres que veem benefícios com as novas oportunidades e assim buscam melhorias gradativamente. Jonathan (2005, s. p.) destaca que, o emprego, os filhos e o respeito próprio se estabelecem como fatores de satisfação das mulheres empreendedoras brasileiras, sugerindo que as áreas profissionais, pessoal e familiar contribuem de forma tranquila para o bem destas mulheres.

Todavia essas mulheres buscam dedicar-se mais e integrar-se ao mercado trabalhista, se envolvendo em atividades que tem sucesso e êxito dentro e fora do lar. De acordo com Silva e Andrade (2016, p. 177), o conflito existente entre o trabalho e família, é estabelecido como uma

maneira de atrito entre papéis em que as imposições do emprego e da família são respectivamente contrárias em alguns pontos.

Portanto, o ideal seria que as tarefas fossem organizadas para serem feitas dentro do horário de trabalho, e não levado para serem feitos em casa, pois assim, a mulher poderia ter uma organização melhor no dia a dia da empresa, além de possibilitar que tenha um tempo de lazer com a família.

### **3.3 Empreendedorismo por oportunidade x necessidade**

O olhar comum do empreendedor é onde ele consegue ver e entender a necessidade de melhorias, e assim preencher esses espaços. Assim, os empreendedores conseguem fazer parte do mundo, onde interpretam as condições ao seu redor e simultaneamente influenciam de forma natural. Segundo Leite (1999, s. p.), o sucesso de novos empreendimentos está em saber identificar as oportunidades. Assim ao identificarem essas oportunidades o empreendedor sente-se mais motivado e confiante com o seu negócio, o que aumenta a possibilidade de ter sucesso em seu empreendimento.

Deste modo para empreender é preciso traçar habilidades, como ter planejamentos, facilidades na resolução de problemas, ter e saber aplicar lideranças, ser ágil nas negociações, dentre outras. Todavia essas habilidades não asseguram o desfecho em seu empreendimento. Para Benavides Espinosa e Garcia (2004 s. p), o Caráter sociocultural é um dos fatores motivadores, a busca de emprego depende principalmente da necessidade. Essa necessidade pode ser através de empresas que podem necessitar de melhoria na mão de obra, ou dos funcionários que entram em algum ramo de atividade específico.

Dessa forma, diante da necessidade, ou quando o indivíduo passa por alguma dificuldade, essas pessoas decidem abrir um negócio para gerar renda como forma de solução para seus problemas. De acordo com Drucker (1998, p. 49), o empreendedor é aquele indivíduo que está sempre atento para encontrar e explorar novas oportunidades.

Entretanto, outro fator importante seria o desemprego, o sentimento que as pessoas têm de estar sem emprego, faz com que a pessoa tenha motivos para criar e pensar no seu próprio negócio; para assim se garantir financeiramente no futuro. De acordo com o GEM (2008 s. p.) os empreendedores podem se motivar e se orientar tanto pela oportunidade visando que o mercado de trabalho está em crescimento, quanto pela necessidade pela falta de trabalho e renda.

Algumas pessoas abandonam seus empregos para se dedicarem a abrir um algo novo no mercado, e dessa forma utilizam suas economias para investirem naquilo que pensam ser uma oportunidade de negócio. Salim *et al* (2004, p. 2) cita que o indivíduo começa a se tornar um empreendedor a partir do momento que pensa como poderia ser sua vida se fosse proprietário de um negócio, e assim decidir o sentido do seu empreendimento e a independência que o próprio negócio trás.

Dessa forma, nota-se que os empreendedores visam, seja por necessidades ou oportunidades buscar uma boa satisfação sendo ela pessoal ou profissional e assim tendo melhorias financeiras.

#### **4 METODOLOGIA**

Para realização deste artigo foi elaborado um questionário para ser aplicado a quatro empreendedoras da cidade de Santa Cruz de Minas e região, escolhido através da amostra por processo de acessibilidade. Conforme cita Costa Neto (1977, p. 43), é difícil se ter acesso a toda população objeto de estudo, dessa maneira é necessário dar continuidade a pesquisa, aplicando-se uma amostra da população que é acessível na hora de realizar a pesquisa.

Foi utilizado o questionário que é um método de apuração constituída por uma pequena ou grande quantidade de perguntas apresentadas por escrito que tem por finalidade possibilitar certo conhecimento ao pesquisador. Para Gil (1999, p. 128), o questionário é um procedimento de investigação formada por questões, onde são apresentadas as pessoas, com o objetivo conhecer sobre as experiências, opiniões, vontades, costumes etc.

Este estudo baseou-se em uma estratégia qualitativa de pesquisa, na qual é um método de apuração científica que destaca o objetivo em estudo, analisando suas particularidades e experiências específicas.

Numa pesquisa qualitativa as respostas não são diretas, e a finalidade não é contabilizar quantidades como resultado, mais sim poder compreender o desempenho de um certo grupo-alvo. Dessa maneira, Gerhardt e Silveira (2009, p. 31) diz que “as pesquisas qualitativas se definem em não preocupar com a quantidade, e sim com o entendimento de um grupo de uma organização, possibilitando uma melhor compreensão do assunto abordado”.

Entretanto esta pesquisa tem caráter descritivo, onde é uma das especificações da pesquisa científica, onde seu objetivo é relatar as particularidades de uma população, um fato ocorrido ou experiência para o estudo executado. Assim sendo, segundo Vergara (2000, p. 47)

a pesquisa descritiva apresenta as características de uma certa população e determina relações entre as variáveis que são estudadas.

Por fim, esta pesquisa foi feita através de estudo de caso. Nesse sentido, o estudo de caso é um método próprio para desenvolvimento de uma análise qualitativa, que tem como objetivo verificar um problema, examinar as evidências, desenvolver fundamentos práticos, avaliar e sugerir soluções. Segundo Gil (2008, p. 58) o estudo de caso é definido pelo estudo intenso e cansativo de poucos objetos, de modo a possibilitar o seu conhecimento amplo e aprofundado.

## **5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS**

Este estudo de caso teve como objetivo analisar os dados sobre o que levou as mulheres a se tornarem empreendedoras. Foi realizado um questionário com dez perguntas com quatro mulheres empreendedoras da cidade de Santa Cruz de Minas e região, onde foi abordado o tema empreendedorismo. Após a entrega dos questionários das quatro empreendedoras, foi possível coletar dados referente a temática do empreendedorismo e dos desafios enfrentados para assim empreender no mercado de trabalho.

Na primeira questão foi questionado o que elas entendem sobre empreendedorismo. As entrevistadas 1 e 2 responderam de forma parecida, que empreendedorismo seria a realização de um sonho, as entrevistadas 2 e 4 responderam que empreendedorismo seria inovar e colocar o negócio em prática. Das falas, a mais relevante foi da entrevistada 4: “Enxergar que é capaz de desenvolver um plano de negócio, se dedicando ao máximo e fazer com paixão.”

Segundo Dornelas (2008, p. 14.), “empreendedorismo significa inovar, ser criativo, buscar novas oportunidades de negócio, tendo com o foco a criação de valor”. Sendo assim, o empreendedor é aquele indivíduo que vê as oportunidades onde ninguém mais vê, é ser criativo e inovador, é fazer aquilo que gosta, além de criar metas, estabelecer estratégias e assim buscar o sucesso de seu negócio,

Na segunda questão foi abordado sobre o porquê elas optaram por empreender. As quatro entrevistadas responderam que gostam da área que escolheram e sempre sonharam em ter seu próprio negócio. De acordo com o SEBRAE (2007), a possibilidade de realização pessoal no empreendedorismo é maior, pois dessa forma, é possível fazer aquilo que gosta e trabalhar ao mesmo tempo. Diante disso, pode-se notar que muitas empreendedoras começaram a empreender para ter seu próprio negócio, e por trabalhar aquilo que gosta.

A questão três refere-se o que elas desejavam conquistar quando decidiram empreender. As entrevistadas 2, 3 e 4 responderam de forma parecida, que visavam ter um crescimento profissional, tornando-se assim uma empreendedora de sucesso. A entrevistada 1 respondeu que deseja ganhar seu espaço no mercado, crescer financeiramente e suprir a necessidade de seus clientes. Para Chiavenato (2007, p. 10), “o empreendedor é aquele indivíduo que inicia ou atua em um negócio para realizar um objetivo pessoal, considerando os riscos, assumindo as responsabilidades e inovando sempre”. Desta maneira nota-se que as empreendedoras desejavam conquistar seu espaço e ter sucesso no mercado de trabalho.

Na quarta pergunta foi questionada a importância de um planejamento estratégico na abertura de um negócio. As 4 entrevistadas responderam de forma similar, que o planejamento estratégico é fundamental na empresa para que tudo ocorra da melhor maneira possível, impulsionando a empresa para uma direção melhor. De acordo com Oliveira (2002, p. 267), “o planejamento estratégico é um método na qual tem por objetivo alcançar as metas desejadas e que possam ser realizados de forma eficaz, utilizando poucos recursos pela organização”. Sendo assim, o planejamento estratégico ajuda a tornar a empresa menos suscetível e vulnerável aos movimentos do mercado.

A quinta questão aborda a escolha do tipo de negócio para começar a empreender. As entrevistadas 1 e 4 responderam que já trabalhavam no ramo no qual elas escolheram empreender. Já as entrevistadas 2 e 3, responderam que além de trabalhar com aquilo que gostam, elas acreditam que é gratificante satisfazer as necessidades de seus clientes. Para Dornelas (2018, p. 29), “as possibilidades podem ser resultantes de ideias do empreendedor, da sua análise e atenção ao que está ocorrendo ao seu redor, de sua criatividade e mente aberta a novidades”. Diante disso, nota-se que as quatro entrevistadas já trabalhavam na área que escolheram empreender, e que já tinham uma certa experiência no ramo, além de ter paixão pelo que fazem.

A sexta questão aborda qual foi o fator mais importante para o sucesso da empresa. As entrevistadas 1, 2 e 3 responderam que os fatores importantes para o sucesso de suas empresas são: o bom atendimento, qualidade dos produtos, serviços e fidelização dos clientes. Cobra (1997, p. 16) aponta que “não basta apenas manter os clientes satisfeitos, é necessário surpreendê-los, pois a forma em que o cliente é tratado resulta no grau de sua satisfação”. Dessa forma, pode-se dizer que o sucesso da empresa irá depender de diversos acontecimentos, internos e externos, entre eles, o bom atendimento, qualidade nos produtos e serviços, sendo essenciais para crescimento da empresa.

A questão sete pergunta o diferencial de cada empresa. As entrevistadas 1, 2 e 4 responderam que os diferenciais de suas empresas são qualidade dos produtos e serviços, bom atendimento e preço justo. Já a entrevistada 3 respondeu que além de vestir as clientes com seus produtos, ainda realça a beleza das mesmas, com os serviços prestados de maquiagem e design de sobancelhas. Chiavenato (2007, p. 216) nos diz que “o cliente é essencial para se permanecer no mercado e o bom atendimento faz toda a diferença”. Dessa maneira, o segredo do sucesso está nos detalhes, na qualidade dos produtos e serviços, e na dedicação demonstrada em cada atendimento.

A questão oito aborda sobre as ferramentas utilizadas na divulgação das empresas. As 4 entrevistadas responderam de forma geral que utilizam as redes sociais para a divulgação de seus produtos e serviços. A entrevistada 3, além das redes sociais também utiliza o “boca-a-boca” de seus clientes para fazer a divulgação. De acordo com o SEBRAE (2018) quando se tem uma empresa ou deseja abrir uma, fazer divulgações no mercado é algo estratégico e muito importante que deve ser agregado no dia a dia de uma organização. Diante disso, as empresas tem utilizado cada vez mais a internet para divulgar seus produtos e serviços, visto que o marketing nas redes sociais tem sido um dos segmentos que mais cresce no mundo.

A questão nove questiona como as empreendedoras se veem daqui cinco anos. As entrevistadas 3 e 4 responderam que pretendem ampliar seus negócios, já as entrevistadas 1 e 2 responderam que desejam estabilidade financeira, e abrir outras lojas na região. Para Dornelas (2018, p. 28) “o empreendedor visionário é aquele indivíduo que compreende aonde quer chegar, utiliza do planejamento para criar um negócio, tem em mente os objetivos que quer alcançar, visando o lucro”. Dessa forma, nota-se que as entrevistadas desejam expandir suas empresas, atingir novos mercados e ampliar seus negócios.

Na décima e última pergunta foi questionado quais são os desafios enfrentados por essas empreendedoras no atual mercado de trabalho. As entrevistadas 1, 2 e 3 responderam que os desafios por elas enfrentados no momento seriam a crise financeira, e a concorrência. Já a entrevistada 4 respondeu que o desafio por ela encontrado é saber administrar a vida maternal com a vida profissional, além de gerenciar a empresa e estar sempre buscando inovações. De acordo com Silva (2007, s. p.), “as mulheres enfrentam no dia a dia o estresse de conciliar a vida profissional e os cuidados de casa, pois, além de se dedicarem ao mundo dos negócios, ao chegar em casa elas ainda precisam lidar com os serviços domésticos”. Diante disso, mulher desempenha cada vez mais multitarefas, sendo esposa, dona de casa, mãe, além de uma vida

social ativa. O maior desafio enfrentado por elas é desempenhar tantos afazeres de forma equilibrada.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo desenvolveu-se com o objetivo de compreender o crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil e as causas dos desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras. A mulher, tornando-se empreendedora, consegue ganhar seu espaço de maneira positiva no mercado de trabalho e, assim, buscando sua realização pessoal e profissional. O empreendedorismo feminino se destaca pela forma como a mulher lidera, amplia o ambiente e a visibilidade, onde as mulheres contribuem para o fim de várias barreiras na sociedade.

Analisaram-se, também, as características dos perfis das mulheres empreendedoras, suas influências e a introdução das mesmas no mercado de trabalho. Elas se destacam na área por serem apaixonadas, terem autoconfiança serem dinâmicas e assim se identificam com o perfil empreendedor buscando sempre inovar.

Nesse sentido, a influência da mulher no mercado de trabalho se destaca pelo desenvolvimento de habilidades como: resolução de conflitos, inteligência emocional, sensibilidade, empatia, intuição e colaboração. Tais características ajudam a ter uma boa administração e controle de suas tarefas.

Desta forma, foi realizada, uma pesquisa qualitativa, a partir de um questionário com dez perguntas que foi aplicado a quatro mulheres empreendedoras, onde o resultado reafirmou que sim, as mulheres conseguem enxergar de maneira clara esses desafios, e buscam enfrentá-los de forma positiva, com a forma que elas empreendem.

Os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras estão relacionados a obstáculos como o preconceito, falta de tempo para se dedicar a família, remuneração inferior em relação aos homens, e a dificuldade de conciliar o tempo nessa dupla jornada de trabalho versus vida pessoal.

Outro dado importante dessa pesquisa, foi poder observar a opinião das entrevistadas onde elas detalharam que escolheram empreender por gostarem da área, buscam o crescimento profissional, pretendendo ganhar seu espaço no mercado a cada dia e assim crescer financeiramente, e além de disso levar a satisfação para seus clientes.

Conclui-se, portanto, que o empreendedorismo feminino vem ganhando cada vez mais espaço no mercado de trabalho mostrando que as mulheres conseguem superar os obstáculos e desafios do dia-a-dia de forma clara e positiva para ter uma boa realização na carreira e satisfação pessoal. Desenvolver características empreendedoras é fundamental para que ter sucesso no negócio, e assim ter eficiência na empresa. Se tornar um empreendedor é um caminho para o sucesso.

## 7 REFERÊNCIAS:

BALTAR, P.; LEONE, E. T. A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro. **Revista brasileira de Estudos Populacionais**, São Paulo, v.25, n.2, p. 233-249, jul/dez. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbepop/v25n2/v25n2a03.pdf>. Acesso em: Nov. 2018. 249 p.

BENAVIDES ESPINOSA, M. D. M. & GARCIA, I. S. **El estudiante universitario como emprendedor**: um análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados. 2004. Disponível em: <https://www.uv.es/motiva/libromotiva/24BenavidesSanchez.pdf>. Acesso em: mar. 2019. 419 p.

BRASIL. IBGE. **Estatística de gênero**, 2018- responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: nov. 2018.

CAMARGO, D. *et al.* **O significado da atividade empreendedora**: as práticas da mulher brasileira em 2008.

CATARDO, E. **3º setor e governo**: A máquina social. 2004. Disponível em <http://www.responsabilidadesocial.com/artigo/terceiro-setor-e-governo-a-maquina-social/>. Acesso em: mar. 2019.

COBRA, M. H. N. **Marketing Básico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 762 p.

COSTA NETO, P. L. O. **Estatística**. São Paulo: Edgard Blücher, 1977. 264 p.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007. 282 p

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. 1. Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. 276 p.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30ª ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**: Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 2 ed. São Paulo. Editora Cultura, 2006.

DORNELAS, J. **Empresas iniciantes com mulheres na diretoria têm mais chance de sobreviver**. 2013. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/jose-dornelas/2013/10/28/empresas-iniciantes-com-mulheres-na-diretoria-tem-mais-chance-de-sobreviver.htm>. Acesso em: abr. 2019.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 200 p.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018. 288 p.

Drucker, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1998. 378 p.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. (organizadoras). **Métodos de Pesquisa**. 1ª Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 200 p.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220 páginas.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. Global Report, 2018. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51d04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51d04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf). Acesso em: abr.2019.

JONATHAN, E. G. **Mulheres empreendedoras**: medos, conquistas e qualidade de vida. Psicologia em Estudo, Maringá, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2019.

LAGES, S. R. C. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, 2008. Disponível em: <http://portal.estacio.br/media/4404/4-desafios-empreendedorismo-feminino-reflexao-dificuldades-mulheres-pobres-conducao-projetos-geradores-renda.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2019.

LEITE, E. F. **Formação de Empreendedores e o papel das Incubadoras**. Universidade Católica de Pernambuco. In: Anais... Encontro Nacional de empreendedorismo. Florianópolis, 1999. UFSC, 1999.

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

MENEZES, L.C.M **Gestão de Projetos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 336 p.

OLIVEIRA, M. A. **Valeu!**: Passos na trajetória de um empreendedor. São Paulo: Nobel, 1995. 177 p.

OLIVEIRA, E. M. O drama da mulher no mundo do trabalho: o ser e o estar. In: Giffin K e Costa (org) **Questões da saúde reprodutiva**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1999. 454 p.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 384 p.

SALIM, C. S. *et al.* **Administração Empreendedora**: teoria e prática usando estudos de casos. Rio de Janeiro: Ed. Campus: Elsevier, 2004. 226 p.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007. Disponível em:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf). Acesso em: fev. 2019.

SEBRAE. **Empreendedorismo**: Os desafios da mulher empreendedora, 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empresadora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: Nov. 2018.

SILVA, I.; ANDRADE, C. Medidas de conciliação da vida profissional e familiar: estudo de caso numa instituição de ensino superior. Dedic. **Revista de Educação e Humanidades**, 2016. 195 p.

SILVA, P. **Manual do empreendedor**. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria, 2007. Disponível em:

[http://www.empreender.aip.pt/irj/go/km/docs/site-manager/www\\_empreender\\_aip\\_pt/conteudos/pt/centrodocumentacao/Centro%20de%20Documenta%C3%A7%C3%A3o/Manual%20Empreendedor\\_IPLeiria.pdf](http://www.empreender.aip.pt/irj/go/km/docs/site-manager/www_empreender_aip_pt/conteudos/pt/centrodocumentacao/Centro%20de%20Documenta%C3%A7%C3%A3o/Manual%20Empreendedor_IPLeiria.pdf) acesso em: 23 de abril 2019

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 104 p.