



OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES PARA EMPREENDER UM NEGÓCIO EM UMA CIDADE DO INTERIOR DE MINAS GERAIS

Autores: Sabrina Soriano Rodrigues

Karla Carolina Resende

Prof^ª.Coautor: Márcio Lobosque Senna Neves

Prof. da Disciplina: Bruno Ferreira Mendes

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar um estudo de caso acerca do tema “ Os desafios enfrentados pelas mulheres para empreender um negócio em uma cidade no interior de Minas Gerais”,ou seja, entender como os desafios de empreender um negócio afetam as mulheres no mercado. O empreendedorismo feminino está em constante crescimento e as mulheres estão cada vez mais se profissionalizando e revelando sua capacidade de multiplicidade de papéis no ambiente familiar e profissional. A partir das informações obtidas foi realizada uma reflexão sobre os maiores obstáculos enfrentados pelas mulheres empreendedoras no mercado atual. Participaram da pesquisa 26 mulheres empreendedoras de uma cidade do interior de Minas Gerais e, de modo geral, são observadas semelhanças nos resultados da pesquisa, sinalizando a busca das mulheres por oportunidades e crescimento profissional ao empreender. Ainda há muitas dificuldades, demandas altas de compromissos domésticos, dentre muitos outros, mas mesmo com tantos desafios a classe feminina vem crescendo e ocupando cada vez mais seu espaço nos negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo; mulheres; desafios; negócios.

1. INTRODUÇÃO

No século XVII, com o início da industrialização, surgiram novos modelos de negócios, ocasionando grandes mudanças no mercado, reformulando e inovando a economia. O conceito de empreendedorismo intensificou-se no Brasil na década de 1990, com o alto índice de desemprego em grandes e pequenas cidades, a população sem alternativa começou a criar seu próprio negócio buscando a sua independência financeira.

Diante do exposto, as micro e pequenas empresas são de grande relevância para a economia nacional e dados publicados mostram que no período de 2000 a 2008 o número desses tipos de empresas passou de 4,1 milhões para 5,7 milhões (SEBRAE, 2010). A participação das mulheres no empreendedorismo no Brasil estão cada vez mais evidentes no cenário atual, sendo que de 2013 a 2019, o número de mulheres empreendedoras aumentou em 124% (SEBRAE MINAS,2019).

Nesse contexto, busca-se entender os principais desafios enfrentados por empreendedoras, distinguindo a necessidade de apoio para a integração da mulher no mercado. Por isso, este estudo busca responder a seguinte pergunta: Quais os desafios enfrentados pelas mulheres para empreender um negócio em uma cidade do interior de Minas Gerais?

Justifica-se a escolha do tema para melhor entender como os desafios de empreender um negócio afetam as mulheres. Apesar de todas as dificuldades enfrentadas por elas, o setor de empreendedorismo feminino está em constante crescimento. Por meio dessa pesquisa pretende-se alcançar conhecimentos fundamentais para abertura de oportunidades no empreendedorismo feminino.

Portanto, este estudo tem como objetivo geral analisar quais os desafios enfrentados pelas mulheres para empreender um negócio em uma cidade do interior de Minas Gerais, de modo que se possa compreender os desafios enfrentados por elas. Mais especificamente, pretende-se: a) conceituar o empreendedorismo; b) diferenciar empreendedorismo de necessidade por oportunidade; c) evidenciar os desafios enfrentados pela mulher; d) demonstrar o papel da mulher no mercado de trabalho e e) trazer ao leitor, através de uma pesquisa, quais os desafios são enfrentados ao se empreender um negócio em uma cidade no interior de Minas Gerais.

Como metodologia,o artigo terá abordagem exploratória descritiva de natureza quantitativa por intermédio de um estudo de caso, utilizando questionário estruturado a partir do qual serão coletados os dados que permitirão apresentar os desafios que a mulher enfrenta para empreender.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceitos acerca do empreendedorismo

O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades e, a perfeita implementação destas, leva à criação

de negócios de sucesso (DORNELAS, 2012).

Em relação ao termo empreendedor, entende-se que é aquela pessoa visionária, que vê o que outras pessoas não vêem, identificando uma oportunidade de criar novos negócios. O visionário é o indivíduo de ideais grandiosos e com ideias excêntricas (MANFRIM, 2018). De forma geral, existem muitas concepções sobre este termo, sendo entendido também como aquele que destrói a ordem econômica existente a partir da introdução de novos produtos e serviços, criação de novas formas de organização ou exploração de novos recursos e materiais (SCHUMPETER, 1949; BACK CERETTA e ROCHA, 2018).

A partir desses conceitos, observa-se que empreendedores são aqueles que executam suas ideias, que se deslocam de seu emprego tradicional e assumem riscos para iniciar o seu próprio negócio, que persiste em seus sonhos e concretiza com inspiração e determinação e ainda aqueles que buscam e transformam seus sonhos em realidade (DOLABELA, 2003).

Por tanto, torna-se necessário entender os tipos de empreendedorismo citados no próximo tópico.

2.1.2 Tipologia do empreendedorismo

2.1.2.1 Empreendedorismo por necessidade

O empreendedorismo por necessidade é aquele que surge com a falta de políticas duradouras dirigidas à consolidação do empreendedorismo e o modelo capitalista atual e são criados por pessoas que estão fora do mercado de trabalho, sem alternativas iniciam seu próprio negócio, geralmente são criados na informalidade e sem planejamento o que favorece para a mortalidade do empreendimento. O empreendedor por necessidade é entendido também como a jornada empreendedora por falta de opção, pelo desemprego e falta de alternativas de trabalho (DORNELAS, 2008).

Observa-se que o crescimento constante do número de empreendedores motivados por necessidade, saltou de 37,5 para 50,4% em relação a quase duas décadas atrás. Esse aumento é derivado do aumento do desemprego no país levando muitas pessoas a criar seu próprio negócio para obter sua fonte de renda e essa situação é mais comum em países em desenvolvimento, como o Brasil (SEBRAE, 2021).

No próximo tópico será abordado outro tipo de empreendedorismo, o empreendedorismo por oportunidade.

2.1.2.2 Empreendedorismo por oportunidade

O empreendedorismo de oportunidade se origina do profissional visionário que identifica lacuna e carência de produto/serviço no mercado, tem suas ideias formadas, um planejamento estratégico, estudo de mercado e confiança, praticado por empreendedores que sabem onde querem chegar, com planejamentos e visando a geração de lucros, empregos e riquezas para sua empresa (DOLABELA, 2012).

O índice de empreendedorismo de oportunidade era inferior ao índice de empreendedorismo por necessidade, mas nos últimos anos nota-se uma reversão nesses números havendo para cada empreendedor por necessidade 2,1 empreendedores por oportunidade (GEM, 2002).

Por fim, o empreendedorismo por oportunidade tem como características as empresas que identificam e buscam oportunidades de mercado (SHANE e VENKATARAMAM, 2000; VIEIRA e RAMOS, 2013) e as oportunidades nascem da modificação da tecnologia, mudança comportamental do cliente e gestão do conhecimento (AIDAR, 2007; VIEIRA e RAMOS, 2013).

2.2.3 Importância do empreendedorismo para o mercado

Para o desenvolvimento de uma organização, o empreendedorismo é de grande importância e o empreendedor tem a oportunidade de conquistar, transformar e inovar em diferentes cenários e conquistar o sucesso no empreendedorismo não se extingue em apenas abrir um empreendimento, vai mais adiante e é preciso manter (AIDAR, 2007; VIEIRA e RAMOS, 2013).

Nota-se ainda que o fato principal do empreendedorismo para com o mercado está totalmente ligado ao desenvolvimento e crescimento. A criação de novas oportunidades, postos de trabalho, incentivo à parte criativa da população, capacidade de inovar e implementar novas ideias de negócio (AIDAR, 2007; VIEIRA e RAMOS, 2013).

O empreendedorismo contribui positivamente para o desenvolvimento econômico, pois introduz inovação tanto pela inovação de produtos ou de processos de produção, ou seja, leva a competitividade e ao aumento da eficiência econômica (PORTER, 1992). Além disso, existe o entendimento que o desenvolvimento econômico é a riqueza de uma nação (SMITH, 1776).

Uma pesquisa realizada em 2020, demonstra que o empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento do Brasil, com a criação de empregos, produtos, serviços, bem estar social e inovação tecnológica e que é possível notar um crescimento na economia (GEM, 2020).

O empreendedorismo por necessidade cresceu rapidamente com as crises financeiras enfrentadas pelo Brasil e, focados em oportunidades de mercado, evidencia-se a melhoria no cenário econômico com a possibilidade de oportunidades às classes sociais mais baixas. Dessa forma, esse tipo de empreendedorismo influencia em uma grande parte da atividade empreendedora do país (DOLABELA, 2012).

O avanço tecnológico traz uma nova forma de viver com mudança de hábitos, comportamentos e consumo, transformando e estruturando as relações comerciais. A tecnologia é a chance que lhe proporciona planejar sua trajetória empreendedora (GERENCIANET, 2018).

Dessa forma, um empreendedor é um realizador que coloca em execução novas ideias, por meio de engenhosidade, portanto empreender é a forma de continuar a ser competitivo no mercado, pois o empreendedor é aquele que assume riscos e começa algo novo (SEBRAE, 2021).

2.2. A mulher no mercado de trabalho

Mesmo com tanto crescimento, o cenário feminino no âmbito dos negócios ainda se encontra certos tipos de preconceitos, falta de apoio, conflitos, principalmente quando se fala em altos cargos e posições de maiores lideranças. As mulheres vêm se qualificando profissionalmente a cada dia, mas o seu desenvolvimento no mercado de trabalho não acompanha o seu empenho. Mas, de forma positiva, a conquista da mulher no mercado vem ocupando seu espaço a longo prazo (ANDRADE e GUALBERTO, 2015).

Atualmente, as mulheres compõem a grande parte do ensino superior, mas são as que mais encontram dificuldade para se alocarem no mercado de trabalho o que é comprovado por uma pesquisa de 2020 que mostra que as mulheres tem mais acesso ao ensino superior, mas ainda são minoria em cargos específicos de trabalho (IBGE, 2020). Grandes fatores ligados ao preconceito e da cultura machista da sociedade insistem na ideia de que a mulher tem o dever e obrigação de cuidar da casa, dos filhos e do marido o que, por diversas razões, não conseguem nem mesmo procurar ou conseguir um trabalho fora do lar (QUERINO, DOMINGUES, LUZ, 2013).

Historicamente, nos primórdios, homens e mulheres desempenhavam papéis sociais diferentes, o homem tinha o papel principal de caçar e a mulher vivia unicamente para os cuidados da família. No século XX, houve marcos importantes como as grandes guerras e revoluções com a redução do salário dos homens além do abandono de seus cargos para irem para as guerras. Dessa forma, houve uma crescente necessidade de mão de obra nas fábricas e assim as mulheres tiveram que sair de casa para suprir a necessidade de mão de obra, impactando o molde patriarcal da figura feminina se dedicando para garantir o sustento e mostrando suas capacidade e qualificação no mercado de trabalho tirando a mulher da obscuridade e anonimato (QUERINO, DOMINGUES, LUZ 2013).

Diferentes condições materiais fundamentavam perspectivas políticas muito distintas. No caso das mulheres, relacionam-se ainda aos diferentes significados que tem em suas vidas o trabalho remunerado, a família, o trabalho doméstico e o cuidado das crianças. Para as mulheres das camadas populares, os papéis familiares de mãe e dona-de-casa têm um peso muito maior do que o trabalho remunerado na sua auto definição, na constituição de sua identidade social. Sua vida cotidiana é demarcada por suas atividades domésticas, fortemente ligadas às relações de vizinhança. Para as mulheres das camadas médias, com um grau de instrução mais elevado e algum nível de formação profissional (ainda que discriminadas com relação aos homens), o trabalho doméstico é visto, sobretudo, como opressivo, embrutecedor. Seus recursos permitem, por outro lado, contratar empregadas domésticas, que as substituem, pelo menos parcialmente. Nessas circunstâncias, sua opção por uma atividade profissional tem maiores chances de ser gratificante e o peso do referencial doméstico, embora forte, tende a ser contrabalançado pelo trabalho remunerado (SARTI, 1988).

2.3 Importância das MPE'S no empreendedorismo feminino

O estímulo ao empreendedorismo feminino traz importantes contribuições para que tenhamos uma sociedade igualitária entre homens e mulheres. O crescimento quantitativo do número de empreendedoras mulheres não reflete um aumento da igualdade de gênero no setor do empreendedorismo, entretanto o setor de empreendedorismo do Brasil e no mundo, tem cada vez mais a presença feminina (MEDEIROS, 2016). As mulheres passaram a se dedicar mais ao estudo e inserir-se no mercado de trabalho de forma mais firme, devido às alterações nos padrões culturais e sociais. Dessa forma, as mulheres passam a representar expressiva importância no mundo empresarial, e auxílio na gestão, correspondendo as expectativas do mercado (PEREIRA, SANTOS e BORGES, 2005).

O crescente número de mulheres que abrem o seu negócio próprio, faz com que a economia esteja em constante crescimento, a atitude de abrir um negócio além de gerar empregos, aumentam a renda média e melhora a qualidade de vida familiar. Assim, o papel da inovação no processo empreendedor resulta na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados (SCHUMPETER, 1947).

O papel desempenhado pelas mulheres à frente das micro e pequenas empresas, faz com que possamos compreender o crescente desenvolvimento do empreendedorismo feminino, pois é importante notar o quanto a atuação feminina em pequenos negócios contribui no ambiente econômico e social. Conforme pesquisa, o ano de 2013 apresenta a primeira vez em que as mulheres estiveram em maior número em novos empreendimentos, fazendo parte de 52% dos pequenos negócios com até três anos e meio de atividade. Além disso, o número total de micro e pequenas empresas, 35% tem mulheres a sua frente (GEM, 2013; MEDEIROS, 2016).

As mulheres estão marcando sua presença no mundo do empreendedorismo, mesmo com imensuráveis dificuldades e barreiras, pode-se observar que as mulheres estão à frente dos homens na abertura de empresas e constataram que existiam no Brasil algo em torno 24 milhões de mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2018).

A sobrevivência de empresas administradas por mulheres tem superado os números médios anteriores de duração de micro e pequenas empresas e a capacidade das mulheres é favorável ao sucesso do empreendimento. Contudo, o estilo peculiar das mulheres de administrar de diferentes formas faz com que ela consiga sintonizar a vida pessoal e profissional (SEBRAE, 2018).

3. METODOLOGIA

A pesquisa foi elaborada com o intuito de analisar quais os desafios enfrentados pelas mulheres para empreender um negócio em uma cidade do interior de Minas Gerais, de modo a entender os fatores desencadeantes deste desafios, bem como colaborar com informações relevantes para que se possa identificar os desafios das mulheres em empreender em uma cidade do interior.

O ato de pesquisar tem como objetivo fazer com que tenhamos contato com a realidade desconhecida, fazendo com que revele características e particularidades. Logo, a pesquisa social é definida como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico senodo o objetivo fundamental da pesquisa descobrir respostas para problemas

mediante o emprego de procedimentos científicos (GIL, 1999).

A pesquisa conta com a participação de vinte e seis mulheres empreendedoras. E o critério utilizado na escolha dos participantes é que fossem mulheres empreendedoras que tiveram desafios para abrir o seu próprio negócio em uma cidade do interior, portanto foi possível estudar de perto esses desafios enfrentados, possibilitando um contato maior com o problema.

O tipo de pesquisa utilizada foi à exploratória descritiva de natureza quantitativa por intermédio de um estudo de caso, utilizando questionário estruturado a fim de permitir elencar os desafios que a mulher enfrenta para empreender, proporcionando uma melhor compreensão acerca do assunto.

A pesquisa exploratória constitui a primeira etapa de um estudo mais amplo, e é muito utilizada em pesquisas cujo tema foi pouco explorado, podendo ser aplicada em estudos iniciais para se obter uma visão geral acerca de determinados fatos (GIL, 2002).

Já a pesquisa descritiva, tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Dessa forma, ela tem por propósito analisar fenômenos, procurando descrevê-los e interpretá-los. Portanto, o pesquisador irá identificar as relações e escrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência (GIL, 1991).

A peculiaridade de pesquisa quantitativa interpreta as informações mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos (semântica) (KNECHTEL, 2014).

Em relação ao estudo de caso é entendido como ensinamento que pode ser executado em diversas áreas do conhecimento (GIL, 2007). O questionário pode ser definido como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas (GIL, 1999).

A pesquisa é de natureza quantitativa, visando o conhecimento estudado e a partir dos dados recolhidos fazer uma análise. Nessa situação, para a coleta de dados foram entrevistadas vinte e seis mulheres empreendedoras, utilizando a aplicação de questionários estruturados do dia 18/04/2022 ao dia 16/05/2022 e quanto a técnica de análise utilizou-se o estudo de caso.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

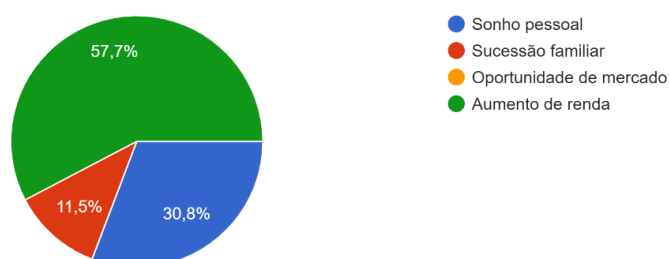
Em relação aos resultados e discussão, serão apresentados as questões mais relevantes

do questionário em formato de gráficos e as outras análises serão apresentadas em texto.

Ao examinar os resultados do questionário aplicado, na amostra com vinte e seis mulheres associadas ao empreendedorismo no interior de Minas Gerais, percebeu-se que a preferência pelo empreendedorismo se relacionou ao aumento de renda, sonho pessoal e sucessão familiar (gráfico 1).

Gráfico 1: Motivações para empreender das mulheres empreendedoras.

12. Qual a sua motivação para empreender?
26 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

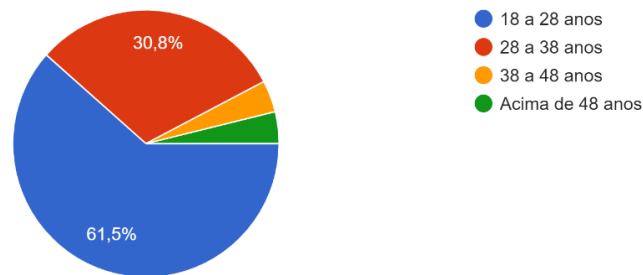
É possível analisar que o aumento de renda é a maior motivação para empreender dessas mulheres, o que permite afirmar que a maioria das mulheres entrevistadas empreenderam por necessidade e não por oportunidade (DORNELAS, 2008).

O perfil das mulheres empreendedoras demonstrou que 61,5% estão na faixa etária de 18 a 28 anos; 30,8%, com 28 a 38 anos; 3,8%, com 38 a 48 anos; e 3,8%, com idade acima de 48 anos (gráfico 2). Percebe-se que a maior parte delas (92,3%) tem a idade entre 18 e 38 anos. Mas, de forma importante, o desenvolvimento da mulher, independentemente da sua faixa etária, é de grande importância para o desfecho final do progresso de empreendedor.

Gráfico 2: Faixa etária das mulheres empreendedoras em uma cidade no interior de Minas Gerais

1. Qual a sua faixa de idade?

26 respostas



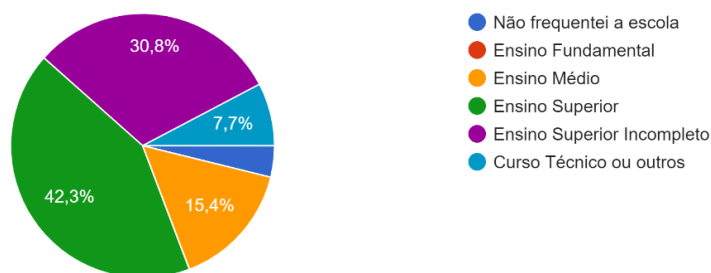
Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao grau de escolaridade, as entrevistadas com ensino superior obtiveram índice com maior número compreendendo 42,3 % (gráfico 3). Pode-se observar que quando há um aumento no nível de escolaridade, também observa-se o desenvolvimento na empresa.

Gráfico 3: Amostra do grau de instrução das mulheres empreendedoras.

2. Qual seu grau de escolaridade?

26 respostas



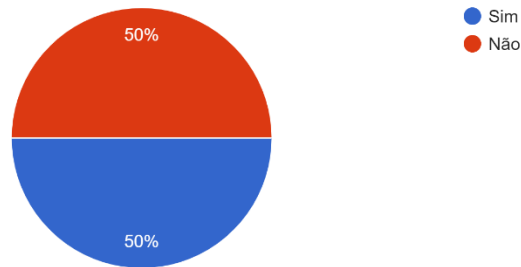
Fonte: Dados da pesquisa

Conforme observado no gráfico anterior, 42,3% das mulheres entrevistadas possuem ensino superior e 30,8% dessas mulheres entrevistadas tem ensino superior incompleto. As mulheres estão cada dia mais se qualificando para o mercado de trabalho (ANDRADE, GUALBERTO, 2015; SANTOS e BORGES, 2005). Nesse sentido, é possível observar que a maior parte das mulheres entrevistadas possui uma qualificação ou estão buscando para conquistar o seu espaço.

O questionamento sobre se as empreendedoras atingiram o que esperam do seu próprio empreendimento, 50% relataram que atingiram o esperado (gráfico 4).

Gráfico 4: Metas do empreendimento pelas mulheres empreendedoras

20. Você atingiu o que esperava do seu empreendimento?
26 respostas



Fonte: Dados da pesquisa.

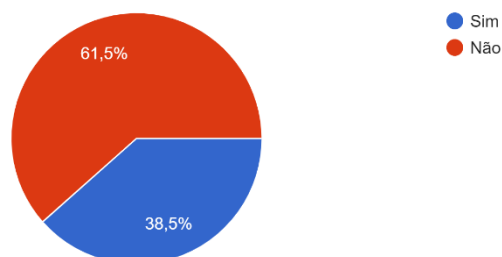
Mesmo com o crescimento no número de mulheres no empreendedorismo, ainda é possível observar obstáculos e preconceito para a sua inserção. Foi possível observar que 50% das mulheres entrevistadas atingiram suas metas, mas os outros 50% não atingiram o esperado, o que pode ser resultante da falta de igualdade de gênero no setor, a falta de estímulo e apoio familiar.

Em relação à capacitação, 61,5% das empreendedoras não fizeram nenhum tipo de capacitação antes de empreender e 38,5 % afirmaram que participaram de cursos antes do empreendimento (gráfico 5).

Grafico 5: Capacitação das mulheres empreendedoras

9. Fez algum curso de capacitação antes de empreender?

26 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

É possível observar que a maioria das mulheres entrevistadas possuem ensino superior (gráfico 3) e se capacitaram para empreender (gráfico 5), o que sugere que o conhecimento transforma necessidade em oportunidade (BRANCO e SCHNEIDER, 2012).

4.1 Os desafios das empreendedoras no interior de Minas Gerais

Inicialmente foi questionado se as empreendedoras sofreram preconceitos e resistências para empreender em uma cidade no interior de Minas Gerais. Das respostas, 61,5% informaram que sim, o que demonstra que a inclusão da mulher no empreendedorismo, no interior de Minas Gerais, ainda está em fase de construção.

Os maiores desafios de se empreender no interior são justamente os preconceitos e resistências enfrentados. Não foi perguntado no questionário quais seriam as resistências enfrentadas e somente se existiram. Com as respostas afirmativas da maioria das mulheres, pode-se inferir que elas devem ter enfrentado preconceito, falta de apoio e conflitos familiares. Diante disso, percebe-se a necessidade de incentivos e investimentos para que se aumente a motivação de empreender pelas mulheres.

A ausência de capacitação para as mulheres que querem empreender, em pequenas cidades, mostra que os municípios e seus gestores são considerados fatores limitantes do empreendedorismo. Assim, as pequenas cidades dos interiores precisam aumentar o número de empreendedores com ideias inovadoras para criar oportunidades de negócios.

4.2 A motivação para empreender

A maior parte da amostra deste trabalho (57,7%) teve o aumento de renda como motivação para empreender. As motivações apresentadas como o aumento de renda, sonho pessoal e sucessão familiar constituem atos que vão além da vontade e necessidade de empreender. As empreendedoras mostraram esclarecimentos sobre suas razões e características peculiares do desenvolvimento local. Seja qual for sua razão, motivação ou necessidade o empreendedorismo tem dado à sociedade e para a mulher caminhos de sucesso (AMORIM e BATISTA, 2012).

4.3 Oportunidades do empreendimento

De modo geral, as empreendedoras afirmaram que buscavam oportunidade de crescimento profissional ao empreender.

Ao analisar, destaca-se a criatividade da mulher brasileira em buscar alternativas de sobrevivência e a flexibilidade no enfrentamento das dificuldades de um clima econômico incerto como a covid 19, em que 73,1% das mulheres informaram que sofreram algum tipo de dificuldade bem como também à falta de cursos de capacitação no apoio para empreender no interior. Com o desenvolvimento dos questionamentos, foi esclarecido que a representação das mulheres empreendedoras é de grande relevância para a oportunidade de crescimento das mesmas e dos seus arredores com geração de emprego e aumento da economia local. Além disso, o empreendedorismo é um dos maiores geradores de emprego e contribui grandemente com economia no Brasil.

É notório observar que mais da metade das mulheres entrevistadas possuem uma carga horária de até 8 horas diárias trabalhadas e conseguindo assim bons resultados com essa rotina. Desta forma é possível que elas consigam priorizar seu trabalho, sua família e ser mais independentes, fazendo com que as intervenções do trabalho na família, e vice-versa, não sejam tão significativas.

Diante do exposto também é possível observar que mais de 60% das mulheres entrevistadas são responsáveis pela maior parte das tarefas domésticas e a busca do compartilhamento dessas atividades, com os demais membros da família, é essencial para o desenvolvimento do empreendimento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização da pesquisa é possível observar inúmeras dificuldades ainda presentes na rotina da mulher como: sobrecarga doméstica, resistência pela família e amigos, ou até mesmo falta de incentivo no mercado de trabalho. Os homens ainda acreditam que elas não aguentam um cargo com responsabilidades e pressão, sendo que na verdade as mulheres vêm se destacando nos segmentos de vendas onde fidelizam seus clientes e alcançam os objetivos de realização profissional.

O mercado empreendedor está cada vez mais competitivo e as mulheres estão se profissionalizando a cada dia mais para terem maior destaque empresarial. Com o presente estudo constatou-se que o mercado empreendedor feminino é um segmento promissor, pois nota-se que os empreendimentos que são geridos por uma mulher têm superado os números médios de sobrevivência e sucesso, devido a motivação, dedicação, capacidade, realização profissional e comprometimento com a carreira e bem estar dos clientes.

Conforme analisado, existe semelhanças nas respostas das 26 mulheres entrevistadas, é notório que muitas procuram empreender para adquirir um aumento em sua renda e que necessitam de incentivos seja familiar, amigável ou governamental para permanecer empreendendo com sucesso.

A evolução feminina no setor dos negócios está em constante crescimento, a conquista das mulheres no mercado vem ocupando seu espaço a longo prazo, pois o trabalho fora do lar é uma conquista recente. Não foi simples para as mulheres conseguirem obter independência financeira e sua competência e capacidade serem reconhecidas pela sociedade.

Diante do exposto, a representação da mulher nas micro e pequenas empresas tem expressiva importância no mundo empresarial, é notório observar o quanto a atuação feminina contribui no desenvolvimento econômico e social.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIDAR, M. M. **Empreendedorismo: Coleção Debates em Administração**. Thompson, São Paulo, 2007.

AMORIM, R.L; BATISTA, L.D. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Unesp. São Paulo, 2017.

BACK,E.;CERETTA,G.F;ROCHA,A.C. **Atitudes empreendedoras dos participantes do programa estadual “Bom negocio Parana” no município de Francisco Beltrão/PR**. Revista de administração da UFSM, Paraná, 2018.

BRANCO, H.J.C; SCHNEIDER, E.I. **A caminhada empreendedora**. Curitiba: Editora intersaberes, 2012.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. Editora Cultura. São Paulo, 2003.

DORNELAS, J. C. A.**Empreendedorismo**. Elsevier Brasil. Rio de Janeiro, 2008.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Elsevier. Rio de janeiro, 2012.

GERENCIA NET. **Tecnologia e empreendedorismo: entenda a importância**. Disponível em: <https://gerencianet.com.br/blog/tecnologia-e-empreendedorismo/> Acesso em: 07/04/2022

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Editora Atlas. São Paulo, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Editora Atlas. São Paulo, 1999.

GRECO, S.M.SS. et al. **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): empreendedorismo no Brasil**. IBPQ. Curitiba, 2020.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Intersaberes. Curitiba, 2014.

MACHADO, H. P. V.; GUEDES, A.; GAZOLA, S. **Determinantes e Dificuldades de Crescimento para Mulheres Empreendedoras** . Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 2017.

MACHADO, H. V. **Mulheres empreendedoras: relato de experiências, trajetórias e desafios**. Revista Interdisciplinar de Gestão Social, 2013.

MANFRIM. **Empreendedor é um visionário**. Jornal de Brasília. São Paulo, 2018.

MEDEIROS, T.C.C.V. **O serviço brasileiro de apoio as micro e pequenas empresas(SEBRAE) e a cooperação em empreendedorismo feminino para o desenvolvimento internacional.** Universidade de Brasília. Brasília, 2016. Acesso em: 07 Maio,2022. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/17390/1/2016_TajlaCarolineCastelarValeMedeiros_tcc.pdf

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior.** Campus. Rio de Janeiro, 1992.

QUERINO, L.C.S; DOMINGUES, M.D.S; LUZ,R.C. **A evolução da mulher no mercado de trabalho.** E-faceq. São Paulo, 2012.

PEREIRA, R.S; SANTOS, D.A; BORGES.W. **A mulher no mercado de trabalho.** UFMA. Maranhão, 2005.

SART, C.A. **O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando trajetória.** Scielo. Florianópolis, 1988.

SCHUMPETER, J. A. **The creative response in economic history.** The Journal of Economic. History,1947.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades.** Disponível em: <https://sebraemg.com.br/blog/empreendedorismo-feminino-desafios-e-oportunidades/>. Acesso em:02 Fevereiro 2022.

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?.** 2021. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo> Acesso em: 15 Março 2022.

SMITH, A. **A riqueza das nações.** Nova Cultura. São Paulo, 1996.

STROBINO, M.R.C; TEIXEIRA, R.M. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de caso no setor de comercio de material de construção da cidade de curitiba.** Revista de administração. São Paulo, 2014.

VIEIRA, K.A.P; RAMOS,M.A. **Empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade? Um estudo comparativo com empreendedores do setor de trasnporte do municipio de Vespasiano-MG.** Congresso nacional de excelencia em gestão. Minas Gerais, 2013.