



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

JUSSARA MARIA LIMA

**EMPREENDEDORISMO E EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO: RELATOS
DE VIDAS**

SÃO CRISTÓVÃO

2019

JUSSARA MARIA LIMA

**EMPREENDEDORISMO E EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO:
RELATOS DE VIDAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Sergipe, em cumprimento às Normas de Trabalho de Conclusão aprovadas pela Resolução nº. 69/2012 do CONEPE.

Orientador: Professora Dr^a. Rúbia Oliveira Corrêa

SÃO CRISTÓVÃO

2019

JUSSARA MARIA LIMA

**EMPREENDEDORISMO E EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO:
RELATOS DE VIDAS**

Aprovada em 15 de Março de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Rúbia Oliveira Corrêa – Universidade Federal de Sergipe
Presidente

Prof^ª. Dr^ª. Jenny Dantas Barbosa – Universidade Federal de Sergipe

Prof. Ms. Thiago de Souza Oliveira – SEBRASE/SE

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo dom da vida, por tanto amor e misericórdia, especialmente por a oportunidade de compreender que Ele jamais desampara um filho seu.

À minha família, dom de Deus, seio de amor e muito aprendizado, aconchego, incentivo e força para seguir em frente.

Aos meus pais, Maria dos Prazeres e Cândido Batista (*in memoriam*), por me amarem e educarem para o caminho do bem.

À minha irmã-mãe Janete Batista, *in memoriam*, pelo amor, cuidado, tolerância, preocupação e acolhimento a mim como uma filha.

Às minhas sobrinhas Wedja, Weslla e Wedisla e ao meu cunhado José Wilson, por todo apoio e incentivo. Ao amigo Ítalo Daniel, pelo apoio e incentivo.

À amiga Maria Nivalda dos Santos Alves pela celebração quando do resultado do vestibular, primeiro passo de muitos do ciclo que agora se encerra. À amiga Kênia Alves pelo apoio, incentivo e torcida.

Às amigas Adriana Lisboa e Manuela de Jesus pelo abraço acolhedor de sempre e pelo apoio estratégico. Aos professores da UFS; aos servidores do Departamento de Administração - Rivaldo e Isabela por fazer a diferença de forma positiva sendo verdadeiros “servidores”.

Aos colegas de curso, sobretudo às amigas: Adriana Andrade, Celeste Ribeiro, Jane de Jesus, Grazielle Valéria, Ana Paula, Kleianne Panta, Anaires Aragão e Steffannie Bizerra por superamos os desafios e regarmos a amizade. E aos amigos: Ronalty Rocha, Adriano e Luiz Henrique Vieira pela ajuda, apoio e incentivo além dos bons bate-papos.

Em especial, à minha orientadora Professora Rúbia Corrêa por me compreender, animar e encorajar; estimulando-me a seguir sempre em frente. Vejo a mão de Deus em nosso “encontro”.

À Professora Jenny Dantas Barbosa, especialmente por sempre me impulsionar a buscar meus objetivos, abrir meus olhos e torcer por mim. Especialmente por promover o “encontro” com minha orientadora.

Às Professoras Maralyza Cavalcanti e Maria Elena Leon Olave, por fazer a diferença como mestres e gente.

Aos Professores Ubirajara Coelho Neto e Abimael Magno de Ouro Filho, pelo exemplo de dedicação e incentivo.

Por fim, a todos que acreditaram, motivaram, acompanharam a caminhada e fortaleceram-me em busca desse sonho que agora se torna real para a glória do nome de Deus!

O SENHOR é o meu pastor, nada me faltará. Deitar-me faz em verdes pastos, guia-me mansamente a águas tranquilas. Refrigera a minha alma; guia-me pelas veredas da justiça, por amor do seu nome. Ainda que eu andasse pelo vale da sombra da morte, não temeria mal algum, porque tu estás comigo; a tua vara e o teu cajado me consolam. Preparas uma mesa perante mim na presença dos meus inimigos, unges a minha cabeça com óleo, o meu cálice transborda. Certamente que a bondade e a misericórdia me seguirão todos os dias da minha vida; e habitarei na casa do Senhor por longos dias.

Salmos 23:1-6

RESUMO

O presente estudo relatou a história de vida de seis empreendedoras, donas de micro e pequenos negócios formalizados e sediados no Bairro Rosa Elze, em São Cristóvão-SE. Esta pesquisa buscou averiguar de que forma o processo empreendedor contribuiu para o empoderamento econômico dessas mulheres. O trabalho foi caracterizado como estudo de casos múltiplos, do tipo qualitativo, de natureza descritiva e exploratória. Um roteiro de entrevista semiestruturado foi elaborado com o intuito de coletar os dados desta pesquisa. Para analisá-los fez-se uso da técnica História de Vida. A análise em questão revelou que, no grupo de empreendedoras entrevistadas, têm-se mulheres solteiras e casadas, a maioria delas possuem filhos, detém ensino médio completo e são originárias da classe econômica D. Observou-se ainda que todas as entrevistadas abriram seus empreendimentos com alguma experiência profissional prévia. O processo de criação desses empreendimentos ocorreu por motivos diversos, no entanto, destacou-se o desejo por ter um negócio próprio. A maioria das entrevistadas afirmou amar ou gostar do que faz. Todas destacaram a dificuldade financeira como a mais desafiadora no ato de abrir uma empresa. Elas ainda sinalizaram que foram subjugadas por amigos e familiares durante a criação dos seus empreendimentos. A opção pelo negócio próprio promoveu uma série de conquistas para essas mulheres, por exemplo, no âmbito do lazer, da saúde, educação, renda, dentre outras. Ficou notório que a maioria das entrevistadas não percebeu mudanças na classe social ou grandes alterações na renda. No entanto, foi possível inferir que o processo feminino de empreender colaborou para a formação de uma visão de mundo mais positiva por parte das entrevistadas. Agora elas se veem mais livres, independentes, empoderadas, donas de si. Assim, acredita-se que o processo empreendedor passou a ser um marco positivo na vida delas.

Palavras Chave: Empoderamento feminino. Empoderamento econômico. Empreendedorismo feminino.

ABSTRACT

The present study reported the life history of six entrepreneurs, owners of micro and small businesses formalized and based in the Bairro Rosa Elze, in São Cristóvão-SE. This research sought to find out how the entrepreneurial process contributed to the economic empowerment of these women. The work was characterized as a multiple case study, of the qualitative type, of descriptive and exploratory nature. A semi-structured interview script was developed with the purpose of collecting data from this research. To analyze them was made use of the technique History of Life. The analysis in question revealed that, in the group of entrepreneurs interviewed, there are single and married women, most of them have children, have completed high school and come from economy class D. It was also observed that all the interviewees opened their enterprises with some previous professional experience. The process of creation of these enterprises occurred for several reasons, however, the desire to have a business of their own was highlighted. Most interviewees said they love or like what they do. All highlighted the financial difficulty as the most challenging when opening a company. They still signaled that they were overwhelmed by friends and family during the creation of their ventures. The option for their own business has promoted a series of achievements for these women, for example, in the area of leisure, health, education, income, among others. It was noticeable that most respondents did not notice changes in social class or large changes in income. However, it was possible to infer that the female process of undertaking contributed to the formation of a more positive worldview on the part of the interviewees. Now they are freer, independent, empowered, self-giving. Thus, it is believed that the entrepreneurial process has become a positive milestone in their lives.

Keywords : Female empowerment. Economic empowerment. Female entrepreneurship.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estudos acerca dos temas empreendedorismo e empreendedorismo feminino desenvolvidos pelo DAD – Departamento de Administração.....	14
Quadro 2 – Taxas ¹ e estimativas ² de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos – Brasil – 2016	19
Quadro 3 – Distribuição percentual ¹ dos empreendedores nascentes, novos e estabelecidos segundo tipos de clientes de seus empreendimentos – Brasil – 2016	20
Quadro 4 – Taxas específicas ¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados – 2016.....	21
Quadro 5 – Taxas específicas ¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero – Países selecionados – 2016.....	21
Quadro 6 – As dimensões do <i>Empowerment</i> feminino	26
Quadro 7 – Categorias analíticas e elementos de análise.....	33
Quadro 8 – Perfil das entrevistadas.....	49
Quadro 9 – Processo Empreendedor	50
Quadro 10 – Satisfação em atuar no ramo escolhido	52
Quadro 11 – Dificuldades encontradas	53
Quadro 12 – Agentes apoiadores	54
Quadro 13 – Subjugações.....	54
Quadro 14 – Empoderamento econômico feminino	57

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Brasil – 2007:2016.....	13
Figura 2 – Fatores que influenciam o processo empreendedor	18

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	12
1.2 OBJETIVOS.....	12
1.2.1 Objetivo Geral	12
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 EMPREENDEDORISMO	15
2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	20
2.3 O EMPODERAMENTO FEMININO	25
2.4 O EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO E O PROCESSO EMPREENDEDOR.....	28
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	30
3.1 QUESTÕES DE PESQUISA	30
3.2 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO	30
3.3 UNIDADE DE ANÁLISE E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DOS CASOS	31
3.4 PRÉ- TESTE E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	31
3.5 DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS	32
3.6 CATEGORIAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE.....	33
3.7 TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS	33
3.8 PROTOCOLO DO ESTUDO E CRITÉRIOS CONFIABILIDADE	34
3.9 LIMITAÇÕES DO ESTUDO	34
4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS CASOS	36
4.1 DESCRIÇÃO INDIVIDUAL DOS CASOS.....	36
4.1.1 Realeza Kids	36
4.1.2 Almeida Variedades	37
4.1.3 Duda Variedades	39
4.1.4 Levenpan	41
4.1.5 Silvana Salão de Beleza	44
4.1.6 Restaurante Mundial	45
4.2 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS.....	47
4.2.1 Perfil das Entrevistadas	47
4.2.2 Processo empreendedor	49
4.2.3 Empoderamento econômico feminino	55
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
5.1 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	59
REFERÊNCIAS	61
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	65

1. INTRODUÇÃO

A busca por igualdade de gênero é um fenômeno global. Esse evento promoveu mudanças expressivas no âmbito do mercado de trabalho. As mulheres, em especial, passaram a atuar em vários ramos de atividade industrial. Agora ocupam diversas áreas e funções que eram tradicionalmente ocupadas por pessoa do gênero masculino (DUMINELLI et al., 2017).

Os estudos que tratam da relação mercado de trabalho e gênero destacaram por anos, a luta das mulheres por melhores salários, qualidade de vida e igualdade. Atualmente, tais estudos começaram a envolver questões relacionadas ao poder feminino, sua força e influência no desenvolvimento da sociedade por meio do processo empreendedor (DUMINELLI et al., 2017).

A necessidade de complementar a renda familiar e de autorrealização, entre outros fatores motivacionais, levam cada vez mais brasileiras a empreender (SILVA et al., 2016). Essas empreendem quando detectam oportunidade promissora no mercado ou diante do simples fato de que necessitam sobreviver (BOMFIM; TEIXEIRA, 2014).

Segundo Palma (2016), o processo empreendedor promove empoderamento feminino. Processo único e singular para cada mulher ou grupo de mulheres, considerando o contexto, sua história de vida e subordinação, história familiar, vida comunitária entre outros aspectos.

Alves e Dandolini (2017) afirmam que para as mulheres em particular, empreender é ir de encontro à discriminação de gênero e desigualdades sociais. A desigualdade de gêneros não se resume apenas à falta ou precariedade dos recursos, mas também na ausência de oportunidades sociais, políticas e econômicas. O modelo social dominado pelo homem como provedor da família mudou ao longo dos séculos, sendo a mulher muitas vezes o “chefe da família”, assumindo todos os papéis dentre eles o sustento da família. Tal cenário, por sua vez, criou em muitas mulheres a necessidade de buscar alternativas para prover sua família, assim, muitas delas passaram a empreender, aliando uma necessidade a um sonho ou desejo antigo e em alguns casos, uma oportunidade.

Samuel (2014) afirma que para uma mulher, empoderar-se é uma forma de resgate da sua autoestima e satisfação pessoal. A realização de atividades fora do seio familiar lhe confere a autonomia que as tarefas domésticas não trazem diante da visão de que é apenas seu dever. A forma como a mulher é vista na sociedade também muda diante do empreendedorismo, o que lhe permite uma nova relação social, dando-lhe mais valorização.

O processo empreendedor, por vezes, é o grande responsável pelo empoderamento econômico do agente que o promove. Mulheres empoderadas economicamente passam a contribuir financeiramente para o sustento da família, tem voz e participação no processo decisório da economia familiar. Indo além, quando possibilita a mulher participar da vida pública (SAMUEL, 2014).

Diante das afirmações acima, esta pesquisa adentra um campo duplamente instigante. De um lado, busca compreender o processo empreendedor feminino. De outro, procura analisar de que forma ele contribui para o empoderamento econômico feminino. Este estudo está dividido em seções interdependentes, além da introdução aqui já apresentada, tem-se ainda a fundamentação teórica, os procedimentos metodológicos, a descrição e a análise dos casos e, por fim, as considerações finais da pesquisa.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Para Marconi e Lakatos (2008), problema de pesquisa é uma dificuldade, seja de natureza teórica ou prática, com a qual o pesquisador se depara quando investiga algo de real importância, para a qual se deve encontrar uma solução. Neste trabalho urge a necessidade de se responder ao problema de pesquisa em questão:

De que forma o processo empreendedor contribui para o empoderamento econômico feminino?

1.2 OBJETIVOS

Nesta seção são apresentados os objetivos do presente trabalho de curso, sendo estes de duas espécies: o geral e os específicos. O primeiro determina de forma clara e objetiva o propósito do estudo e tem o intuito de melhor compreender o problema de pesquisa a ser respondido (CERVO et al., 2014). Já os objetivos específicos detalham as intenções expressas no objetivo geral (MATIAS-PEREIRA, 2016).

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar de que forma o processo empreendedor contribui para o empoderamento econômico feminino.

1.2.2 Objetivos Específicos

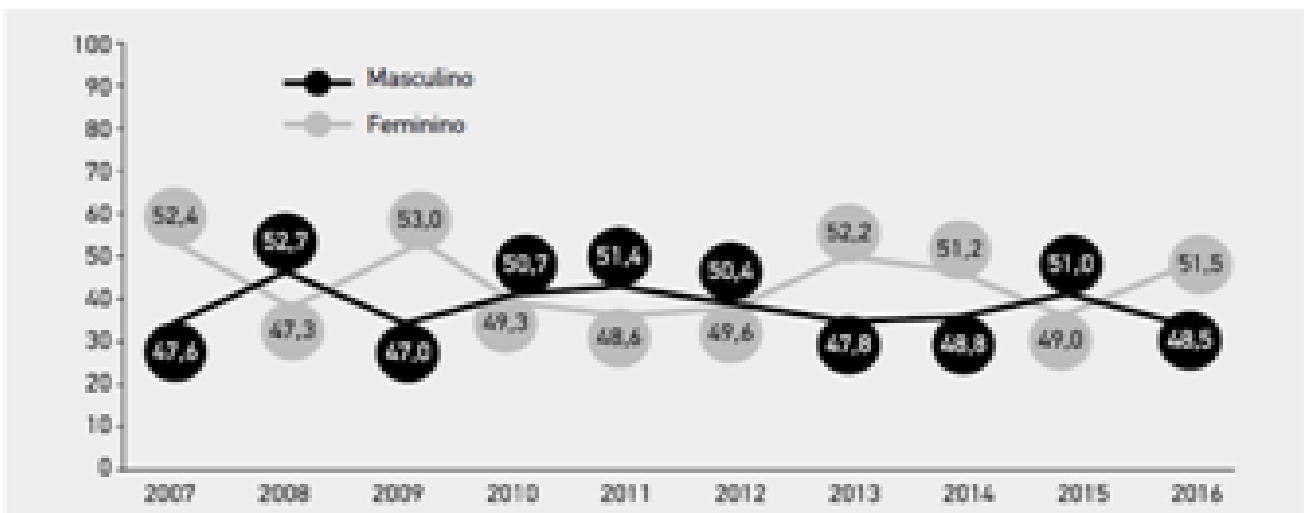
- Traçar o perfil das empreendedoras pesquisadas;
- Descrever o processo de criação dos empreendimentos supracitados;
- Verificar de que forma o processo feminino de empreender colaborou para o empoderamento econômico das gestoras entrevistadas.

1.3 JUSTIFICATIVA

Cada vez mais mulheres se lançam no mundo empreendedor. No Brasil, com base nos dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2016, o número de mulheres empreendedoras superou o de homens em 4,8% desde 2007. Sendo 2009 o marco da superação do gênero feminino em relação ao masculino, mantendo-se estável até 2014, apresentando leve queda em 2015 e um pequeno crescimento em 2016.

A figura a seguir demonstra a distribuição do percentual de empreendedores iniciais por gênero no período de 2007 a 2016:

Figura 1 – Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – Brasil – 2007:2016



Fonte: GEM (2016).

Em âmbito local, é válido destacar que em 2014, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), Sergipe alcançou o posto de estado da federação com o maior percentual de mulheres empreendedoras. Sabe-se que 37,7% dos 309.031 empreendimentos

sergipanos são administrados por mulheres, esse número supera as médias do Nordeste (32,7%) e a nacional (31,7%).

Diante da superação e crescimento do empreendedorismo feminino conforme acima relatado, observa-se também o crescente interesse dos governos e órgãos da sociedade em fomentar o empreendedorismo através de políticas públicas e qualificação. Dentre as políticas públicas é possível citar o Plano Nacional de Políticas para as Mulheres – PNPM (NATIVIDADE, 2009).

Pesquisa realizada por Duminelli, Topanotti e Yamaguchi (2017) nas plataformas *Scielo* e *Scopus*, por meio de busca sistemática, demonstrou uma quantidade reduzida de trabalhos sobre o tema “empreendedorismo e o empoderamento feminino”. O resultado revelou apenas um estudo publicado em 2011 na base de dados da *Scielo*. Já na base de dados da *Scopus* foram encontrados cerca de 100 (cem) estudos entre os anos de 2015 a 2016. Desses 100 (cem) apenas 12 (doze) foram condizentes com o tema, o que revela que existe ainda muito a se investigar academicamente.

Levantamento realizado junto ao Departamento de Administração (DAD) da Universidade Federal de Sergipe, também sinalizou a relevância da presente pesquisa. No DAD foram catalogados apenas 38 estudos sobre empreendedorismo no período compreendido entre 2011 a Junho de 2018 (ver quadro 1). Dentre eles apenas um trabalho abordou o tema empreendedorismo feminino.

Quadro 1 – Estudos acerca dos temas empreendedorismo e empreendedorismo feminino desenvolvidos pelo DAD – Departamento de Administração

Ano	Quantidade	Área do tema	%/Ano
2011	50	2	4%
2012	51	8	16%
2013	58	6	10%
2014	43	7	16%
2015	30	5	17%
2016	40	2	5%
2017	44	8	18%
2018	5	0	0%
Total	321	38	12%

Fonte: Dados obtidos no DAD – Departamento de Administração, 2018

O estudo em questão foi desenvolvido com empreendedoras do Bairro Rosa Elze, na cidade de São Cristóvão, no estado de Sergipe. A cidade de São Cristóvão foi qualificada, ao longo da história, uma “cidade dormitório”. Devido ao seu frágil parque industrial, a maioria dos seus habitantes trabalham em Aracaju. Assim, na falta de oferta de emprego é comum que as pessoas

abram seus próprios negócios, ou seja, empreendam. Tal situação facilitou o mapeamento e acesso às empreendedoras na região supracitada.

De forma prática, o presente estudo contribui para a disseminação do conhecimento acerca do empreendedorismo feminino no contexto do empoderamento econômico, podendo vir a tornar-se uma ferramenta de estímulo e impulsão para a gestão dos empreendimentos criados e geridos por mulheres.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica desse estudo está dividida em quatro seções. Inicialmente apresentou-se o tema empreendedorismo. Num segundo momento foram abordadas questões relacionadas à temática empreendedorismo feminino. Na terceira seção explanou-se sobre o empoderamento feminino. Na quarta seção aborda-se o empoderamento econômico feminino e o processo empreendedor.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreender é envolver pessoas e processos, que conjuntamente levarão a transformar ideias em oportunidades; sendo que a perfeita implementação de tais oportunidades levará à criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2017). Strobino e Teixeira (2014) são diretos quando afirmam que empreender é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou empreendimento, uma nova empresa, uma atividade autônoma, a expansão de uma empresa já existente. Esse processo pode resultar da iniciativa de um indivíduo, um grupo de indivíduos ou de empresas já estabelecidas e sólidas.

Para Drucker (2016), o empreendedorismo começa com ação – no caso a criação de uma nova empresa. Quer ela tenha sucesso ou não, ao criá-la o indivíduo deu início ao fenômeno do empreendedorismo. O mesmo ressalta que empreender não é um estado de ser, nem se caracteriza por planos elaborados e não seguidos.

Estudos pioneiros sobre empreendedorismo datam das décadas de 50 e 60. Em 1955 Yale Brozen escreveu “Os Determinantes da capacidade do empreendedor. Em 1962 quando Luiz Carlos Bresser Pereira publicou “Desenvolvimento econômico e o empresário”. No Brasil, o empreendedorismo começou a ser disseminado de forma mais incisiva a partir da década de 1990. Nesse momento foram criadas as entidades como o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às

Micro e Pequenas Empresas e a SOFTEX – Sociedade Brasileira para Exportação de Software. Antes desse fato o tema não era destaque nacionalmente, até porque no Brasil não existiam ambientes econômicos e políticos propícios (DORNELAS, 2017).

Barbosa e Teixeira (2002) relataram que no Nordeste um dos primeiros estudos sobre empreendedorismo foi realizado por estudantes do Mestrado em Administração da Universidade Federal da Paraíba, que em 1980 buscaram descrever as PME's (pequenas e médias empresas) do estado supracitado.

Em Sergipe um dos primeiros estudos mais robusto sobre o mencionado tema foi realizado por Barbosa e Teixeira (2002). Essas estudiosas chegaram a concluir que dentre as razões para constituição de um negócio, seria possível destacar: oportunidade de investimento, tradição transmitida pelas famílias, necessidade de independência, possuir experiência na área e ter vocação para os negócios.

Ao longo dos últimos quinze anos, o Brasil vem desenvolvendo inúmeras possibilidades de estímulo ao empreendedorismo através de ações como o Programa Brasil Empreendedor que foi dirigido a mais de seis milhões de empreendedores entre os anos de 1999 e 2002. Somam-se ainda o Empretec e o Jovem Empreendedor do SEBRAE (DORNELAS, 2017). Através desses programas foram capacitadas cerca de 190 mil pessoas.

Na opinião de Dornelas (2017), o Brasil ainda é carente em políticas públicas duradouras que venham a consolidar o empreendedorismo como alternativa real ao desemprego. Para Jr. e Cordeiro (2002) o desenvolvimento do processo empreendedor é um desafio para os governos e demais órgãos interventores, no que se refere ao surgimento de novos empreendedores e novos negócios.

O relatório GEM (2016) destaca empreendedorismo como uma ferramenta de desenvolvimento econômico, sendo o quarto sonho do brasileiro, ficando atrás apenas de viajar pelo Brasil, ter uma casa própria ou um automóvel. Sendo que 36% dos brasileiros possuem um negócio próprio ou fizeram algo no último ano com o intuito de ser dono da própria empresa.

A trajetória da Taxa Total de Empreendedores (TEE) no Brasil é crescente como demonstra o relatório GEM ao longo dos anos. Em 2011 era de 26,9%, subiu em 2014 para 34,4%, em 2015 foi para 39,3% e em 2016 alcançou 36%. Observa-se que houve queda em 2016, porém, mesmo com a atividade econômica brasileira decrescendo, a TTE obteve em 2016 o segundo maior valor desde 2002. Tal fato demonstra a consolidação do empreendedorismo como alternativa ao emprego formal, bem como o crescimento de sua relevância para a manutenção do nível de atividade

econômica no Brasil, visto que o ato de empreender está diretamente ligado ao PIB e ao contexto socioeconômico nacional.

A motivação para empreender, segundo o GEM (2016), pode ocorrer diante de uma necessidade latente de um indivíduo ou devido a uma oportunidade descoberta. No primeiro caso as pessoas não possuem melhores opções de emprego, o que faz com que elas criem um negócio buscando rendimentos para suprir a subsistência sua e de sua família. Já os empreendedores por oportunidade são aqueles capazes de identificar um nicho de mercado ou uma chance de negócio; alguns acumulam um emprego junto ao próprio negócio.

O GEM (2016) aponta que o empreendedorismo de oportunidade cresceu nos últimos anos. Foram 56,5% em 2015 e 57,4% em 2016; sendo que 75% dos empreendedores nascentes encontraram um nicho de atuação, gerando uma boa expectativa de futuro.

Para Dornelas (2017), o talento empreendedor resulta de alguns fatores como: percepção, direção, dedicação e muito trabalho de pessoas especiais, que fazem acontecer. Onde há esse talento, há oportunidade de crescimento, diversificação e desenvolvimento de novos negócios. O autor relata que um simples fato do “acaso” pode determinar o processo empreendedor. Entretanto, esse não costuma ser o único motivo para disparar o processo. Fatores pessoais, ambientais, sociológicos e organizacionais também podem influenciar o processo. A figura 2 detalha esta afirmação.

Figura 2 – Fatores que influenciam o processo empreendedor



Fonte: Dornelas (2017), adaptado de Moore, 1986.

Com base na figura acima, Dornelas (2017) afirma que o processo empreendedor é desencadeado por fatores pessoais, a exemplo da paixão e da chance de realização pessoal. Os valores pessoais, educacionais, experiência e a capacidade de assumir riscos são variáveis importantes nesse início. Outro aspecto importante junto à decisão de empreender são os fatores sociológicos, a exemplo da influência dos pais ou de pessoas de sucesso que servem de modelo e inspiração.

Os fatores organizacionais como estratégia, estrutura, cultura entre outros interferem no crescimento da organização. Já aspectos ambientais, a exemplo dos competidores, clientes, fornecedores, investidores, legislação, instituições financeiras e governo, são também grandes influenciadores do processo empreendedor.

Para Dornelas (2017), o talento empreendedor resulta de alguns fatores como: percepção, direção, dedicação e muito trabalho de pessoas especiais, que fazem acontecer. Onde há esse talento específico, há oportunidade de crescimento, diversificação e desenvolvimento de novos negócios.

Ainda segundo o supracitado autor, o talento não caminha sozinho. Para ele, talento sem ideias é como uma semente sem água. Para que o talento seja desenvolvido é necessário somar o uso da tecnologia e as pessoas para viabilizar as boas ideias. Assim, o processo empreendedor está

na iminência de ocorrer. Porém, existe a necessidade de um combustível essencial para que o negócio saia do papel: o capital. Outro componente é o *know-how*, ou seja, o conhecimento e a capacidade de fazer convergir juntos em um mesmo ambiente o talento, a tecnologia e o capital para fazer a empresa crescer.

Através da Teoria do Desenvolvimento Econômico, também conhecida como “Tripé Schumpeteriano”, Schumpeter (1982) cita três condições necessárias para o desenvolvimento de uma nação: o crédito seria o elemento-chave, seguido do empresário inovador e das inovações tecnológicas. O crédito responde pela viabilidade econômica dos projetos que podem vir a alavancar o nível de crescimento e desenvolvimento do país. Os empresários conseguem recursos no mercado financeiro para viabilizar seus projetos. A inovação é gerada com a colaboração dos financiadores do capital, podendo ser desencadeada pelas inovações na atividade econômica que por sua vez podem não ser provenientes das necessidades dos consumidores, mas poderão ser direcionadas para atendê-las.

Quando se aborda o tema empreendedorismo é interessante lembrar que no Brasil tem-se empreendimentos nos estágios iniciais de vidas (novos e nascentes) e no estágio denominado de estabelecidos. No estágio inicial de vida têm-se os empreendimentos nascentes, os quais possuem até 36 meses (03 anos) de vida. Os novos empreendimentos estão em funcionamento no período entre 36 e 42 meses (3,5 anos). Os denominados estabelecidos são os negócios existentes e com mais de 42 meses de funcionamento (GEM, 2016). O quadro 2 mostra o panorama do empreendedorismo brasileiros de acordo com o estágio do mesmo – iniciais, nascentes, novos ou estabelecidos.

Quadro 2 – Taxas¹ e estimativas² de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos – Brasil – 2016

Estágio	Taxas	Estimativas
Iniciais	19,6	26.191.876
Nascentes	6,2	8.350.471
Novos	14,0	18.793.132
Estabelecidos	16,9	22.674.916
Total de empreendedores	36,0	48.239.058

Fonte: GEM, 2016

1 Percentual do número de respostas em cada estágio.

2 Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2016: 133,9 milhões.

Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2016).

Dentre os negócios em estágio nascente, o GEM 2016 destaca um fato interessante quanto à distribuição dos empreendedores enquadrados nesse estágio, cuja predominância se dá na modalidade Pessoa Física conforme demonstra o quadro 3 a seguir:

Quadro 3 – Distribuição percentual¹ dos empreendedores nascentes, novos e estabelecidos segundo tipos de clientes de seus empreendimentos – Brasil – 2016

Modalidade	%		
	Nascentes	Novos	Estabelecidos
Pessoa física	67,2	75,9	73,2
Pessoa jurídica	1,0	5,3	4,2
Ambos	31,8	18,8	22,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: GEM, 2016

1 Percentual do número de respostas em cada estágio.

Dentre os mais diversos tipos de empreendedores, temos as mulheres cuja participação no mercado empreendedor vem crescendo significativamente (GEM 2016). A seguir trataremos de algumas características do empreendedorismo feminino.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Os mais diversos conceitos de empreendedorismo existentes não distinguem o gênero, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas em homens e mulheres, mesmo com a predominância em suas primeiras definições seja quase exclusividade do público masculino (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

De acordo com o relatório GEM (2016), a maior parte dos países apresenta uma supremacia masculina no processo empreendedor. As exceções são apenas o Brasil e o México, cujas taxas são as mais equilibradas quando se trata de empreendedores entre homens e mulheres responsáveis por novos negócios.

Diferente da maior parte dos países pesquisados pelo GEM 2016, no Brasil a Taxa de Empreendedores em Atividade Inicial (TEA) revelou que os empreendimentos abertos por mulheres superam em 0,7 pontos aqueles criados por homens. Junto ao Brasil, apenas no México a Taxa de Empreendedores em Atividade Inicial feminino supera o masculino, conforme demonstra o quadro 4 abaixo:

Quadro 4 – Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados – 2016

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	19,2	19,9	19,6
África do Sul	8,0	5,9	6,9
Alemanha	6,0	3,1	4,6
China	11,8	8,6	10,3
Estados Unidos	14,8	10,5	12,6
Índia	13,5	7,6	10,6
México	9,3	10,0	9,6
Rússia	6,9	5,7	6,3

Fonte: GEM Brasil 2016

1 Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

Os empreendimentos estabelecidos, negócios já existentes há mais de 42 meses, estão em sua maioria sob a responsabilidade de homens, conforme a Taxa de Empreendedores Estabelecidos (TEE) descrita no quadro 5.

Quadro 5 – Taxas específicas¹ de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero – Países selecionados – 2016

Países	Masculino	Feminino	TEE
Brasil	19,6	14,3	16,9
África do Sul	3,8	1,2	2,5
Alemanha	9,6	4,4	7,0
China	8,5	6,4	7,5
Estados Unidos	10,9	7,6	9,2
Índia	5,7	3,4	4,6
México	8,7	6,5	7,5
Rússia	6,0	4,6	5,3

Fonte: GEM Brasil 2016

1 Percentual de empreendedores estabelecidos em cada classe

O empreendedorismo feminino vem sendo estudado cada vez mais no âmbito acadêmico e das políticas públicas. Estudos como o do Banco Mundial e da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), tem demonstrado ser estratégico para a redução da pobreza o papel da mulher na criação e gestão de negócios (MEDEIROS, 2016).

Estudo realizado por Bulgacov et al., (2010) destacou, por sua vez, que a elevada taxa de crescimento do empreendedorismo feminino na América Latina não significa um dado positivo no que se refere à posição social, econômica ou cultural das mulheres nessa região. Os níveis de pobreza, trabalho precário e desigualdade social nesses países podem ser a alavanca para o

empreendedorismo como forma alternativa de sobrevivência e inserção no mercado de trabalho. No Brasil, temos entre outros indicadores o aumento da escolaridade da mulher que possibilita sua inserção positiva como empreendedora diante da qualificação educacional obtida.

Ao se estudar o fenômeno empreendedorismo feminino, é importante o questionamento: Por quais motivos as mulheres empreendem? Segundo Strobino e Teixeira (2014) as mulheres abrem empresas por motivos diferentes daqueles do sexo oposto. Para as mulheres, questões relacionadas à independência, status, a percepção de uma oportunidade de mercado, as dificuldades em crescer profissionalmente em empresas de terceiros; ou ainda, a necessidade de sobreviver e a dificuldade de conciliar trabalho e família, despertando-as para o processo empreendedor.

Os motivos listados não são muito diferentes daqueles relatados por homens empreendedores. O que ocorre de diferente é a forma como as mulheres entram nos negócios, assim, costumam ocupar espaços que ainda não estão sendo dominados por homens. No mais, elas preferem usar o capital próprio, o que traça um perfil conservador quanto ao risco; não pela dificuldade em adquirir crédito, mas como uma escolha (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Já é sabido que homens e mulheres possuem estilos diferentes de empreender. As mulheres apresentam uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores. Tais características contribuem fortemente para o progresso da empresa, bem como para a criação de laços mais fortes entre a empreendedora e sua rede (AMORIM; BATISTA, 2015).

De acordo com Lopes et al., (2016) as mulheres são multiprocessadas. Assimilam e processam facilmente informações e situações. Isso auxilia na promoção de uma visão mais sistêmica e não sequencial da realidade, maior flexibilidade e habilidade para enxergar as pessoas de forma holística. As mulheres ainda se destacam frente aos homens com relação ao grau de instrução. Isso porque as mulheres buscam mais capacitação educacional em relação ao gênero oposto.

O estudo desenvolvido por Alperstedt et al., (2014) analisou os problemas encontrados ao longo do processo empreendedor a partir das histórias de vida das 86 participantes do Prêmio SEBRAE “Mulher de Negócios” em Santa Catarina. Durante as entrevistas foram destacadas as dificuldades encontradas pelas mulheres no processo empreendedor, a percepção da falta de confiança nelas mesmas e o conflito pessoal, familiar e empresarial. Nesse estudo as empreendedoras apontaram como mais graves as questões que se referem à gerência do negócio, questões mercadológicas, finanças de um modo geral, inclusive o processo de financiamento do próprio negócio.

Já a pesquisa desenvolvida por Strobino e Teixeira (2014) objetivou apresentar os conflitos trabalho-família diante da percepção de duas empresárias do setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba, bem como as ações dessas empresárias para lidarem com os conflitos identificados. Neste estudo foi revelado que mais de um terço das pessoas engajadas em atividades empreendedoras estão formalizadas. No entanto, levando-se em consideração a informalidade, essa participação será ainda maior.

Os achados do estudo supracitado revelaram que as tensões do trabalho são menores diante da boa condução das atividades e do conhecimento dessas por parte dos envolvidos no processo. Do mesmo modo, há menos tensão no trabalho cujas atividades são bem remuneradas e/ou gratificadas adequada e justamente. Dentre as ações para lidar com os conflitos trabalho-família as autoras destacam entre outras: mudar a maneira de agir evitando levar trabalho para casa, compartilhar as atividades domésticas, buscar o diálogo e o apoio do parceiro, controlar as emoções, melhorar o gerenciamento do tempo dedicado ao trabalho e não deixar a empresa como herança para a família.

Lopes et al., (2016), em estudo qualitativo, identificaram as características e o comportamento empreendedor das gestoras de pequenos negócios sob a óptica de McClelland. Nessa pesquisa constataram-se as seguintes características comportamentais de destaque em empreendedores do sexo feminino: persistência, exigência de qualidade, aprender a correr riscos calculados e persuadir a rede de contato, entre outras. E mais, foi possível constatar que o carinho e a dedicação que a mulher possui com seu lar são levados para a gestão do negócio. Criando um estilo fluído, cooperador e que fortalece as relações com empregados e clientes refletindo no sucesso do negócio.

O artigo elaborado por Bulgacov et al., (2010) teve como objetivo uma reflexão crítica acerca da crescente participação das mulheres na atividade empreendedora no Brasil, no contexto das mudanças contemporâneas do mundo do trabalho. Os resultados encontrados apontam que as condições precárias a que muitas mulheres são expostas durante a atividade empreendedora dificilmente poderão ser revertidas apenas com o aumento da participação feminina no mercado de trabalho. Seja como empreendedoras ou não, faz-se urgente a exigência da elaboração e implementação de políticas públicas especialmente destinadas à mulher empreendedora.

O estudo elaborado por Carreira et al. (2015) teve como objetivo apresentar o perfil das empreendedoras entrevistadas, suas características pessoais e como seu empreendimento se desenvolveu. Observou-se que cada vez mais jovens empreendem, já desde a faculdade e não

esperam concluir uma graduação para iniciar seu próprio negócio. Esse cenário é favorecido principalmente em universidades cujos programas são voltados ao estímulo do empreendedorismo.

Também se notou que a busca de informações faz parte do desenvolvimento das empresas em estágio embrionário, que utilizam pesquisa de mercado e que as oportunidades são marcantes no perfil das entrevistadas quanto a estar atentas a tudo que se passa ao seu redor como forma de perceber como poderiam ter seu próprio negócio. Constatou-se que no perfil das empreendedoras femininas, estão presentes características como: persistência, busca de oportunidades, iniciativa, comprometimento, persuasão e autoconfiança.

A pesquisa elaborada por Silva et al., (2016), teve como objetivo conhecer as características das empreendedoras, como ingressam no empreendedorismo e apurar o perfil empreendedor das entrevistadas. O estudo verificou que já há algum tempo as mulheres não ingressam no mercado apenas como empregadas e sim como empregadoras, o que favorece economicamente muitos países. As mulheres têm contribuído ativamente na criação de emprego e renda em vários países.

No Brasil não é diferente com o aumento do empreendedorismo feminino dando novo significado especialmente às pequenas e médias empresas. As participantes mostraram-se mais propensas a arriscar no segmento de vendas, pois exigem baixo investimento. Apresentam também mais tolerância ao risco, buscando independência, abrindo seus próprios negócios sozinhas ou em sociedade com seus cônjuges. Há um número relevante de empreendedoras que herdaram o negócio familiar. Observou-se que as empreendedoras necessitam de mais conhecimentos em habilidades gerenciais e tecnológicas que permitam a melhor gestão de seus negócios.

A pesquisa elaborada por Gimenez et al., (2016), objetivou apresentar a dinâmica de surgimento e formação desse campo de pesquisa no Brasil; ao evidenciar sua gênese, abordagens de pesquisa, temas que foram considerados e resultados. O estudo detecta a urgente necessidade de uma sistematização teórica acerca do empreendedorismo feminino no Brasil, em função do crescimento do campo de pesquisa administrativa no Brasil através da ampliação do número de programas de pós-graduação, eventos e periódicos.

Como campo de pesquisa, ainda não houve a consolidação do tema como espaço de investigação sistemática para a maioria dos pesquisadores no Brasil. Contudo, atrai cada vez mais pesquisadores e sendo objeto de estudo. Um aspecto ainda pouco explorado é quanto ao fomento ao empreendedorismo feminino. Os autores sugerem que este tópico seja mais explorado em novos estudos. Concluem ainda que, pode-se explorar a contribuição dos investigadores brasileiros sobre o empreendedorismo feminino em comparação com estudos realizados em outros contextos.

Estudar o empreendedorismo feminino despertou o interesse do pesquisador em compreender se empreender gera empoderamento às mulheres como será tratado no capítulo a seguir.

2.3 O EMPODERAMENTO FEMININO

De acordo com Duminelli et al., (2017), no século XX, a polêmica da igualdade entre os gêneros ganhou força nas ciências sociais. Os movimentos feministas e a enorme inserção das mulheres no desenvolvimento da sociedade criaram circunstâncias para que fossem vistas com olhares mais propensos a novas perspectivas.

Ainda segundo as autoras, o empoderamento é um processo contínuo e conflituoso por envolver a busca de mudanças nas relações de poder que já existem. Para melhor compreendê-lo é preciso entender que não é um processo com começo e término definidos e não ocorre de modo igualitário para diferentes mulheres. Varia conforme a evolução de cada indivíduo evolui nos aspectos culturais, emocionais e locais.

O empoderamento das mulheres tem sido estimulado pela Entidade das Nações Unidas para igualdade de gênero e empoderamento das mulheres – ONU MULHERES (2016), objetivando a inserção feminina em todos os níveis e atividades econômicas. Para esta entidade o projeto condiciona que o empoderamento poderá: construir economias fortes, estabelecer sociedades mais justas e estáveis ligadas especialmente aos direitos humanos e à sustentabilidade, melhorar a qualidade de vida e impulsionar operações com as mais variadas metas e negócios.

A palavra empoderamento tem origem do vocábulo inglês *empowerment*, com significado similar a autonomia e capacidade de decisão sobre as questões que dizem respeito aos indivíduos ou a grupos (FERNANDES et al., 2016). Segundo Baquero (2012) este conceito possui raízes na reforma protestante, desde as lutas pelos direitos sociais do movimento feminista, ocorrendo principalmente nos países desenvolvidos por volta do século XX. Hoje é cada vez mais comum na mídia e na academia o tema empoderamento feminino.

Para Oliveira e Freitas (2017) o empoderamento feminino consiste num processo desencadeado por meio da conscientização da mulher acerca do seu papel, do seu lugar e das suas possibilidades. Consciência esta que tem o intuito de fazer com que as mulheres se posicionem, se fortaleçam e se destaquem em todos os campos da sociedade, da política e da economia. Sendo esse um processo dinâmico, que envolve aspectos cognitivos, afetivos e de conduta.

As autoras destacam que no nível pessoal, o empoderamento desencadeia a convicção a respeito da própria capacidade e permite a emancipação dos indivíduos através do aumento da autonomia e liberdade. No nível grupal se dá ao desencadear o respeito recíproco e o apoio mútuo entre os membros de um grupo com a busca por objetivos comuns, o sentimento de pertencimento, a prática de decisões participativas, solidárias e de reciprocidade.

O nível estrutural desencadeia por sua vez, a sensibilidade de recursos já existentes, uso de oportunidades de apoio externo, motivação através de ideias ou iniciativas e projetos que promovam ações conjuntas. Tal visão promove a inserção de projetos políticos e sociais, criando assim conquistas e espaços de participação que apoiem e enxerguem o cidadão.

De acordo com Fernandes et al., (2016), as dimensões do empoderamento são manifestações e ações que buscam o fortalecimento do gênero feminino. Estas podem ser verificadas no quadro 6, com detalhes:

Quadro 6 – As dimensões do *Empowerment* feminino

Categorias	Características
Psicológica	Mulheres apresentam a necessidade de crescer e se desenvolver por meio da autoconfiança e motivação, autoestima, bem-estar, senso de aceitação dos direitos
Sociocultural/Educacional	Grupos de indivíduos capazes de desafiar concepções culturais agregando valor familiar
Políticas e grupal	Engajamento com posição de autoridade por parte dos grupos
Familiar	Envolvimento na capacidade de proteção e apoio à família
Econômica	Mulheres ganham participação por meios de rendas próprias para produção familiar e controle sobre os ativos produtivos e bens

Fonte: Fernandes et al., (2016)

A dimensão psicológica do empoderamento feminino tem origem na capacidade da mulher de ser forte diante da necessidade de crescimento e desenvolvimento, através da autoconfiança e motivação. Essa dimensão acaba por melhorar o bem-estar e a autoestima feminina.

No contexto da dimensão política e de grupo, o empoderamento expressa-se pela busca do poder social, tornando-se evidente quando as pessoas conseguem conquistar o controle da sua vida, seus projetos e suas escolhas, sua capacidade de agir e se socializar. A tendência é o envolvimento nas relações e ideologias sobre gênero e direitos na sociedade quando as mulheres possuem poder de decisão e sabem como atuar nos níveis micro e macro da sociedade.

Na dimensão familiar o empoderamento feminino desafia as relações existentes entre homens e mulheres e seus papéis dentro da família, no acesso a recursos e vantagens trazidos pela vida profissional e econômica (Fernandes et al., 2016). O papel da mulher sempre relegada ao

segundo plano muda radicalmente, uma vez que agora a empreendedora toma suas próprias decisões tanto no negócio quanto na família.

Quando se trata da dimensão sociocultural ou educacional, as autoras destacam a liberdade de movimento, o acesso aos espaços sociais e participação em grupos, comunidades, redes sociais e ainda mudanças nas normas religiosas. Através da educação as mulheres alcançam novos valores e aprendem a se relacionar melhor, diante do saber adquirido que gera autoconfiança em suas habilidades pessoais.

Já na dimensão econômica do empoderamento feminino, foco deste estudo, promove a igualdade de gênero no mercado de trabalho em relação aos cargos e rendas. Refere-se à qualidade do envolvimento econômico da mulher, propiciando-lhe além do acesso ao mercado de trabalho a independência financeira.

Segundo Fox e Romero (2017), o empoderamento econômico:

“consiste na capacidade de mulheres e homens de participar, contribuir e se beneficiar de processos de crescimento de forma a reconhecer o valor de suas contribuições, respeito à sua dignidade e possibilitar a negociação e distribuição mais justa dos benefícios do crescimento.”

O empoderamento econômico inclui e faz crescer socialmente o indivíduo empoderado. Ele ainda reduz a situação de pobreza e eleva os direitos do ser empoderado. Sendo o empoderamento econômico visto como um subconjunto de capacidades dominadas e reconhecidas e vinculadas a outros fatores que promovem o processo de desenvolvimento de indivíduos, grupos, comunidades e estados (FOX; ROMERO, 2017).

O artigo elaborado por Alves e Dandolini (2017), objetivou a busca pela compreensão do empreendedorismo como ferramenta de empoderamento feminino. O estudo revelou que a maior satisfação das mulheres empreendedoras se deve a capacidade de ter sua própria empresa e isso lhes possibilita reconhecimento e poder de decisão. Com isso elas ganham autonomia o que lhes proporciona autorrealização e permite surgir novas ideias. Nesse estudo verificou-se que a atividade empreendedora promove a possibilidade da mulher exercer o papel de protagonista de sua vida, alcançar independência e autonomia financeira, oportunizando mudanças significativas na forma de gerir um empreendimento.

Uma vez descritas as características e dimensões do empoderamento econômico feminino, aborda-se a seguir como o empoderamento se dá diante do processo empreendedor.

2.4 O EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO E O PROCESSO EMPREENDEDOR

Já é sabido que o empreendedorismo feminino é uma ferramenta legítima de empoderamento, principalmente no que diz respeito aos aspectos sociais e econômicos da vida. O empoderamento econômico das mulheres é crucial para que haja igualdade de gênero, desenvolvimento econômico inclusivo e erradicação da pobreza. Superar tais desigualdades exige coragem para tomar medidas e atitudes abrangentes e transformadoras que afetam e beneficiam as mulheres, as famílias e toda a sociedade (HUNT; SAMMAN, 2016).

Samuel Lino (2014) destacou que com o poder econômico ampliado, as mulheres investem na própria educação e na dos seus familiares, buscando ainda novos conhecimentos para gerir melhor o negócio permitindo que o mesmo cresça e perdure. Entre outros benefícios do poder econômico está o acesso à saúde através de plano particular, o acesso a medicamentos, academias, viagens de lazer/férias mesmo que ocasionais. A maior conquista do empreendedorismo feminino é a independência financeira aliada à autonomia, autorrealização e respeito conquistados, juntamente com a elevação da qualidade de vida da família.

A pesquisa realizada por Fernandes et al., (2016) teve como objetivo compreender as manifestações das dimensões do empoderamento entre mulheres empreendedoras do município de Forquilha/SC. Os resultados demonstraram de forma evidenciada que o empreendedorismo proporcionou às mulheres empreendedoras somente o empoderamento econômico, uma vez que as mesmas afirmam haver ampliação da renda, o alcance da independência financeira e a conquista da autovalorização.

Constatou-se também que abrir o próprio negócio foi uma decisão atrelada à realização de um sonho pessoal com objetivo de melhorar a renda familiar. Verificou-se também que a melhora no grau de instrução das mulheres e as mudanças na estrutura familiar com a redução do número de filhos, ampliaram a participação feminina na economia; sendo o grau de instrução fator decisivo para que tomassem a iniciativa de abrir seu próprio negócio.

Devamma (2015) destaca que o empoderamento econômico das mulheres tornou-se questão global importante. Por meio da independência econômica as mulheres conquistam liberdade para tomar qualquer decisão. São características das mulheres empoderadas:

- a) Definem comportamento no que diz respeito aos seus interesses reais;

- b) Não desejam ser superiores aos homens, respondendo como iguais cooperando em prol do bem comum;
- c) Usam seu talento para viver com satisfação;
- d) Transcendem à dificuldade da subjugação;
- e) Podem continuar cumprindo suas responsabilidades junto à família;
- f) Definem seus valores e suas crenças.

A pesquisa realizada por Hunt e Samman (2016) define o empoderamento econômico das mulheres como um processo de mudança social. O mesmo está interligado com reforços psicológicos, políticos e socioeconômicos através dos quais cada mulher ganha poder, controle sobre suas vidas de forma única e coletiva. O empoderamento econômico é complexo, sofrendo influência de amplas implicações de acordo com cada contexto individual e coletivo separado e conjuntamente. Exige mudanças interiores e sociais.

O estudo destaca alguns dos fatores que permitem ou impedem o empoderamento econômico feminino: diretos e subjacentes. Fatores diretos: são aqueles diretamente ligados ao indivíduo e/ou coletividade. São eles:

- a) Educação: através do treinamento e desenvolvimento de habilidades;
- b) Dirigir-se aos cuidados não remunerados e aos respectivos encargos do trabalho;
- c) Acesso ao trabalho remunerado decente e de qualidade;
- d) Acesso à propriedade, ativos e serviços financeiros;
- e) Ações coletivas e de liderança.

Fatores subjacentes são as condições estruturais que ampliam a determinação das experiências de cada indivíduo ou da coletividade inseridos na vida das mulheres. São eles:

- f) Proteção social;
- g) Características do mercado de trabalho;
- h) Políticas fiscais;
- i) Quadros jurídico, regulamentar e político;
- j) Normas de gênero e normas sociais obrigatórias.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia caracteriza-se como “os procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa” (Cervo et al., 2014). Nesta seção são descritos os aspectos metodológicos do estudo, com a finalidade de detalhar os procedimentos adotados. Inicia-se com a apresentação das questões de pesquisa, em seguida tem-se a caracterização do estudo, a definição da unidade de análise e critérios de seleção dos casos, a aplicação do pré-teste e do instrumento de coleta de dados, as definições constitutivas, a definição das categorias e elementos de análise, as técnicas de análise dos dados e o protocolo do estudo e critérios de confiabilidade. A seção é finalizada com as limitações do estudo.

3.1 QUESTÕES DE PESQUISA

Considerando os objetivos específicos do presente trabalho, abaixo são apresentadas suas questões de pesquisa:

- a) Qual o perfil das empreendedoras pesquisadas?
- b) Como ocorreu o processo de criação dos empreendimentos supracitados?
- c) De que forma o processo feminino de empreender colaborou para o empoderamento econômico das gestoras entrevistadas?

3.2 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

O presente estudo analisou de que forma o processo empreendedor contribui para o empoderamento econômico feminino. Assim, diante do seu propósito, caracteriza-se como de cunho qualitativo, visto que estuda o comportamento, a visão de mundo, como se dá a interpretação do ser humano acerca da sua realidade, crenças e valores das pessoas (ROESCH, 2009).

De acordo com sua finalidade e objetivo, esta pesquisa ainda pode ser classificada como descritiva, visto que delineou um determinado fenômeno, ou melhor, o empoderamento econômico feminino promovido por meio do processo empreendedor (MATIAS-PEREIRA, 2016).

Este estudo ainda é caracterizado como de natureza exploratória, visto que ainda existe a necessidade de melhor compreender a temática empoderamento econômico feminino no Brasil, especialmente em Sergipe. Para Matias-Pereira (2016) uma pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar ao pesquisador maior familiaridade com o problema, tornando-o explícito ou ainda construindo hipóteses. Envolvendo levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que

viveram experiências práticas com o problema pesquisado, análise de exemplos que possam estimular a compreensão. Geralmente, abrangem os estudos de caso e as pesquisas bibliográficas.

Quanto aos meios, do ponto de vista técnico, a pesquisa é classificada como Estudo de Caso da espécie múltipla. Os estudos de caso podem cobrir casos múltiplos, levando a um conjunto único de conclusões chamado “*cross-case analysis*”. Sendo considerados uma investigação empírica que estuda um fenômeno contemporâneo em profundidade, associado ao seu contexto de vida real; de modo especial quando não são evidentes os limites entre o fenômeno e o contexto (YIN, 2015).

3.3 UNIDADE DE ANÁLISE E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DOS CASOS

A unidade de análise representa a parte central do objeto de estudo. Podendo ser um indivíduo, entidade ou evento (YIN, 2015). Neste caso, a mulher empreendedora consiste na unidade central deste estudo.

Alguns critérios foram levados em consideração para selecionar os casos estudados por esta pesquisa. Aqui foram selecionados: a) empreendimentos de micro e pequeno porte formalizados; b) criados e gerenciados por mulheres e, c) com suas sedes na cidade de São Cristóvão.

Aqui seis casos foram investigados. Para selecionar a quantidade de casos, em se tratando de um estudo de caso múltiplo, a lógica seletiva da replicação literal foi adotada. Por meio dela, o estudo foi cessado quando resultados similares passaram a ser apresentados dentre os casos analisados (YIN, 2015). Eisenhardt (1989) afirma que a replicação pode ser detectada ao analisar cerca de 4 a 10 casos de estudo.

3.4 PRÉ-TESTE E INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O pré-teste foi aplicado nos dias 15, 16 e 17 de maio de 2018 com quatro empreendedoras cujos empreendimentos estão localizados no Rosa Elze e no Eduardo Gomes. Durante o pré-teste detectamos que havia uma pergunta repetida no questionário, observamos que algumas perguntas não eram bem compreendidas pelas entrevistadas sendo necessário interagir com as mesmas para que formulassem melhor suas respostas. Fizemos ajustes em relação à correção ortográfica e melhor visualização dos itens relacionados no enunciado das questões.

Para Oliveira (2011), é necessário selecionar instrumentais adequados que atendam aos requisitos de validade, confiabilidade e precisão em uma pesquisa. Dentre os mais utilizados tem-se as entrevistas e os questionários.

Oliveira (2011) explica que um instrumento de pesquisa é válido ao conseguir medir precisamente o que se deseja conhecer. A confiabilidade é pertinente ao instrumento que aplicado repetidas vezes a um mesmo grupo de pesquisa irá demonstrar o mesmo resultado. Já a precisão se refere à segurança que se pode obter com a aplicação correta do instrumento de pesquisa, de acordo com a validade e confiabilidade dos dados.

Neste trabalho se fez uso da entrevista com roteiro semiestruturado. Assim, é caracterizada por um roteiro previamente elaborado, mas com a possibilidade de sofrer algum tipo de acréscimo durante a realização da coleta de dados (MANZINI, 2004). O roteiro de entrevista possui vinte e três questões. Cada entrevista durou cerca de quarenta minutos. Todas elas foram realizadas entre junho e julho de 2018. Os horários das entrevistas variaram conforme a disponibilidade das respondentes.

3.5 DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS

Para Marconi e Lakatos (2008) a definição constitutiva dos termos de um estudo esclarece e indica o emprego de cada conceito na pesquisa e os respectivos significados dos termos essenciais a ela. Dentre os termos citados na pesquisa, temos:

- Empreendedorismo – empreender é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou empreendimento, uma nova empresa, uma atividade autônoma, ou ainda, a expansão de uma empresa já existente. Esse processo pode resultar da iniciativa de um indivíduo do gênero feminino ou masculino, um grupo de indivíduos ou de empresas já estabelecidas e sólidas (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).
- Empoderamento feminino – Processo desencadeado por meio da conscientização da mulher acerca do seu papel, do seu lugar e das suas possibilidades. Consciência esta que tem o intuito de fazer com que as mulheres se posicionem, se fortaleçam e se destaquem em todos os campos da sociedade, da política e da economia. Sendo esse um processo dinâmico, que envolve aspectos cognitivos, afetivos e de conduta (OLIVEIRA; FREITAS, 2017).

- Empoderamento econômico feminino – refere-se à qualidade do envolvimento econômico da mulher, propiciando-lhe além do acesso ao mercado de trabalho a independência financeira (FERNANDES et al., 2016).

3.6 CATEGORIAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE

Para melhor compreensão do estudo, foram definidas as categorias analíticas e os elementos de análise no quadro 7:

Quadro 7 – Categorias analíticas e elementos de análise

Objetivos Específicos	Categorias Analíticas	Elementos de Análise
a) Traçar as características das empreendedoras pesquisadas	Características das entrevistadas	Idade
		Estado Civil
		Número de filhos
		Escolaridade
		Classe econômica de origem familiar
		Classe econômica atual
		Experiência profissional
b) Descrever o processo de criação dos empreendimentos supracitados	Processo empreendedor	Motivação inicial
		Satisfação em atuar no ramo escolhido
		Dificuldades encontradas
		Agentes apoiadores
		Subjugações
c) Verificar de que forma o processo feminino de empreender colaborou para o empoderamento econômico das gestoras entrevistadas.	Empoderamento econômico feminino	Promoção da saúde
		Promoção do lazer
		Promoção da renda
		Conquistas familiares
		Conquistas no âmbito profissional
		Conquistas na esfera da educação
		Conquista da autovalorização

Fonte: Desenvolvido com base na fundamentação teórica (2018)

3.7 TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS

Para análise dos dados coletados, fez-se uso da técnica História de Vida. Tal técnica consiste em solicitar ao respondente a descrição de sua história, com suas palavras (MOREIRA; 2004). É uma estratégia de pesquisa que se dá através de um registro escrito, originado de narrativas pessoais de toda uma vida ou parte dela, cuja coleta se dá por meio de entrevistas ou conversas (MOREIRA, 2004).

Após a coleta dos dados foi feita a análise comparativa dos casos por meio da aplicação da técnica denominada *cross-case analysis* (análise cruzada dos dados). A técnica em questão tem por propósito descobrir padrões de comportamento entre os casos estudados, de modo a possibilitar que

sejam enfatizadas as suas semelhanças e diferenças. Os resultados do estudo foram comparados com os resultados obtidos nas pesquisas apresentadas na revisão da literatura.

3.8 PROTOCOLO DO ESTUDO E CRITÉRIOS CONFIABILIDADE

O protocolo do estudo é uma ferramenta que resulta no aumento da confiabilidade de pesquisas que se utilizam da estratégia do estudo de caso (YIN, 2015). Assim, pode garantir que os achados de uma investigação possam ser assemelhados aos resultados da sua replicação, ou mesmo de outro caso em condições equivalentes e orientado pelo mesmo protocolo (MARTINS, 2008). Abaixo são descritas as atividades e procedimentos que resultaram no protocolo desta pesquisa:

1. Revisão dos principais artigos e publicações sobre o assunto abordado na pesquisa;
2. Definição da unidade caso;
3. Estabelecimento dos instrumentos de coleta de dados;
4. Investigação sobre as técnicas de análise de dados apropriadas à pesquisa;
5. Delineamento e formatação das questões propostas no questionário e no roteiro de entrevista;
6. Realização do pré-teste dos instrumentos de coleta de dados;
7. Obtenção da autorização formal da(s) empresa(s) objeto(s) de estudo para realizar a pesquisa de campo;
8. Coleta dos dados;
9. Construção de um banco de dados para armazenamento das respostas obtidas pelos sujeitos participantes;
10. Avaliação, análise, interpretação e discussão dos resultados (triangulação);
11. Elaboração do relatório final.

3.9 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Segundo Yin (2015), o estudo de caso apresenta como limitação a impossibilidade de se fazer generalizações estatísticas, sendo somente possível realizar generalizações analíticas.

Dentre as limitações técnicas do estudo foi possível listar:

- a) Dificuldade de agendamento das entrevistas em local e horário que não coincidissem com o local e horário de trabalho das respondentes;

- b) Interferência e participação de familiares por estarem presentes no momento da entrevista;
- c) Interrupção da entrevista para atender clientes, filhos e/ou telefone;
- d) Desistência de uma entrevistada que alegou ser tímida e não gostar de entrevistas após o agendamento;
- e) Recebimento de muitas respostas negativas no momento de solicitar a colaboração de algumas empreendedoras para participarem da entrevista;
- f) A insegurança de algumas entrevistadas em revelar dados reais como o valor médio ou percentual de sua contribuição na renda familiar;
- g) Desistência de uma entrevistada após entrevista feita e transcrita, sendo necessário retornar à coleta.

4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS CASOS

Nesta seção são descritos os casos pesquisados com riqueza de detalhes. Logo em sequência eles são analisados comparativamente, para isso, as categorias analíticas deste estudo foram levadas em consideração.

4.1 DESCRIÇÃO INDIVIDUAL DOS CASOS

Os casos pesquisados foram apresentados nesta seção, com trechos das falas de cada entrevistada detalhando e enriquecendo a narrativa realizada ao obter os relatos de vida de cada participante.

4.1.1 Realeza Kids

A Instituição Realeza Kids ME é um micro empreendimento individual que atua no ramo comércio varejista de calçados desde 2016. Está localizada na Rua 65, nº 99A, no Conjunto Eduardo Gomes, Bairro Rosa Elze – São Cristóvão/SE.

A citada organização é gerenciada pela senhora Luana Santos Pimentel Gomes, 30 anos, mãe de um filho, casada e tecnóloga em Gestão de Pessoas. A sua classe econômica de origem é C (04 a 10 salários mínimos), atualmente permanece na mesma. Luana relatou não possuir qualquer experiência de gestão anterior a Realeza Kids. Frisou que sua única experiência de trabalho se deu na C&A Modas, durante 8 (oito) anos.

Quanto aos principais motivos para abrir seu negócio, a entrevistada afirmou que sempre alimentou o sonho de ter a própria empresa, aliando a vontade de não ter chefe e, ainda, a possibilidade de ter um horário de trabalho mais flexível. As motivações aqui citadas são destaques da fala da entrevistada:

[...] não queria ouvir mais ninguém no meu ouvido me mandando fazer as coisas. Eu não queria! Queria ter meu próprio horário. Tudo meu! E no caso também, me desenvolver futuramente pra que meu negócio aumente.

A entrevistada frisou com entusiasmo que o processo empreendedor a realizou pessoalmente e profissionalmente. Afirma amar o que faz, como demonstra a seguir:

[...] ah, amo! Até ontem eu postei no Instagram dizendo: Eu amo o que eu faço. Amo meu trabalho! Amo! Se eu soubesse já tinha começado faz tempo. Cada coisa que eu faço é feita com amor, com carinho, com dedicação.

Dentre as dificuldades encontradas, a maior foi a financeira. O capital inicial foi proveniente de verbas rescisórias, sendo o capital de giro obtido via empréstimo com uma amiga. Não logrou êxito junto aos bancos. Recebeu apoio emocional do marido, que a incentivou constantemente.

No entanto, a entrevistada recorda que algumas pessoas próximas a subjugaram quando decidiu abrir seu empreendimento. Esses indivíduos expressavam palavras desmotivadoras, dizendo que seria melhor aguardar a crise passar para depois tentar abrir o negócio. Ela sofreu inicialmente, mas não se abateu, nem se abalou com tais comentários. Foi em frente e usou essa situação como combustível para ampliar o foco e determinação em abrir seu próprio negócio e fazê-lo crescer.

[...] estava conversando com uma amiga quando ela falou: Olha, consegui realizar seu desejo! Mas sempre tive vontade, sempre! Estou realizando um sonho.

Abrir seu próprio negócio a empoderou economicamente, isso resultou em melhor qualidade de vida. A entrevistada relata que conseguiu obter acesso a um plano de saúde para o seu filho. No mais, foi possível ter acesso a um número maior de fontes de lazer para a família. Lamenta que ainda não consiga ajudar a família da forma que deseja, sua renda é limitada, ainda não permite.

Após abrir seu negócio adquiriu mais liberdade, não precisando prestar satisfação a ninguém. Possui um horário de trabalho mais flexível. Isso resultou mais tempo para a família, para cuidar da casa e das tarefas cotidianas.

Maiores investimentos na sua educação passaram a ser possível. Qualificou-se na área de biscuit e artigos de festa. Teve acesso a palestras sobre empreendedorismo, e diante disso, se sente mais preparada para gerir seu negócio. No mais, verificou que os conhecidos passaram a valorizá-la de uma forma positiva, sendo exemplo para a família:

[...] acho que as pessoas olham com outros olhos agora. Pelo fato de que eu não tive medo. Eu fui e arrisquei sem medo nenhum. Isso inspirou até uma pessoa na família.

4.1.2 Almeida Variedades

A Instituição Angelina de Almeida Andrade ME é uma micro empresa individual que atua no ramo comércio varejista de calçados desde 2012. A loja está localizada na Rua Miguel Pereira, nº 242 – Loja A, no Bairro Rosa Elze – São Cristóvão/SE.

O empreendimento é gerenciado pela senhora Angelina de Almeida Andrade, 64 anos, aposentada, mãe de três filhos, casada, cursou o ensino fundamental incompleto. Sua classe econômica de origem é D (02 a 04 salários mínimos). Permanece na mesma classe econômica

atualmente. Angelina relatou possuir experiência como costureira, copeira, feirante, vendedora de calçados, de lingerie e na área rural:

[...] trabalhei bastante. Durante dezesseis anos ali no Hospital João Alves, como copeira. Fui costureira em uma fábrica, fazia uma parte do processo. E na roça! Sou de Macambira, já resido aqui há 47 anos.

Dentre os principais motivos para abrir seu negócio, relata que havia o desejo de ter sua própria loja e a obtenção de uma ocupação após se aposentar.

[...] eu botei isso aqui pra não ficar em casa parada, sem fazer nada, eu queria uma coisa pra eu ter, sair, me movimentar. Aqui chega gente, eu converso. Uma colega, eu converso. Chega um cliente, eu converso. Pra não ficar que nem meu esposo está, se aposentou, se acomodou em casa, só se levanta pra comer. Comeu, sofá. Às vezes tem preguiça de ir até ao banheiro!

Angelina alegou inicialmente não ter tido dificuldades no processo empreendedor por ter sido apresentada aos fornecedores por intermédio de uma prima que possui uma loja, o que facilitou bastante o acesso ao crédito. Arriscou ao adquirir R\$ 8.000,00 em mercadorias para começar o estoque da loja. Não recebeu nenhum apoio familiar, seja motivacional ou financeiro.

[...] tinha gente pra botar lá embaixo, no buraco. Onde é que vai botando essa loja? Não sei pra quê! Ninguém pra apoiar. Nem de casa, muito menos pessoas próximas. Nunca tive ajuda da minha família pra nada!

Num segundo momento a entrevistada salientou que agregou ao comércio artigos de armarinho, brinquedos e artigos recreativos. A ideia era agregar opções ao consumidor e melhorar as vendas. Apesar de ter passado por algumas dificuldades geradas pela crise econômica que afetou severamente as vendas com a queda significativa do faturamento do negócio, chegou ao ponto de pensar até em desistir e vender todo o estoque da loja, mas decidiu enfrentar e prosseguir conforme justificou na fala a seguir:

[...] eu gosto do que faço! Quando eu trabalhava na fábrica já vendia bijuteria, tecido. Eu comprava as peças de tecido pra fazer lençol, sempre queria ter a minha atividade. Fui pro hospital também, fui pra feira livre mas lá não deu certo. Vendia minhas coisas por baixo dos panos no hospital porque era proibido, mas sempre tive meus contatos. Deixava tudo no meu armário e, no fim, até a chefe comprava! Não podia, mas era assim que acontecia.

[...] já pensei em fechar, entrei quase em depressão, não era aqui, era lá em outra rua. Fiquei desgostosa, abandonei, não ligava pra nada. Não tirava nem a poeira. Minha filha me ajudava. A loja que ela trabalhava fechou. Oxente, eu fiquei. Colocamos tudo na OLX. Depois ela disse mãe, pare com isso. Passe pra loja de ração, que é menor. Eu disse que se o dono ajeitasse eu trocava o espaço maior por esse menor. E estamos aqui até hoje.

Angelina revelou que o fato de ter seu próprio negócio ajudou pouco nas despesas da família. Comentou também que ainda não se sente empoderada economicamente. Por vezes, a renda

promovida pelo negócio a ajuda a pagar despesas com saúde, no entanto, releva que só se utiliza desse recurso em último caso. A renda promovida pelo negócio não lhe deu condições de promover lazer individual ou familiar. Salaria que as viagens que faz são normalmente a trabalho, o que lhe proporciona satisfação. Segundo a empreendedora, suas viagens de negócios são para lugares que gosta – unindo o útil ao agradável.

[...] eu vendia calcinha, sutiã. Eu dizia que ainda ia botar um lugar pra mim. Botei. Antes até vendia bastante, mas como diz a história não é eu só que estou passando essa crise. É todo mundo. Devo, não nego, pago quando puder. Não é isso? A resposta que dão é essa. Eu quando tenho é pra pagar, se sobrar tudo bem. Mas eu não estou assim. Eu sou aposentada, mas o meu dinheiro eu não boto aqui. Tem que ser daqui, tem que cobrir tudo.

A empreendedora não considera que houve grande crescimento profissional ou educacional derivados da sua iniciativa de empreender. No entanto, ressalta que aprendeu muito com os representantes e fornecedores com quem se relaciona e com a clientela que sempre ensina algo. Asseverou que interagir com o público é um aprendizado constante.

Não se considera como exemplo de empreendedora, como fonte de inspiração para outros familiares. A percepção de valorização e respeito são mínimas. Justifica isso com o fato de apenas uma filha ajudá-la ocasionalmente e se engajar no gerenciamento do empreendimento com ideias e sugestões, estando presente no local durante alguns dias da semana. Destacou a liberdade de controlar seu tempo como uma das maiores conquistas obtidas com a abertura do próprio negócio.

4.1.3 Duda Variedades

A Instituição Maria da Conceição Bezerra Santana ME é uma micro empresa individual que atua no ramo comércio varejista de brinquedos, desde 2015. O empreendimento está localizado na Rua Amintas Machado, nº 328 – Loja D, no Bairro Rosa Elze – São Cristóvão/SE.

O gerenciamento da loja é feito pela senhora Maria da Conceição Bezerra Santana Rocha, 35 anos, mãe de dois filhos, casada. A mesma possui o ensino médio completo. Sua classe econômica familiar está na faixa de 02 a 04 salários mínimos – Classe D; após o sucesso do empreendimento foi alçada à classe econômica C (04 a 10 salários mínimos). Relatou que sua única experiência profissional foi como recepcionista de uma farmácia de manipulação.

Maria da Conceição elencou alguns motivos para abrir seu negócio. O principal deles foi a necessidade de sair do emprego após o nascimento do seu primeiro filho, em função da morte de sua mãe que cuidava do neto para que ela trabalhasse.

[...] foi uma necessidade. Eu acho que se não fosse eu estaria acomodada. Se minha mãe ainda fosse viva e estivesse cuidando dos meus filhos, eu estaria trabalhando para os outros ainda.

Ela também relata que está realizada como empreendedora e a liberdade adquirida de gerir seu tempo é uma das maiores conquistas:

[...] sim, hoje estou realizada e amo o que faço trabalhando para mim mesma. A experiência de ser dona do próprio negócio foi bem melhor. É ter mais responsabilidade, em contrapartida ter mais liberdade de cuidar da família, dos compromissos.

A entrevistada ainda revelou que o fato do seu esposo trabalhar como vendedor de móveis também influenciou a decisão de ambos em abrir o negócio. Fora isso, eles sentiram a necessidade de uma renda extra. Frente aos fatos o casal deu início ao processo empreendedor, como explica a seguir Maria da Conceição:

[...] então, a questão foi o seguinte: meu marido sempre trabalhou no comércio, no ramo de vendas, ele era vendedor de móveis. A gente começou vendendo DVD, ele teve a ideia de colocar uma mesinha ali na esquina e deu certo. Resolveu depois colocar as variedades (controle remoto, raquete mata insetos, etc.). Ele colocou na esquina. O que aconteceu? Ele não saiu do comércio, ele continuou no comércio. Era uma renda extra, pra juntar com o que ele já ganhava lá na loja onde ele trabalhava, na loja de móveis. Então, a decisão foi essa. Pra melhorar mesmo as condições. Era na calçada mesmo! Foi uma tentativa que graças a Deus deu certo.

Maria da Conceição ainda relata como se deu o início da sua loja física:

[...] antes de alugar esse ponto, de vir pra cá a gente focou em obter nossa casa própria. Depois resolvemos vir pra cá, já tendo uma estabilidade familiar por não ter o aluguel da residência e o daqui pra pagar. Já era uma preocupação a menos, nos dava mais tranquilidade.

A entrevistada relata que a maior dificuldade enfrentada foi financeira. Ela não conseguiu obter empréstimo bancário para iniciar seu empreendimento. Foi necessário pedir dinheiro emprestado aos familiares, em especial ao sogro. Além disso, outro fator complicador foi a falta de ponto comercial próprio, precisou locar um espaço e pagar aluguel por ele.

[...] a dificuldade no início foi com relação ao dinheiro mesmo. Porque não pagava aluguel quando vendia apenas os DVDs na esquina. Meu marido ainda teve que ficar no comércio ajeitando um dinheirinho pra gente poder estar investindo aqui, poder pagar um aluguel.

Agravando a situação, Maria da Conceição revelou que sempre ouvia comentários desmotivadores por parte de amigos e familiares quando decidiu abrir seu próprio negócio:

[...] assim, os comentários eram que não ia dar certo, porque ali na esquina eu podia ser roubada, ser assaltada, era arriscado. Fui roubada mesmo, cheguei a tomar prejuízo com pessoas que me roubaram.

A empreendedora revela que foi subjugada e isso era percebido diante dos comentários desmotivadores emitidos por pessoas próximas e familiares. No entanto, isso a fortaleceu, a fez perseverar e enfrentar as dificuldades.

Com o aumento da renda familiar houve o empoderamento econômico, conseguiu adquirir a casa própria e obteve conquistas no âmbito do acesso à saúde da família. Seus filhos têm uma vida mais cômoda, possuem plano de saúde, escola particular e fazem uso de transporte escolar. O esposo não trabalha mais como empregado. Agora seu esposo a ajuda no negócio, além disso, decidiram atuar com marketing multinível como parceiros da Hinode.

[...] minha casa foi a primeira conquista. Consegui através daqui o plano de saúde pro meu filho quando ele nasceu. Depois veio minha menina, a gente também já consegue pagar um plano pra ela. Dá tranquilidade.

A entrevistada sente-se mais valorizada, mais respeitada e enxerga que empreender é ato de grande responsabilidade, principalmente por ter toda a renda da família proveniente do negócio, além de gerar emprego para uma funcionária. Já percebe que inspira um de seus familiares e pessoas próximas a empreender conforme relato a seguir:

[...] me sinto mais respeitada, mais valorizada. Meu irmão também, depois que viu, botou o negócio dele, deixou de trabalhar pros outros e hoje tem o negócio dele também. Alguns dos seus familiares foram incentivados e começaram a comercializar diversos itens como: bolo, torta, cachorro quente e milho cozido. Ajuda também na renda da família.

Com mais recursos financeiros já pensa em investir em um curso de Marketing Digital. Assim poderá, futuramente, ser uma palestrante, sendo uma treinadora, ir crescendo como parceira da Hinode. Por fim, revelou que nunca teve interesse em cursar uma faculdade, apesar de todo incentivo materno.

4.1.4 Levenpan

A Instituição Comercial de Alimentos Levenpan Ltda. ME é caracterizada como sociedade limitada, atua no ramo comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios desde 2012. A empresa está localizada na Rua Panificador Silva, nº 95 – Rosa Elze – São Cristóvão/SE.

O empreendimento é gerenciado pela senhora Maria José Carvalho dos Santos, 35 anos, sem filhos, solteira. A entrevistada está cursando Licenciatura em Matemática. Sua classe econômica

familiar gira em torno de 02 a 04 salários mínimos (Classe D). Com o empreendimento a mesma já alcançou melhoria, sendo atualmente da classe econômica C (04 a 10 salários mínimos). Possui experiência profissional em um supermercado e como tesoureira de uma distribuidora de alimentos.

Dentre os principais motivos para abrir seu negócio, citou: a vocação para o negócio, a busca pela melhoria de vida, o desejo de deixar de trabalhar para os outros, o sonho de ter seu próprio negócio e a liberdade de gerir o próprio tempo. Além disso, passou a perceber que pessoas próximas a ela, com baixa escolaridade, empreenderam e foram bem-sucedidas; tal fato a encorajou a abrir seu empreendimento.

Apesar de ser filha de pais negociantes oriundos de Itabaiana, local com conhecida vocação comercial, a entrevistada não considera que recebeu nenhuma influência dos pais no sentido de tornar-se uma empreendedora.

[...] a influência veio depois que eu vim pra Aracaju trabalhar numa distribuidora de alimentos e ter visto pessoas do meu convívio e próximas a mim, sem grau de instrução, escolaridade nenhuma, se darem bem nos negócios. Muitos não sabiam usar uma calculadora e hoje são grandes empresários. Foi isso que me influenciou.

Maria José revela que o início do processo empreendedor se deu quando ela percebeu que a quantidade de horas dedicadas ao trabalho interferia no desempenho do curso na Universidade Federal de Sergipe. Frente ao fato, decidiu economizar e juntar um montante para então poder abrir sua empresa.

A entrevistada afirma que gosta do que faz, apesar da enorme responsabilidade que é ser dona do próprio negócio, do cansaço por trabalhar sete dias por semana. Revelou que quando optou por empreender, sua maior dificuldade foi financeira, não tinha capital de giro suficiente para administrar seu empreendimento. Superou essa dificuldade com empréstimos promovidos por bancos e amigos. Afirma que seu capital inicial foi fruto de suas economias e alguma ajuda dos pais.

[...] a maior dificuldade que tive foi financeira. Mas consegui crédito em banco e com amigos. Meus pais me deram incentivo moral e financeiro.

[...] eu trabalhei muito pesado pra poder colocar meu negócio. Não recebi trinta, quarenta ou cinquenta mil dos meus pais. Eu trabalhei na distribuidora quase seis anos, juntei meu dinheirinho, sempre economizando, investindo.

Maria José informou que poucas pessoas, especialmente os colegas de trabalho, duvidaram dela ou a desmotivaram quando decidiu empreender:

[...] sempre fui esforçada, arrojada. Os colegas de trabalho, quando eu era funcionária, falavam que não iria dar certo, iria largar o certo pelo duvidoso.

Com o sucesso do empreendimento veio o empoderamento econômico. A empreendedora passou a ter acesso a benefícios como: plano de saúde, carro novo, lazer e a oportunidade de cursar uma faculdade particular. A entrevistada considera que valeu a pena empreender por ter mais liberdade, gerar emprego e almeja crescer na mesma área (alimentos), abrindo uma padaria nos próximos dois anos. No âmbito familiar, não houve avanços pelo fato de seus pais não necessitarem de ajuda financeira.

[...] minha família não necessita de ajuda financeira. Eu tive vários benefícios: plano de saúde, carro novo, faculdade particular, viagem não que eu não gosto de viajar.

Dentre as conquistas profissionais, considera que aprendeu bastante com seu empreendimento, conheceu pessoas, enfrentou e superou dificuldades e, agora, tem poder de decisão; algo que não tinha quando empregada. Revela que tudo valeu a pena e encontra-se satisfeita com a decisão que tomou, no mais, já faz planos para o futuro:

[...] valeu a pena. Assim, eu me sinto com mais liberdade, satisfeita por estar dando oportunidade de emprego às pessoas, de está iniciando uma atividade, de ser micro empresária, a minha satisfação maior é essa. Pretendo buscar uma posição melhor como empresária, crescer. Daqui a uns dois anos expandindo na mesma área sem diversificar.

No campo educacional revelou uma importante conquista, hoje pode pagar uma faculdade particular para concluir o curso de Licenciatura em Matemática. Futuramente a entrevistada pretende obter conhecimento no ramo de confeitaria /padeiro para melhor gerenciar o novo empreendimento.

Maria José afirmou que hoje se sente mais admirada e respeitada pelos seus familiares e pessoas próximas. Quanto à dedicação à sua família, procura estar presente no cotidiano dos pais através de contato telefônico frequente e visitas presenciais duas vezes ao mês. Como ainda não constituiu sua família, dedica-se integralmente ao empreendimento e à faculdade.

[...] meus pais moram em outro município. Aí a distância e o tempo pra se dedicar à família é menor. Eu sempre vou ver minha família. Me faço presente através de contato telefônico.

4.1.5 Silvana Salão de Beleza

A empresa Silvana de Oliveira Gois ME é um micro empreendimento individual que atua no ramo da beleza (cabeleireiros, manicure e pedicure) desde 1996. O salão está localizado na Rua Amintas Machado, nº 347 – Rosa Elze – São Cristóvão/SE.

O negócio é gerenciado pela senhora Silvana de Oliveira Gois, 37 anos, sem filhos, solteira e graduada em Gestão de Pessoas com especialização em Psicologia Organizacional. Atualmente está cursando graduação em Estética. Sua classe econômica familiar está na faixa de 02 a 04 salários mínimos (classe D), sem nenhuma evolução. A mesma relata que nunca atuou como empregada, iniciando sua vida profissional como manicure autônoma.

O motivo para abrir o negócio foi relatado pela empreendedora. Um antigo namorado foi o grande incentivador, custeou seu primeiro curso de capacitação, como revela em detalhes:

[...] motivação inicial? Na verdade, foi a oportunidade. Um namorado me incentivou dizendo que pagava o curso por achar que eu levava jeito. Fui meio empurrada por ele. Achava que não estava preparada. Depois de pegar experiência eu não quis trabalhar pra ninguém. São 22 anos!

Silvana revelou que foram duas suas maiores dificuldades: a falta de dinheiro e a desconfiança da clientela. Informou que demorou um pouco até conseguir formar uma boa clientela. Não recebeu nenhuma ajuda familiar para dar início ao seu negócio próprio. Sua própria família a julgou como incapaz de empreender. Apesar da falta de apoio e incentivo, sua família a vê com mais respeito e a valoriza mais depois de tornar-se uma empreendedora.

A relação entre as questões familiares e o processo empreendedor foi detalhada no relato da empreendedora:

[...] não tive sustentação de família, a base. Mas isso não impediu de eu chegar onde eu queria. De alcançar meus objetivos.

[...] não recebi nenhuma ajuda. A minha família é tudo cada um por si. Ninguém se preocupa. Ninguém confia no meu taco! Agora quando vê você tendo sucesso já lhe enxerga diferente. Mas até você ter sucesso você sofre um bocado.

[...] eu comecei com aluguel. Comprei as coisas tudo de segunda mão, as cadeiras velhas, fui reformando, depois fui ganhando um dinheiro aí fui trocando. Fui investindo.

A empreendedora relatou que recebeu incentivos, apoio emocional de uma colega de faculdade que a respeita e admira muito conforme fala a seguir:

[...] uma colega de faculdade me admira muito. Ela tem mãe que propicia tudo e só estuda. Me diz que sou muito batalhadora, guerreira e que sou um exemplo embora ela não tenha coragem de seguir. Ela enxerga e demonstra muita admiração e respeito e isso é muito gratificante. Outra colega está mudando de carreira. Quer investir na área de estética agora, depois de muitos anos atuando como professora.

Silvana revelou que seu negócio a empoderou economicamente. A entrevistada obteve condições de dar uma vida digna à sua falecida mãe, adquirir sua casa própria e obter uma vida melhor. As maiores conquistas foram: a independência financeira e a casa própria.

[...] ah eu tenho plano de saúde, eu me cuido, eu viajo muito. Esse ano que eu não viajei porque eu fiz esse investimento. Mas eu viajo muito pra São Paulo, vou pras feiras de cabelo em Fortaleza, Recife, São Paulo e Salvador.

[...] hoje eu me sinto realizada sim! A gente nunca se conforma. Se estiver bom, daqui a pouco a gente quer outra coisa. Mas eu me sinto realizada sim! Eu comecei de baixo. Meu pai não me deu nada! Minha mãe era doente. Eu me sinto equilibrada, agora. Não tem coisa melhor do que a gente conseguir os nossos objetivos!

Silvana relata que já empregou várias pessoas e com a crise necessitou reavaliar a estrutura do empreendimento conforme sua fala:

[...] atualmente eu tenho uma ajudante. Ela faz manicure e pedicure, ajuda a lavar um cabelo quando o salão está cheio. O fluxo diminuiu muito, então senti necessidade de adequar a equipe dispensando a escovista. Uma equipe grande às vezes fica acomodada. A fase boa permite contratar e a fase ruim ensina. Com equilíbrio, força de vontade e fé vencemos. Todas passam e a gente tem que enfrentar. Minha graduação em Gestão de Pessoas com especialização em Psicologia Organizacional me auxilia muito a lidar com pessoas. Há muita gente migrando para essa área, investindo em cursos e isso faz com que haja necessidade de um diferencial. No meu caso é o tempo de atuação, a experiência e a atualização.

A entrevistada relata que apesar de todas as dificuldades enfrentadas com a crise e tendo que aguardar o retorno do investimento recentemente feito, gosta do que faz.

[...] eu gosto do que eu faço! Estou sempre me especializando. Buscando me atualizar e trazer as últimas novidades para a clientela. É um ramo que muda constantemente.

No âmbito da qualificação, os recursos advindos do seu empreendimento a possibilitou pagar o curso de Estética. Essa nova qualificação irá agregar conhecimento a empreendedora e isso poderá refletir na ampliação dos serviços do salão.

4.1.6 Restaurante Mundial

A Instituição Restaurante Mundial é caracterizada como micro empresa individual atuando no ramo do comércio de refeições e quentinhas desde 2003. O restaurante está localizado na Rua Barão de Mauá, N° 19 – Bairro Rosa Elze – São Cristóvão/SE.

O empreendimento é gerenciado pela senhora Celina Maria de Jesus Santos, 54 anos, mãe de um filho, solteira, com ensino médio completo. Atuou profissionalmente como garçom antes

de decidir empreender. Até o momento, afirma que ainda não obteve nenhum resultado que permita mudança de classe econômica, sendo que sua renda a enquadra na classe econômica C (04 a 10 salários mínimos).

A entrevistada considera que tem vocação para o mercado, uma vez que gosta de cozinhar e atender os clientes com atenção e carinho. Na verdade, muitos da sua família são donos de negócios. Assim como esses seus parentes, o desejo de deixar de ser empregada, de ter seu próprio negócio a motivou a empreender:

[...] o que me motivou foi que eu não quis mais trabalhar pros outros. Trabalhar pra mim mesma (risos). Não quis mais ter patrão, quis ser patroa.

Celina afirmou amar o que faz, no entanto, teve muitas dificuldades para iniciar o seu negócio. O capital inicial foi obtido com economias e empréstimos a terceiros. Não recebeu nenhum tipo de apoio familiar, mas conseguiu superar os desafios com muito trabalho.

[...] comecei sem nada como diz a história. Tomei emprestado dos outros e aí fui trabalhando e comprando, pegando dinheiro emprestado dos outros.

A empreendedora revelou ter recebido críticas dos conhecidos próximos, amigos e familiares. No entanto, não deu importância a elas, pois sempre acreditou no seu trabalho e esforço.

[...] eu não dei importância. Eu não perco tempo com essas coisas. Eu sou o que eu penso que vai ser e acabou. Não me interessa o que ninguém falou não!

Celina revelou que seu negócio a empoderou economicamente. Dentre as conquistas obtidas com o retorno do negócio citou: seu plano de saúde e a faculdade particular do filho. Afirma que a renda familiar provém totalmente do empreendimento, onde recebe ajuda do filho e de uma irmã.

Educacionalmente, não visualizou nenhuma melhoria de vida diante da atitude empreendedora. Reclamou que com a abertura do negócio não possui mais muito tempo para cuidar da saúde e da família.

[...] ah minha filha, é só trabalho, trabalho, trabalho! Não tem tempo pra nada (risos), nem pra família, nem pra saúde. Só Jesus mesmo que cuida de nós!

No entanto, afirma que depois do empreendimento, sua família passou a valorizá-la e respeitá-la mais. Talvez pelo fato que o processo empreendedor seja algo habitual e visto como importante pelos demais membros da família da senhora Celina, como é possível ver em sua última fala:

[...] tive mais respeito. Quase todos possuem algum negócio. Gostam de trabalhar pra si mesmo. Na área de vendas, costura e vestuário.

4.2 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS

Nesta subseção apresenta-se a análise comparativa dos casos pesquisados. Serão verificadas similaridades ou divergências entre os casos descritos anteriormente, com relação aos aspectos: perfil das entrevistadas, processo empreendedor e empoderamento econômico feminino.

4.2.1 Perfil das Entrevistadas

Analisados os seis casos descritos na seção anterior, observou-se que todas as entrevistadas declararam ter aberto seu empreendimento, com alguma experiência prévia profissional mesmo não sendo formal. Assim, agregaram os conhecimentos adquiridos enquanto empregadas de outras empresas ao seu empreendimento. A senhora Celina da Instituição Restaurante Mundial, por exemplo foi garçomete e gosta de cozinhar, então ao decidir empreender aliou o prazer de cozinhar com a experiência adquirida no atendimento e serviço ao público durante o período em que atuou como garçomete. A gestora do Salão de Beleza Silvana iniciou na informalidade como manicure, qualificando-se e empreendeu no ramo de beleza/cuidados pessoais.

Para Strobino e Teixeira (2014), há alguns fatores importantes que podem ser decisivos para a abertura de um empreendimento, a saber: a) possuir experiência profissional anterior e b) existência de outros empreendedores na família ou pessoas do convívio que servem como modelos, referências. No caso das entrevistadas não se constatou esse fenômeno dos modelos, das referências. Aqui o fator decisivo para a abertura do novo negócio foi a existência de experiências profissionais anteriores. Tal experiência prévia deve resultar em aprendizado cognitivo e afetivo durante o processo de identificação do ramo de atuação, resultando na assimilação e reprodução do modelo empreendedor seja parcial ou totalmente.

Verificou-se também que a faixa etária das entrevistadas, sendo que a maior parte delas declarou possuir entre 30 a 40 anos. Segundo o GEM 2017, os indivíduos mais ativos na criação de novos negócios são os jovens (25 a 34 anos), representando 30,5% dos empreendedores brasileiros. Já os negócios estabelecidos são gerenciados e foram criados, em sua maioria, por pessoas que se encontram e na faixa de 45 a 54 anos. Assim, conclui-se que o fator idade incentiva cada vez mais jovens a empreender, sendo ainda uma opção para pessoas com faixa etária acima dos 30 anos.

Dentre as entrevistadas, metade declarou-se casada e, a outra metade, solteira. O GEM 2016 destaca que 45,7% dos empreendedores na taxa TEE (Empreendedores Estabelecidos) são casados e

33,9% são solteiros. Cerca de 20,5% contemplam os divorciados, viúvos, em união estável e outros. No caso da TEA (Empreendedores Iniciais), os casados são 41,7%; os solteiros cerca de 37,5%; os em união estável são 9,2%; os divorciados são 5,6%; os viúvos 1,3% e com 4,6% tem-se outros vínculos.

Com relação ao número de filhos das entrevistadas, duas delas possui um, uma possui três e outra possui dois, e duas afirmaram que não possuem filhos. Quanto ao desenvolvimento educacional três possuem nível superior, sendo que uma está concluindo, duas possuem o ensino médio completo e uma concluiu o ensino fundamental.

O GEM (2016) mostrou que dentre a população, cerca de 27,9% dos potenciais empreendedores, não possuem nenhuma educação formal. Sendo que 26,6% possuem o ensino fundamental completo e/ou o ensino médio incompleto. Para os que possuem ensino médio completo e/ou ensino superior incompleto tem-se 26,9% dessa população. Os que possuem ensino superior completo, especialização completa/incompleta, mestrado completo/incompleto e doutorado completo/incompleto são 3,8%. Esse cenário demonstra a urgente necessidade de investimento em qualificação educacional que possa propiciar melhor qualificação profissional dos gestores/empreendedores no Brasil.

O GEM (2016) relata que o perfil educacional é um fator limitante ao empreendedorismo. A falta de educação e capacitação é sentida por quem deseja empreender e desmotiva inúmeras vezes. Há quem considere não haver mais espaço para o empirismo, sendo a qualificação educacional e profissional um dos caminhos para o sucesso do empreendimento. Cedo ou tarde o empreendedor sentirá a necessidade de buscar qualificar-se para gerir melhor o negócio e poder empreender com menos insegurança e poder crescer.

O processo empreendedor facilitou a ascensão social (classe econômica) de duas das seis empreendedoras entrevistadas. Ambas saíram da classe D para a C e já planejam ampliação do negócio, isso poderá alavancar ainda mais sua independência financeira, valorização pessoal, familiar e social. Do ponto de vista da ascensão social, a mudança de classe econômica lhes permite o acesso a serviços que antes sequer poderiam imaginar como: plano de saúde, escola particular para os filhos ou para si próprias, carro, casa própria, viagens, entre outros.

Vale (2013), relata que o empreendedorismo não se caracteriza como um fenômeno de elite, estando mais amplamente associado às classes sociais mais baixas. De acordo com a autora, quanto menor o estrato social de origem de um empreendedor maior será a chance de mobilidade social do mesmo.

A mobilidade social está diretamente ligada à distribuição de rendas e oportunidades. Quanto mais igualitário for o país maior será a mobilidade social. O Brasil é um país com grandes desigualdades de renda o que dificulta a ascensão social de sua população, afetando a mobilidade intergeracional. O cidadão que decide empreender não o faz como primeira opção de carreira ou profissão, mas sim diante da necessidade de buscar um lugar ao sol, uma forma de sobrevivência enxergando no empreendedorismo a chance de alcançar seus objetivos de vida e com isso ascender à sua classe social (VALE, 2013). Segundo Vale (2013), o Brasil apresentou nos últimos anos evidências de mobilidade social especialmente nas classes mais baixas da população. Sendo o empreendedorismo a grande justificativa para este fenômeno.

Quadro 8 – Perfil das entrevistadas

Categorias/ Empresas	Realeza Kids	Almeida Variedades	Duda Variedades	Levenpan Mercearia	Silvana Salão de Beleza	Restaurante Mundial
Idade	30	64	38	35	37	54
Estado Civil	Casada	Casada	Casada	Solteira	Solteira	Solteira
Número de filhos	1	3	2	0	0	1
Escolaridade	Superior completo (Gestão de Pessoas)	Ensino fundamental incompleto	Ensino médio completo	Superior incompleto (Licenciatura em Matemática)	Superior Completo em Recursos Humanos (cursando Estética)	Ensino médio completo
Classe econômica de origem familiar	C	D	D	D	D	D
Classe econômica atual	C	D	C	C	D	D
Experiência profissional	Comércio varejista	Costureira, copeira, feirante	Comércio (Recepcionista de farmácia)	Supermercado e Tesouraria de uma distribuidora de alimentos	Manicure e pedicure	Garçonete

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados (2018)

4.2.2 Processo empreendedor

Quanto ao processo empreendedor, observou-se que a motivação inicial para a maioria das entrevistadas foi o sonho de ter seu próprio negócio deixando de trabalhar para os outros e com isso poder obter melhoria, mudar seu padrão de vida. Destacou-se ainda o fato de poder gerir seu tempo nos cuidados da família e do negócio diante da flexibilidade de horário que é considerada pelas

entrevistadas como uma de suas maiores conquistas. Há quem necessitou arriscar diante da perda de um ente querido que a ajudava nos cuidados com os netos possibilitando-lhe trabalhar e também quem foi totalmente incentivada por um namorado dedicando-se diante de tal oportunidade a desenvolver o próprio negócio.

É possível afirmar que ao longo do tempo o empreendedorismo feminino supera questões de diferenciação de gênero entre homens e mulheres, embora ainda existam barreiras que restrinjam a ascensão feminina no ambiente de trabalho e na criação de novos negócios. A dificuldade existente se caracteriza pelas limitações em termos de amplitude e composição, pois as mulheres recorrem aos laços mais próximos para obter informações e suporte (VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011).

No quadro 9 tem-se as motivações iniciais relatadas por cada uma das entrevistadas, com maiores detalhes:

Quadro 9 – Processo Empreendedor

Motivação Inicial/Empresas	Realeza Kids	Almeida Variedades	Duda Variedades	Levenpan Mercearia	Silvana Salão de Beleza	Restaurante Mundial
Sonho de ter o próprio negócio	X	X		X		
Não querer ser subordinada	X					X
Flexibilidade de horário	X					
Ter uma ocupação pós-aposentadoria		X				
Não ter quem cuidasse dos filhos recém-nascidos para que ela trabalhasse			X			
Melhorar de vida				X		
Estímulo de um namorado					X	
Vocação familiar						X

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados (2018)

Ao se estudar o fenômeno empreendedorismo feminino, é importante o questionamento: Por quais motivos as mulheres empreendem? Segundo Strobino e Teixeira (2014) as mulheres abrem empresas por motivos diferentes daqueles do sexo oposto. Para as mulheres, questões relacionadas à independência, status, a percepção de uma oportunidade de mercado, as dificuldades em crescer profissionalmente em empresas de terceiros; ou ainda, a necessidade de sobreviver e a dificuldade de conciliar trabalho e família as despertam para o processo empreendedor. Verificou-se que todos esses motivos foram citados pelas participantes durante as entrevistas.

Os motivos listados não são muito diferentes daqueles relatados por homens empreendedores. O que ocorre de diferente é a forma como as mulheres entram nos negócios, assim, costumam ocupar espaços que ainda não estão sendo dominados por homens. No mais, elas

preferem usar o capital próprio, o que traça um perfil conservador quanto ao risco; não pela dificuldade em adquirir crédito, mas como uma escolha (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

As autoras citaram ainda que as motivações que levavam homens e mulheres a abrirem suas empresas são similares. Sendo a maior diferença o modo como ingressam no universo empreendedor. Nos achados do estudo de Strobino e Teixeira (2014), constatou-se que as mulheres optavam por ocupar o espaço tradicionalmente não dominado pelos homens, dando preferência ao uso do capital próprio para a abertura de suas empresas; um perfil mais conservador quanto ao quesito risco mesmo que não encontrassem mais dificuldades do que os homens ao tentar adquirir crédito. Outra característica apontada pelas autoras é em relação ao reconhecimento da sociedade. Elas observaram que o objetivo de alcançar uma posição mais alta na sociedade, aumentando o status e o prestígio da própria família foram as razões mais determinantes para empreender na percepção dos homens do que na das mulheres.

Já é sabido que homens e mulheres possuem estilos diferentes de empreender. As mulheres apresentam uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores. Tais características contribuem fortemente para o progresso da empresa, bem como para a criação de laços mais fortes entre a empreendedora e sua rede (AMORIM; BATISTA, 2015).

De acordo com Lopes et al., (2016) as mulheres são multiprocessadas. Assimilam e processam facilmente informações e situações. Isso auxilia na promoção de uma visão mais sistêmica e não sequencial da realidade, maior flexibilidade e habilidade para enxergar as pessoas de forma holística. As mulheres ainda se destacam frente aos homens com relação ao grau de instrução. Isso porque as mulheres buscam mais capacitação educacional em relação ao gênero oposto.

A maioria das entrevistadas afirma amar ou gostar do que faz apesar dos inúmeros obstáculos enfrentados. Destacam o contato com o público como algo que promove muita satisfação.

Algumas já vislumbram oportunidades de crescimento e ampliação do negócio e não há nenhum sinal de arrependimento, uma vez que atingiram o objetivo de ter o próprio negócio e com isso adquirir independência financeira e flexibilidade de horário para assim atender às demandas familiares e do empreendimento de forma mais eficiente e menos tensa. Há quem já tenha pensado em desistir, mas diante do estímulo de um familiar ou alguém próximo renovou o desejo de continuar a enfrentar os desafios do cotidiano do empreendedor.

A seguir tem-se o quadro 10 com as respostas das participantes quanto à satisfação em atuar no ramo escolhido:

Quadro 10 – Satisfação em atuar no ramo

Satisfação em atuar no ramo escolhido	Realeza Kids	Almeida Variedades	Duda Variedades	Levenpan Mercearia	Silvana Salão de Beleza	Restaurante Mundial
Ama o que faz, está realizada e quer crescer	X					
Gosta do contato com o público em geral e com os fornecedores		X				
Gosta do que faz e pretende ampliar			X	X		
Gosta do que faz					X	
Já se sentiu mais realizada						X

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados (2018)

Para Alperstedt et al., (2014), a satisfação experimentada ao gerenciar sua própria empresa, resultante da maior liberdade e flexibilidade, é seguido de certo descontentamento diante da dificuldade de equilibrar as demandas de tempo entre as exigências da família e do negócio. Neste estudo não se nota essa tendência. Há quem relate tal dificuldade inicial, mas sem destaque após decorrido um período de adaptação.

Já Strobino e Teixeira (2014), afirmam que as mulheres abrem empresas por motivos diferentes como: o desejo de realização e independência, percepção de uma oportunidade de mercado, dificuldades em ascender profissionalmente na carreira como empregadas, necessidade de sobrevivência e como um meio de conciliar trabalho e família. Há ainda o fato de muitas empreendedoras pertencerem a famílias de empreendedores, o que poderá direcioná-las quase que de modo automático ao empreendedorismo, como se houvesse uma predisposição genética.

Todas as empreendedoras participantes do presente estudo destacaram a dificuldade financeira como a mais desafiadora no processo empreendedor. Obter crédito em bancos não foi possível para a maioria das entrevistadas ao iniciar o negócio. Depois de já estabelecida, a empreendedora Maria José (Levenpan) conseguiu empréstimo bancário sem grandes obstáculos, podendo assim investir e ampliar o negócio, alugar um ponto e melhor estrutura-se para atender aos clientes, alavancando a atratividade e lucratividade do negócio. Uma das entrevistadas citou a dificuldade em formar sua clientela e obter uma relação de confiança dos clientes, no caso do salão de beleza. Duas das entrevistadas citaram gostar do que fazem aliado o desejo de ampliar o negócio alavancando o empreendimento, crescendo e gerando mais conquistas e a possibilidade de empregar mais pessoas. Uma das participantes disse já ter se sentido mais realizada em outros momentos pois atualmente dedica-se integralmente ao negócio sofrendo com dificuldades para dar apoio aos seus

familiares quando adoecem e sem disponibilidade financeira para promoção do lazer para ela e sua família. Sente-se sobrecarrega apesar de ter duas pessoas a ajudá-la.

No quadro 11 a seguir constam as dificuldades encontradas por todas as empreendedoras entrevistadas:

Quadro 11 – Dificuldades encontradas

Dificuldades encontradas	Realeza Kids	Almeida Variedades	Duda Variedades	Levenpan Merceria	Silvana Salão de Beleza	Restaurante Mundial
Financeira	X	X	X	X	X	X
Formação da clientela					X	

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados (2018)

Para Alperstedt et al., (2014), 25% das mulheres enxergam que são tratadas de forma diferente dos homens pelas instituições financeiras. Sendo assim, a busca por recursos para empreender configura mais um entrave no processo empreendedor no caso delas. Uma das barreiras encontradas é a necessidade de garantias exigidas pelos bancos, muitas vezes representadas pelos maridos ou outra figura masculina uma vez que as mulheres são dependentes destes, necessitando assim de aval financeiro.

Em geral, tais recursos financeiros são próprios, obtidos com alguém da família ou amigos próximos, assim a participação de recursos de terceiros na capitalização de empreendimentos geridos por mulheres é de baixa proporção. No Brasil é comum desfazer-se de bens imóveis e penhorar joias para obter o capital inicial de abertura do negócio ou parte significativa dele. Outro agravante citado pelas supracitadas autoras é que quanto maior for a necessidade de inovação no segmento onde a mulher deseja empreender, maior é a dificuldade de recursos para financiar tais atividades.

Teixeira et al., (2010), observaram que os maiores apoiadores das empreendedoras femininas são familiares e amigos. Tal apoio se dá financeiramente na grande maioria dos casos e emocionalmente através de motivação e incentivo constante, especialmente nos momentos difíceis onde há o desânimo e até o pensamento de desistência.

Segundo Bomfim e Teixeira (2014), há muitos empreendedores que buscam apoio de órgãos governamentais como SEBRAE, SENAI, SENAI entre outros; para obter orientação desde o desenvolvimento da ideia e do plano de negócio até o estudo de viabilidade financeira e implementação do mesmo.

As entrevistadas citaram ter recebido apoio de familiares em sua maioria. O quadro 12 detalha quem são os agentes apoiadores citados pelas participantes:

Quadro 12 – Agentes apoiadores

Agentes apoiadores	Realeza Kids	Almeida Variedades	Duda Variedades	Levenpan Mercearia	Silvana Salão de Beleza	Restaurante Mundial
Esposo, amigos	X					
Prima, crédito dos fornecedores		X				
Esposo			X			
Família				X		
Nenhum					X	X

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados (2018)

Todas as empreendedoras relataram ter enfrentado alguma situação de subjugação, deixando-se afetar ou enfrentando-as. O quadro 13 traz em detalhes as subjugações citadas pelas entrevistadas:

Quadro 13 – Subjugações

Subjugações	Realeza Kids	Almeida Variedades	Duda Variedades	Levenpan Mercearia	Silvana Salão de Beleza	Restaurante Mundial
Houve algumas, ignorou e focou em seus objetivos	X					
Sofreu no início, mas recebe muito apoio de uma filha		X				
Abateu-se inicialmente, mas desconsiderou			X			
Houve no início. Usou como combustível				X		
Inicialmente sofreu, abateu-se, mas aprendeu a lidar					X	
Houve no começo, mas não deu importância						X

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados (2018)

Alperstedt et al., (2014) destacam entre as subjugações o fato de as mulheres acreditarem que recebem tratamento diferente por parte das instituições financeiras, tal percepção também foi relatada pelas empreendedoras entrevistadas. Carreira et al., (2015) citam o perfil mais cauteloso das mulheres quando se trata de aderir a um empréstimo diante da experiência apenas do gerenciamento do orçamento doméstico, o que lhes confere grande receio no momento de arriscar.

Fernandes et al., (2016) destacam que o apoio familiar e social influenciam bastante a abertura de empreendimentos por mulheres. A falta de apoio é mais uma barreira a ser superada no desafio de empreender, podendo vir a ser um fator desmotivador para mulheres de negócio.

4.2.3 Empoderamento econômico feminino

Conforme os relatos das entrevistadas, foi possível mapear os benefícios alcançados pelo empoderamento econômico proveniente do processo empreendedor, a saber:

- a) Promoção da saúde com a aquisição de plano de saúde e/ou acesso a atendimento médico particular.

Segundo o GEM (2016), o sonho de ter um plano de saúde existe para 22,6% dos empreendedores entre a população de 18 a 64 anos. Sabe-se, entretanto, que em um percentual maior (31,2%), os não empreendedores também almejam esse benefício;

- b) Promoção do lazer através de viagens em família, viagens de negócios alinhadas a lugares onde possam desfrutar de momentos de lazer.

O GEM (2016) revelou que o sonho de viajar pelo Brasil é real para 47,5% dos empreendedores entre a população de 18 – 64 anos. Entre os não empreendedores esse número é de 48,8%. Quando se trata de viajar para o exterior o percentual entre os empreendedores é de 29,2 *versus* 29,6% para o grupo dos não empreendedores;

- c) Promoção da renda.

Essa representa uma conquista para a maioria das empreendedoras entrevistadas, visto que, Maria José (Levenpan), Conceição (Duda Variedades), Silvana (Silvana Salão de Beleza) e Celina (Restaurante Mundial) possuem toda a renda familiar proveniente do empreendimento. Ressalva-se aqui que Luana (Realeza Kids) e Angelina (Almeida Variedades) ainda não colaboram para o incremento da renda familiar de forma efetiva, amparando ocasionalmente em alguma necessidade mais urgente. Segundo o GEM (2016), as pessoas mais velhas e as mais novas também estão procurando mais o empreendedorismo, como alternativa de ampliação da renda familiar. Há uma relação positiva entre o sucesso do empreendimento e a melhoria da renda familiar.

- d) Conquistas familiares.

Na esfera familiar, as empreendedoras passaram a perceber que são mais respeitadas pela família, fruto da independência financeira e realização pessoal e liberdade conquistadas. As entrevistadas ainda destacam a flexibilidade de horário como uma das suas maiores conquistas como empreendedoras.

Strobino e Teixeira (2014) relatam que dentre as principais razões para que a mulher se disponha a ter seu próprio negócio é a flexibilidade de horários. Uma vez dona da própria empresa, a mulher enxerga que terá mais facilidade de gerir seu tempo.

A pesquisa realizada por Hunt e Samman (2016) define que empoderamento econômico das mulheres como um processo de mudança social. O mesmo está interligado com reforços psicológicos, políticos e socioeconômicos através dos quais cada mulher ganha poder, controle sobre suas vidas de forma única e coletiva. O empoderamento econômico é complexo, sofrendo influência de amplas implicações de acordo com cada contexto individual e coletivo separado e conjuntamente. Exige mudanças interiores e sociais.

Samuel (2014) afirmou que para uma mulher, empoderar-se é uma forma de resgate da sua autoestima e satisfação pessoal. A realização de atividades fora do seio familiar lhe confere a autonomia que as tarefas domésticas não trazem diante da visão de que é apenas seu dever. A forma como a mulher é vista na sociedade também muda diante do empreendedorismo, o que lhe permite uma nova relação social, dando-lhe mais valorização.

e) Conquistas no âmbito profissional, onde foi possível salientar mulheres que destacaram como grande conquista a gestão do negócio próprio, o aprendizado diário diante dos desafios enfrentados e as relações desenvolvidas com clientes e fornecedores.

O artigo elaborado por Alves e Dandolini (2017), revelou que a maior satisfação das mulheres empreendedoras se deve a capacidade de ter sua própria empresa e isso lhes possibilita reconhecimento e poder de decisão. Com isso elas ganham autonomia o que lhes proporciona autorrealização e permite surgir novas ideias. Nesse estudo a atividade empreendedora promove a possibilidade da mulher exercer o papel de protagonista de sua vida, alcançar independência e autonomia financeira, promovendo mudanças significativas na forma de gerir um empreendimento.

f) Conquistas na esfera da educação. Metade das entrevistadas buscou cursos de capacitação inclusive na área de negócio onde atuam. Os investimentos em qualificação agregaram valor aos negócios e alavancou os resultados financeiros dos mesmos

Alperstedt et al., (2014) destacaram que quando se trata da dimensão sociocultural ou educacional, ocorre a promoção da liberdade de movimento, o acesso aos espaços sociais e participação em grupos, comunidades, redes sociais e ainda mudanças nas normas religiosas. Através da educação as mulheres alcançam novos valores e aprendem a se relacionar melhor, diante do saber adquirido que gera autoconfiança em suas habilidades pessoais.

g) Conquista da autovalorização.

Nas falas das entrevistadas foi possível perceber que durante o período em que foram empregadas não se sentiam plenamente realizadas, envolvidas, parte de algo maior. O acesso a bens patrimoniais, poder econômico e a liderança de gerenciar e na maioria dos casos decidirem o rumo

de seus empreendimentos e suas vidas são os fatores mais relevantes no processo de autovalorização. Tem-se no quadro 14:

Quadro 14 – Empoderamento econômico feminino

	Realeza Kids	Almeida Variedades	Levenpan Merceria	Duda Variedades	Silvana Salão de Beleza	Restaurante Mundial
Promoção da saúde	Plano de saúde e escola particular para o filho	Ocasionalmente diante de alguma urgência	Plano de saúde	Plano de saúde para os filhos	Plano de saúde	Plano de saúde individual
Promoção do lazer	Ocasionalmente por estar focada no planejamento futuro	Ocasionalmente por conta da crise	Ocasionalmente por não gostar de viajar	Viagens em família	Viagens de trabalho	Alega dedicação exclusiva ao negócio
Promoção da renda	Ainda não consegue colaborar com a renda familiar	Ocasionalmente colabora de acordo com a necessidade	Renda familiar 100% proveniente do negócio	Renda familiar 100% proveniente do negócio	Renda familiar 100% proveniente do negócio	Renda familiar 100% proveniente do negócio
Conquistas familiares	Mais respeito e determinação	Mais respeito	Mais valorizada e realizada	Valorização, parceria	Nenhuma	Mais respeito
Conquistas no âmbito profissional	Cursos voltados para o negócio e experiência diante dos desafios	Conhecimento obtido com o negócio	Crescimento obtido com a gestão do negócio	Aprendizado profissional diante dos desafios enfrentados	Ser dona do seu próprio negócio	Ser dona do seu próprio negócio
Conquistas na esfera da educação	Cursos voltados para o negócio	Nenhuma	Faculdade particular	Nenhuma	Graduação em Estética/faculdade particular	Faculdade particular para o filho
Conquista da autovalorização	Independência	Mais respeito	Independência	Mais respeito	Realizada, respeitada e valorizada	Realizada, respeitada e valorizada

Fonte: Desenvolvido com base na coleta de dados (2018)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve o propósito de analisar como o processo empreendedor contribui para o empoderamento econômico feminino. Para tanto, relatou-se a história de vida de seis empreendedoras, donas de micro e pequenos negócios formalizados e sediados no Bairro Rosa Elze, em São Cristóvão-SE.

A pesquisa realizada revelou que, no grupo de empreendedoras entrevistadas, tem-se mulheres solteiras e casadas, a maioria delas possui filhos, detém ensino médio completo e são originárias da classe econômica D. Observou-se ainda que todas as entrevistadas declararam ter aberto seu empreendimento com alguma experiência prévia profissional. No mais, o processo empreendedor facilitou a ascensão social (classe econômica) de duas das seis empreendedoras entrevistadas. Ambas saíram da classe D para a C.

O processo de criação dos empreendimentos pesquisados ocorreu por motivos diversos, a saber: a) sonho de ter seu próprio negócio; b) incentivo de pessoas próximas (amigos, familiares e namorado); c) dificuldade em crescer e melhorar de vida enquanto empregado; d) desejo de deixar de trabalhar para outras pessoas, deixar de receber ordens do patrão; e) anseio de alcançar a tão desejada independência financeira e melhoria de vida; f) existência de habilidades e experiência de mercado, muitas vezes no ramo do empreendimento a ser aberto ou ramos similares; g) dificuldade para cuidar dos filhos pequenos enquanto trabalhava fora e h) desejo de ter uma ocupação posterior à aposentadoria.

A maioria das entrevistadas afirma amar ou gostar do que faz apesar dos inúmeros obstáculos enfrentados. Destacam o contato com o público como algo que promove satisfação. Todas as empreendedoras participantes do presente estudo destacaram a dificuldade financeira como a mais desafiadora no processo empreendedor. Durante o processo de criação, percebeu-se que nenhuma das entrevistadas possuía uma fonte de renda prévia que pudesse injetar no empreendimento. Adquiriram empréstimos com familiares e amigos, uma vez que não obtiveram êxito junto aos bancos inicialmente. Todas relatam que foram subjugadas quando optaram por empreender.

O processo empreendedor promoveu uma série de benefícios ao conjunto de mulheres entrevistadas, houve conquistas na esfera da saúde, lazer, renda, familiar, profissional, da educação e autovalorização. No entanto, ficou notório que a maioria das entrevistadas não percebeu mudanças na classe social ou grandes alterações na renda.

É possível inferir que o processo feminino de empreender colaborou com a visão de mundo das entrevistadas, com a forma como elas se percebem mais livres e donas de si. A chance de gerir o tempo dedicado ao negócio e a família, acrescida aos ganhos em conhecimentos, a ampliação da capacidade de contribuir com a renda da família, a geração de emprego e o alcance das metas no âmbito do negócio; contribuem para que essas mulheres pensem que optaram pelo caminho certo. Assim, acredita-se que o processo empreendedor passou a ser um marco positivo na vida dessas mulheres.

As entrevistadas demonstram sentir-se empoderadas de forma clara em suas falas, mas há dificuldades em enxergar o empoderamento alcançado de forma prática. A maioria delas não conseguiu expressar objetivamente o sentimento do empoderamento, porém o mesmo é detectado facilmente quando ao interagir com as mesmas durante as entrevistas obteve-se a percepção confirmada com a resposta que cita a realização de ser dona do próprio negócio e de si conseqüentemente, decidindo os rumos de sua vida.

5.1 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

Este estudo não teve como intenção ser conclusivo, propondo-se a investigar com base nos relatos das entrevistadas, a percepção das mesmas, sobre o empoderamento feminino econômico, fruto do processo empreendedor.

Diante da análise dos dados relatados, este estudo contribuiu para:

- Aguçar a percepção das entrevistadas acerca de que a UFS olha para a comunidade empreendedora situada nos arredores da mesma, com o objetivo não apenas de pesquisa, mas de conhecê-las, compreender suas dificuldades e tentar buscar uma forma de colaboração para o crescimento dos empreendimentos por ela criados e geridos;

- Sinalizar como é difícil receber apoio e reconhecimento durante o processo empreendedor, especialmente em sua fase inicial;

- Apresentar o quanto é comum subjulgamentos por parte de conhecidos e familiares quando uma mulher decide empreender;

- Sinalizar que a vocação é fator importante no ato de empreender;

Para estudos futuros, recomenda-se analisar de que forma a Universidade Federal de Sergipe pode contribuir para a comunidade local na gestão desses pequenos empreendimentos. Estudos sobre o tempo de vida dessas pequenas organizações, as maiores dificuldades encontradas na gestão

desses negócios e a preparação dessas mulheres empreendedoras no sentido de buscar conhecimento para ampliar a capacidade das mesmas de criar, administrar e manter seus empreendimentos; podem ser de grande importância para a comunidade em questão.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C.. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em uma história de vida. **Revista de Ciências da Administração**. V. 16. N. 40, P. 27-39, nov. de 2017.

ALVES, F. L.; DANDOLINI, A. de O. V. A Atividade empreendedora como ferramenta de empoderamento feminino: desafios e possibilidades na contemporaneidade. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, (octubre-diciembre 2017).

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em 30 de jan. de 2018.

BARBOSA, J. D.; RIVANDA, M. T. Pequenas e Médias Indústrias de Sergipe: diagnóstico de gestão. 1ª edição. Aracaju: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe, SEBRAE/SE, 2002.

BAQUERO, R. V. A. Empoderamento: Instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. **Revista Debates**, v.6, n.1, p. 173-187, 2012.

BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M.. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. V. 10. N. 1. 2014.

BULGACOV, Y. L. M., CAMARGO, D., CUNHA, S. K., MEZA, M. L., SOUZA, R. M. B., TOLFO S. R. Atividade empreendedora da mulher brasileira: Trabalho precário ou trabalho decente? **Psicologia Argumento**, [S.l.], v. 28, n. 63, nov. 2017.

CARREIRA, S. da S.; FRANZONI, A. B.; ESPER, A. J. F.; PACHECO, D. C.; CARREIRA, M. F.. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**. V.5. N. 2.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; ROBERTO, da S. **Metodologia científica**. 6ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

DEVAMMA, B. Laxmi. **Women Economic Empowerment**. Disponível em: <<http://ijmart.in/PreviousIssues/Sep%202015/19.pdf>>. Acesso em 02 de fev. de 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6ª edição. São Paulo: Empreende/Atlas, 2017.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurship): Prática e Princípios**. Tradução de: Carlos J. Malferrari. Ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

DUMINELLI, M. V.; TOPANOTTI, M. de B.; YAMAGUCHI, C. K. Análise dos estudos sobre o empreendedorismo e o empoderamento feminino. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**. 2017.

EISENHARDT, K. Building theory from case study research. **Academy of Management Review**, v.14, no 4, p. 532-550, 1989.

FERNANDES, T. dos S.; LOPES, G. S. C.; WATANABE, M.; YAMAGUCHI, C. K.; GODOI, C. K. Dimensões do empoderamento feminino: autonomia ou dependência? **Revista Alcance Eletrônica**. V. 23. N. 3.

FOX, L.; ROMERO, C. **In the mind, the household, or the market? Concepts and measurement of women's economic empowerment**. Disponível em: <<http://documents.worldbank.org/curated/en/436011496234827185/In-the-mind-the-household-or-the-market-concepts-and-measurement-of-womens-economic-empowerment>>. Acesso em 02 de dez. de 2018.

GEM-Brasil 2016 – Global Entrepreneurship Monitor. **O Empreendedorismo no Brasil – 2016**. Curitiba: IBPQ, 2016.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C.. Empreendedorismo Feminino no Brasil: gênese e formação de um campo de pesquisa. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 40-74, abr. 2017. ISSN 2316-2058.

HUNT, A.; SAMMAN, E. **Women's Economic Empowerment Navigating enablers and constraints**. Disponível em: <<https://www.odi.org/publications/10483-womens-economic-empowerment-navigating-enablers-and-constraints>>. Acesso em 02 de fev. de 2018.

LOPES, A. K. L.; MENDES, D. P.; GOMES, D. W. R.; FILHO, A. S. dos S.. Características e comportamentos do empreendedorismo feminino: um estudo de multicase em pequenas empresas. **Revista Expressão Católica**.

MANZINI, E. J. **Entrevista Semi-Estruturada: Análise de objetivos e de roteiros**. 2004. In SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE PESQUISA E ESTUDOS QUALITATIVOS, 2, 2004, Bauru. A pesquisa qualitativa em debate. Anais... Bauru: USC, 2004.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M.. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração e interpretação de dados**. 7ª edição. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

MARTINS, G. A. **Estudo de Caso – Uma Estratégia de Pesquisa**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

MEDEIROS, T. C. C. V.. **O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Cooperação em Empreendedorismo Feminino para o Desenvolvimento Internacional**. 2016. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/17390>>. Acesso em 18 de nov. de 2017.

MOREIRA, D. A.. **O método fenomenológico na pesquisa**. 1ª edição. São Paulo, SP: Pioneira Thomson Learning, 2004.

NATIVIDADE, D. R. da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **RAP – Revista de Administração Pública (FGV)**. V. 43, n. 1, p. 231-256, Fev. 2009.

OLIVEIRA, M. M. de. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 5ª edição, [rev.]. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

OLIVEIRA, M. R. de; FREITAS, C. C.. **Meninas da vila: uma perspectiva transdisciplinar do empoderamento feminino**. Anais da VI Semana de Integração Inhumas: UEG, 2017, p. 80-98. Disponível em: <<http://www.anais.ueg.br/index.php/semintegracao/article/view/8993>>. Acesso em 02 de mar. de 2018.

ONU MULHERES – Entidade das nações unidas para igualdade de gênero e empoderamento das mulheres. **Princípio de empoderamento das mulheres**. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_WEPs_2016.pdf>. Acesso em 15 de dez. de 2017.

OS DONOS DE NEGÓCIO NO BRASIL: análise por sexo (2001 a 2014). Brasília: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Sergipe, SEBRAE/DF, 2016. Disponível em: <http://http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/os-donos-do-negocio-no-brasildetalhe34,0a8f59d84cda5410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em 31 de mar. de 2018.

PAIVA JR., F. G.; CORDEIRO, A. T. **Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 26, 2002, Salvador. Anais... Salvador: ANPAD, 2002. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2002-eso-1576.pdf>>. Acessado em 13 de jan. de 2018.

PALMA, L. G. A. da. **Empoderamento econômico da mulher no âmbito do Mercosul: das reuniões especializadas ao programa *Ellas Hacen***. RIC Relações Internacionais. 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/ricri/article/view/28419>>. Acesso em 08 de jan. de 2018.

PEREIRA, J. M. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 4ª edição, rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2016.

Relatório Executivo GEM – Global Entrepreneurship Monitor, 2017. **O Empreendedorismo no Brasil – 2017**. Curitiba: IBPQ, 2017.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.

SAMUEL, L.. **O Contributo do Empreendedorismo Feminino no Empoderamento Socioeconômico da Mulher, estudo de caso (pemba, moçambique)**. 2014. Disponível em: <<http://reid.ucm.ac.mz/index.php/reid/article/view/26>>. Acesso em 13 de jan. de 2018.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SILVA, M. S. da; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do Empreendedorismo Feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas**. Universidade FEEVALE. Novo Hamburgo, a. XIII, V. 13, n. 2, p.150-167. 2016.

STROBINO, M. R. de C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista Administração**. V. 49. N. 1. 2014.

VALE, G. M. V. Empreendedorismo, marginalidade e estratificação social. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 3, maio-junho, p.310-321, 2014.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5ª edição. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO – DAD

Características das mulheres empreendedoras

1) Qual a sua idade? _____

2) Qual o seu estado civil?

Solteiro (a)

Casado (a)

Divorciado (a)

União estável

3) Possui filhos? Se sim, quantos? _____

4) Qual o seu ramo de atuação?

5) Em que ano iniciou seu negócio?

6) Qual o seu grau de escolaridade?

Ensino fundamental incompleto

Ensino fundamental completo

Ensino médio incompleto

Ensino médio completo

Ensino superior incompleto

Ensino superior completo

Especialização

Mestrado

Doutorado

7) Já teve outras experiências profissionais?

Não ()

Sim () Quais?

8) Qual sua classe econômica de origem? (sua família)

() A – Acima de 20 SM

() B – 10 a 20 SM

() C – 04 a 10 SM

() D – 02 a 04 SM

() E – Até 02 SM

9) Qual sua classe econômica atual?

() A – Acima de 20 SM

() B – 10 a 20 SM

() C – 04 a 10 SM

() D – 02 a 04 SM

() E – Até 02 SM

Processo Empreendedor

10) Quais foram os motivos para abrir seu próprio negócio?

11) Pode afirmar que ama o que faz?

Sim ()

Não ()

12) Quais as principais dificuldades encontradas para iniciar o negócio e como as superou?

Quem ajudou?

13) De quem você recebeu apoio familiar para iniciar seu negócio? Como?

14) Muitas pessoas te julgaram como incapaz para abrir seu próprio negócio? Quem? O que falavam?

15) Sua empresa possui quantos funcionários? Destes quantos são seus familiares e quais as funções ocupadas por eles?

16) O prédio onde o seu negócio está instalado é próprio?

Sim ()

Não ()

Empoderamento econômico feminino

17) Através do retorno do seu negócio sua família obteve acesso a algum outro benefício como academia, viagens, lazer, saúde e outros?

18) Qual a sua contribuição atual na renda familiar?

19) Como você se percebe após essa conquista? O que mudou na forma como você se vê?

20) Quais foram as conquistas no âmbito profissional que seu negócio lhe trouxe?

21) Com o retorno financeiro do seu negócio, o que mudou na sua vida educacional?

22) Como sua família passou a te perceber após você se tornar uma empreendedora? Houve mais valorização? Mais respeito? Você é vista como exemplo?

23) Com relação à quantidade de horas dedicadas a família, você se sente mais disponível para cuidados com os filhos, marido, parentes, etc.?
