

**PROTAGONISMO FEMININO: UM DIAGNÓSTICO SOBRE AÇÕES EMPREENDEDORAS NO
MUNICÍPIO DE SÃO FELIPE – BAHIA
FEMALE PROTAGONISM: A DIAGNOSTIC ON ENTREPRENEURING ACTIONS IN THE SÃO
FELIPE CITY- BAHIA**

Laís Geisa Nunes da Silva Prazeres*

e-mail: laisprazeresadm@gmail.com

Suzane Figueiredo Casas*

e-mail: suzane Casas@gmail.com

João Luiz da Silva Casas*

e-mail: casas.joao@gmail.com

Patrícia Katiane da Silva*

e-mail: patriciakatianadasilva@gmail.com

Luan dos Santos Simões*

e-mail: luansimoesadm@gmail.com

* Faculdade Maria Milza Governador Mangabeira, BA – Brasil

Resumo

A história das mulheres no mercado de trabalho passou e ainda passa por diversos obstáculos. Uma das alternativas encontradas por mulheres na busca pelo alcance dos seus objetivos, quanto ao mercado de trabalho, é o empreendedorismo. Nessa perspectiva, o objetivo geral dessa pesquisa foi diagnosticar quais fatores provocaram o protagonismo feminino em ações empreendedoras no ramo alimentício no município de São Felipe – BA. Metodologicamente, essa pesquisa caracteriza-se, como um estudo de caso exploratório e descritivo de natureza qualitativa. O trabalho foi realizado com 21 mulheres empreendedoras, formais e informais, de pequeno ou médio porte do ramo alimentício, na cidade de São Felipe - Bahia. Com base nos resultados, pôde-se concluir que as mulheres participantes, em sua maioria, viram o empreendedorismo como uma oportunidade para alcançar sua independência financeira e melhoria de vida. Muitas mulheres têm o seu negócio como a principal fonte de renda e manutenção da família. Com isso, percebe-se a importância e relevância do empreendedorismo para o município, visto que o mesmo é capaz de transformar vidas e desenvolver as características e habilidades femininas nos negócios, promovendo também, direta e/ou indiretamente, o crescimento econômico da cidade.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Mercado de Trabalho. Gestão. Protagonismo

Abstract

The history of women in the labor market has faced and still faces several obstacles. One of the alternatives found by women in pursuing their goals, as regards the labor market, is entrepreneurship. In this perspective, the general objective of this research was to diagnose which factors provoked the female protagonism in entrepreneurial actions in the food sector in the city of São Felipe - BA. Methodologically, this research is characterized as an exploratory and descriptive case study of a qualitative nature. The study was carried out with 21 formal and informal entrepreneurial women of both small and medium size food sector, in the city of São Felipe-Bahia. Based on the results, one can conclude that the women participants, for the most part, saw entrepreneurship as an opportunity to achieve their financial independence and improved life. Many women have their business as the main source of income and family maintenance. This shows the importance and relevance of entrepreneurship for the municipality, since it is capable of transforming lives and developing the feminine characteristics and abilities in the business, also promoting, directly and / or indirectly, the economic growth of the city.

Keywords: Female Entrepreneurship. Job market. Management. Protagonism.

1 INTRODUÇÃO

A história das mulheres no mercado de trabalho nunca foi fácil, é possível encontrar em diversas plataformas de comunicação relatos de lutas de mulheres em busca de espaço, liberdade e direitos. Muitas mulheres simbolizaram e outras simbolizam hoje em dia a base de sua família, pois sabem a responsabilidade e o valor que possuem diante da realidade em que vivem.

Tornar-se responsável pelo seu próprio dinheiro ou, de uma maneira mais ampla, pelo seu próprio destino por meio de criatividade, instinto intuitivo, visualização de uma oportunidade não vista antes por alguém ou simplesmente um aprimoramento do que já existe, é uma alternativa que mulheres veem adotando para conseguir mudar sua história de forma significativa.

Essa não é uma realidade apenas nos grandes centros urbanos, pois se percebe essa escolha sendo adotada por mulheres nos interiores do país também. Logo, para empreender não há lugar, sexo ou situação financeira estabelecida, afinal, o ato de empreender também pode estar diretamente ligado a adaptar sua ideia, quando não há recursos financeiros suficientes, a sua realidade.

A Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2016) apresenta que no Brasil a Taxa de Empreendedores do grupo feminino chegou a 33,9% e a masculina a 38,2% e quando se analisa as taxas de “Empreendedores Estabelecidos” a dos homens também é maior, mas no caso dos “Empreendedores Novos” (com até 3,5 anos), a taxa feminina supera a masculina, o que evidencia essa busca das mulheres pela atividade empreendedora.

Na busca pelo seu espaço, as mulheres também encontram no ato de empreender uma alternativa de sobreviver aos desafios do mercado contemporâneo. Nesse contexto, em concordância com Dornelas (2018), Hilsdorf (2015, p. 19), diz que os empreendedores “[...] são homens e mulheres que, de maneira ética e responsável, assumem desafios e riscos, transformando dificuldades em oportunidades. São pessoas cujos principais verbos são: observar, aprender, agir e transformar”.

2 OBJETIVOS

O objetivo geral dessa pesquisa buscou diagnosticar quais fatores provocaram o protagonismo feminino em ações empreendedoras no ramo alimentício no município de São Felipe – BA. Quanto aos objetivos específicos; caracterizar o perfil sócio econômico de mulheres empreendedoras formais e informais no campo da pesquisa; relacionar os motivos pelos quais as mulheres se tornaram empreendedoras; verificar se as práticas empreendedoras são responsáveis pela geração de renda da família e descrever os desafios e entraves vivenciados por essas mulheres para empreender.

3 JUSTIFICATIVA

A relevância dessa pesquisa está atrelada as práticas empreendedoras e o protagonismo feminino frente aos negócios. Essa abordagem é uma forma de demonstrar o processo de transformação do mundo contemporâneo que começa a atribuir às mulheres um reconhecimento pela sua desenvoltura empreendedora.

Evidencia-se que diante de todos os desdobramentos culturais adquiridos com o passar do tempo, falar das conquistas e das lutas das mulheres na construção de suas empresas ou meios de sustentos é uma forma de reforçar que a mulher pode contribuir significativamente para a economia do país e para a sua autonomia econômica. Afinal, geram oportunidades, provocando inclusive vagas de emprego para outras pessoas, ou seja, intensificam de forma positivas o cenário econômico.

Sendo essa uma abordagem atual, faz-se necessário as academias de ensino superior incentivar e propor pesquisas que desenvolvam essa temática, pois é também durante a educação acadêmica, que se busca transformar a humanidade e a realidade a sua volta de forma consciente. Sendo assim, o empreendedorismo aparece, muitas vezes, como uma oportunidade ou necessidade dentro desse universo novo, tornando-se importante no processo de mudanças e transformações das mulheres na sua busca por independência e/ou sobrevivência no mercado de trabalho.

4 REVISÃO DE LITERATURA

4.1 EMPREENDEDORISMO: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

Schumpeter (2017) estabelece o empreendedorismo como uma necessidade para o desenvolvimento do sistema econômico capitalista, pois pode ser apresentado juntamente com a ideia de inovação, ou seja, o ato de empreender estaria relacionado a criar e fazer dar certo aquilo que foi pensado, produzido e realizado. Diante disso, o autor caracteriza o empreendedorismo a “destruição criativa” que, de forma simplificada, é “destruir” aquilo que não funciona mais ou que perdeu seu efeito transformador e construí-lo de forma criativa e mais eficiente, melhorando-o por meio da inovação, desenvolvendo assim a ideia de competitividade.

Sendo assim, diante de toda competitividade estabelecida em meio a todo o processo de desenvolvimento dos negócios e busca por melhorias contínuas que reforçam a abordagem de Schumpeter (2017) sobre o empreendedorismo, Dornelas (2018) afirma que empreender está associado a transformar ideias em oportunidades, por em prática aquilo que pode dar certo, podendo ela ser inovadora ou apenas algo que já exista, mas com ajustes chaves que gerem diferencial competitivo no mercado, ou seja, desencadeando demanda para aquela nova abordagem de produto ou serviço apresentado.

Nessa perspectiva podemos estabelecer dois tipos de empreendedorismo, o que é desenvolvido por uma necessidade e o que se estabelece em meio a uma oportunidade. O empreendedorismo por necessidade, segundo Dornelas (2018), relaciona-se, muitas vezes, com a falta de opção, ou seja, quando a pessoa se encontra desempregada e não vê alternativas para mudar essa realidade diante do mercado de trabalho. Porém, a questão da necessidade também desencadeia características para essa abordagem do empreendedorismo, a maioria dos negócios são informais e pela falta de planejamento, acabam não se desenvolvendo, levando-o a falência, em alguns casos.

O empreendedorismo por oportunidade, de acordo com Dornelas (2018), desencadeia-se pela observação de uma falta no mercado, desenvolvendo, nessa situação, a chave para suprir essa falta. Então, nesse sentido, têm-se aqui, provavelmente, mais planejamento e investimento, possibilitando mais força para a estabilização no negócio.

Dados da GEM (2017) apresentam um pequeno aumento na relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade:

[...] Em 2016, para cada empreendedor inicial por necessidade, havia 1,4 empreendedores por oportunidade, em 2017 essa relação foi 1,5. Dito de outra forma, 59,4% dos empreendedores iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade.

Dessa forma, comparando com dados de 2014, o número de empreendedorismo por necessidade foi de 29%, estabelecendo assim a possibilidade de relação entre o crescimento dessa taxa com as mudanças sofridas no cenário econômico do país nos últimos anos que gerou, por exemplo, aumento no número de desempregados.

Pensando no empreendedorismo como transformação e inovação e diante da realidade contemporânea associada à competitividade nos negócios, inovar é imprescindível para manter-se no mercado. Nessa perspectiva, Hecke (2011), diz que as pessoas criativas são fundamentais nesse processo de desenvolvimento de novos negócios, afinal é a partir delas que o empreendedorismo ganha força e cresce cada vez mais. O empreendedor possui uma visão diferenciada, enxerga oportunidades de negócios ou de melhorias significativas em lugares que outras pessoas não veem, resultando, muitas vezes, na expansão do mesmo.

Esse crescimento da validade do empreendedorismo começou a se firmar no Brasil, de acordo com Dornelas (2018), na década de 1990, quando o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Soflex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) surgiram. O autor explica que antes disso o tema não era trabalhado, pois o cenário político e econômico não era favorável, dessa forma, não havia apoio para aquele que, mesmo sem entender, possuía o espírito empreendedor, porém não o desenvolvia.

4.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

O empreendedorismo feminino no Brasil vem ganhando espaço com o passar dos anos. Segundo a SEBRAE (2018), o Brasil, entre 47 países participantes, teve a 7ª maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais. Além disso, 44% das mulheres empreenderam por necessidade, enquanto os homens 33%. Vale ressaltar que segundo Birley e Muzika (2001), o que mais tem impulsionado a relação das mulheres com o empreendedorismo é a busca pela independência financeira e pela igualdade de gênero.

Dessa forma, nota-se que se pode estabelecer uma relação significativa entre essa busca das mulheres e o crescimento do empreendedorismo feminino por mulheres cada vez mais jovens, o empreendedorismo feminino tende a crescer, pois a mulher identifica cada vez mais que por meio dele ela pode adquirir sua independência econômica e igualdade no espaço em que vive.

Jonathan (2005, p. 379) evidencia que: “A participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro é muito significativa e demanda uma melhor compreensão das questões enfrentadas pelas empreendedoras e dos reflexos destas na sua qualidade de vida.” Para além da mudança pessoal, têm-se também as consequências externas apontadas por Machado (2009, p. 19) que diz que “o desenvolvimento econômico de muitas localidades tem-se favorecido com a atuação de mulheres empreendedoras”.

Toda essa abordagem auxilia, principalmente, no crescimento do empoderamento feminino. Ou seja, no fato das mulheres e da sociedade reconhecerem que, mesmo diante das dificuldades para a inserção no mercado de trabalho, a falta de igualdade quanto à remuneração e a ausência de apoio familiar, elas ainda podem tentar dar uma nova abordagem para sua vida profissional, transformando-a por meio do empreendedorismo.

A iniciativa empreendedora pode colaborar para o rompimento cultural machista enraizada ao longo do tempo, visto que ainda se pode encontrar homens e mulheres ocupando cargos iguais e recebendo salários distintos, muitas vezes sendo a mulher a recebedora do valor inferior ao do homem. Nessa análise, o empreendedorismo torna-se um forte alicerce para auxiliar na busca de uma geração de renda mais equilibrada, reforçada pela sua capacidade e conseqüentemente seu empoderamento (COSTA, 2008).

Sendo assim, observa-se que a desconstrução de um padrão de quem pode ou não pode empreender, só favorece o desenvolvimento de uma sociedade, não só economicamente, mas também em uma abordagem cultural e social, pois possibilita o rompimento de barreiras e a ampliação de oportunidades.

Todo esse processo inicia-se na formação das identidades dessas mulheres. Segundo Machado (2009), muitos estudos apontam a importância da identidade pessoal ou social, ambas intimamente relacionadas, tendo como referência seus desejos e situações em que vivem. Tratando-se da identidade empreendedora a autora estabelece que a história de cada uma é a estrutura principal para a formação da identidade em si, mas a identidade empreendedora necessita compreender as atividades desempenhadas no papel e os seus desdobramentos, no entanto, sua história de vida ainda é a referência para isso.

O reconhecimento da mulher empreendedora torna-se fundamental para o crescimento pessoal e, principalmente, profissional. O apoio familiar é essencial, no entanto, os auxílios de outras organizações podem impulsionar de forma transformadora, pois impulsionam a luta contra o preconceito e incentivando cada vez mais essa busca por conquistas no mundo empreendedor.

Nessa perspectiva, mesmo havendo alguns avanços das mulheres no mercado, sua ligação às atividades domiciliares continua bastante enraizada. Nota-se assim que as conquistas no campo atribui à mulher mais responsabilidade, pois os avanços relacionados à divisão das atividades do lar com o cônjuge, muitas vezes, ainda é carregada por pensamentos e atitudes predominantemente machistas, dificultando um equilíbrio.

5 METODOLOGIA

Nessa perspectiva, quanto ao objetivo, essa pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório e descritivo de natureza qualitativa. Essa pesquisa de 2018, buscou familiaridade e descrição com relação às mulheres empreendedoras, formais e informais, de pequeno ou médio porte do ramo alimentício, na cidade de São Felipe- Bahia, localizada a 184 km da capital, Salvador. De acordo com o Censo – IBGE (2010) o município possuía cerca de 20.305 habitantes, em que 50,34% correspondia ao sexo feminino. Para melhor descrição do percurso metodológico realizado no trabalho, organizamos em etapas, que são descritas a seguir:

Etapa 1: O primeiro passo focou em determinar qual grupo/ramo de mulheres empreendedoras seria o objeto de pesquisa, assim também como o lócus em que a pesquisa iria se desenvolver. Definiu-se que seria no município de São Felipe – Bahia, na área urbana e que o ramo alimentício seria a vertente escolhida, pois, em uma observação superficial, notou-se que esse ramo ofereceria uma amostra mais significativa. Para desenvolver um trabalho mais sólido quanto ao protagonismo feminino, definiu-se também como critério de inclusão que as participantes da pesquisa teriam que ter o mínimo de 6 meses de atuação na área e poderiam ser empreendedoras que geriam negócios formais ou informais.

Etapa 2: Buscou-se listar o maior número de mulheres empreendedoras nessa área, chegando a um total de 40 mulheres, essa identificação foi realizada em agosto de 2018. É válido salientar que os negócios que são registrados (formais), foram de fácil identificação, já que a prefeitura, tem esses dados, no entanto os negócios informais foram identificados pela pesquisadora, em uma busca de campo e através de indicação de outras pessoas, que residem no município. Desse total identificado obtivemos uma amostra de 21 participantes, pois algumas não quiseram participar da pesquisa e outras informaram não ter disponibilidade de tempo. Foram realizadas as visitas *in loco* no período de setembro a outubro de 2018, para aplicação do formulário, que aconteceu individualmente e todas as conversas foram gravadas em áudio, (com autorização prévia), com o intuito de não perder nenhum detalhe das falas das participantes.

Etapa 3: Essa etapa caracteriza a análise dos dados, obtidos por meio do contato direto com as empreendedoras pesquisadas, na perspectiva exploratória, descritiva de natureza qualitativa. Todo esse processo ocorreu de acordo com a tabulação dos dados e com o processo de transcrição das falas das empreendedoras. Com a aplicação do formulário, foi possível traçar o perfil sócio econômico das mulheres, identificar os motivos que as levaram a empreender; verificar a relevância do seu empreendimento para a geração da renda familiar e descrever os desafios e entraves vivenciados por essas mulheres, e assim conseguir diagnosticar os fatores que provocaram o protagonismo feminino em ações empreendedoras no ramo.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Essa pesquisa possui como objeto de estudo as mulheres empreendedoras formais e informais do ramo alimentício do município de São Felipe- Bahia. O objetivo dessa seção é apresentar os resultados encontrados com base na pesquisa realizada.-

5.1 DESCRIÇÃO DO PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Na descrição dos resultados as participantes serão chamadas de empreendedoras e nesse primeiro momento serão apresentados os perfis dessas mulheres empreendedoras do município da amostra pesquisada de São Felipe – Bahia. Foram 21 mulheres, dessas, 47,6% das respondentes tem entre 46 a 55 anos de idade, sendo 61,9% casadas ou em união estável e 33,3%, solteiras. 85,6% possuem filhos, sendo que dessas, 57,1% tem entre 01 e 02 filhos dependentes e 19% possuem filhos, mas já são independentes. Quanto a sua escolaridade, a maioria se divide em Ensino Médio (42,9%) e Ensino Fundamental (38,1%). Por fim, 9,5% possuem Ensino Superior Completo, 4,8% Pós Graduação e 4,8% Ensino Superior Incompleto.

A maior parte das mulheres da amostra não tiveram o empreendedorismo no ramo alimentício como primeira atividade exercida, 47,6% eram assalariadas e 42,9% desempenhavam outras funções, dentre elas, iniciativas já dentro do empreendedorismo, mas não na área alimentícia e apenas 9,5% da amostra eram do lar. Do total dessas mulheres, 71,4% não exercem mais a atividade anterior que desempenhavam, ou seja, têm o empreendedorismo como única fonte de renda pessoal, sendo que 28,6% ainda conciliam ambas atividades. Um exemplo é a Empreendedora (E 21), ela possui um ateliê em que ministra aula de confeitaria, trabalha com encomendas de bolos e continua exercendo sua atividade como professora no município.

Um pouco mais da metade das mulheres dessa pesquisa, 57,1%, ainda empreendem na informalidade, ou seja, seus negócios não possuem nenhum tipo de cadastro e dos que possuem 88,9% são CNPJ (Cadastro Nacional Pessoa Jurídica) e os demais 11,1%, MEI (Micro Empreendedor Individual). Segundo o SEBRAE (2017), o MEI é uma categoria que pode contribuir de forma significativa para empreendedores que possuem ideias sólidas, mas que não possuem muitos recursos para garantir seus benefícios e auxílios. Dessa forma, eles podem ter mais oportunidades de crescimento para o negócio.

Levando em consideração o tempo em que essas mulheres já empreendem, tem-se um total de 52,4% que já empreendem há mais de 10 anos e 38,1% que possuem entre 1 e 3 anos, o que podem configurá-las como novas empreendedoras. Dentre os tipos de empreendimento do ramo alimentício tem-se: vendedoras de acarajé, lanches, cesta básica, doces gourmet, bolos, comida fitness, donas de açougue, bares, lanchonetes, restaurantes, confeitarias, entre outros.

Nessa perspectiva, vale apresentar uma informação importante conforme o SEBRAE (2017), “com o crescimento do mercado e o aumento da procura por alimentação fora do lar, alguns nichos despontaram como ótimas alternativas de negócio como alimentos fitness e gourmet.” O que é interessante, pois as empreendedoras que oferecem esse tipo de produto têm entre 1 e 3 anos de funcionamento.

5.2 CONTRIBUIÇÃO DO EMPREENDEDORISMO PARA O PROTAGONISMO

Depois de caracterizar o perfil dessas mulheres, buscou-se identificar os motivos que as levaram a empreender. Como já foram supracitado, muitos podem ser os motivos que levam alguém a querer criar e desenvolver um empreendimento, seja por uma necessidade ou uma oportunidade.

A maioria das empreendedoras apontaram a oportunidade como sua principal motivação (95,2%). No entanto, vale ressaltar, que não se trata de uma motivação isolada. Diversas situações as levaram a verem o ato de empreender como uma oportunidade, como por exemplo, a busca pela independência financeira e o incentivo de pessoas próximas. O que reforça os estudos de Birley e Muzika (2001), que o crescimento do empreendedorismo vem ganhando cada vez mais espaço devido à busca pela independência financeira e pela igualdade de gênero. A entrevistada (E 19) expressa isso em sua fala quando sinaliza:

Eu penso assim, em sempre trabalhar e nunca depender de homem. Na verdade eu tinha uma vida de “patricinha”, estudava, praia toda hora, tudo que eu queria meu pai me dava, mas a partir do momento que eu me casei, eu vi que a partir daquele dia eu não podia mais depender do dinheiro do meu pai e também eu não queria depender do dinheiro do meu marido, entendeu? Imagine você ter que pedir dinheiro ao marido até pra fazer uma unha? Então, não! Eu quero juntar com ele para a gente crescer junto, mas não pra depender dele. (EMPREENDEDORA 19 - E19)

Assim, a partir do depoimento da (E 19) e de outras empreendedoras, identificou-se que elas não querem ser dependentes de terceiros, muito menos de seus cônjuges. Sabe-se que no século XIX e metade do século XX, isso era muito comum, a mulher era a responsável pelos cuidados do lar e educação dos filhos e a responsabilidade financeira era destinada aos homens. Vale ressaltar que apenas no ano de 1962, na tentativa de mudar a necessidade de aprovação do marido para que a mulher pudesse trabalhar, houve a edição da lei 4.121, que deu origem ao Estatuto da Mulher Casada, uma parte da lei diz:

Art. 246. A mulher que exercer profissão lucrativa, distinta da do marido terá direito de praticar todos os atos inerentes ao seu exercício e a sua defesa. O produto do seu trabalho assim auferido, e os bens com ele adquiridos, constituem, salvo estipulação diversa em pacto antenupcial, bens reservados, dos quais poderá dispor livremente com observância, porém, do preceituado na parte final do art. 240 e nos ns. II e III, do artigo 242.

Parágrafo único. Não responde, o produto do trabalho da mulher, nem os bens a que se refere este artigo pelas dívidas do marido, exceto as contraídas em benefício da família (BRASIL,1962).

Sendo esse um grande passo que oferece hoje o direito da mulher buscar o sua independência, as empreendedoras, talvez, sem nem saberem a existência da lei, querem de fato viver esse avanço.

Algumas empreendedoras não indicaram a independência financeira como uma motivação, no entanto, isso só aconteceu nos casos das mulheres que já tinham sua independência procedente de outra atividade, então sinalizaram mais a questão de contribuição extra, incentivo de pessoas próximas e a oportunidade em desenvolver outra atividade que as faziam bem, que elas gostavam, como é o caso da entrevistada (E 02) apresentada na seguinte fala:

Na realidade, quando eu entrei na confeitaria não foi nem com o objetivo de eu expandir, eu gostava e queria aprender para mim, entendeu? Só que ai a professora que me deu o curso, me deu a oportunidade de fazer o primeiro bolo comercial, de um casamento. Ai depois disso eu segui como se fosse uma contribuição extra, incentivo de pessoas próximas e uma oportunidade. (EMPREENDEDORA 02 - E02).

Tendo como objeto de estudo mulheres que empreendem com distintos anos de mercado, algumas até com mais de 40 anos, falar sobre os conhecimentos adquiridos com base nessas experiências de vida é fundamental. Ao serem questionadas sobre o que não pode faltar para ser uma empreendedora de sucesso muitas apontaram o bom atendimento, a qualidade, conhecimento, variedade, organização, foco, responsabilidade, compromisso com o cliente.

Mesmo não possuindo estudos em áreas direcionadas para a gestão, nota-se nas falas das empreendedoras o instinto intuitivo que conduz o posicionamento consciente e preocupado com aspectos ligados a gestão. Levando em consideração essa característica, Cordeiro e Ribeiro (2002), trabalhando a questão da gestão empreendedora, aborda que o empreendedor, desempenhando esse papel, precisa ser a pessoa que busca soluções, que transforma os sonhos em realidade, define a estratégia, o posicionamento, produto, público alvo, ou seja, a pessoa que de fato vive aquilo ali e se entrega. O empreendedor é a pessoa que busca se atualizar sobre o mercado, possui disciplina.

Além disso, foram apontadas as características pessoais que são importantes para o funcionamento do negócio, entre elas: o amor pelo que se faz, o carisma, cuidado, coragem, entre outras, como também é evidenciado por Cordeiro e Ribeiro (2002), aspectos como dedicação, paixão, comunicação, visão holística, criatividade, persistência e foco em fazer tudo acontecer, faz parte de uma boa gestão empreendedora e isso pode ser apresentado em conformidade com as falas abaixo:

Assim, amor pelo o que a pessoa faz. Porque eu acho que eu trabalho nisso aqui assim, faltava uma cama aqui dentro, eu sou louca pelo que eu faço, sou apaixonada. Nunca me senti desmotivada, mas me senti desvalorizada logo no início, bem no início. (EMPREENDEDORA 03 - E03)

Se a gente não tiver coragem nada vai pra frente, “fia”. Se a gente tiver medo de enfrentar as coisas... (EMPREENDEDORA 06 - E06)

No ato de empreender, nem sempre tudo se desenvolve de uma maneira tão natural, entre a ideia e ação, há espaços com diferentes histórias. Durante os questionamentos, buscou-se identificar as principais dificuldades enfrentadas por essas mulheres, visto que temos empreendedoras de diferentes idades e realidades.

O custo/falta de investimento foi a principal dificuldade, tendo um percentual de 71,4% e logo depois a inexperiência com 57,1%. O que é possível analisar com isso, levando em consideração que a falta de apoio familiar foi pouco apontado, apenas 9,5 %, é que mesmo tendo o apoio familiar e/ou de amigos, houve pouco apoio financeiro do grupo citado, muitas relataram que a colaboração familiar era oriunda de incentivos por meio de palavras ou até a “mão na massa” mesmo, o que não deixa de ter muita significância:

Houve. Foram os irmãos e cunhado. Com palavras e também corpo a corpo, sempre que a gente precisava estavam aqui e também a gente tinha alguns amigos que vinham, que ficavam aqui, ajudavam no caixa, pegavam seguro sem querer nada em troca, muitos amigos (EMPREENDEDOORA 11 – E11).

No entanto, muitas não consideraram a possibilidade de buscar recursos por meio de algum apoio ao micro ou pequeno empreendedor, reforçando assim, que a inexperiência não vinha só do fato de nunca ter trabalhado no ramo alimentício, mas também de falta de conhecimento em buscar recursos financeiros e em gestão também, pois poucas afirmaram terem planejado a abertura do seu negócio ou realizarem algum tipo de manutenção do mesmo atualmente, passando por momentos de dificuldades financeiras um tempo depois, como é o caso da empreendedora (E 16) “[...] Eu tinha muito estoque de cerveja, hoje eu não tenho mais, tá tudo vazio”, outro relato segue no depoimento abaixo:

Até hoje a gente é muito “crua” em muita coisa, é pouco tempo. E o que acontece: a gente estuda e trabalha, a gente não tem o nosso tempo só para isso, a gente não tem como dar total dedicação, a gente busca uma receita nova de uma forma diferente, mas nem sempre a gente consegue organizar dentro do nosso tempo. E o que acaba piorando é estudar em outra cidade, se fosse à mesma cidade, poderia dar para conciliar, mas de repente você estuda em uma cidade e empreende em outra cidade, oh a loucura! (EMPREENDEDOORA 01 - E01).

Entre as empreendedoras dessa pesquisa, três, representando 14,3% das participantes, apresentaram os filhos como uma dificuldade, porém, não na vertente de sentimento de culpa por abandono, não houve esse tipo de caso, a dificuldade era mais pautada em não ter com quem deixar ou ficar dependendo de parentes para cuidar das crianças. Talvez isso se deva ao fato de ser uma cidade pequena, pois algumas relataram poder estar sempre em contato com o filho, estar próxima de casa, constatado no depoimento da empreendedora (E 13) “Não, porque toda hora eu saía, mas voltava, não atrapalhou não”. Ou até a questão da idade, por não serem crianças muito pequenas, bebês, como no relato da empreendedora (E 19) “Não, porque os meus meninos já eram maiorzinhos”, mas vale ressaltar o relato da empreendedora (E 18):

Meu esposo trabalhava fora, trabalhava em construção civil, às vezes ele trabalhava em cidades circunvizinhas, Santo Antônio, Cruz, Salvador... E quando eu comecei as meninas estavam pequenas, a menor mesmo tinha 2 anos, hoje “tá” com 16, por

isso digo que tenho 14 anos. Aí tudo pequena, foi uma dificuldade mesmo, as vezes tinha que levar e deixar com familiares, né? (EMPREENDEDORA 18 – E18)

Podendo estabelecer a falta de investimento e custo como principais entraves no começo da ação, algumas empreendedoras apontaram como atuais dificuldades a mão de obra qualificada, falta de valorização e muitas apontaram à situação fraca do comércio da cidade que impede novos investimentos, nessa perspectiva, a questão do custo/investimento, continua sendo um dos principais entraves. Essas informações podem ser representadas em alguns relatos como no abordado abaixo:

[...] material humano é muito complicado, não tem sido bom, muito complicado, muito desgastante. Às vezes desmotiva a gente a continuar, tenho buscado através de outros amigos, através do SEBRAE, de como lidar com isso, porque tem sido muito difícil, a falta de compromisso das pessoas, a falta de qualificação no interior que a gente não tem, a gente pega um material bruto tem que polir, esse dia a dia, esse corpo a corpo é muito difícil. Principalmente na minha área que é fim de semana, à noite. Ai quando tá pronto: “Não é isso que eu quero.” Aí tem que começar tudo de novo. (EMPREENDEDORA 11- E11)

Buscando percorrer as dificuldades e analisar os passos dados pelas mulheres que possam significar desenvolvimento da sua ação empreendedora, algumas relataram o fato de já terem pensado em investir ou até já terem investido no seu negócio com o passar do tempo, ou seja, de acordo com a solidificação da sua ação, mas ainda assim, há dificuldades, como é o caso da empreendedora (E 11): “Sim, já pensei, já investi e preciso investir mais. Precisei de investimento, tive dificuldade, as burocracias de banco que são muitas”. Há também outros relatos, como o da empreendedora (E 06):

Já tentei e penso em investir mais, mas só que o que é bom é dinheiro, a gente não tem. Já investi, antes era uma barraca e hoje já é um trailer, já é um investimento, né? Não tinha mesa, hoje já tem, cadeira e é um investimento. (EMPREENDEDORA 06 – E 06)

É válido ressaltar que muitas compreendem a importância do investimento, que é preciso buscar a qualificação, variedade, qualidade para poder competir em meio a tanta concorrência. Conforme Souza (2003), o investimento representa um risco para o negócio, porém, é também um fator essencial para o desenvolvimento da organização. Ou seja, é preciso arriscar para que possa haver perspectivas de melhorias, mas, esse processo necessita, antes de tudo, planejamento, pois é importante analisar e respeitar o limite relacionado ao espaço e a realidade de cada negócio.

Por isso torna-se fundamental, também, compreender se a ação empreendedora desencadeou melhoria na qualidade de vida dessas mulheres, afinal, não haveria razão investir em algo que não lhe trouxesse algum benefício.

A maioria das mulheres da pesquisa considera o empreendedorismo como uma fonte de melhoria para a sua qualidade de vida. Sabe-se que qualidade de vida é algo bem subjetivo, de acordo com ALMEIDA, GUTIERREZ e MARQUES (2012, p.17) tem-se a seguinte afirmação:

Em abordagens sobre qualidade de vida, é necessário ter atenção à multiplicidade de questões que envolvem esse universo, desde parâmetros sociais até de saúde ou econômicos. Esses indicadores podem ser analisados (e assim o são) por diferentes áreas de conhecimento, com referenciais e procedimentos diferentes, sendo vinculadas definições e concepções variadas.

Nessa pesquisa 81% relataram, entre outras coisas, que o empreendedorismo as ajudou a oferecer melhores condições para os seus filhos, além de permitir que sonhos fossem realizados.

Sim, com certeza, porque no começo da minha vida era muito difícil, só tinha o ganho do meu marido, eu via a dificuldade em tudo, pra eu arrumar meus filhos, porque só era o dinheiro dele, ai era mais difícil. Tempo de festa eu não podia comprar uma roupa pra eles, um brinquedo e isso me doía muito, era muito difícil. Ai depois da barraca foi melhorando, eu pude dar a eles uma vida melhor (EMPREENDEDORA 08 – E 08).

As mulheres que responderam “até certo ponto”, uma porcentagem de 14,3%, frisaram a questão de ter mais trabalho, qualidade de mão de obra escassa e estresse envolvido, pois é muita responsabilidade:

Qualidade de vida com o empreendedorismo eu não tive não, pela questão do meu ramo, né? Perco muito noite, tenho muito estresse, então, pra qualidade, não, mas pra outras questões, com certeza! Você tem uma outra liberdade, você pode chegar mais tarde, apesar de você dormir mais tarde, você também pode chegar mais tarde, seu horário é você quem faz, suas férias é você quem faz, então eu acho que nessa questão, com certeza. (EMPREENDEDORA 11– E11)

Foi analisado também a questão do empoderamento da mulher, se o fato de terem se tornado donas do seu próprio negócio, trouxeram para elas mais autonomia, mais empoderamento. Segundo Possati e Dias (2002), a autonomia e o poder de decisão que são atribuídos às mulheres oferecem a elas satisfação e bem estar. Isso pode estar associado ao fato de saber que aquela realidade à sua volta é resultado de um esforço pessoal. Outro ponto que vale ressaltar é que as empreendedoras revelaram que se sentem fortes em conseguir transitar entre o espaço público e privado, desenvolvendo bem varias funções, mãe, esposa e empreendedora, relato possível de ser observado na fala da empreendedora E11:

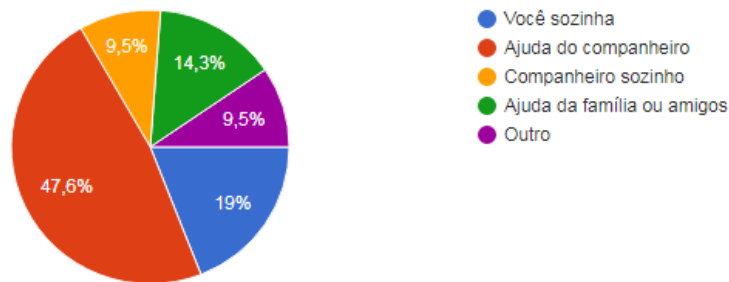
Com certeza! Oh, a mulher antigamente era só dona de casa, pra cuidar de filho e era praticamente um segundo plano. Hoje, não. Hoje você já é vista na sociedade de uma outra forma. Porque a gente além de ser mãe, além de ser dona de casa, a gente é empreendedora, a gente tá correndo atrás, às vezes, até outros serviços que o homem não faz. Então a gente tá sempre à frente, você é o tempo toda admirado pelos próprios homens, né? “Mulher guerreira”, “Mulher batalhadora”, “ Dou valor a você por isso”. Assim, enquanto mulher, eu acho que não deixo nada a desejar, não acho que estou atrás do homem, acho que estou à frente (EMPREENDEDORA 11 – E11).

É possível observar que quase 100% das participantes se sentem empoderadas e com mais autonomia em suas vidas com a ajuda do empreendedorismo. De acordo com Luttrell et al. (2009 *apud* FERNANDES et al. 2016), o empoderamento possui algumas dimensões, como, econômica, psicológica, social, familiar, entre outras, que constituem ações que contribuem de forma

representativa para o fortalecimento do gênero feminino. Nesse caso, pode-se dizer que a econômica, social e familiar se destacam.

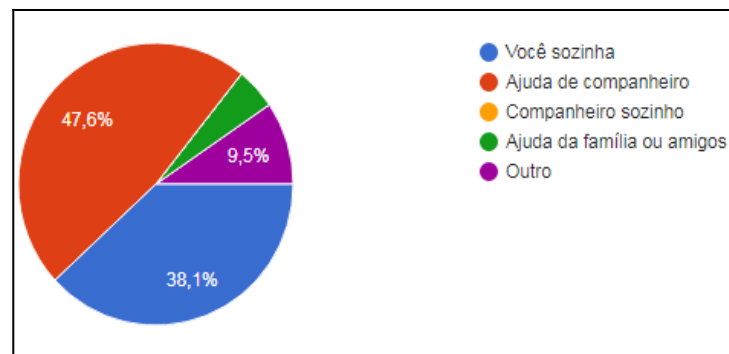
Com base nos relatos apresentados, é possível notar a mudança na vida dessas mulheres, o processo de evolução pelo qual elas passaram e pensando nisso foi possível diagnosticar também as mudanças referentes à contribuição na renda familiar realizando um comparativo entre o antes e o depois representados nas Figuras 1 e 2.

Figura 1 - Responsabilidade do sustento familiar ANTES do empreendimento:



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Figura 2 - Responsabilidade do sustento familiar DEPOIS do empreendimento:



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

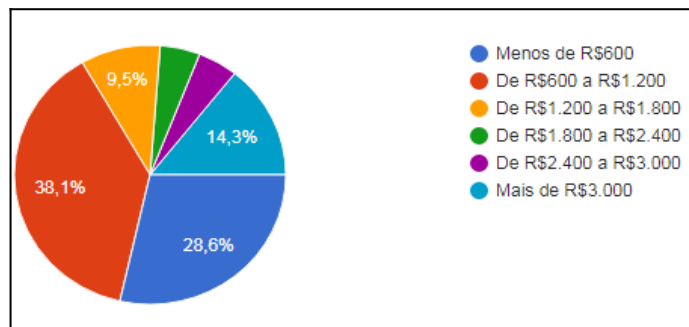
Levando em consideração as duas imagens representadas na Figura 2 e na Figura 3, pode-se notar que o número de mulheres que dividiam a responsabilidade do sustento familiar permaneceu a mesma proporção, 47,6 %, mas não significa que são as mesmas mulheres. Na primeira imagem, é possível verificar que 9,5% (cor laranja) representam a porcentagem em que configura essa responsabilidade competida apenas aos homens, as mulheres que revelaram isso, foram as que não exerciam nenhuma atividade remunerada, logo, o homem ou amigos e familiares (14,3%) ajudavam nessa tarefa. Os 9,5% (roxo) correspondente à outra opção diz respeito às mulheres que não possuem nenhuma responsabilidade no sustento familiar, que são o caso das empreendedoras E 01 e E12, que são duas das mulheres mais jovens que responderam ao formulário, além disso, não possuem filhos e tiveram como uma de suas motivações a busca pela independência financeira e seus negócios são recentes, entre 1 e 3 anos.

Houve um aumento significativo no número de mulheres que representam as únicas responsáveis pelo sustento familiar, a relação passou de 19% para 38,1%, a principal razão para

esse acontecimento foi que com o empreendimento, as mulheres que necessitavam de ajuda de terceiros, passaram a conseguir sustentar a família, além disso, houve também casos de separações, ou o companheiro ficou desempregado, sendo assim, elas acabaram assumindo sozinha essa responsabilidade.

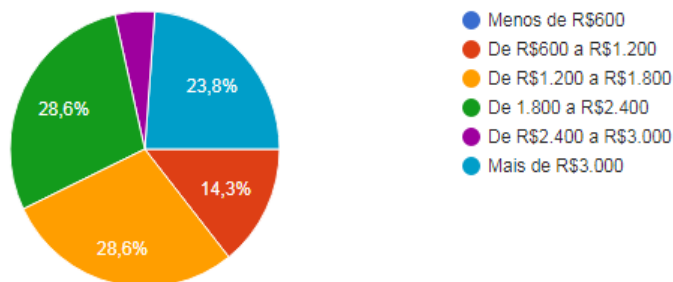
Levando em consideração também a relação quanto ao valor, tem-se as Figuras 3 e a Figura 4:

Figura 3 - Renda familiar ANTES do empreendimento:



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Figura 4 - Renda familiar DEPOIS do empreendimento:



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

As principais observações que podem ser notadas entre as duas imagens são: A porcentagem corresponde a 28,6%, menos de R\$ 600, na Figura 3, não teve representação na Figura 4, o que é positivo, visto que isso significa que as famílias estão tendo rendas melhores, posterior a ação de empreender.

Nota-se também que a porcentagem que representa a média de valores R\$ 600 a R\$1200 diminuiu significativamente de 38,1% (na Figura 3) para 14,3% (na Figura 4) e os indicadores dos valores de R\$ 1.200 a R\$ 1.800 e de R\$1.800 a R\$2.400 cresceram consideravelmente, tendo uma porcentagem de 28,6% ambas médias destacadas na Figura 10. Dessa forma, é possível afirmar que houve sim uma melhoria significativa da renda familiar oriundas das ações empreendedoras das mulheres, sendo ela a principal fonte de renda das famílias da maioria das mulheres participantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos resultados dessa pesquisa, é possível concluir que o objetivo geral do estudo foi alcançado, pois, a partir do processo desenvolvido, diagnosticou-se os principais desafios enfrentados por essas mulheres. Foi possível notar que na fase inicial, suas principais dificuldades estavam presentes nas questões relacionadas ao investimento/custo e também a falta de experiência na atividade e nos aspectos relacionados à gestão.

Os objetivos específicos foram de fundamental importância para a construção da pesquisa e alcance do objetivo principal; caracterizar o perfil sócio econômico das mulheres foi relevante para compreender que, apesar de serem todas do mesmo município, elas vivem em diferentes realidades, são idades, condições financeiras, experiências, famílias diferentes, além de haver diversas perspectivas sobre em que lugar chegar com a ajuda do seu negócio.

Relacionar os motivos que as fizeram empreender permitiu a criação de um vínculo maior, pois algumas chegaram a falar de dores, que o empreendedorismo foi à saída de uma depressão, por exemplo, que é o caso da empreendedora (E 10), que perdeu um filho e encontrou no ato de empreender uma espécie de terapia para recuperar sua vontade de continuar a viver.

Verificar e notar que de fato a ação empreendedora desempenha um papel importante na geração de renda da família só solidifica o quanto a maioria dessas mulheres são fortes e batalhadoras para sustentar sua família, seja sozinha ou com a ajuda de outras pessoas.

Descrever os entraves e desafios fez com que a todo instante, não só houvesse a compreensão das dificuldades, mas também, buscasse meios de contribuir para que algumas barreiras não interfiram como um fator desestimulante para outras mulheres que venham buscar no empreendedorismo melhoria de vida.

Nessa perspectiva, buscou-se, com foco nas principais dificuldades, encontrar alternativas que pudessem ajudar de forma mais direcionada esses entraves (custo/investimento, falta de planejamento devido à ausência de experiência em gestão, por exemplo), porém o município não possui nenhum projeto de lei que possa contribuir com o incentivo ao empreendedorismo, ou nenhum tipo de ação, sindicato ou algum outro grupo direcionado para essa vertente. Diante dessa realidade, há opções de microcrédito geral por meio de bancos, porém, é fundamental que atitudes assim sejam bem embasadas, ou seja, que haja planejamento para a diminuição de riscos. Nesse ponto, há o apoio do SEBRAE que oferece diferentes tipos de serviços que podem ser bem acessíveis e contribuir em todo o processo, principalmente nas práticas de gestão, pois elas são imprescindíveis para o desenvolvimento e manutenção do negócio independente do seu porte. Um outro espaço que pode ser procurado pelas empreendedoras para auxiliar no processo de gestão, são os serviços de consultoria das Empresas Juniores. No caso específico podemos citar a Empresa Junior da FAMAM a “Gestor Junior - Administração FAMAM”.

Com isso, conclui-se que cada empreendedora participante (e até as outras no município, da região, do Brasil e do mundo) possui uma importância muito grande, desencadeando transformações de forma direta e indireta na sua vida e em todo espaço ao seu redor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marco Antonio Bettine de; GUTIERREZ, Gustavo Luis; MARQUES, Renato. **Qualidade de vida**: definição, conceitos e interfaces com outras áreas de pesquisa. São Paulo: Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH/USP, 2012. 142 p. Disponível em: http://each.uspnet.usp.br/edicoes-each/qualidade_vida.pdf; Acesso em: 08 dez. 2018.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os Desafios do Empreendedor**: São Paulo: Makron Books, 2001. Título original: Mastering Enterprise.

BRASIL. Estatuto da Mulher Casada. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L4121.htm>. Acessado em: 01 de Dez. 2018.

CORDEIRO, José Vicente B. de Mello; RIBEIRO, Renato V. Gestão da empresa: IN MENDES, Judas Tadeu Grassi (Coord.) Gestão Empresarial. Curitiba: Editora Gazeta do Povo, 2002.

COSTA, Ana Alice. Gênero, poder e empoderamento das mulheres. 2008. Disponível em: <<https://pactoglobalcreapr.files.wordpress.com/2012/02/5-empoderamento-ana-alice.pdf>>. Acesso em: 05 Dez. 2017.

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

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil – 2016: Relatório Executivo. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51dd04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)> Acesso em 19 Nov.2017.

_____.-. Empreendedorismo no Brasil – 2017: Relatório Executivo. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf> Acesso em 09 Ago. 2018.

HECKE, Adriana Paffarath. **A Intenção Empreendedora dos Alunos Concluintes dos cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis das Instituições de Ensino de Curitiba-PR**. 2011. 83f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) - Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, 2011.

HILSDORF, Carlos. **Atitudes empreendedoras**: como transformar sonhos em realidade e fazer seu projeto de vida acontecer. São Paulo: Portfolio Penguin, 2015.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. **Censo populacional 2010**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/sao-felipe/panorama>>. Acesso em: 21 mar 2018.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005.

LUTTRELL, C. et al. Understanding and operationalising empowerment. London, UK: Overseas Development Institute, 2009. Disponível em: <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odiassets/publications-opinion-files/5500.pdf>.

MACHADO, Hilka V. **Identidade de mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.

POSSATTI, I. C.; DIAS, M. R. Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico. **Psicologia Reflexão e Crítica**, 15(2), 293-301, 2002.

SANTOS, Gessica de Jesus; et al. Empreendedorismo feminino no mercado de trabalho: uma análise de seu crescimento. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 3, n. esp, p. 450-464, dez. 2017.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Tradução: Luiz Antonio Oliveira de Araujo. 1. ed. Origem: NACIONAL: UNESP, 2017. 582 p.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Entenda o Microempreendedor Individual (MEI). Site disponível em: <<http://www.sebrae.com>>.

br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/entenda-o-microempreendedor-individual-me,8530e495e571f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 08 dez. 2018.

_____.– Tendências em negócios de alimentação. Site disponível em:< <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/tendencias-em-negocios-de-alimentacao,1d42558f91bcb510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 08 dez. 2018.

SOUZA, Acilon Batista de. **Projetos de investimentos de capital**: elaboração, análise, tomada de decisão. São Paulo: Atlas, 2003.

Recebido em: 20/08/2019

Aceito em: 10/09/2019

Endereço para correspondência:

Nome **Lais Geisa Nunes da Silva Prazeres**

e-mail: laisprazeresadm@gmail.com



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)