

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO SOBRE AS MULHERES  
EMPREENDEDORAS DO RAMO DE CONFECÇÕES DA CIDADE DE CORRENTINA –  
BAHIA**

**EMPRENDIMIENTO FEMENINO: ESTUDIO SOBRE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL  
SECTOR FABRICANTE DE LA CIUDAD CORRENTINA – BAHIA**

**FEMALE ENTREPRENEURSHIP: STUDY ON ENTREPRENEURIAL WOMEN FROM  
THE MANUFACTURING BRANCH OF THE CITY OF CORRENTINA – BAHIA**

Hilsiany Costa Montalvão\*  
hilsiany.hc@gmail.com

Ana Paula Souza da Silva\*  
anapaulass.l@outlook.com

Rayanny Cardoso Moreira\*\*  
rayannycm@hotmail.com

Marilia Matos Monteiro Gonçalves Ferreira\*\*  
mariliazinha@hotmail.com

Diego Ventura Magalhães\*\*  
diego\_ventura25@yahoo.com.br

Diego Emerson Silva Costa\*\*\*  
diego.emerson.costa@gmail.com

\*Faculdade de Ciências e Tecnologia da Bahia, BA, Brasil

\*\*Doutoranda em Administração (UCP)

\*\*\*Mestrando em Direito (UNIFG), Guararapes, PE, Brasil

---

## **Resumo**

O empreendedorismo feminino, celebrado internacionalmente no dia 19 de novembro, vem crescendo constantemente, e impulsionando a economia. Com isso, este estudo tem como objetivo geral identificar qual o principal fator que motivou as mulheres empreendedoras no ramo de confecções da cidade de Correntina a abrirem seu próprio negócio, e como objetivos específicos, entender como surgiu a ideia delas se tornarem empreendedoras, listar quais as maiores dificuldades enfrentadas ao abrir a empresa, identificar as dificuldades enfrentadas para manter o negócio e registrar quais fatores de satisfação e insatisfação em serem empreendedoras. Em relação à metodologia, a pesquisa realizada é de natureza qualitativa, composta por um questionário e uma entrevista semiestruturada em que foi possível colher as informações relevantes à pesquisa. Foi aplicado um questionário com base no qual elaborou-se o perfil sociodemográfico das participantes, e com base na entrevista foi identificadas as dificuldades enfrentadas no processo de empreender, bem como a motivação para se dedicarem cada dia mais a essa atividade. Ficou nítida que a maior dificuldade enfrentada por elas é a inadimplência, fator principal devido à cultura da cidade. Entretanto, mesmo diante das dificuldades, as mulheres empreendedoras da cidade de Correntina conseguem manter o sucesso dos seus negócios.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino, motivação, conquistas, dificuldades

## Resumen

El emprendimiento femenino, celebrado internacionalmente el 19 de noviembre, ha ido creciendo de manera constante, impulsando así la economía. Así, este estudio tiene como objetivo identificar el principal factor que motivó a las mujeres emprendedoras de la industria de la confección de la ciudad de Correntina a abrir su propio negocio, y como objetivos específicos, comprender cómo surgió la idea de que se convirtieran en emprendedoras, enumerar cuáles Las mayores dificultades enfrentadas al momento de abrir la empresa, identificar las dificultades enfrentadas para mantener el negocio y registrar qué factores de satisfacción e insatisfacción en ser emprendedor. En cuanto a la metodología, la investigación realizada es de carácter cualitativo, compuesta por un cuestionario y un Entrevista semiestructurada en la que fue posible recolectar la información relevante para la investigación. Se aplicó un cuestionario a partir del cual se elaboró el perfil sociodemográfico de los participantes, y a partir de la entrevista se identificaron las dificultades enfrentadas en el proceso emprendedor, así como la motivación para dedicarse cada vez más a esta actividad. Estaba claro que la mayor dificultad que enfrentan son los impagos, el factor principal debido a la cultura de la ciudad. Sin embargo, incluso ante las dificultades, las mujeres emprendedoras de la ciudad de Correntina logran mantener el éxito de sus negocios.

**Palabras clave:** emprendimiento femenino, motivación, logros, dificultades

## Abstract

Female entrepreneurship, celebrated internationally on November 19th, has been growing constantly and consequently promoting the economy. This study aims to identify the main factor that motivated women entrepreneurs in the clothing industry in the city of Correntina to open their own business, and as specific objectives, felt how the idea of them becoming entrepreneurs emerged, list which ones the biggest difficulties faced when opening the company, identify the difficulties faced to maintain the business and record which factors of satisfaction and dissatisfaction in entrepreneurs. In relation to the methodology, the research carried out is of a qualitative nature, composed of a questionnaire based on which the sociodemographic profile of the participants was elaborated and based on the Interview, the difficulties faced in the entrepreneurial process were identified, as well as the motivation to dedicate more and more to this activity. However, it was clear that the greatest difficulty faced by them is default, a major factor due to the culture of the city. However, even facing the difficulties, the entrepreneur woman from Correntina get to fight the difficulties and mantain the success of your business.

**Keywords:** Female entrepreneurship, motivation, achievements, difficulties

## 1. INTRODUÇÃO

Desde a antiguidade a mulher vem lutando para conquistar espaço na sociedade. A conquista do voto é uma, entre várias outras que poderiam ser listadas. A mulher, ser criativo e multitarefa, vem ganhando cada vez mais destaque por decidir mergulhar no mundo do empreendedorismo, se dividindo entre os cuidados da casa, família e o seu próprio negócio. O que antes era proibido pela sociedade machista e regida pelos valores patriarcais, hoje vem se tornando um fomentador da economia brasileira. Pesquisas realizadas pelo Sebrae – Sp, demonstram que houve um aumento de cerca de 40% de aberturas de empresas comandadas por mulheres no último ano, mas ainda assim há muito preconceito e resistência por parte da sociedade, em aceitar o papel feminino frente a uma empresa, principalmente em cidade do interior, como é o caso da cidade em estudo. Observando esse cenário na cidade de Correntina, interior da Bahia, faz-se importante compreender quais os motivos que as levaram a aceitar o desafio que é empreender.

A cidade de Correntina, localizada no oeste baiano, a 918,1 km da capital Salvador, possui aproximadamente 32.137 habitantes (segundo dados do IBGE 2019). De acordo com o levantamento

fornecido pela Secretaria de Tributos da cidade, existem cerca de 2013 (duas mil e treze) empresas registradas, sendo que 16% do total de empresas apresentadas são registradas em nome de mulheres. Um número ainda pequeno, porém expressivo ao se levar em consideração a população e o tamanho da sede da cidade. Destaca-se ainda que, apesar da quantidade de empresas registradas em nome de mulheres, deve-se considerar também que ainda existem muitas empresas não registradas que são geridas por mulheres, seja do ramo de prestação de serviços, confecções adulto e infantil, ramo alimentício, estética, entre outros. Vale ressaltar ainda que o e-commerce também é uma opção tomada pelas empreendedoras não registradas e que não possuem loja física, mas ainda assim vendem seus produtos pela internet, e vem crescendo a cada ano, em especial o ano de 2020, que devido a pandemia do Covid-19, gerou demissões e forçou muitas empresas a fecharem suas portas, e como opção para se reerguer, as lojas digitais vem ganhando força.

O presente artigo tem como objetivo geral identificar qual o principal fator que motivou as mulheres empreendedoras no ramo de confecções da cidade de Correntina a abrirem seu próprio negócio, e como objetivos específicos, tem como intuito entender como surgiu a ideia delas se tornarem empreendedoras, listar quais as maiores dificuldades enfrentadas ao abrir a empresa, identificar as dificuldades enfrentadas para manter o negócio e registrar quais fatores de satisfação e insatisfação em serem empreendedoras.

Dessa forma, a escolha deste tema para a elaboração da pesquisa justifica-se pelo fato do crescimento exponencial da mulher no ramo do empreendedorismo, e com o intuito de destacar perante a sociedade, a relevância da mulher frente às empresas e como elas vêm ganhando força no mundo empreendedor.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo e seu contexto histórico

Falar em empreendedorismo é falar de negócios, empresas e vendas, o que faz parte do cotidiano de todos, seja cliente ou empreendedor. A relação entre os dois públicos desenharam a esfera econômica, gerando empregos, fomentando a economia e entre outros fatores. Ao analisar o processo histórico de empreendedorismo compreende-se que, essa atividade vem ganhando cada vez mais destaque, desde os seus primórdios até os dias atuais. Isso devido a sua importância para a economia local e mundial. Dessa forma, faz-se importante compreender como o empreendedorismo deu os primeiros passos até chegar a visão que se tem atualmente sobre essa atividade. Segundo Chiavenato (2007), a ideia fixa sobre o empreendedorismo surgiu através de pensadores econômicos em meados do século XVIII, conhecidos como defensores do liberalismo econômico, foi um movimento que defendia que o Estado não devia interferir na maioria das decisões econômicas, e que elas deveriam ser decididas pelos indivíduos que são considerados os agentes econômicos.

Entretanto, vale ressaltar que a atividade de empreender, surgiu muito antes dos grandes pensadores, ou das ideias revolucionárias. Com os estudos sobre a evolução humana, constatou-se que o espírito empreendedor foi algo construído com o passar dos tempos, e que marcou a evolução do Homem.

Desde a época primitiva, se considerar a evolução humana, pode - se dizer que o homem primitivo já tinha atitudes empreendedoras à medida que precisava, para sobreviver, inovar na construção de diversas ferramentas para agilizar a caça de animais (CUSTÓDIO, 2011, p. 13).

Dolabela (2008, p. 24) diz no livro 'O Segredo de Luiza' que o empreendedor é uma pessoa insatisfeita que usa seu inconformismo como motor para buscar em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Segundo ainda o autor, o empreendedor é alguém que acredita que pode alterar o mundo.

O empreendedorismo vem de um processo de criação de algo novo ou modificação de algo existente no mercado econômico. Segundo Jardim e Franco (2014, p. 07), o empreendedorismo oferece

uma abordagem que passa pela pró-atividade, iniciativa e capacidade de inovar na atualidade. De acordo com Dornelas (2008, p. 01) o empreendedorismo movimenta através de pessoas e processos que trabalham de forma empreendedora, buscando sempre novas oportunidades.

Como assegura Reis e Armond (2012), pode-se dizer que o empreendedorismo é um processo que exige que o empreendedor saia da zona de conforto, aproveitando todo o tempo e esforço necessário para a criação de algo inovador ou algo existente e de valor. Sendo assim, fica claro que o grande objetivo atual é buscar inovações através das habilidades desenvolvidas pela empresa e gestores. O mais preocupante, contudo, é constatar que o papel da inovação no empreendedorismo se perpassa em oferecer uma nova experiência aos seus clientes, buscando assim, resultados satisfatórios e realizadores. Contudo, destaca-se que o empreendedor precisa ficar atento ao seu redor, buscando identificar o comportamento e as necessidades do seu público. Além disso, precisa estar ciente dos riscos financeiros, psicológicos e sociais em todo esse processo. Esse mecanismo exige todo um planejamento e o lugar aonde a organização quer chegar deve está alinhada com os colaboradores, em busca da criatividade e focando sempre no seu principal alvo, o cliente.

De acordo com Gobira, 2020, do portal StartSe, o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento do país de várias formas, sendo gerando empregos ou criando novos produtos, fomentando o mercado de consumo. Ainda segundo o autor o empreendedorismo tem papel fundamental na economia do país, e proporciona incentivo para o crescimento da mesma. Além disso, o mesmo destaca que o empreendedor, pelo fato de enxergar oportunidades e ter a coragem em arriscar, serve como impulso para reerguer o país frente à crises e dificuldades.

Diante os estudos sobre as definições e o histórico de todo o conceito do empreendedorismo, o presente estudo traz como foco principal o empreendedorismo feminino. Mesmo com a sobrecarga das atividades domésticas e cuidar dos filhos e de si próprias, as empresas lideradas por mulheres estão tendo um crescimento exponencial. E com isso, busca-se compreender sua definição e como as mulheres vem ganhando espaço no meio empreendedor.

## **2.2 Empreendedorismo feminino**

É notório que o papel da mulher empreendedora vem ganhando destaque atualmente. Já existem diversas pesquisas que visam expender o papel da mulher frente às empresas e como elas lidam com as multitarefas que envolvem o cotidiano feminino. Mãe, esposa, dona de casa e ainda tomar a decisão de empreender, mostra o quanto a mulher decide diariamente ganhar espaço diante da sociedade, e isso só demonstra quanto é relevante compreender o que motiva as mulheres em, mesmo defronte a desafios considerados comuns ao universo feminino, ainda assim decidir criar e gerenciar o próprio negócio.

A introdução da mulher no mercado de trabalho deu-se na Revolução Industrial. Nesta época, as condições precárias de trabalho e um salário 60% menor do que os homens desenham esse início da jornada da mulher no campo trabalhista. Em meio à tanta desigualdade e preconceito, a mulher começou a lutar pelos seus direitos. No Brasil, segundo o site Casa Com Vida (PORTELLA; GÓES; RANGE, 2020), "as mulheres ganharam mais espaço no Movimento Sindical de 1980 e, com a Constituição de 88, elas conquistaram a igualdade jurídica, sendo consideradas legalmente com os mesmo direitos do homens."

Ao serem listadas as lutas femininas, percebe-se que a busca da mulher é simplesmente por direitos iguais. De acordo com o portal 'Nossa Causa' (2020), em 1827, as mulheres conquistaram o direito de irem às escolas; em 1932, a mulher conquistou o direito ao voto, mas somente em 1988 a mulher brasileira teve seus direitos igualados ao do homem, sem contar os inúmeros direitos que as mulheres tiveram que lutar para conquistá-los. Ou seja, conclui-se que a luta pela simples dignidade de poder viver livremente foi uma conquista, e ainda há muito que conquistar.

De acordo com IBGE (2018), as informações colhidas pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), elas já faziam parte 39% do cargo de "empreendedor" no Brasil.

As mulheres na sociedade econômica brasileira vêm crescendo, estão cada vez mais buscando conhecimento, capacitação, e informações que auxiliem na construção de empresas mais inovadoras e de

sucesso. Estudos realizados pelo Monitoramento de Empreendedorismo Global (GEM), 2016, mostra que essa participação reflete no empreendedorismo, que corresponde 51% dos empreendedores iniciais. Percebendo o quão importante está sendo o papel da mulher no mundo do empreendedorismo, o SEBRAE criou em 2019 o "Programa Sebrae Delas — Desenvolvendo Empreendedoras & Líderes Apaixonadas pelo Sucesso", que tem a iniciativa de apoiar e fortalecer o empreendedorismo feminino. O programa foi pensado exclusivamente para mulheres, e os perfis são desde mulheres que tem a ideia, mais que não consegue tirar do papel até mulheres com Empresas de Pequeno Porte (EPP) que estão em busca de inovações, crescimento do seu negócio (SEBRAE, 2019).

Para Miranda (2007 apud NETO, SIQUEIRA e BINOTTO, 2011, p.157) "a atuação da mulher no mercado de trabalho, na administração dos seus próprios negócios, conquistando altos cargos nas organizações e nas nações pelo mundo, têm recebido especial atenção pelos pesquisadores." Isso, principalmente devido ao crescimento das mesmas frente à empresas além da dedicação em decidir adicionar mais uma tarefa ao seu cotidiano.

Além disso, aliado a capacidade da mulher de cuidar de várias atividades em um mesmo período, Machado et al. (2003, apud FRANCO, 2014, p. 05) destaca que "a mulher empreendedora combina características masculinas (iniciativa, coragem, determinação) com características femininas (cooperação, intuição, sensibilidade)", o que se configura como grande diferencial no que tange ao gerenciamento de empresas por mulheres.

## 2.1 Amostra

Os sujeitos dessa pesquisa foram empreendedoras da cidade de Correntina. A população é composta por empreendedoras, tendo como critérios de seleção: possuir empresas físicas, localizadas na sede da cidade, do ramo de confecções, registradas no nome da mulher e gerenciadas por ela, em pleno funcionamento a mais de um ano. Adotando esses critérios, foram identificadas 18 empresas classificadas como ativas no relatório entregue pela Secretaria de Tributos de Correntina. Contudo, ao consultar os telefones e endereços disponibilizados, 8 das 18 empresárias, não tinham disponibilidade ou não quiseram participar da pesquisa.

Sendo assim, compreende-se que o quantitativo da amostra totaliza em 10 empresas, que se resulta em 56% da população (MUNICÍPIO DE CORRENTINA, 2020).

## 2.2 Desenho do estudo

Com o intuito de caracterizar os sujeitos da pesquisa, foi realizado um questionário composto por 7 (sete) perguntas, para assim conhecer o perfil das entrevistadas, obtendo o seguinte resultado:

**Tabela 1.** Caracterização sociodemográfica das entrevistadas:

		Idade	Estado Civil	Filho	Grau de Escolaridade	Tempo de Mercado	Porte da Empresa	Nº de Funcionários
<b>ENTREVISTADAS</b>	E1	52 anos	Casada	2	Ensino médio incompleto	30 anos	Micro-empresa	6
	E2	42 anos	Casada	2	Ensino Superior Completo	4 anos	Microempreendedor Individual	0
	E3	34 anos	Casada	1	Pós graduação Completo	16 anos	Microempreendedor Individual	0
	E4	38 anos	Solteira	0	Ensino Superior Completo	9 anos	Microempresa	1
	E5	30 anos	Outros	1	Ensino Fundamental Completo	7 anos	Microempreendedor Individual	1
	E6	52 anos	Casada	2	Ensino Médio incompleto	30 anos	Microempresa	6
	E7	33 anos	Casada	1	Ensino Superior Incompleto	8 anos	Microempresa	1
	E8	32 anos	Casada	2	Ensino Superior Completo	6 anos	Microempreendedor Individual	1
	E9	24 anos	Casada	0	Ensino médio Completo	7 anos	Microempreendedor individual	3
	E10	45 Anos	Casada	1	Ensino Superior Completo	5 anos	Microempreendedor individual	0

## 2.3 Instrumento de avaliação

### 2.3.1 Coleta de dados

Os dados foram coletados mediante a aplicação da entrevista semiestruturada, realizada após a assinatura do termo de consentimento livre e esclarecido com as mulheres que aceitaram participar da pesquisa.

Entre o período 7 a 17 de Novembro de 2020 aconteceu a coleta de dados. Primeiramente, foi realizada a resolução do questionário (apêndice A), respondido pelas próprias entrevistadas. Logo em seguida, iniciou-se a gravação da entrevista semi estruturada, onde foram realizadas 5 (cinco) perguntas, voltadas aos objetivos do trabalho para as voluntárias responderem.

### 2.3.2 Análise de dados

As informações foram colhidas por meio das gravações e e-mails, e após a verificação dos resultados foram organizadas de acordo com as unidades de análise sendo as seguintes: surgimento da empreendedora, dificuldades e satisfação versus insatisfação.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1 Tipo de pesquisa

O presente estudo é classificado como uma pesquisa descritiva, onde segundo Prodanov e Freitas (2013), o pesquisador apenas colhe as informações sem interferir nos resultados. E ainda, é um estudo de natureza qualitativa delineado pelo levantamento, sendo esse um tipo de pesquisa que busca informações sobre opiniões dos entrevistados sobre determinado fato/assunto.

### 4. RESULTADOS

O capítulo a seguir, busca trazer os resultados da pesquisa e análises dos mesmos. Com base na análise dos dados foi constatado que a idade média entre as entrevistadas é de 38 anos, 80% são casadas e tem filhos, e 40% possuem ensino superior completo.

Em busca de manter o anonimato e ainda para facilitar o entendimento do leitor, as entrevistadas foram identificadas com a letra E, seguida da numeração referente à ordem das entrevistas.

#### 4.1 Surgimento da empreendedora

A entrevista iniciou-se buscando compreender primeiramente o objetivo principal do trabalho, que busca identificar a motivação que as empreendedoras tiveram para abrir o próprio negócio.

No decorrer das entrevistas houve respostas diversas. Algumas empreendedoras destacaram a necessidade, a busca de independência financeira correlacionada ainda à realização de um sonho, como fator determinante na abertura da empresa. Essas constatações podem ser percebidas nas respostas a seguir:

"Necessidade mesmo, porque eu tinha família, não tinha emprego, meu esposo também não tinha, aí surgiu a ideia de vender algum produto de porta em porta e depois montando as minhas lojas.

"(E1)

"A gente [ela e a sócia] já tinha a ideia, era um sonho que ficou adormecido por muitos anos, diante as dificuldades, a vontade de adquirir uma independência financeira e realização pessoal e flexibilidade no horário. " (E2)

"Falta de emprego na cidade, aí resolvi abrir o próprio negócio. " (E5)

"Autorrealização e desejo de independência. " (E8)

"Realização de um sonho. " (E10)

Com efeito, como supracitado, essa temática trouxe como resultado que as principais motivações para que as empreendedoras tomassem a decisão de abrir seu próprio negócio foram a necessidade, podendo aliar à falta de emprego e a realização de um sonho.

Quando se fala em empreendedorismo de necessidade, pode seguir a definição de Equipe IBC (2019):

O empreendedor por necessidade é aquele que decide investir em um negócio próprio porque a situação em que se encontra acabou o levando a isso. Em geral, o empreendedor por necessidade é aquela pessoa que estava desempregada há um certo tempo e não consegue emprego. Pode ser também aquele profissional que ficou longe do mercado de trabalho por muitos anos e está com dificuldades para conseguir uma recolocação no mercado. (IBC, 2019)

Nota-se que além de buscar a independência financeira, o empreendedor por necessidade também empreende para garantir o próprio sustento. Referindo-se ao outro grupo da pesquisa, que se tornou empreendedora por realização de sonhos e gostar do que faz, pode-se caracterizá-las como empreendedoras natas. Segundo Dornelas (2005, apud SILVA, 2014), os empreendedores natos começam a trabalhar jovens e adquirem habilidades em vendas e negociações. Eles se empenham para fazer com que os negócios consigam ter sucesso e procuram estar sempre em busca de inovar e estão atentos às novidades do mercado.

De acordo com Machado, et al, (2003 apud, FRANCO, 2014, p. 03) há vários fatores que influenciam a mulher em tomar a decisão de empreender, entretanto, os mais evidentes são a realização pessoal ou a necessidade de novas alternativas para garantir o sustento próprio e/ou da família. E isso foi

constatado na presente pesquisa, que comprova que as maiores motivações para que a mulher se torne empreendedoras, são a necessidade e realização pessoal.

#### 4.2 Dificuldades

No que tange o processo de abrir uma empresa, sabe-se que há dificuldades que assolam tantos empreendedores iniciantes quanto aos mais experientes. Com isso, quando questionadas sobre quais as dificuldades enfrentaram no processo de abertura, obteve-se os seguintes relatos:

"Na época, as principais dificuldades foram: limitação de capital/recursos, falta de conhecimento de bons fornecedores, ser entrante no mercado e, portanto, ter que conquistar clientes fidelizados em outros estabelecimentos, dificuldade de deslocamentos para compra em grandes centros e selecionar funcionários qualificados. " (E6)

"Minha maior dificuldade quando abri meu próprio negócio foi o controle financeiro. Não tinha tanto conhecimento, aí não tinha controle sobre as contas que são fundamentais para a saúde da empresa. Precisei buscar conhecimento, fazer uma faculdade de administração para ter controle destas contas e estar atuando no mercado até hoje. " (E7)

"A incerteza. Medo de não der certo, as buscas de clientes, no início não tínhamos planejamento, experiência, capital de giro." (E3)

As dificuldades podem perdurar durante o caminhar da empresa pelo mercado, ou ainda podem ser substituídas por outros impasses que estão constantemente inseridas no dia a dia da classe empreendedora. Em busca de identificar quais as dificuldades enfrentadas atualmente, as entrevistadas trouxeram relatos dos principais pontos que são vivenciados diariamente por elas, sendo transcritos abaixo:

"Pagar os boletos. Se o cliente pagasse tudo certinho, não teria dificuldade. Às vezes a culpa não é do cliente, mas isso atrapalha o processo de pagamento. " (E1)

"Continua sendo a inadimplência, é o que mais dificulta para manter as lojas abertas." (E5)

"E as dificuldades para estar mantendo o negócio acreditam que seja concorrência e inadimplência. Que são dois fatores que pode fazer com que você desande; com que você até feche as portas, né! " (E7)

Ao serem questionadas sobre as dificuldades iniciais, vale ressaltar dois pontos: a falta de planejamento e a falta de capital de giro. Quando se trata da falta de capital de giro, faz-se entender o porquê que parte das empreendedoras entrevistadas são classificadas como empreendedoras por necessidade, tendo em vista a falta de oportunidades que elas enfrentavam, o que gera uma falta de capital suficiente para iniciar com segurança um negócio. Segundo Silva (2009, p. 29) "O capital de giro tem por finalidade suprir a empresa de recursos financeiros necessários para a realização das suas operações, ou seja, comprar e vender mercadorias e produtos", e com isso, pode-se notar a importância de se ter um capital de giro suficiente, principalmente para iniciar uma empresa, que necessita de mercadorias e ferramentas para se manter, sem que seja levada em consideração somente o lucro das vendas, já que a mesma ainda está iniciando as suas operações, e essas vendas ainda não são garantidas.

A principal dificuldade que atualmente elas enfrentam é a inadimplência, e de acordo com Daros e Pinto (2017, p. 211) "O não pagamento de alguma obrigação pode ocasionar vários problemas para empresa, trazendo prejuízo para essas organizações." Um desses problemas fora até citado por uma das voluntárias, que é a dificuldade em pagar fornecedores. A inadimplência pode estar relacionada a questões culturais da cidade, tendo em vista as várias formas de pagamento existentes entre os lojistas, que incluem dinheiro, cartão (débito e crédito) e o crediário nas lojas, popularmente conhecido como "notinhas". Essas, são as principais responsáveis pela inadimplência, tendo em vista que o cliente é responsável por dar certa quantia em determinada data, podendo cumpri-la ou não, sem prejuízos imediatos, como taxas de juros referente à atrasos, por exemplo. Inclusive, as falas das voluntárias, que são praticamente unânimes, torna evidente que isso já está enraizado na cultura financeira da cidade.

### 4.3 Satisfação versus insatisfação

Seguindo a análise, notou-se a importância em compreender o que satisfaz as empreendedoras em todo o processo de gerenciar uma empresa, sendo relatado abaixo:

"Realização pessoal, o fato de saber que você é capaz, consegue e o fato de estar em contato direto com o cliente dia a dia. Como fazemos o que gostamos então temos prazer em fazer isso, buscando fazer da melhor maneira possível." (E2)

"A maior satisfação no processo de empreender é poder estar realizando desejos de clientes, porque muitas pessoas compram por necessidades, mas a grande maioria compra por desejo. Então, a gente estar atendendo bem, oferecendo produtos de qualidade, com preços acessíveis é muito satisfatório." (E7)

"Sem dúvidas a satisfação das clientes em encontrar algo que buscam em minha loja." (E9)

Com as respostas obtidas quando questionadas a respeito da satisfação em ser empreendedora, nota-se uma grande semelhança nas respostas das entrevistadas, onde elas frisam que sua satisfação está intimamente ligada à satisfação do cliente em comprar e usar os produtos ofertados pelas empresas das mesmas. Cliente satisfeito, é cliente fidelizado que sempre voltará a loja em busca do que necessita. Quando isso acontece, a empresa além de lucrar mais, ainda consegue aumentar o seu destaque no mercado, por que cliente satisfeito também é responsável por impulsionar a marca pelo famoso marketing boca a boca. "Um dos maiores benefícios do investimento em satisfação do cliente é o aumento da fidelização. Afinal, clientes mais satisfeitos significam compras recorrentes e promoção da marca para outras pessoas." (SOUZA, 2020, grifo do autor).

Sendo assim, compreende-se que a satisfação das empreendedoras, também se torna um impulso para que elas busquem meios que impulsionam as satisfações do cliente, e que automaticamente gera sucesso à empresa. Já tomando como base o sentimento de insatisfação, as entrevistadas relataram que:

"Inadimplência, na maioria das vezes nos entristece." (E2)

"Às vezes planejamos mil e uma coisas, e vem a crise e atrapalha nossos planos. Já passamos pelas crises de 2008/2009 agora a pandemia, tendo compromissos a pagar não dando certo, então a insatisfação é essa, de os planos não saírem como queríamos." (E3)

"Cultura da cidade, pois os comércios de Correntina são desunidos porque não há um padrão para que os clientes compreendam, por exemplo, a forma de pagamento. Se quiser optar só por cartão, não dá certo pois outras lojas adotam nota promissória." (E4)

"O que me deixa insatisfeita é quando faço um planejamento e às vezes não dá certo, exemplo logística, financeiro." (E8)

Percebe-se que há uma ligação entre as respostas, onde estão relacionadas no que tange ao financeiro, mais especificamente a inadimplência dos clientes.

A inadimplência pode ser relacionado à preocupação das mesmas em terem que arcar com boletos, aluguel de espaço, água, luz, internet entre outros custos que dependem na maioria das vezes, do dinheiro recebido através das compras feitas pelos clientes. O blog Vittude (PIMENTA, 2019), traz que a grande carga de responsabilidade é um dos fatores que afetam a saúde mental do empreendedor:

Junto com o empreendedorismo vem uma enorme lista responsabilidades que recaem sobre quem opta por ser dono do próprio negócio. A lista de tarefas de um empreendedor, que nem sempre pode delegar função a equipe, é infinita, e isso costuma gerar uma carga alta de estresse. Quando toda essa responsabilidade não é bem administrada, o empreendedor fica mais propenso à estafa mental e à uma sobrecarga emocional que refletem na realização do trabalho e no sucesso do empreendimento. (PIMENTA, 2019)

Quando os clientes atrasam os seus pagamentos, é necessário que a empreendedora faça toda uma movimentação e estudo de como serão realizados os custos que a empresa possui. Isso gera stress, e impacta diretamente na qualidade de vida dos donos e donas de empresas.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como intuito identificar os fatores que motivaram as empreendedoras do ramo de confecções da cidade de Correntina, no estado da Bahia a abrirem o próprio negócio. Essa pesquisa possibilitou uma expansão do conhecimento através de entrevistas realizadas com dez (10) empreendedoras acerca do tema, e como resultado obteve-se que as maiores influências na decisão de se tornarem empresárias foram a necessidade, devido a falta de emprego e a realização de sonhos. Através deste estudo observa-se como as empreendedoras souberam expressar seus conhecimentos sobre o empreendedorismo feminino, os motivos pelos quais optaram para empreender, inclusive as dificuldades e conquistas que enfrentaram ao longo do processo.

Essas razões pela qual as entrevistadas levam com elas é a motivação de empreender, sendo um importante alinhado no empreendedorismo. A motivação encontrada nas entrevistadas é o principal responsável pelo crescimento empresarial e aliado ao amor pelo que fazem, resultam em conquistas como clientes fiéis, trabalhar em busca de constante crescimento para a empresa, trazendo novas ideias e realizar as atividades empreendedoras com sentimento de realização pessoal. O empreendedorismo é uma área em que mulheres podem desempenhar suas atividades conforme suas habilidades empreendedoras.

Foi questionado ainda acerca das insatisfações das mesmas no que tange o ato de empreender, e ficou notório que uma das maiores adversidades no mundo do empreendedorismo é no que tange a inadimplência. Com esse resultado, notou-se a importância de um estudo acerca da cultura do comércio local, não somente no que tange empreendedorismo feminino, mas sim com toda a classe empreendedora da região, para que assim possa compreender o impacto gerado pelo uso de crediário no comércio local.

Sugere-se também aos futuros pesquisadores, um estudo voltado às dificuldades que as mulheres enfrentam para conciliar os trabalhos de casa com o gerenciamento de uma empresa e assim compreender como a mulher lida com a quantidade de atividades que possuem diariamente.

Referente à construção histórica, no que tange a formação da mulher empreendedora, é perceptível que passaram muitos anos, onde as mulheres sofriam com a repreensão, submissão e até mesmo a obrigação de servir o homem. Mas isso vai ficando para trás e dando lugar ao desejo de liberdade feminina, independência financeira e satisfação pessoal.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. EMPREENDEDORISMO: Dando asas ao espírito empreendedor. 2º Ed. São Paulo-SP, Saraiva.

MUNICÍPIO DE CORRENTINA. Disponível em: <https://www.cidadebrasil.com.br/municipio-correntina.html>: Acesso em: 20 nov. 2020.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio. Lins, 2011. Disponível em: < <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/53972.pdf> > Acesso em 16 de Nov. de 2020.

DAROS, Mariane; PINTO, Nelson Guilherme Machado. Inadimplência no Brasil: uma análise das evidências empíricas. Revista de Administração IMED, Passo Fundo, v. 7, n. 1, p. 208-229, ago. 2017. ISSN 2237-7956. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/raimed/article/view/1601>. Acesso em: 16 nov. 2020.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa: Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo; Ed. Sextante.2008

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo. 2 ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=U8fVrwpeCu4C&printsec=frontcover&dq=dornelas+empreendedorismo&hl=ptBR&sa=X&ved=2ahUKEwjfk8uRtvnsAhUoErkGHWRpB8AQ6AEwAnoECAMQA#v=onepage&q=dornelas%20empreendedorismo&f=false> > Acesso em 14 nov. 2020.

EQUIPE IBC - As principais diferenças entre empreendedor por necessidade e oportunidade. Disponível em: < <https://www.ibccoaching.com.br/portal/as-principaisdiferencas-entre-empendedor-por-necessidade-e-oportunidade/> > Acesso em: 18 nov. 2020

FRANCO, Michele Maria Silva. Empreendedorismo feminino: Características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. Goiânia, Go. 2014. Disponível em: < <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf> > Acesso em: 16 de Nov. de 2020.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil : 2016 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: < <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AFGEM-Nacional-BAIXA.pdf> > Acesso em 14 nov. 2020

GOBIRA, João. Por que o empreendedorismo é tão importante. STARTSE. 2020. Disponível em < <https://www.startse.com/noticia/startups/por-que-oempreendedorismo-e-tao-importante> > Acesso em 04 de Dez. de 2020.22

IBGE: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Coordenação de Cadastro e Classificações. Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo: 2018. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101759.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2020.

JARDIN, Jacinto e FRANCO, José Eduardo. Portugal Empreendedor: Trinta figuras empreendedoras da Cultura Portuguesa Relevância dos modelos para a promoção do empreendedorismo. 2014, Ed. Leya.

NETO, Francisco Sergio Almeida; SIQUEIRA, Elisabete Stradiotto, BINOTTO, Erlaine. Empreendedorismo feminino: o caso do setor salineiro - Mossoró/RN Revista de Administração da Unimep, vol. 9, núm. 2. Disponível em: < <https://www.redalyc.org/pdf/2737/273719433008.pdf> > Acesso em 14 nov. 2020.

NOSSA CAUSA. Conquista do feminismo do Brasil: uma linha do tempo. 09, mar. 2020. Disponível em: <https://nossacausa.com/conquistas-do-feminismo-nobrasil/>. Acesso em: 20 nov. 2020.

PIMENTA, Tatiane. Vittude Corporate. Empreendedorismo: Dicas para equilibrar saúde mental e sucesso. 08, out. 2019. Disponível em: <https://www.vittude.com/empresas/empreendedorismo-e-saude-mental>. Acesso em: 20 nov. 2020.

PORTELLA, Ivana; GÓES, Micaela; RANGE, Stella. Casa com vida. Empreendedorismo feminino. Rio de Janeiro, 19 de julho de 2019. Disponível em: <https://acasacomvida.com.br/empreendedorismo-feminino/#banner-close>. Acesso em: 19 nov. 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani Cesar De. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REIS, Evandro Paes dos. ARMOUND, Alvaro Cardoso. Empreendedorismo. Curitiba. Editora IESBE Brasil S.A. 2012. Disponível em:  
<[https://books.google.com.br/books?id=7ClajAQUBmUC&pg=PA13&dq=empreendedorismo+%C3%A9&hl=ptBR&sa=X&ved=2ahUKEwj9KCgrJLsAhWdIbkGHTACB\\_0Q6AEwAXoECAAQAg#v=onepage&q=empreendedorismo%20%C3%A9&f=false](https://books.google.com.br/books?id=7ClajAQUBmUC&pg=PA13&dq=empreendedorismo+%C3%A9&hl=ptBR&sa=X&ved=2ahUKEwj9KCgrJLsAhWdIbkGHTACB_0Q6AEwAXoECAAQAg#v=onepage&q=empreendedorismo%20%C3%A9&f=false)>. Acesso em: 11 de nov. de 2020.

SEBRAE – Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino? 2019. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/porque-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismofeminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 14 de Nov. de 2020.

SEBRAE. Programa que incentiva, apoia e fortalece o empreendedorismo feminino. Disponível em: . Acesso em: 11 de nov. de 2020.

SILVA, Anna Carolina Aguiar da. Perfil empreendedor: as principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso. 2014. Disponível: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/5375/1/20650723.pdf> > Acesso em: 18 nov. 2020

SILVA, Danielle Gomes da. A importância e a necessidade do capital de giro nas empresas. 2009. Disponível em: < [http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias\\_publicadas/k210569.pdf](http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/k210569.pdf) > Acesso em: 18 nov. de 2020

SOUZA, Ivan. Entenda como a satisfação do cliente pode aumentar a sua receita. Rock Content, 2020. Disponível em: Acesso: 25 de Nov. 2020

Recebido em: 19/04/2021

Aceito em: 20/05/2021

Endereço para correspondência:

Nome: Hilsiany Costa Montalvão

E-mail: hilsiany.hc@gmail.com



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