



**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-
BRASILEIRA – UNILAB
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – ICSA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

FERNANDA DA SILVA ULISSES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOBRE AS
EMPREENDEDORAS DO MUNICÍPIO DE PACOTI-CE**

**REDENÇÃO
2019**

FERNANDA DA SILVA ULISSES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOBRE AS
EMPREENDEDORAS DO MUNICÍPIO DE PACOTI-CE**

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Administração Pública da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira – UNILAB, em cumprimento aos requisitos finais das exigências para a obtenção do título de Bacharela em Administração Pública.

Orientador:
Alexandre Oliveira Lima

**REDENÇÃO
2019**

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Sistema de Bibliotecas da UNILAB
Catalogação de Publicação na Fonte.

Ulisses, Fernanda da Silva.

U36e

Empreendedorismo feminino: uma análise sobre as empreendedoras do município de Pacoti-CE / Fernanda da Silva Ulisses. - Redenção, 2020.

48f: il.

Monografia - Curso de Administração Pública - Semestral, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2020.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima.

1. Empreendedorismo. 2. Mercado de Trabalho. 3. Perfil Empreendedor - Mulher. I. Título

CE/UF/BSP

CDD 658.421

Dedico aos meus pais, com muita gratidão, por sempre serem meu alicerce e acreditarem em mim. Mãe, seu cuidado e dedicação foram o que me deram sempre a esperança para seguir em frente. Pai, sua presença significou segurança e certeza de que não estou sozinha nessa caminhada

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por estar sempre presente na minha vida e me conceder discernimento e paciência para alcançar todos os meus objetivos.

Aos meus pais, Marluce Ulisses e Fernando Ulisses, por estarem desde o início me apoiando incondicionalmente e servindo de alicerce para a realização dos meus sonhos. Esta monografia é a prova de que os esforços deles pela minha educação não foram em vão e valeram a pena.

Ao meu irmão, Luis Fernando, por ser meu companheiro, me proporcionar momentos de extrema alegria e por me fazer ter confiança nas minhas decisões.

Ao meu namorado, Lucas Nogueira, que acima de tudo é um grande amigo, sempre presente nos momentos difíceis com uma palavra de incentivo.

A minha avó Maria Vieira e ao meu tio Mairton Vieira, que nunca mediram esforços para me ajudar no que fosse preciso e sempre torceram pela minha vitória.

Ao meu orientador, Professor Doutor Alexandre Oliveira Lima, por sempre estar disposto a me ajudar, me auxiliando em todas as etapas da minha pesquisa.

E por fim, não menos importante, agradeço a todos os mestres com quem tive a oportunidade de estudar e que transmitiram de forma singular um pouco dos seus conhecimentos.

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. (Augusto Cury)

RESUMO

O empreendedorismo cada vez mais vem crescendo no Brasil e no mundo, com isso, a inserção da mulher no mercado de trabalho vem ganhando ênfase. O gênero feminino vem se destacando nos mais diversos âmbitos com seus empreendimentos e vem crescendo consideravelmente a quantidade de mulheres que optam por não serem apenas donas de casa, o que fazem com que elas busquem a emancipação profissional através do empreendedorismo. Este estudo tem o intuito de analisar as empreendedoras do município de Pacoti-CE que se encontram no mercado de trabalho num período igual ou superior a 5 anos, como também, identificar o perfil e as características dessas empreendedoras. Isto desenvolveu-se através de conversa e da aplicação de um questionário às empreendedoras escolhidas, onde foi possível compreender as razões que influenciam na decisão das mulheres de se tornarem empreendedoras e, ainda, conhecer os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no município de Pacoti-CE. Com isso, notou-se que as empreendedoras tiveram diversas dificuldades, sendo a principal o preconceito de gênero. Nesse contexto, as dificuldades resultaram na procura de soluções para sanar os problemas, como por exemplo, a busca pelo saber empreender. Diante disso, estimular e apoiar as mulheres no processo empreendedor colabora intensamente com os agentes econômicos do município, fortalecendo a igualdade de gênero e reiterando a importância do empreendedorismo feminino na sociedade.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho. Perfil empreendedor.

ABSTRACT

Entrepreneurship is increasingly growing in Brazil and worldwide, with this, the insertion of women in the job market has been gaining emphasis. The female gender has been standing out in the most diverse areas with its ventures and the number of women who choose not to be just housewives has grown considerably, which makes them seek professional emancipation through entrepreneurship. This study aims to analyze the entrepreneurs of the municipality of Pacoti-CE who are in the labor market for a period of 5 years or more, as well as identify the profile and characteristics of these entrepreneurs. This was developed through conversation and the application of a questionnaire to the chosen entrepreneurs, where it was possible to understand the reasons that influence the decision of women to become entrepreneurs and, still, to know the challenges faced by women entrepreneurs in the municipality of Pacoti-CE . Thus, it was noted that the entrepreneurs had several difficulties, the main one being gender bias. In this context, the difficulties resulted in the search for solutions to solve the problems, such as the search to know how to undertake. Given this, encouraging and supporting women in the entrepreneurial process collaborates intensely with the economic agents of the municipality, strengthening gender equality and reiterating the importance of female entrepreneurship in society.

Keywords: Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Labor market. Entrepreneurial profile.

LISTAS DE TABELAS E GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| TABELA 1 – Tipos de empreendedor | 16 |
| TABELA 2 – Fatores que dificultam o empreendedorismo no mundo | 20 |
| TABELA 3 – Ramos de atividade de negócio das empreendedoras pesquisadas | 30 |
| GRÁFICO 1 – Proporção de negócios por necessidade entre homens e mulheres | 17 |
| GRÁFICO 2 – Estimativa do número de empreendedores por gêneros nos estágios de empreendimento no Brasil | 22 |
| GRÁFICO 3 – Empreendedores em estágio inicial por faixa etária no brasil | 25 |
| GRÁFICO 4 – Evolução da distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo ... | 25 |
| GRÁFICO 5 – Idade das empreendedoras | 32 |
| GRÁFICO 6 – Estado civil das empreendedoras | 33 |
| GRÁFICO 7 – Tem filhos | 33 |
| GRÁFICO 8 – Empreendedoras chefes de família | 34 |
| GRÁFICO 9 – Campo de atuação das empreendedoras | 35 |
| GRÁFICO 10 – Tempo de atuação das empreendedoras | 35 |
| GRÁFICO 11 – Estudo de riscos antes das decisões | 36 |
| GRÁFICO 12 – Frequência de planejamento para a empresa | 37 |
| GRÁFICO 13 – Atualização sobre o mercado em que atua | 37 |
| GRÁFICO 14 – Realizou curso ao iniciar o empreendimento | 38 |
| GRÁFICO 15 – Motivo para empreender | 39 |
| GRÁFICO 16 – Dificuldades encontradas no início do empreendimento | 39 |
| GRÁFICO 17 – Estímulo do município no empreendimento | 40 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 Problema de Pesquisa | 13 |
| 1.2 Objetivo Geral..... | 13 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 13 |
| 1.2.3 Justificativa..... | 14 |
| 2. EMPREENDEDORISMO | 16 |
| 2.1 Empreendedorismo no Brasil..... | 19 |
| 2.2 Empreendedorismo no Mercado de Trabalho..... | 20 |
| 2.3 Empreendedorismo Feminino | 22 |
| 2.4 Gênero e Empreendedorismo..... | 25 |
| 2.5 Empreendedorismo Feminino no Município de Pacoti-CE..... | 27 |
| 3. METODOLOGIA | 29 |
| 3.1 Especificação da Pesquisa..... | 29 |
| 3.2 Quanto aos Objetivos | 29 |
| 3.3 Quanto aos procedimentos | 29 |
| 3.5 Campo Amostral | 30 |
| 3.6 Coleta de Dados | 31 |
| 4. ANÁLISE DE RESULTADOS | 33 |
| 4.1 Síntese dos Resultados..... | 42 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 43 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS: | 45 |
| ANEXO I – QUESTIONÁRIO APLICADO | 48 |

1. INTRODUÇÃO

O processo de globalização na contemporaneidade, conduz consigo o engrandecimento considerável do empreendedorismo no Brasil e no mundo. Empreender é transformar, produzir movimento. Os indivíduos que dispõem da atitude de instaurar uma empresa, conseqüentemente criam algo novo, constituem vínculo com fornecedores e colaboradores, além da geração de renda e emprego.

As peculiaridades de comportamento e as especificidades das pessoas consideradas empreendedoras, bem como os motivos que levam homens e mulheres a empreenderem e a criarem novos negócios, apresentam e integram o surgimento de pesquisas em todo o mundo, nos últimos anos. Neste campo de estudos, como consequência do aumento da participação das mulheres nas atividades empreendedoras, nas quais desempenham diferentes papéis, surgiu a preocupação com o enfoque do empreendedorismo feminino.

Os intitulados empreendedores desempenham a função de satisfazer as necessidades da sociedade, auxiliando no contínuo crescimento do mercado. Os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento.” (CHIAVENATO, 2007). Para Dolabela (2006), “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. A atividade empreendedora não é recente, existe desde sempre, pois inovar é parte da natureza humana. Ainda, Dolabela (2006), destaca que “o empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia”.

Empreender é uma tarefa que compete tanto à homens quanto mulheres, independentemente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa deseje, use da sua criatividade, inove, motive e esteja sempre disposto a assumir riscos. Segundo Dogen (1989), “O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”.

Hisrich (2004), salienta que existe uma diferença da natureza no meio empreendedor entre homens e mulheres e que elas possuem empreendimentos de menor porte e, como resultado, menor lucro líquido. Apesar disso, o setor que mais cresce é o de serviço onde as mulheres exibem melhores resultados. Morais (2015), complementa que homens tem tendência para fabricação, finanças ou áreas técnicas enquanto as mulheres têm tendência para áreas ligadas a prestação de serviços.

No ramo do empreendedorismo é preciso, acima de tudo, ser criativo. Diante disso, o gênero feminino vem sendo dirigido com o foco de empreender, como uma forma de buscar acima de tudo sua independência financeira. Segundo dados do SEBRAE (2008), as mulheres representam 44% da População Economicamente Ativa (PEA) e 36% dos novos empreendimentos criados no Brasil. O avanço gradativo nos números é resultado do aumento da participação feminina no setor de serviços que, recentemente, aumentaram sua relevância no Produto Interno Bruto brasileiro. Essa grande participação da mulher no mundo dos negócios, impulsiona uma melhora na saúde financeira de muitas empresas e, também, no desempenho da economia no País.

Sociedade e governos de muitos países cada vez mais reconhecem a importância da colaboração oferecida pelas mulheres na gestão de empresas e como colaboradoras no mercado de trabalho (CASSOL e HOELTGEBAUM, 2007). Na prática, esse reconhecimento funciona como fator motivacional e eleva o empreendedorismo feminino no âmbito social.

Cada vez mais, a mulher brasileira passou a investir em sua formação, e a ganhar espaço em diversos tipos de cargos dentro das organizações (BRUSCHINI, 2000). Entre os fatores que mais contribuíram para essa maior inserção das mulheres brasileiras no mercado de trabalho foram: expansão da economia, aumento da urbanização, alto ritmo da industrialização, ou seja, nos anos 70 ocorria um notável crescimento econômico, o que favoreceu a entrada de novos trabalhadores, inclusive mulheres (CABRAL, 1999).

Partindo desse pressuposto, é perceptível que, mesmo sendo um evento tardio, a inclusão de mulheres no âmbito econômico e industrial na época, contribuiu para que hoje possamos ter uma cadeia que chamamos de empreendedorismo feminino, nesta mesma linha, esta inserção foi fundamental para enraizar a história da mulher como empreendedora dentro da sociedade.

É necessário frisar que, de acordo com dados do Relatório do Resultado Executivo do Sebrae (2017), ao se tratar do contingente de mulheres que empreendem no Brasil, esse número é de 24 milhões, muito semelhante ao contingente masculino. As mulheres têm aumentado sua representatividade e inovado nas formas de trabalho e, a partir disso, surgem também novos desafios e oportunidades para serem exploradas nos negócios.

O gênero feminino aumentou seu espaço na sociedade economicamente ativa do país e sua crescente participação no mundo dos negócios não se deu apenas dentro das organizações já existentes, mas também na constituição de novos negócios (FRANCO, 2014). Segundo a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, de 2014, a mulher brasileira é uma das mais empreendedoras do mundo, pois desde a primeira pesquisa realizada no país, em 2000, elas já

se destacavam frente aos países participantes, possuindo a maior equiparação na relação entre homens e mulheres empreendedores a nível mundial. Esses resultados positivos foram se confirmando ao longo dos anos e a pesquisa GEM (2014) apontou que elas já são a maioria dos novos empreendedores do país, representando 52%.

Conforme os dados levantados pelo SEBRAE no ano de 2017, o número de mulheres que começaram a empreender cresceu muito, tanto no Brasil como em outros países. Ainda, conforme o SEBRAE (2017), cerca de 30% de todos os negócios privados do mundo são operados ou têm como idealizador uma mulher. Esse dado seria promissor, se não fosse por um fato: Apenas uma pequena parcela dessas organizações consegue ser considerada de alto impacto.

O empreendedorismo feminino é um caminho de desafios e mesmo com toda potencialidade econômica e empreendedora, as mulheres ainda precisam sobrepujar alguns impasses. Muitas vezes, as empresas elaboradas por elas tendem a ter a vida mais curta. As empresárias têm menos redes de contato e nem sempre participam de negócios maiores ou inovadores.

1.1 Problema de Pesquisa

O mercado é desafiador, como já foi destacado, mas, para as mulheres no empreendedorismo, os obstáculos podem ser ainda maiores. Destinando-se ao aspecto de como a mulher vem cada vez mais penetrando no meio empreendedor, de modo que se esforçando para conquistar seu espaço, surge a questão problema: Quais as principais condições e/ou fatores que influenciam no empreendedorismo feminino do município de Pacoti-CE?

1.2 Objetivo Geral

Avaliar as condições e/ou fatores que influenciam no empreendedorismo feminino do município de Pacoti-CE.

1.2.2 Objetivos específicos

- Compreender as razões que influenciam na decisão das mulheres de se tornarem empreendedoras;
- Identificar os fatores/condições que favorecem o empreendedorismo feminino no município de Pacoti;
- Conhecer os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no município de Pacoti-CE;

1.2.3 Justificativa

O empreendedorismo vem sendo bastante debatido e propagado nos últimos anos. A importância de compreender a atividade empreendedora, bem como o perfil do empreendedor, é de suma importância para o desenvolvimento da sociedade, e da economia de um país. Nesta linha, surgem também informações sobre o empreendedorismo feminino e a sua importância frente ao aumento gradativo de mulheres em busca da independência financeira, ultrapassando barreiras para ir em busca de seus objetivos.

A pesquisa realizada no município de Pacoti-CE, justifica-se por haver estudos precários sobre o tema em questão e pelo fato de contribuir incentivando aquelas que sonham em se tornar empreendedoras.

Neste seguimento, a escolha deste estudo, justifica-se pelo fato do empreendedorismo feminino estar crescendo cada vez mais, chamando a atenção para a liderança feminina e ampliando o espaço e visibilidade das mulheres, bem como as razões e as dificuldades encontradas para empreender, os principais fatores que contribuem para o crescimento e o perfil empreendedor das mulheres de sucesso. O empreendedorismo feminino surge então como forma de enfrentamento ao empreendedorismo tradicional, o que para a comunidade acadêmica incita a curiosidade e possibilita uma pesquisa ampla sobre o tema, desvendando assim, as principais curiosidades e características que envolvem o empreendedorismo.

Desse modo, o presente estudo refere-se a um diagnóstico dos resultados do perfil socioeconômico e empreendedor de uma amostra de 12 empreendedoras do município de Pacoti.

O trabalho está distribuído em quatro capítulos, iniciando-se com a contextualização do estudo em que se apresenta o tema, a introdução do estudo, a justificativa e os objetivos gerais e específicos.

No segundo capítulo, contém o referencial teórico onde são abordados estudos realizados com base em autores sobre o referido tema, a princípio uma contextualização geral sobre o empreendedorismo, as características sobre o empreendedorismo no Brasil, o empreendedorismo no mercado de trabalho, o mercado de trabalho brasileiro e, posteriormente, o estudo explora acerca do empreendedorismo feminino, gênero e empreendedorismo e, por fim, as características do empreendedorismo feminino no município de Pacoti-CE.

O terceiro capítulo, compreende os procedimentos metodológicos aplicados, abrangendo a especificação da pesquisa, definindo assim o tipo de pesquisa utilizada, o campo amostral, como também o esclarecimento de como foi realizado o processo de coleta de dados.

No quarto capítulo, é evidenciado a análise do estudo junto às 12 empreendedoras entrevistadas do município de Pacoti-CE. Os dados apresentados correspondem à análise das características gerais (perfil socioeconômico e empreendedor) das empreendedoras. Nessa sessão, também foram utilizadas como base teórica as ideias de alguns autores sobre o tema estudado. Para finalizar é apresentada a conclusão do estudo e as referências bibliográficas com todos os livros e autores utilizados para desenvolver o embasamento teórico.

2. EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é o estudo direcionado para a evolução de capacidades e aptidões, listadas no desenvolvimento de uma ideia seja ela técnica, científica ou empresarial, originou-se do termo empreender, que exprime o significado de executar.

A expressão empreendedorismo é empregada para designar uma dimensão gigantesca, ou seja, ele não se limita somente a criação de empresas, mas sim, pode manifestar-se através de inúmeras formas.

Neste trabalho, é imprescindível também discorrer a respeito do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), um dos principais institutos de pesquisa sobre empreendedorismo no Brasil e no mundo.

Para o programa de pesquisa GEM (2012), entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Diante disso, pode-se mencionar que o empreendedorismo pode ser visto como uma ação, em que os indivíduos estabelecem e organizam as oportunidades e os recursos indispensáveis. As pessoas optam pelo empreendedorismo com a esperança e o objetivo de abrirem seu próprio negócio e por assim dizer, aumentarem a renda já estabelecida. À vista disso, o empreendedorismo torna-se importante para completar as indigências e anseios tanto das pessoas que usufruem, quanto daqueles que almejam ou são empreendedores.

Drucker (1987) descreve sobre a presente temática:

O empreendedor vê a mudança como norma e como sendo sadia. Geralmente, ele não provoca a mudança por si mesmo. Mas, se isto define o empreendedor e o empreendimento, o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade. (DRUCKER, 1987, p. 36)

À frente do que relatou Drucker, analisou-se que empreender está relacionado com arriscar, e que além disso, o empreendedor é aquele que foge do comodismo e vai além do habitual.

Seguindo as mesmas concepções, o SEBRAE (2014), destaca os aspectos fundamentais no comportamento do empreendedor, destacando ainda as seguintes características:

- Criatividade: Aceitar os desafios propostos e solucionar problemas;
- Liderança: Delegar responsabilidade, formar equipe;
- Perseverança: Se manter firme nos propósitos e buscar metas;
- Flexibilidade: Ajustar-se às mudanças;

- Vontade de trabalhar: Dedicar-se ao seu negócio;
- Automotivação: Ir em busca e encontrar sua realização profissional;
- Formação permanente: Atualização profissional;
- Organização: Compreender relações internas e estruturar a empresa;
- Senso Crítico: Analisar os problemas friamente.

É possível distinguir diferenciados tipos de empreendedores. Diante disso, Dornelas (2007) denota 8 tipos de empreendedores conforme quadro abaixo:

Tabela 1: Tipos de empreendedor

| Tipos de empreendedor | Principais características |
|-------------------------------|--|
| Nato | São pessoas visionárias, confiantes e sempre estão à frente de seu tempo. Sabem detectar boas oportunidades e com suas capacidades natas empreendedoras, geralmente constroem grandes impérios. |
| O que “aprende” ou inesperado | Não possuem em sua natureza características empreendedoras e nem gostam de assumir riscos, mas foram encontradas por boas oportunidades de empreendedorismo na vida e aproveitam as mesmas. |
| Serial | São apaixonados pela criação de novos negócios, mas não se contentam em ficar a frente deles por muito tempo, pois seu prazer está na abertura de novas empresas e não na administração das mesmas. |
| Corporativo | Sua preocupação está na expansão e inovação de negócios já existentes e não na criação de novas empresas. |
| Social | Tem como missão melhorar a vida da sociedade e transformar o mundo para melhor através de suas organizações. Seu foco central não está na obtenção de resultados financeiros, mas sim na geração de impacto social/ambiental. Essas pessoas trabalham com o empreendedorismo social. |
| Necessidade | São pessoas que não possuem boas oportunidades de emprego por falta de escolaridade, por exemplo, e precisam sustentar a si e a sua família, e por isso resolvem criar seu próprio negócio. Geralmente são negócios informais e não inovadores |
| Herdeiro | Essas pessoas recebem o legado de assumir o negócio da família, tendo como principal desafio multiplicar o patrimônio recebido. |
| Normal ou Planejado | Essas pessoas têm como principal ferramenta o planejamento, buscam minimizar os riscos de seus negócios, se preocupam com os passos seguintes da organização. |

Fonte: Dornelas (2007)

Do mesmo modo que existem variados tipos de empreendedores, as razões de empreender são singulares de cada indivíduo. De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2009), existem os empreendedores que se motivam pela necessidade e os que se motivam pela oportunidade. O empreendedor por necessidade refere-se ao indivíduo que perpassa alguma dificuldade e percebe no empreendedorismo a saída para

seus problemas, em tempos de crise financeira é o mais utilizado. Dessa maneira, a necessidade pode aparecer de diversas maneiras: perda de emprego, diminuição na renda familiar ou dificuldade em realocar-se no mercado de trabalho. Já o empreendedor por oportunidade é antes de tudo um bom observador e está sempre atento as oportunidades, necessidades e até mesmo demandas do consumidor efetivo. Muitas vezes esse empreendedor escolhe abrir um negócio próprio mesmo quando já possui boas opções de emprego, visando, por exemplo, aumentar ainda mais a sua renda, ou para aproveitar uma oportunidade de mercado. É possível perceber os perfis distintos entre esses dois tipos de empreendedores, contudo, ambos têm o mesmo anseio de se tornar donos do próprio negócio e superar os obstáculos.

Gráfico 1 – Proporção de negócios por necessidade entre homens e mulheres



Fonte: GEM (2018)

A necessidade de complementar a renda ou pagar as contas de casa, tem levado as mulheres a escolherem o empreendedorismo como opção de vida. É possível perceber no gráfico 1 que os números de mulheres que empreendem por necessidade é maior do que o número de homens. Percebe-se que, entre os anos de 2008 e 2011, o número de mulheres foi ligeiramente inferior. Entretanto, após 2012 as mulheres foram superiores aos homens em quantidade. Sabe-se que o empreendedorismo por necessidade acaba tornando-se um ponto de solução, porém, não deve se converter em desespero para iniciar um negócio.

Por um tempo considerou-se que o empreendedorismo não podia ser ensinado, mas sim que os indivíduos já iniciavam suas vidas com as características empreendedoras. Com isso, as pessoas que não possuíam semelhantes características eram desanimadas a empreender. No momento atual, comprovou-se que isso não passa de uma lenda, na verdade, o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa, que a conquista é a ligação de vários motivos externos e internos ao negócio, que engloba o perfil do empreendedor e como ele administra os problemas que surgem diariamente no empreendimento, bem como os elementos que fogem do seu alcance (DORNELAS, 2005). Há uma necessidade premente no desenvolvimento de habilidades empreendedoras, por isso, é de suma importância o ensino sobre o empreendedorismo, pois é por intermédio disso que são repassadas para as pessoas as formas de capacidade de liderança e, também, de despertar formas autônomas de pensar e gerir a vida profissional.

No cenário atual, o empreendedorismo é tema constante e, no Brasil esse termo passa a ser uma característica essencial para o sucesso. O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade (Hisrich & Peter, 2004, p. 33).

2.1 Empreendedorismo no Brasil

A atividade empreendedora no Brasil iniciou-se a partir do século XVII, quando os portugueses começaram a ocupar definitivamente as terras do país. Dentre esses homens haviam muitos que realizavam os mais diversos empreendimentos, como exemplo, Irineu Evangelista de Souza, o Barão de Mauá, o qual foi responsável por diversos negócios como: a primeira ferrovia do país e a fundação da companhia de gás voltado para a iluminação da cidade do Rio de Janeiro (HENRIQUE, 2009).

No decorrer dos últimos sete anos, a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) vem pesquisando o desenvolvimento da ação empreendedora no Brasil e de mais 34 países. Nesse processo de monitoramento, constam no Relatório Executivo do Empreendedorismo no Brasil informações que podem contribuir para a compreensão desse cenário.

O Brasil se destaca entre os países pesquisados pelo GEM (2005), alcançando a 7ª colocação entre as nações representadas com renda média e renda alta, polaridade assim definida para distinguir aqueles com maior e menor potencial financeiro. Ainda, de acordo com o GEM (2005), o Brasil chegou a 38% na TTE (Taxa de Empreendedorismo Total).

O resultado do último levantamento do GEM correspondente aos de 2014 e 2015 foi admirável, quando o Brasil ocupou o topo do ranking tratando-se da abertura de empreendimentos atuais. A pesquisa apontou ainda que a cada 100 novos empreendimentos no Brasil, 71 são motivados pela oportunidade e não pela necessidade. Esse índice foi o melhor desde o ano 2000. Em 2002, apenas 42 negócios eram motivados pela oportunidade no país.

A pesquisa GEM também permite identificar algumas características dos empreendedores brasileiros. A primeira delas é que, a maioria dos novos negócios criados no país são de pessoas entre 25 e 34 anos. Outra peculiaridade do empreendedor brasileiro é a escolaridade baixa. Segundo a pesquisa GEM (2014), 31,9% dos empreendedores iniciais possuíam até o segundo grau incompleto e 56,8% ainda não completaram o nível superior.

2.2 Empreendedorismo no Mercado de Trabalho

O exercício de trabalho permanentemente esteve integrado no progresso do homem, a começar da antiguidade, onde os mesmos eram apontados de diversas maneiras, seja como escravo, servo ou até mesmo artesão. Antigamente visto como uma condenação e dominação aos mais fortes, os contornos e meios de trabalho se desenvolveram, e hoje, além de formidável é uma força motora que provoca o andamento da sociedade (MENDES, 2011).

Com o andamento da Revolução Industrial, o comércio foi se ampliando e consumou um conjunto econômico inovador, porém, provocou uma contrariedade popular e o aumento do desemprego foi notório. Com isso, a população urbana se multiplicava em correlação do crescimento das fábricas e sua geração de empregos. Contudo, essas oportunidades passaram a se demarcar com o avanço e celeridade das máquinas que vieram a substituir os trabalhadores.

Dentro dessa conjuntura as possibilidades de trabalho eram irrelevantes e os trajetos eram sobressalentes, com isso, o alto índice de desemprego e a exploração dos trabalhadores fez surgir reivindicações trabalhistas estimulado nas perspectivas que amparavam a Revolução Francesa. Nesse ciclo houve uma discrepância nas classes sociais, por um lado subalternos e do outro os burgueses. (GOMES, 2014)

Diante essa pressuposição, dessa época até os dias atuais o mercado de trabalho junto com os trabalhadores teve uma transformação notória. O trabalho foi vigorosamente enternecido pelas tecnologias de ponta e alterações no cenário político-econômico que requer dos trabalhadores competências nos inúmeros campos de conhecimento. Hoje, o trabalhador carece estar mais gabaritado, os privilégios do emprego duradouro tiveram uma redução com o

implemento de novas políticas no setor privado e encontram-se cada vez mais sujeitos a dispensa.

É real que o mercado de trabalho está cada vez mais importuno. Sabe-se que há anos atrás uma graduação era o ideal para conseguir um emprego bom e com garantias, hoje, esse título se apresenta como exigência básica e impacta na elevação do mercado de trabalho, este imensamente competidor e categórico na busca por pessoas que sejam explicitamente dispostos a aprender e se qualificar.

Com essas hesitações provenientes e instaladas no mercado de trabalho, inúmeros trabalhadores se arriscam em inaugurar seu negócio particular, sejam impulsionados por necessidade ou por oportunidade, todavia, ainda existem diversos fatores que dificultam o empreendedorismo no mundo, conforme mostra os dados levantados pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM 2015).

Tabela 2 – Fatores que dificultam o empreendedorismo no mundo

| Principais fatores | Países selecionados | | | | | | |
|---|---------------------|-------|----------|-------|--------|---------------|----------------|
| | Brasil | China | Alemanha | Índia | México | África do Sul | Estados Unidos |
| Apoio Financeiro | 9,5 | 37,5 | 36,1 | 28,6 | 16,7 | 47,1 | 45,5 |
| Políticas Governamentais | 18,9 | 65,6 | 13,9 | 14,3 | 33,3 | 41,2 | 9,1 |
| Programas Governamentais | 13,5 | 9,4 | 83,3 | 10,2 | 36,1 | 14,7 | 31,8 |
| Educação e Capacitação | 14,9 | 21,9 | 19,4 | 36,7 | 38,9 | 14,7 | 31,8 |
| Pesquisa e Desenvolvimento | 5,4 | 3,1 | 5,6 | 18,4 | 33,3 | 8,8 | 13,6 |
| Infraestrutura Comercial e Profissional | 8,1 | 9,4 | 16,7 | 12,2 | 5,6 | 2,9 | 13,6 |
| Abertura de Mercado/Barreiras à Entrada | 12,2 | 31,3 | 2,8 | 24,5 | 0,0 | 14,7 | 9,1 |
| Acesso à Infraestrutura Física | 2,7 | 0,0 | 8,3 | 6,1 | 2,8 | 5,9 | 0,0 |
| Normas Culturais e Sociais | 13,5 | 21,9 | 11,1 | 10,2 | 19,4 | 17,6 | 40,9 |
| Capacidade Empreendedora | 54,1 | 3,1 | 0,0 | 20,4 | 19,4 | 5,9 | 22,7 |
| Clima Econômico | 10,8 | 15,6 | 19,4 | 32,7 | 5,6 | 2,9 | 4,5 |
| Características da Força de Trabalho | 12,2 | 12,5 | 2,8 | 0,0 | 11,1 | 26,5 | 4,5 |
| Composição da População Percebida | 5,4 | 6,3 | 0,0 | 4,1 | 2,8 | 8,8 | 4,5 |
| Contexto Político, Institucional e Social | 4,1 | 37,5 | 2,8 | 14,3 | 8,3 | 5,9 | 0,0 |
| Crise Internacional | 4,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 2,8 | 0,0 | 0,0 |
| Corrupção | 2,7 | 0,0 | 0,0 | 6,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Diferenças Devidas ao porte da Empresa | 12,2 | 0,0 | 0,0 | 8,2 | 2,8 | 5,9 | 0,0 |
| Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 4,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Internacionalização | 8,1 | 3,1 | 0,0 | 0,0 | 2,8 | 0,0 | 0,0 |
| Informações | 31,1 | 9,4 | 5,6 | 0,0 | 19,4 | 5,9 | 9,1 |

Fonte: GEM (2015)

Portanto, o empreendedorismo é impulsionado em várias regiões como uma possibilidade para driblar os dilemas econômicos. A acessibilidade de novos negócios faz a economia crescer, traz novos ofícios de empregos e ainda propicia atos de empreendedorismo dentro de empresas já em vigência, sejam públicas ou particulares. Ou seja, além da geração de benefício econômico, o empreendedorismo, também, soluciona problemas sociais e estabiliza a qualidade de vida.

2.3 Empreendedorismo Feminino

O desenvolvimento da mulher é parte de um movimento que ocorreu em diversos pontos da sociedade atual, e isto promoveu sua evolução no empreendedorismo. Mesmo que ainda existam entraves que precisam ser superados, a força feminina nos mais variados ambientes é algo seguro e convincente.

Durante séculos de subserviência e inaptidão, o século XX foi marcado como o tempo em que as mulheres obtiveram poucos dos seus direitos declarados. Os avanços conseguidos nas últimas décadas foram essenciais para a solidificação do método histórico e cultural do gênero feminino junto ao homem com as possibilidades equivalentes de ser humano e cidadão no meio social (GARCIA, 2010). Com base nisso, o processo histórico acerca do empreendedorismo feminino não fomentou somente a igualdade de gêneros em termos de possibilidades, mas, acrescentou que a mulher é tão capaz quanto o homem, iniciando o surgimento feminino nas mais variadas tarefas. O empreendedorismo feminino deixou de ser tabu, e no Brasil o cenário se torna promissor a cada ano. As brasileiras estão entre as mulheres mais empreendedoras do mundo, em 2010 chegou-se a mais de 10 milhões de negócios administrados por mulheres, segundo a GEM. (MONTEIRO e SITA, 2013).

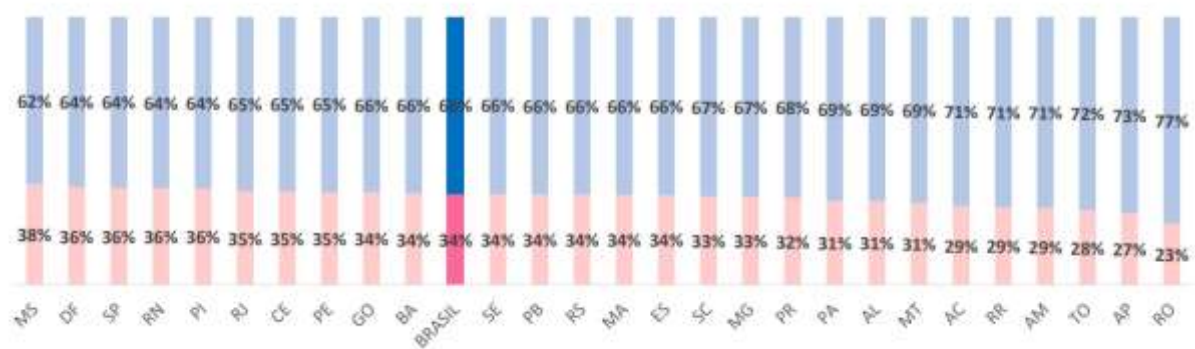
É possível assimilar mais satisfatoriamente essa situação, quando se observa outros países, como é o caso da França, onde para cada 12 homens empreendedores, apenas 1 mulher empreende. Com o passar dos anos, a relação entre homens e mulheres no que tange aos novos empreendedores no Brasil foi se modificando. Em 2011, para cada 1,06 homens que empreendiam, 1 mulher estava na mesma situação. Na Coreia do Sul, essa mesma relação era de 3,08 para sexo masculino e 1 para o sexo feminino. Dos 54 países pesquisados em 2011, o Brasil estava entre os quatro países que apresentavam menor diferença entre a proporção de mulheres e homens empreendedores (GEM, 2011).

Ainda neste sentido, Raposo e Astoni (2007) designam que o empreendedorismo na classe feminina é caracterizado como uma iniciativa imprescindível do gênero na procura de suas garantias legais, como também nas prerrogativas em termos de independência. Com as transformações sucedidas ao longo das últimas décadas a atuação feminina expande notadamente, dia a dia o gênero persiste amplificando sua atuação e transitando cargos, até mesmo de confiança, em instituições de âmbito público e privado.

Para validar estes fatos, o SEBRAE através do estudo, as Mulheres Empreendedoras no Brasil de 2013, mostra que diversos fatores consolidam essa gradativa atuação feminina, a pesquisa ressalta que a proporção de empresárias com ensino superior incompleto é

aproximadamente o dobro da porcentagem de homens com o mesmo nível de ensino. Mesmo que as mulheres não sejam a maioria ainda de dirigentes no país, a presença feminina cresceu em dez anos cerca de 21%. Por outro lado, a atuação masculina na direção de pequenos e médios negócios subiu 9%. Desse modo, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD 2018) esboça a estimativa da postura e força do empreendedorismo feminino no âmbito nacional.

Gráfico 2 – Estimativa do número de empreendedores por gêneros nos estágios de empreendimento no Brasil



Fonte: PNAD (2018)

Nesta conjectura, é explícito que o gênero ganhou espaço no enfrentamento pela equidade não apenas no empreendedorismo, mas também, na sociedade integral. Mesmo com toda desenvoltura e conquista, sabe-se que ainda há um longo curso a transitar, para que essas igualdades de gêneros sejam inclusas nos direitos empresariais, sociais e democráticos. Contudo, as conquistas obtidas nas etapas mais atuais necessitam ser admiradas, afim de que o gênero feminino continue a lutar pela obtenção de seus princípios.

Para Gomes (2005), o primeiro atrativo pela mão de obra feminina ainda é a possibilidade de pagar pelo mesmo trabalho, seguindo pelas habilidades de relacionamento mais desenvolvidas nas mulheres e, também, a flexibilidade feminina é apontada. Ou seja, o que vem facilitando a entrada da mulher no mercado de trabalho é a maior desenvoltura nos assuntos interpessoais, assim como a flexibilidade quanto ao horário do expediente para melhor compatibilizar o trabalho com a família. A multiplicidade de papeis e a tríplice, família, trabalho e pessoa contribui para a satisfação pessoal das mulheres, enriquecendo assim sua vida profissional.

Nesse seguimento, é importante salientar ainda, as diversas iniciativas e/ou programas que intensificam a importância e destaque que o empreendedorismo vem ganhando nos últimos anos, como é o exemplo da ação intitulada “Consulado da mulher”. Essa atividade foi

desenvolvida há 17 anos pela CONSUL, empresa brasileira de eletrodomésticos, que dispõe orientação a pequenas empreendedoras do ramo de culinária. Os consultores dessa ação investem tempo e acompanham essas mulheres por dois anos em cursos intensivos. Também fazem doações em dinheiro e disponibilizam equipamentos para as empreendedoras envolvidas. Dessa forma, o objetivo do Consulado da Mulher é tornar essas mulheres empreendedoras qualificadas, fazendo com que elas se sintam capazes de empreender ou ampliar seus negócios, gerar renda e adquirir autonomia financeira, saindo da informalidade e também incentivar essas mulheres a investirem em outras mulheres. Esta ação vem ganhando cada mais força e atualmente mais de 35 mil empreendedoras já passaram por essa experiência gerando uma rede própria de negócios sustentáveis e transformando sonhos em realidade.

As mulheres merecem as mesmas oportunidades e a mesma valorização que os homens no mundo do trabalho e do empreendedorismo. Diante disso, existe também o “Ela Pode”, que se trata de um programa de capacitações gratuitas para mulheres brasileiras que querem empreender. Este programa é produzido pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora, com o apoio do Google, e está empenhado em impactar positivamente a vida de 135 mil mulheres até dezembro de 2020. O Instituto Rede Mulher Empreendedora, tem como propósito apoiar projetos que visam empoderar mulheres empreendedoras, garantindo independência financeira e de decisão sobre seus negócios e vidas. As capacitações do programa são ofertadas para mulheres em situação de vulnerabilidade socioeconômica, conforme com as demandas apresentadas em cada região, com atenção especial para o Norte e Nordeste. Temas importantes são abordados sobre os desafios mais comuns na área do empreendedorismo e empregabilidade, tais como: comunicação, liderança, negociação, finanças, networking, marca pessoal e ferramentas digitais. A rede Mulher Empreendedora, destaca algumas características exclusivamente femininas no empreendedorismo, que são:

- **Multitarefa:** Mulheres normalmente conseguem fazer várias coisas ao mesmo tempo;
- **Gene cooperativo:** São construtivas e colaborativas, e somam ideias para atingir um bom resultado;
- **Detalhista:** Tem um dom claro de ver coisas minuciosas;
- **Interpretação de Pessoas:** Captam mais do que os olhos podem ver, mais conhecido como “sexto sentido feminino”.

2.4 Gênero e Empreendedorismo

A efetiva atuação das mulheres na vida econômica brasileira expande extraordinariamente com o passar dos anos. Gradativamente as mulheres tendem a empreender, visto que, a grande maioria deseja uma atividade rentável que possa ser estabelecida de forma emancipada e independente. As mulheres aparecem dominando funções de destaque nos mais diversos âmbitos da vida social, econômica, cultural e política, considerando papéis anteriormente destinados tão somente aos homens.

Segundo Raposo e Astoni (2007), o empreendedorismo do gênero pode se configurar como uma importante iniciativa da classe na busca por seus direitos de independência. Devido mudanças ocorridas ao longo das décadas à participação feminina aumenta consideravelmente a cada dia, as mulheres veem aumentando sua participação e galgando posições em empresas privadas e públicas.

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

O Gênero feminino empenha-se para originar seu negócio, procurando algo mais razoável do que o ato comum de obter dinheiro. São vários os motivos que as levam a abrirem seus empreendimentos. Elas não buscam somente retribuições de cunho financeiro, mas sim a realização pessoal, o bem-estar de sua família, além de terem o sentimento de contribuição para com a sociedade. Elas detêm finalidades mais extensas, sentem prazer em saber que são úteis e preocupam-se com as necessidades e dilemas que venham afetar outros indivíduos.

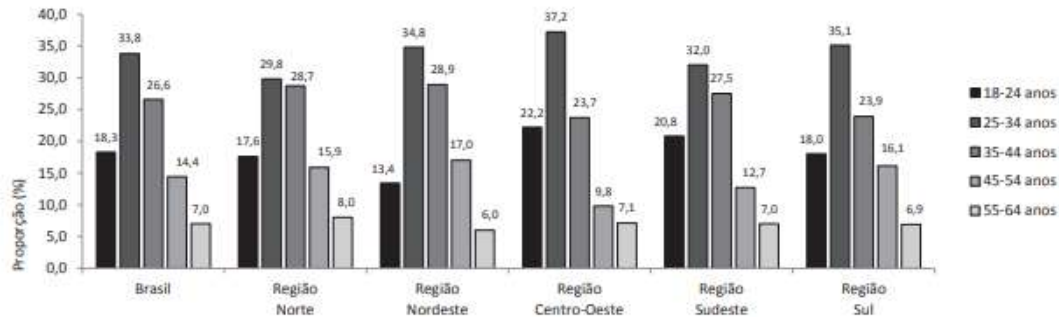
No entanto, por mais que a participação do gênero feminino seja considerada algo positivo, alguns impasses afetam direta ou indiretamente o bom andamento de seus negócios, e muitas vezes, fazem com que as mesmas desistam de continuar com o novo empreendimento.

Nesta linha, pode-se destacar que os impasses que afetam os negócios levados por mulheres, são remanescentes do preconceito que ainda, erroneamente, são ligados ao gênero. Porém, a resistência é perceptível, e as mulheres estão (embora lentamente) ocupando um espaço que antes era dado como impossível, e alcançados somente por homens.

Para explicar o avanço do empreendedorismo, de acordo com dados do GEM (2012), levando em consideração a média de pessoas adultas brasileiras de 25 a 34 anos, o índice de empreendedorismo chegou a 33,8% das pessoas. Ou seja, essa faixa etária é predominante entre

os empreendedores iniciais. Com base nas pessoas de 35 a 44 anos, temos o percentual de 26,6% quando tratamos do iniciar a empreender. Para esboçar esses dados, o gráfico 3 aponta a faixa etária dos empreendedores em estágio inicial no Brasil e suas regiões.

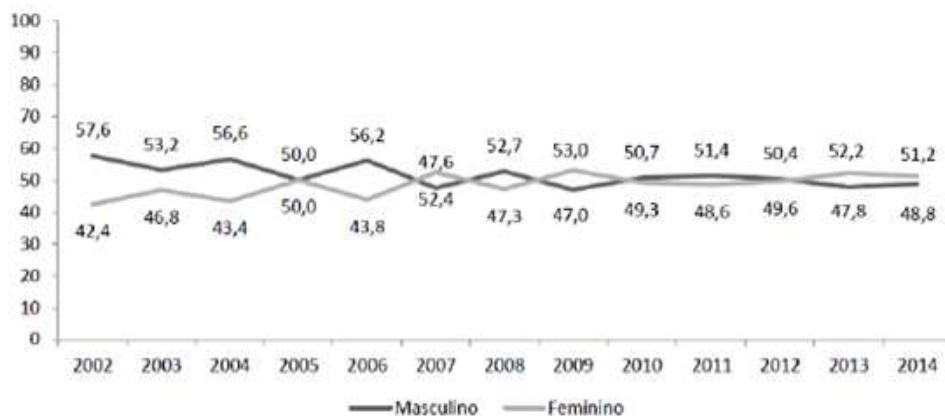
Gráfico 3 – Empreendedores em estágio inicial por faixa etária no Brasil



Fonte: GEM 2012

A pesquisa GEM (2014) apontou uma maior equiparação entre os gêneros, pois dentre os empreendedores iniciais, a cada 1,06 mulheres se tinha 1 homem. Em outros países, como os Estados Unidos, essa diferença era maior: a cada 1,47 homens iniciando um novo negócio, havia 1 mulher na mesma situação. De 2002 a 2006, os homens eram responsáveis pelo maior percentual de abertura de novos empreendimentos no Brasil, mas, em 2007 houve uma reviravolta e a tendência histórica de que os homens eram a maioria dos empreendedores brasileiros deixou de existir, assim as mulheres passaram a representar 52,4% dos novos empreendedores, contra 47,6% dos homens. Esse resultado se repetiu nas pesquisas dos anos 2009, 2013 e 2014 como pode-se observar no gráfico abaixo:

Gráfico 4 - Evolução da distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo gênero.



Fonte: GEM Brasil (2014)

A pesquisa GEM (2014) a nível mundial, apresentou que o Brasil foi o país que mostrou a menor diferença entre empreendedores masculinos e femininos. Ou seja, homens e mulheres aparecem como igualmente ativos na abertura de novos negócios.

2.5 Empreendedorismo Feminino no Município de Pacoti-CE

Mais de que um celeiro turístico, Pacoti tem se destacado como um município propício para empreender na região do maciço de Baturité. A conexão entre mulheres e a busca ativa por uma renda fixa, convertendo garra em sabedoria, faz com que o município, tradicionalmente, tenha mais mulheres que homens no meio empreendedor. Nesse sentido, a cidade ganhou novos empreendimentos liderados pela força feminina, gerando novos caminhos principalmente nos setores: farmacêutico, político, moda, alimentação, saúde e bem-estar.

Em teoria, o empreendedorismo feminino na cidade de Pacoti é visto como pequenos negócios e geridos por mulheres. Contudo, na prática, empreender ultrapassa tal acepção. Na cidade, a força feminina chama a atenção pela organização e liderança, contribuindo fortemente para o rompimento de vários cadeados sociais que ainda são rotineiros não somente na cidade, mas também, no país.

Antes, o que era um ambiente comercial amplamente masculino e ligado ao poder da autoridade, passou a ganhar o manejo da mulher, que com sua sensibilidade derrota os obstáculos e empreende com singularidade.

No entanto, ainda existem desafios. Neste sentido, em Pacoti, as mulheres empreendedoras fundamentaram uma verdadeira mudança de perspectiva e provocaram uma transformação social marcante. Isso esboça um impacto altamente positivo na cidade, colocando no empreendedorismo local uma luz que em outros aspectos não havia.

Hoje, essencialmente, a população Pacotiense enxerga o comércio local devido à alta expansão da mulher nesse setor. Logo, a revolução que o empreendedorismo feminino abre é aquela que proporciona uma revisão na sociedade atual, tornando-o mais diversa, inovadora e inclusiva.

O empreendedorismo feminino de Pacoti surge como forma de enfrentamento ao padrão tradicional, que até então era conduzido por homens que tinham regras e conceitos próprios. A mulher Pacotiense ganhou seu lugar quando passou a impulsionar os negócios de forma diferente, tanto no âmbito profissional, como pessoal. Nesse sentido, pode-se citar o protagonismo feminino na política local, que atualmente tem quatro mulheres no poder legislativo no total de oito vereadores em atividade.

Não diferente de algumas cidades, mesmo com o progresso observado ao longo dos anos pelo empreendedorismo feminino em Pacoti, o atual cenário exhibe que ainda existem muitas melhorias a serem realizadas.

Ainda que tenhamos a tese do preconceito, um dos principais impasses que as mulheres Pacotienses enfrentam, está ligado a temas como a segurança e o receio de empreender, produto do preconceito de domínio no qual grande parcela da população é fundamentada. Para instrumentar esses cadeados, as mulheres de Pacoti procuravam e ainda procuram agrupar aspectos comportamentais e de caráter técnico, assim, se tornam cada vez mais seguras e tecnicamente montadas para desempenharem com organização o empreendedorismo.

No cenário tradicional do empreendedorismo, o bom desempenho ainda é voltado para as ideias de força e domínio, o lado feminino, por sua vez, apresenta um plano diferente e fundamental para uma gestão efetiva e transformadora. Por tudo isso, é provável que a liderança feminina em Pacoti cresça ainda mais, principalmente fundamentada pelo contexto de crise.

Segundo a secretaria do trabalho, desenvolvimento social e empreendedorismo do município as mulheres empreendedoras na cidade encontram-se divididas nos diversos setores, principalmente no terceiro setor referente ao comércio. A maioria dessas empreendedoras iniciam seus empreendimentos de forma informal e com o passar do tempo as empreendedoras formalizam seu negócio através do progresso. O apoio e o auxílio familiar são de suma importância para alavancar os empreendimentos dessas mulheres, a prefeitura também estimula através de cursos profissionalizantes para que elas possam aprimorar seus conhecimentos sobre empreendedorismo. (PREFEITURA MUNICIPAL DE PACOTI-CE, 2019).

Portanto, é perceptível que o empreendedorismo feminino age como um catalisador de transformação e uma enorme captação social. Por esse motivo, em Pacoti a mulher é sinal de coragem e valorização. A busca por condições de um trabalho digno ainda parece ser longa, mas a força feminina já confirma ter potencialidade e envergadura para moldar um comércio criativo, inovador e renovador.

3. METODOLOGIA

Gonçalves (2006) define pesquisa como sendo “um conjunto de procedimentos que visam produzir um novo conhecimento e não reproduzir, simplesmente, o que já se sabe sobre um dado objeto em um determinado campo científico”. Nesta subdivisão do trabalho, serão apresentados os procedimentos empregues para a produção desta pesquisa. Exemplificando a especificação da pesquisa, campo amostral, coleta e análise de dados apurados.

3.1 Especificação da Pesquisa

Para a especificação da pesquisa, serão tidos como suporte os instrumentos apresentados para seu desenvolvimento. De acordo com Gil (2008, p.26) “o objetivo principal da pesquisa é adquirir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

3.2 Quanto aos Objetivos

Conforme Vergara (2000), a pesquisa deve ser agrupada como fins e em relação aos meios. Referindo-se aos fins, Vergara ressalta que a pesquisa pode ter caráter exploratório, descritivo, explicativo, metodológico, aplicado ou intervencionista; em relação aos meios de averiguação pode-se atuar com pesquisa de laboratório, pesquisa de campo, pesquisa bibliográfica, pesquisa experimental, pesquisa documental, estudo de caso e pesquisa-ação.

Na estruturação deste documento foi utilizado a pesquisa exploratória/descritiva. No caso do utensílio exploratório/descritivo, fez-se necessário porque ainda que este tema esteja em alta, não é perceptível muitas pesquisas que ressaltamos fundamentos e os impedimentos enfrentados para a inserção do gênero feminino no empreendedorismo.

3.3 Quanto aos procedimentos

Iniciando os meios ou estratégias técnicas, a análise foi bibliográfica, documental e estudo campo, levando em consideração os questionamentos de Vergara (2000). Pesquisa bibliográfica, pelo motivo de ser uma pesquisa que foca no estudo de materiais já veiculados por outros autores que discorrem temas ligado ao ponto “empreendedorismo feminino”, abordando assuntos seguramente pertinentes, como por exemplo: Conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, inserção da mulher no mercado de trabalho, e por fim, empreendedorismo feminino e sua importância.

A pesquisa foi documental devido a utilização de materiais descritivos em cima do instrumento de estudo, examinados em referências externas órgãos como o SEBRAE e GEM (principais responsáveis pelo levantamento de dados sobre o tema). Assim, conforme Vergara (2000) a pesquisa documental é efetuada em impressos conservados internamente nos centros públicos e privados de qualquer natureza, ou com pessoas como registros, anais, regulamentos, circulares, ofícios, memorandos, balancetes, etc.

Quanto a pesquisa de campo, Vergara (2000), destaca que pode haver diálogos e entrevistas, execução de testes e observação, realizada no local onde acontecerá a pesquisa. Desse modo, a pesquisa também é desse caráter, pois foi seguido todo um cronograma pautado com tais características afim de entender as causas e movimentos ligados ao empreendedorismo da cidade de Pacoti-CE.

A pesquisa quanto a abordagem do problema, pode ser considerada quantitativa e qualitativa partindo do desígnio que segundo Roesch (2006, p. 125) “em princípio, qualquer tipo de projeto pode ser abordado da pesquisa quantitativa e qualitativa [...]”. No contexto de abordagem este estudo será de caráter quantitativo, na qual as informações coletadas servem de base para a análise dos dados deste estudo. Sendo capaz também, ser qualificada como qualitativa, uma vez que, terá a finalidade analisar comparativamente o perfil das empreendedoras de destaque por meio da aplicação de um formulário.

3.5 Campo Amostral

Segundo as definições de Vergara (2000), a população é o grupo de fundamentos que dispõem de atributos que podem ser utensílios de pesquisa, e a amostra é o fragmento desta população que pode ser adotado levando em ponto um determinado método de representação. Para Morettin (2009), população é quando há um conjunto formado por indivíduos ou objetos que tem pelo menos uma variável comum e observável, amostra ocorre quando fixada uma população, qualquer subconjunto formado a partir dos seus elementos é denominado amostra da população. Referindo-se ao campo amostral, a pesquisa foi estruturada com empreendedoras no município de Pacoti-CE, por meio da realização de uma entrevista com uma pequena amostra, que visa formalizar os ramos escolhidos para o segmento e quais as dificuldades e conquistas provenientes.

Tendo em vista o fato do Município em estudo, Pacoti-CE, possuir diversas empreendedoras, esta pesquisa partiu do pressuposto de realizar um estudo com as empreendedoras que se encontram no mercado de trabalho em um período igual ou superior a

5 anos. Após pesquisa na Secretaria de Assistência Social, trabalho e empreendedorismo, verificou-se que há 12 negócios chefiados por mulheres na cidade que iniciaram há mais de 5 anos suas atividades. Estas estão distribuídas em diversos setores da economia na cidade analisada, que inclui lojas de roupas, salões de beleza, comércio varejista, alimentício, entre outros. A decisão para analisar somente empreendedoras cujo o tempo no mercado é igual ou superior a 5 anos, ocorreu principalmente pelo reconhecimento e respaldo que elas têm, que de certa forma lhes atribui destaque no município. A pesquisa foi aplicada a 12 mulheres. A técnica de coleta de dados foi aplicada às 12, o que correspondeu a 100% da população amostral.

3.6 Coleta de Dados

De acordo com Vergara (2000), na coleta de dados deve ser esclarecido os dados da pesquisa, no qual os mesmos refutem ao problema, comparando os propósitos aos meios para alcançar o efeito esperado.

Em relação a coleta de dados, foi realizada através de pesquisas bibliográficas iniciadas em maio de 2019, procurando o conhecimento necessário através de autores renomados que discutem o empreendedorismo, o empreendedorismo feminino e posteriormente iniciou-se a pesquisa de campo.

A dificuldade maior na pesquisa foram os dados de quantas empreendedoras existem no município de Pacoti, CE, para compor o embasamento teórico, através de livros, revistas, artigos e sites, como também o uso do formulário. Para Vergara (2011), “formulário é um meio termo entre questionário e entrevista. É apresentado por escrito, como questionário, mas é você quem assinala as respostas que o respondente dá oralmente”. A coleta dos dados do formulário foi realizada no período de 22 a 30 de novembro de 2019, a partir de pesquisa com as 12 empreendedoras do município de Pacoti – CE, levando em consideração o fato de que não se tratou de uma entrevista a ser realizada com toda a população feminina empreendedora, mas sim, com uma amostra escolhida pelo quesito de tempo no mercado e acessibilidade, que de acordo com Vergara (2000) é uma maneira de escolha descrita pelo fácil acesso entre elas.

Tabela 3: Ramos de atividade de negócio das empreendedoras pesquisadas

| Atividade de Negócio | Quantidade de Empreendedoras |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| Vendas de Roupas | 4 (quatro) |

| | |
|----------------------------|----------|
| Armarinho | 3 (Três) |
| Calçados | 2 (duas) |
| Mercado alimentício | 1 (uma) |
| Farmácia | 1 (uma) |
| Salão de beleza | 1 (uma) |

Fonte: Pesquisa própria (2019)

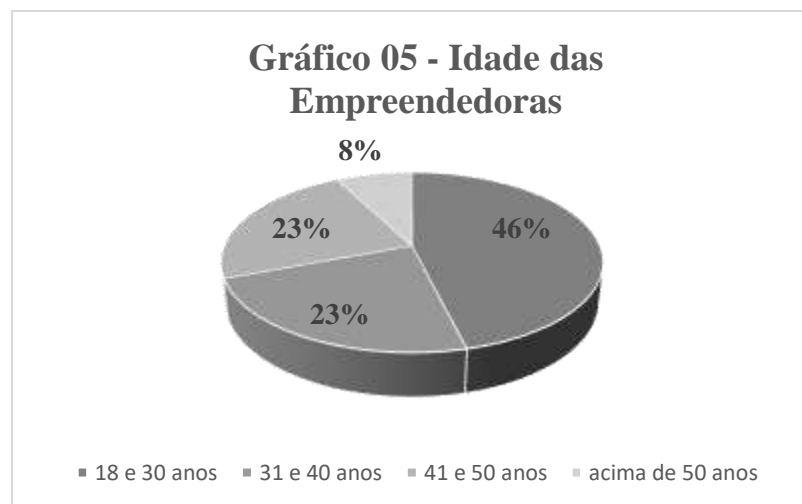
É possível perceber na Tabela 3 que as mulheres estão investindo em diversos ramos de atividade de mercado. A questão é a afinidade e o conhecimento no ramo a qual investe. Por este motivo destaca-se em números o ramo de atividade de negócio das empreendedoras pesquisadas.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise de dados segundo Severino (2007) é a parte da pesquisa onde se critica as informações da mesma para verificar a autenticidade das informações e atestar a discussão da mesma.

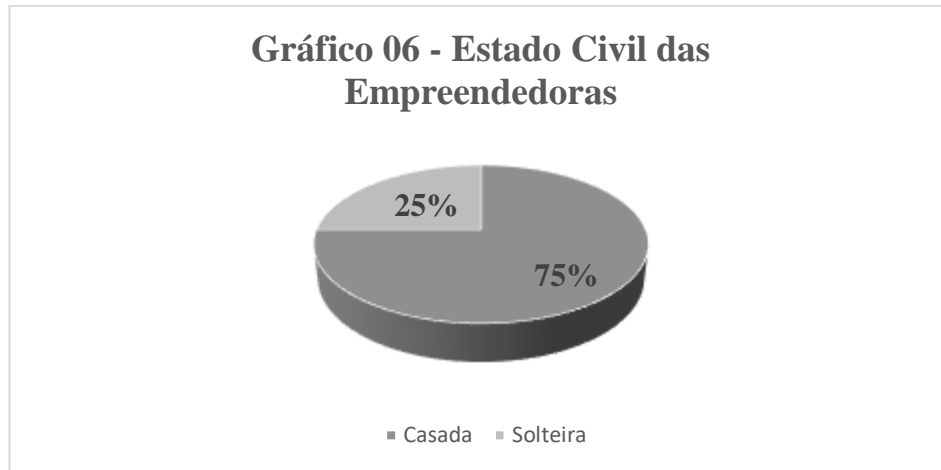
Os dados foram analisados individualmente, partindo das respostas obtidas. Para tal, foram utilizadas perguntas objetivas para as empreendedoras com o objetivo de provocar uma maior reflexão sobre os aspectos abordados. Buscou-se, nesta pesquisa, assegurar a veracidade dos dados assim como a importância dos mesmos no contexto do Empreendedorismo feminino.

Neste capítulo realizou-se a análise dos dados coletados junto às 12 empreendedoras escolhidas do município de Pacoti-CE. Os dados apresentados a seguir correspondem à análise das características gerais (perfil socioeconômico e empreendedor) das empreendedoras.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

O Gráfico 5 demonstra que das 12 empreendedoras entrevistadas, 46% tem entre 18 e 30 anos de idade, 23% entre 31 e 40 anos, 23% entre 41 e 50 anos e as que se encontram acima de 50 anos representam cerca de 8% do total. A empreendedora entrevistada acima de 50 anos, relatou que encontra dificuldades por conta da idade: *“Eu não tenho tanta disposição e pique para trabalhar como algumas das empreendedoras do mesmo ramo que eu, as vezes não abro minha loja por não ter condições físicas para aguentar horas de trabalho.”* Os dados do gráfico não coincidem totalmente com os dados da pesquisa GEM (2017) detalhada no item 2.4 desta pesquisa, onde foi abordada a faixa etária da mulher brasileira empreendedora que está entre 40 e 64 anos.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

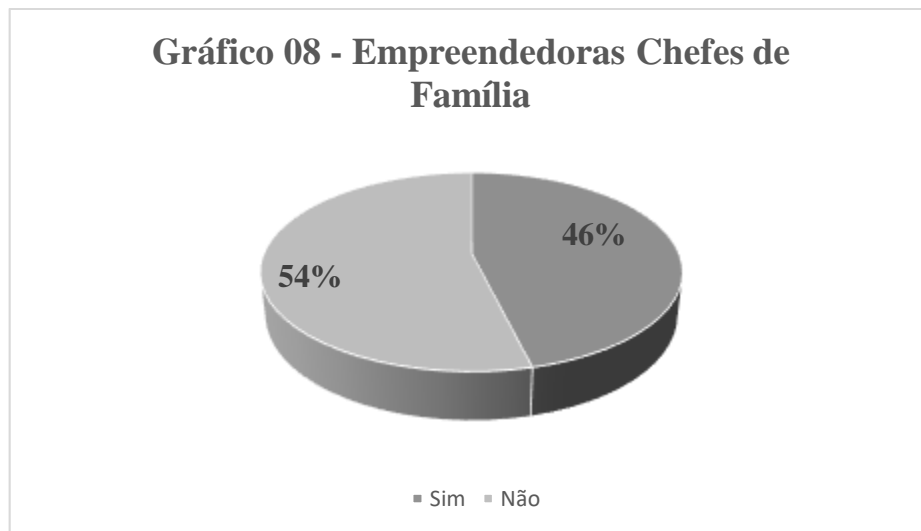
Conforme Gráfico 6, quanto ao estado civil das empreendedoras entrevistadas, 75% assumiram ser casadas. Uma das entrevistadas relatou: *“Muitas mulheres acham que é somente obrigação do marido pôr dinheiro dentro de casa e que a mulher deve apenas cuidar da casa e dos filhos, eu discordo totalmente, nunca gostei de ficar parada sem trabalhar, eu sempre procurei ajudar meu marido de alguma forma.”* Isso mostra que não existe acomodação de suas partes por serem esposas e donas de casa. Já as 25% restantes declararam ser solteiras. Não houve confirmação de outras condições de estado civil.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

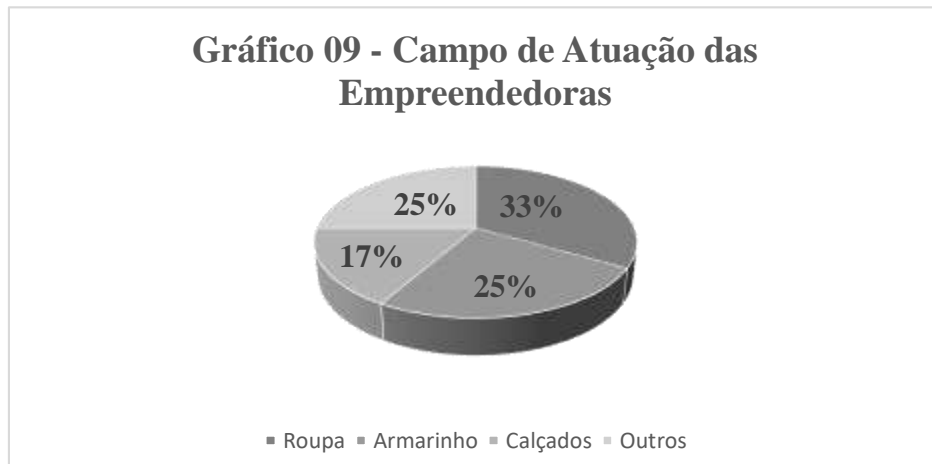
Pode-se observar no Gráfico 7 que das entrevistadas 67% tem filhos, enquanto 33% afirmaram não ter. Esses dados provam que ao contrário do que muitos pensam, filhos não atrapalham quem tem vontade de empreender. Uma das entrevistadas relatou o seguinte: *“Tenho filhos pequenos e marido, é muito difícil sair de casa para trabalhar e não passar muito*

tempo com eles, mas tenho que correr atrás do meu dinheiro para ajudar meu marido na renda de nossa casa. Passo o dia fora de casa e só chego muitas vezes a noite. Quando chego, muitas vezes cansada, tenho que cozinhar, limpar a casa e dividir a atenção para todos”. Relatos como esse só provam o quanto essas mulheres são fortes, corajosas, cheias de garra e força de vontade.



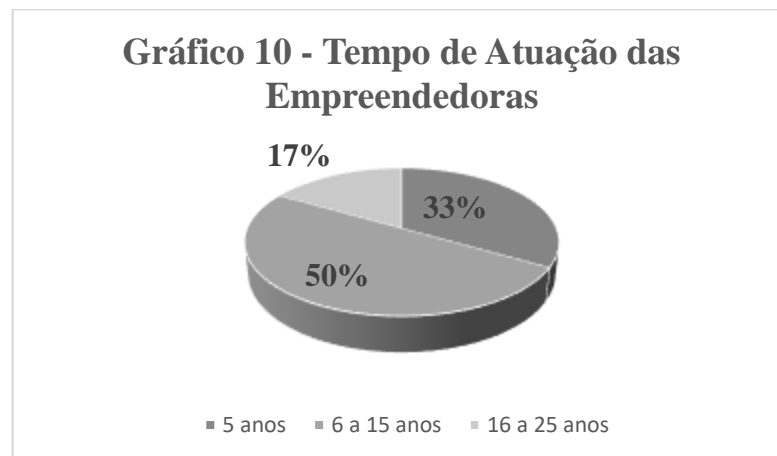
Fonte: Pesquisa própria (2019)

Do Gráfico 8 acima pode-se perceber que das entrevistadas, 54% afirmaram que não são chefes de família, mas nessa pesquisa a atuação da mulher como chefe de família não deixa a desejar, 46% declararam que são responsáveis pelo sustento da casa e exaltaram a importância que o seu empreendimento tem na vida sua família. Uma das entrevistadas relatou que sofreu preconceito do próprio marido: *“Meu marido ficou desempregado e foi aí que eu decidi que iria fazer alguma coisa para obter renda. No começo ele não aceitava o fato de eu estar colocando dinheiro dentro de casa e ele não. Isso me deixou pra baixo por algum tempo, mas depois de um período ele passou a entender. Hoje, nós dois trabalhamos, mas a renda maior que entra dentro de casa é a minha.”* Houve uma alteração na dinâmica familiar no século XX, que correspondia a chefia das mulheres em alguns lares brasileiros. Esta é uma realidade que vem se intensificando na sociedade brasileira com o passar dos anos. De acordo com dados do IBGE, no ano 2000, 22,2% das famílias eram chefiadas por mulheres. No último Censo, em 2010, o índice se chegou a 37,3%. As mulheres estudadas nesta pesquisa estão acima da média divulgada pelo SEBRAE (2013) mostrando que cerca de 40% das empreendedoras são chefes de família.



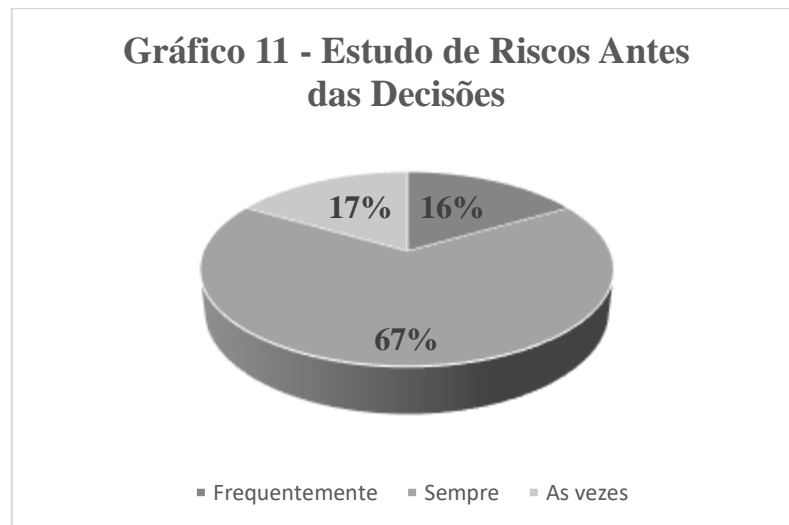
Fonte: Pesquisa própria (2019)

Conforme Gráfico 9, das empreendedoras entrevistadas, 33%, o que corresponde a maioria, atuam no setor de roupas: *“Trabalhar com algo que eu sempre gostei é muito motivador, passei alguns anos trabalhando pra outras pessoas, mas sempre tinha o objetivo de abrir minha própria loja de roupa, hoje realizei meu sonho e tenho lojas em outras cidades, quero continuar prosperando nesse mercado”*, relatou uma das entrevistadas. No ramo calçadista encontram-se 25% das entrevistadas, 25% no comércio de armário e as demais formam 17% que atuam em setores de comércio alimentício, farmacêutico e beleza. No que tange ao campo de atuação das empreendedoras, as 12 entrevistadas pertencem ao terceiro setor da economia. Segundo Freitas (2014), o terceiro setor está diretamente ligado à prestação de serviços e ao comércio em geral, principalmente ao comércio varejista.



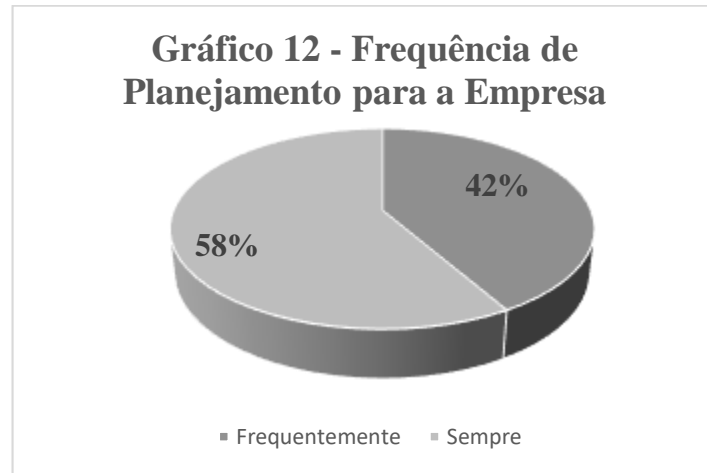
Fonte: Pesquisa própria (2019)

De acordo com o Gráfico 10 a maioria das empreendedoras encontra-se no ramo de atividade entre 6 a 15 anos, correspondendo a 50%. Das entrevistadas cerca de 33% está atuando entre 16 e 30 anos e 17% atuam no mercado há 5 anos. Das entrevistadas, uma relatou que não imaginava passar tanto tempo no empreendimento: *eu achei que era algo momentâneo, não tinha muita fé que meu negócio iria se estender por tanto tempo, principalmente porque eu não tinha muito conhecimento empreendedor*. No que corresponde ao tempo de atuação das empresas no mercado de trabalho, SILVA (2012) relata que metade das empresas não resiste ao terceiro ano de duração e fecham as portas, diante disso as empreendedoras entrevistadas são exceções, pois de acordo com a pesquisa 50% delas encontram-se no mercado há mais de 5 anos.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

No Gráfico 11 o resultado dos dados coletados é positivo, ao representar 67% das entrevistadas sempre realizando análises antes de tomar decisões e estudando os riscos. Uma das entrevistadas afirmou: *“no mercado atual é muito arriscado agir sem conhecer e estudar os riscos. Eu sempre realizo estudos para eu não ser pega de surpresa.”* Ainda, 17% fazem a análise dos riscos frequentemente antes da tomada de decisão e os outros 16% restante, assumiram que somente as vezes realizam o estudo para analisarem os riscos. Ao relatar as características do empreendedor, Dornelas (2005), afirma que eles são indivíduos que assumem riscos calculados, sabendo quais as reais chances de sucesso, para ele os empreendedores são estimulados pelos desafios.



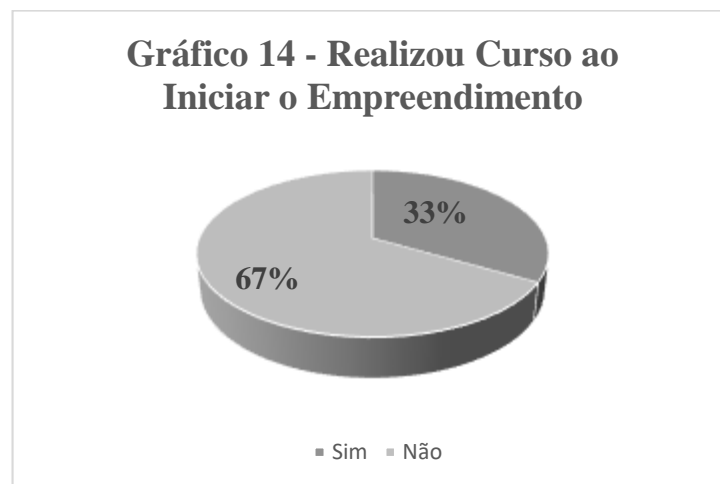
Fonte: Pesquisa própria (2019)

Planejamento é uma forma de garantir o bom desempenho do empreendimento, diante disso, foi questionado a frequência com que as empreendedoras realizam o planejamento de sua empresa. De acordo com o gráfico 12 das 12 entrevistadas, 58% responderam que sempre realizam o planejamento e 42% relataram que fazem o planejamento da empresa de forma frequente. *“Eu procuro sempre realizar um planejamento para minha empresa e levo em consideração fatores importantes como análise da concorrência e também clientes e fornecedores, além de acompanhar as oportunidades e as ameaças que norteiam a empresa”*, afirmou uma das empreendedoras.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

Dornelas (2005), cita ainda outra característica forte do empreendedor que diz respeito ao conhecimento. Com relação a esse assunto ele afirma que os empreendedores são sedentos pelo conhecimento e entendem que quanto maior for esse conhecimento maior as chances de sucesso do negócio. Diante disso, de acordo com o Gráfico 13, todas as entrevistadas responderam que sempre buscam estar atualizadas sobre o seu ramo de atividade e ressaltaram a importância disso para o bem-estar e desenvolvimento do empreendimento. As empreendedoras do ramo de roupas e calçados ressaltaram ainda, o fator concorrência que norteia o mercado e afirmaram que precisam estar sempre informadas das tendências novas que surgem para não ficarem ultrapassadas e conseqüentemente não ter um bom fluxo de clientes. *“O processo de globalização facilitou muito a vida de quem quer empreender, da mesma forma que criou muita competitividade no mercado, então é muito importante estar sempre atualizada sobre o tipo de mercado escolhido”*, relatou uma das empreendedoras.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

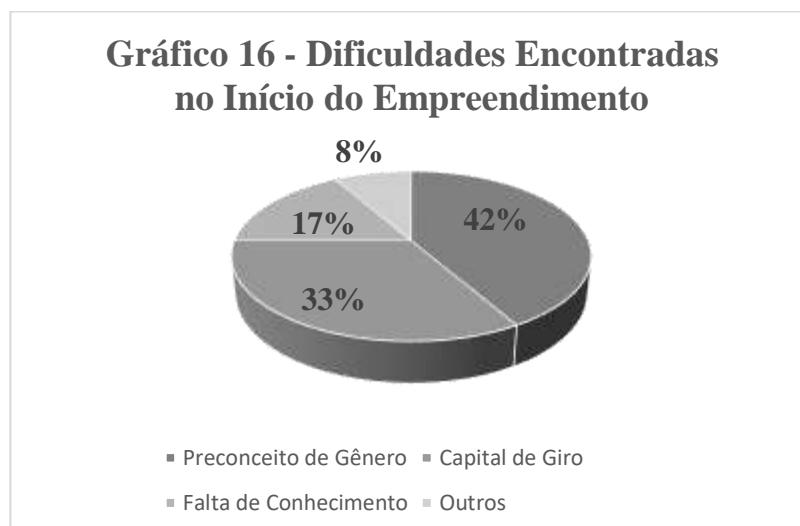
Outro aspecto que buscou-se identificar, foi se as empreendedoras realizaram algum curso quando iniciaram suas atividades empreendedoras. O Gráfico 14 mostra que 67% das entrevistadas tiveram a iniciativa de realizar cursos voltados para o empreendedorismo: *“É muito importante obter conhecimento principalmente na área de vendas e marketing, pois para mim eles são os dois pilares para quem deseja empreender. Havia em mim um receio por nunca ter tido nenhum contato com o ramo empreendedor, por isso, eu realizei vários cursos para ficar por dentro de tudo”*, relatou uma das empreendedoras. Já 33% delas relataram que não tiveram oportunidade de realizar um curso no início do empreendimento, mas realizaram ao longo do tempo cursos gratuitos ofertados pela prefeitura de Pacoti. Relataram também que não

buscam cursos constantemente, por falta de condições visto que muitos desses cursos são particulares.



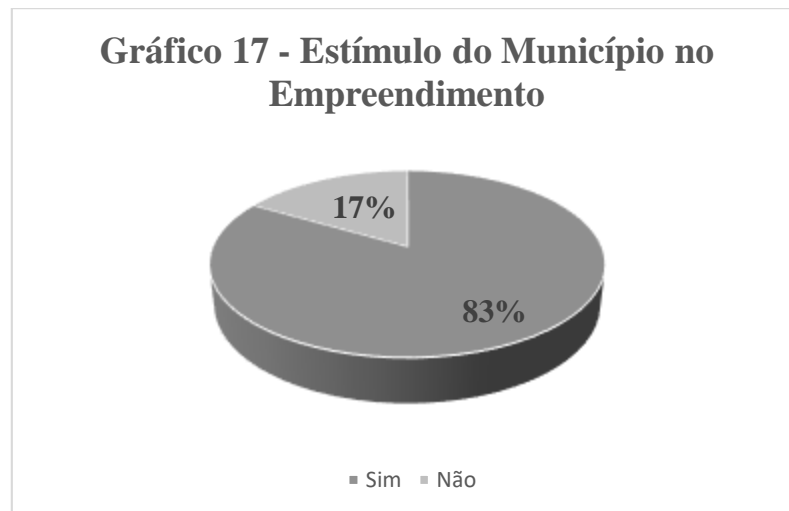
Fonte: Pesquisa própria (2019)

São inúmeros os fatores que influenciam alguém a realizar um empreendimento. Por esse motivo, buscou-se compreender o que levou essas mulheres a empreender. O Gráfico 15 mostra que 42% das entrevistadas empreendem pois buscam, acima de tudo, ter sua independência financeira. *“Eu sempre gostei de ser independente e ganhar meu próprio dinheiro, esse foi um dos maiores motivos que me levaram a empreender, além de trabalhar com o que eu gosto e seguir minhas próprias regras”*, relatou uma das entrevistadas. Com 25% estão as que empreendem para ajudar na renda familiar e, também as que entram no meio empreendedor por falta de emprego. Os 8% são constituídos por outros motivos como por exemplo insistência de familiares, ou por ter herdado o empreendimento de algum parente.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

O Gráfico 16 aborda as maiores dificuldades enfrentadas no início do seu empreendimento pelas entrevistadas. A maior delas, com 42%, foi o problema de preconceito de gênero o que mostra que ainda hoje há muita distinção entre homens e mulheres. Com 33% vem o problema de capital de giro, uma das entrevistadas relatou que foi necessário contratar alguém para ter ajuda nesse quesito *“quando eu abri o negócio não tinha noção do quanto a parte financeira era burocrática, eu gastava mais do que obtinha lucro, sentia muita dificuldade em entender o capital de giro”*. Posteriormente com 17%, vem o problema causado pela falta de conhecimento. *“Eu cai meio de paraquedas nesse negócio, não entendia como funcionava nada, não tinha nenhum conhecimento sobre o ramo e quase fechei a empresa”*, disse uma das entrevistadas. Os 8% restantes condiz a outros motivos como restrição financeira e público distante.



Fonte: Pesquisa própria (2019)

Finalizando a pesquisa, questionou-se as empreendedoras se em algum momento elas foram estimuladas de alguma forma pelo município. A maioria das entrevistadas, 83%, afirma que houve a preocupação e iniciativa do município voltada para o empreendedorismo: *“no meio desse ano a prefeitura ofertou alguns cursos voltados para a prática empreendedora e lembro que tinha empreendedores de vários setores: confeitaria, estética e beleza, ramo de reciclagem, floricultura, entre outros. Isso gerou em mim um sentimento de valorização e acolhimento”*, relatou uma das entrevistadas. Outra entrevistada relatou mais uma ação realizada pela prefeitura: *“já participei de uma feira organizada pela prefeitura para apresentar os diversos tipos de empreendimento. A feira aconteceu em praça pública e cada empreendedor tinha seu estande. Tinham empreendedores dos mais diversos ramos mostrando seus produtos, achei*

essa ação muito significativa”. Já 17% das entrevistadas, argumentaram que a prefeitura não realizou ações que contribuiriam para o seu empreendimento: *“a prefeitura já realizou algumas ações voltados para o empreendedorismo, mas nenhuma que beneficiasse o setor que atuo”*, relatou uma entrevistada.

4.1 Síntese dos Resultados

Com base nas informações obtidas através da análise dos resultados, pode-se ressaltar diversas particularidades importantes sobre esta pesquisa. Identificar o perfil das empreendedoras Pacotienses, o campo e tempo de atuação, a forma de estudar os riscos e melhorar o planejamento da empresa, remete a um conhecimento geral da questão empreendedora na cidade de Pacoti. Assim, pode-se notar que foi de fundamental importância para o desenvolvimento deste trabalho, saber sobre os aspectos abordados.

Como dito anteriormente, 46% das empreendedoras tem entre 18 e 30 anos, isso mostra que cada vez mais cedo essas mulheres empreendedoras buscam entrar para o mundo dos negócios, mostrando sua capacidade e características empreendedoras cada vez mais jovens. Notou-se ainda, que elas se enquadram no setor terciário ligado ao comércio e que ter independência financeira foi o principal motivo para elas empreenderem.

Outro fator importante que deve ser levado em conta é o estado civil e a condição de ter filhos. Observou-se que 75% das empresárias são casadas e 67% tem filhos. Estas são duas das dificuldades que as empresárias sentem ao serem empreendedoras e que pesam muito ao abrir seu próprio negócio. Segundo Andreoli e Borges (2007) as maiores dificuldades das mulheres empreendedoras é assimilar seu empreendimento com a preocupação de casa, filhos, esposo e pais. Sabe-se que para abrir um negócio, não é tão simples assim, e que existem as dificuldades para se alcançar os objetivos desejados.

Com as empreendedoras Pacotienses não foi diferente, dificuldades como preconceito de gênero, capital de giro e falta de conhecimento norteiam o empreendimento. Diante disso, muitas delas procuram soluções para sanar esses problemas, como por exemplo, intensificar seus conhecimentos através de cursos voltados para o empreendedorismo, realização de planejamento para a empresa e estudar os riscos antes da tomada de decisão.

De acordo com o diagnóstico, a prefeitura do município de Pacoti tem a preocupação de estimular as empreendedoras através de inúmeras ações voltadas para o empreendedorismo municipal, pois reconhecem que a participação da mulher nesse cenário é decisivo e contribui ativamente para o crescimento da cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou compreender as razões que influenciam na decisão das mulheres de se tornarem empreendedoras, entendendo mais profundamente o trabalho realizado pelas mulheres do município de Pacoti-CE, tendo em conta o modo como essas mulheres lutam para alcançar seu espaço no mercado de trabalho. A produção deste estudo proporcionou um vasto entendimento a respeito de temas relativos ao empreendedorismo, no qual foi possível distinguir o perfil e as características das empreendedoras Pacotienses.

Todavia, mesmo havendo certa intimidação e desconhecimento do comércio nacional para absorver algumas propostas ou concepções de mulheres, a força feminina em Pacoti segue ampliando seu ambiente em configuração responsável e intensiva.

Em Pacoti, para conduzir seus negócios as empreendedoras ainda enfrentam desigualdades, mas provam que são capazes de combater as adversidades e conquistar grandes metas. Esse alto desempenho mostra que as mulheres, cada vez mais, conquistam cargos de liderança.

Os resultados desta pesquisa foram alcançados por meio da aplicação de um questionário a uma amostra de 12 empreendedoras do município de Pacoti-CE, que responderam questões sobre o perfil socioeconômico e perfil empreendedor.

Notou-se que as empreendedoras pacotienses, tratando-se do campo de atuação, estão inseridas no terceiro setor da economia. Percebe-se também, que elas adquiriram espaço e reconhecimento ao longo dos anos, que seus empreendimentos tem maior destaque e reconhecimento do que as atividades dos empreendedores masculinos e apresentam muitas características positivas. Porém, ainda há muitos desafios pela frente, como a consolidação dos seus direitos na sociedade e o fortalecimento do seu desempenho no âmbito familiar e dos negócios.

Constatou-se que as mulheres brasileiras são as que mais se destacam na abertura de novos empreendimentos, mas a motivação para isso mudou ao longo dos anos. As mulheres empreendem principalmente por necessidade e isso se dá por diversas razões, como perda de emprego e diminuição da renda familiar. Embora existam obstáculos e problemas, as empreendedoras revelam-se como mulheres altamente competentes e com anseio de colocar em prática todo o seu potencial pessoal e profissional.

A autoestima profissional e a busca por estabilidade financeira, são fatores determinantes para que as empreendedoras de Pacoti ganhassem fôlego extra para colocar em

prática suas habilidades e investir em suas carreiras. Gerando, de tal modo, mais emprego, renda e ensejos de desenvolvimento para outras mulheres.

O grande interesse da maioria dessas empreendedoras, na verdade, é obter o respeito das pessoas, conseguir conciliar o trabalho com horas de dedicação para família e assim manter uma relação saudável com filhos, familiares. Além disso, ser uma boa ouvinte e estar sempre aberta a opiniões de funcionários, fornecedores e outros companheiros de trabalho enriquece o conhecimento e auxilia na elaboração de uma carreira cada vez mais segura.

À frente da clareza do perfil das empreendedoras pacotienses, este trabalho espera colaborar com os agentes econômicos responsáveis pela geração de ações e elaboração de políticas públicas voltadas a mulher, com o objetivo de focalizar, estimular e apoiar as mulheres a inserir-se mais dinamicamente no processo empreendedor, pois as mulheres são agentes ativos que transformam e movimentam a economia do município.

De acordo com os dados desta pesquisa, pode-se concluir que o empreendedorismo é uma das chaves para o progresso de um país, que o mesmo deve ser estimulado e que a inserção da mulher nessa conjuntura representa um caminho em direção à liberdade. Observou-se que os objetivos do presente estudo foram cumpridos, pois foi possível realizar uma ligação entre os objetivos estipulados, o embasamento teórico utilizado e os resultados obtidos através das entrevistas realizadas. Acredita-se que os resultados desta pesquisa trarão benefícios àquelas que almejam se aventurar no movimento empreendedor, bem como, para os estudantes do curso de Administração Pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ANDREOLI, T.P.; BORGES, W. A. **Empreendedorismo Feminino: Uma análise do perfil empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um pequeno negócio**. Paraná, 2007.
- BRASIL. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 22 de Dezembro de 2019.
- BRUSCHINI, C. **Trabalho feminino no Brasil: novas conquistas ou persistência na discriminação**. 2000. Disponível em: <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/lasa98/Bruschini.pdf>>. Acesso em: 16 Maio 2019.
- CABRAL, M. R. **O mercado de trabalho na década de 90: um mundo em transformação**, 1999. Disponível em: <<http://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/sociologia/analise-historica-mulher-mundo-trabalho.htm>>. Acesso em: 16 maio 2019.
- CASSOL, Neidi K. **A Produção Científica na área de empreendedorismo feminino: análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI)**. 2006. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau. 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.
- CONSULADO DA MULHER. <http://consuladodamulher.org.br/consuladodamulher/>. Acesso em: 20 de novembro de 2019
- DOGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-hill, 1989.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 30ª ed. São Paulo: Cultura, 2006
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUKER, P.F., **Inovação e Espírito Empreendedor**, Editora Pioneira, São Paulo, 1987.
- FRANCO, M. M. S. **Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas**. 2014. Disponível em: <<http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>>. Acesso em: 12 de outubro de 2019.
- FREITAS, Eduardo. **Globalização: globalização é a fase mais avançada do capitalismo**. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/geografia/globalizacao.htm>> Acesso em: 30 de novembro de 2019.
- GARCIA, Lucelene. **A mulher e a evolução dos seus direitos**. Disponível em: <<http://espaco-vital.jusbrasil.com.br/noticias/1944790/a-mulher-e-a-evolucao-dos-seusdireitos>>. Acesso em: 13 de Julho de 2019
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, A. F. **Mulher e Gestão**. São Paulo: Revista de Gestão USP, v.12, n.3 p.1-9, julho/setembro 2005.

GOMES, Cristina. **Revolução Industrial**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/revolucao-industrial/>>. Acesso em: 15 de julho de 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2005)**

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2011)**. Curitiba: IBQP, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2017)**

Hisrich, R. D., & Peter, M. P. (2004). **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman.

MENDES, Ilba. **A evolução histórica do trabalho**. Disponível em: <<http://www.ibamendes.com/2011/06/evolucao-historica-do-trabalho.html>>. Acesso em :15 de Julho de 2019

MONTEIRO, Malu; SITA, Mauricio. **Damas de ouro: a inteligência felicidade em ação**. São Paulo: Ser Mais, 2013. Disponível em: < <http://books.google.com.br/books?id=GxVQAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 25 out 2019.

MORAIS, Simone de. **Mulheres empreendedoras no Brasil: fatores que as levam a empreender**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/empreendedorismo/mulheresempreendedoras-no-brasil-fatores-que-as-levam-a-empreender/85498/>>. Acesso em: 12 de Outubro de 2019

MORETTIN, Luiz Gonzaga. **Estatística básica: probabilidade e inferência**. São Paulo. Pearson. 2009.

PNAD. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Disponível em https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf. Acesso em: 14 de janeiro de 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PACOTI-CE. **Secretaria do trabalho, desenvolvimento social e empreendedorismo**. Pacoti, 2019.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. **A mulher em dois em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade**. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. <http://www.redemulherempreendedora.com.br/>. Acesso em 20 de novembro de 2019.

ROESCH, Sylvia M. Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SEBRAE, **Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo 2017**. 2017. Disponível em:http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 06 jun. 2019

SEBRAE. **Em uma década Empreendedorismo feminino aumenta mais de 20%**. Disponível em:<http://www.df.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/DF/empreendedorismo-feminino-aumenta-mais-de-20,6758cd8ca8906410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 13 de julho de 2019

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA. Pollyane Lima. **No Brasil, metade das empresas não chega ao terceiro ano**.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 13. ed: Atlas. São Paulo. 2011.

ANEXO I – QUESTIONÁRIO APLICADO

Este questionário tem o intuito de arrecadar dados para o trabalho de conclusão do curso de Administração Pública (Presencial) da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro Brasileira (UNILAB), onde o objetivo deste é observar o perfil das mulheres empreendedoras do município de Pacoti, CE.

1-Idade:

- entre 18 e 30 anos
- entre 31 e 40 anos
- entre 41 e 50 anos
- acima de 50 anos

2 – Estado Civil

- Solteira
- Casada
- Divorciada
- Viúva
- Outros

3 - Tem filhos?

- Sim Não

4- Você é Feche de família?

- Sim Não

5- Qual ramo de atividade você atua? _____

5- O que levou você a empreender?

- Falta de emprego
- Conquistar independência financeira
- Ter liberdade de tempo
- Ajudar na renda familiar
- Outros _____

6- Quanto tempo atua nesta atividade?

- 5 anos
- 6 à 15 anos
- 16 à 25 anos
- mais de 25 anos

7 - Você costuma estudar os riscos antes de tomar decisões?

- Frequentemente
- Sempre
- As vezes
- Nunca

8- Você está sempre atualizada sobre o mercado em que atua?

- Frequentemente
- Sempre
- As vezes

Nunca

9 - Com que frequência você faz planejamento para a empresa?

Frequentemente

Sempre

As vezes

Nunca

10 – Realizou curso ao iniciar o empreendimento?

Sim Não

11- Qual motivo levou você a empreender?

Independência Financeira

Ajudar na renda familiar

Falta de emprego

Outros _____

12 – Quais as dificuldades enfrentas no início do empreendimento?

Preconceito de gênero

Capital de giro

Falta de conhecimento

Outros _____

13 – Você já teve algum estímulo do município em seu empreendimento?

Sim Não