



**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO
BRASILEIRA**

INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

FRANCISCA EDMARA RIBEIRO DA SILVA VIDAL

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DA ATUAÇÃO DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS NO MERCADO CENTRAL DE REDENÇÃO-CE**

REDENÇÃO-CE

2022

FRANCISCA EDMARA RIBEIRO DA SILVA VIDAL

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DA ATUAÇÃO DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS DO MERCADO CENTRAL DE
REDENÇÃO-CE.**

Monografia apresentada como requisito para
obtenção de título de Bacharel em
Administração Pública na Universidade da
Integração Internacional da Lusofonia Afro-
Brasileira, UNILAB- Campus dos Palmares

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima

REDENÇÃO-CE

2022

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

Vidal, Francisca Edmara Ribeiro da Silva.

V692e

Empreendedorismo feminino: um estudo da atuação das mulheres empreendedoras do mercado central de Redenção-Ce / Francisca Edmara Ribeiro da Silva Vidal. - Redenção, 2022.

74f: il.

Monografia - Curso de Administração Pública, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2022.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima.

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres. 3. Ceará. I. Título

CE/UF/BSP

CDD 338.0981

FRANCISCA EDMARA RIBEIRO DA SILVA VIDAL

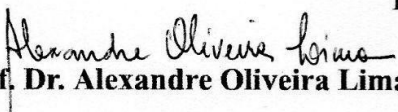
**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DA ATUAÇÃO DAS
MULHERES EMPREENDEDORAS DO MERCADO CENTRAL DE
REDENÇÃO-CE.**

Monografia apresentada como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração Pública, na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, UNILAB- Campus dos Palmares.

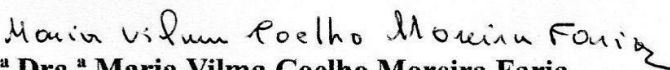
Data: 21/07/2022

Nota: 10,0

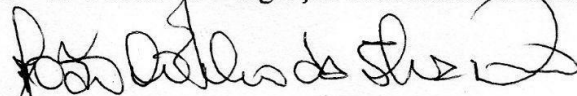
BANCA EXAMINADORA:


Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima – (Orientador)

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira-UNILAB


Prof.ª Dra.ª Maria Vilma Coelho Moreira Faria

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira-UNILAB


Prof.ª Dr. João Coelho da Silva Neto

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira-UNILAB

Aos meus pais, Lenilda Ribeiro e Wellington Forte, que sempre me incentivam a estudar e buscar um futuro melhor para mim e ser a mulher batalhadora que sou hoje, dizendo que o estudo é a grande oportunidade para se vencer na vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que é meu sustento e que me concedeu saúde, sabedoria e discernimento para ir em busca dos meus sonhos e objetivos, sendo sempre meu escudo e minha fortaleza.

Aos meus pais Lenilda e Wellington que sempre estão do meu lado, me apoiando em todas as minhas decisões, não medindo esforços para seguir em frente com meus estudos, me incentivando a nunca desistir apesar dos obstáculos da vida.

A minha irmã Érica que sempre me incentivou e me apoiou, sempre sendo minha companheira, me aconselhando de forma doce e paciente.

Ao meu orientador, professor Doutor Alexandre Lima que sempre estava disposto a me ajudar na conclusão do meu trabalho. Agradeço imensamente pela sua dedicação, paciência e todo o suporte que pôde me proporcionar.

À Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro Brasileira, todos os docentes do Curso de Administração Pública e ao corpo administrativo, que me proporcionou imensa alegria em fazer parte desta grande Instituição, onde pude absorver todo conhecimento necessário para a minha área, como também houve momentos de obstáculos e desafios, mas que cooperaram para meu amadurecimento como pessoa e como profissional.

As empreendedoras que disponibilizaram seu tempo para responder aos meus questionários, colaborando imensamente para o desenvolvimento e conclusão do meu trabalho.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha trajetória acadêmica.

Muito obrigado!

“Entrega o teu caminho ao Senhor; confia nele, e
ele tudo fará. ”

(Salmos 37: 5)

RESUMO

O empreendedorismo feminino é uma realidade cada vez mais presente nos dias atuais, onde as mulheres através do ato de empreender, conseguem o seu espaço no mercado de trabalho. Com isso, o presente estudo tem como objetivo geral de identificar as principais características da atuação das mulheres empreendedoras do Mercado Central de Redenção, Ceará e às razões pelas quais as levaram a empreender, e como objetivos específicos, conhecer as principais características das mulheres empreendedoras do município, identificar as razões que as levaram a empreender em Redenção e verificar se há apoio institucional ou municipal para o empreendedorismo. No tocante a metodologia, a pesquisa realizada é exploratória, com abordagem qualitativa e quantitativa, utilizando um questionário estruturado e aplicado com trinta mulheres em que foi possível obter informações relevantes à pesquisa. Com os resultados obtidos foi possível identificar que as maiores dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras de Redenção foram a falta de dinheiro para o capital, falta de experiência e não ter formação específica. Conclui-se que as mulheres possuem características como: persistência, determinação, comprometimento com os empreendimentos, autoconfiança e disposição para adquirir conhecimentos novos.

Palavras-chave: Características. Empreendedorismo feminino. Empreendedorismo. Mulheres.

ABSTRACT

Female entrepreneurship is a reality increasingly present nowadays, where woman through the act of entrepreneurship to undertake, get their space in the job market. With that, the present study has as general objective to identify the main characteristics of the performance of the woman entrepreneurs of the Central Market of Redenção, Ceará and the reasons why they take to undertake, and as specific objectives, to know the main characteristics of the women entrepreneurs in the municipality, identify the reasons that led them to undertake in Redenção and verify if there is institutional or municipal support for entrepreneurship. Regarding the methodology, the research carried out is exploratory, with a qualitative and quantitative approach using a structured questionnaire applied to thirty woman in which it was possible to obtain information relevant to the research. With the results obtained, it was possible to identify that the greatest difficulties faced by woman entrepreneurs in Redenção were the lack of money for capital, lack of experience and lack of specific training. It is concluded that women have characteristics such as persistence, determination, commitment to entrepreneurship, self-confidence and willingness to acquire new knowledge.

Keywords: Characteristics. Female entrepreneurship. Entrepreneurship. Woman.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade das Empreendedoras entrevistadas.....	42
Gráfico 2 – Estado civil.....	42
Gráfico 3- Possui filhos.....	43
Gráfico 4- Número de filhos.....	43
Gráfico 5- Escolaridade.....	44
Gráfico 6- Você se considera uma empreendedora?	45
Gráfico 7- Empreendeu algum negócio antes do Mercado de Redenção?	46
Gráfico 8- Porque optou por este ramo de negócios?	47
Gráfico 9- Fator determinante para abertura do empreendimento em Redenção.....	48
Gráfico 10- Perfil de atuação no Mercado Central de Redenção.....	48
Gráfico 11- Obteve informação ou curso sobre como criar um empreendimento próprio.....	50
Gráfico 12- Dificuldades encontradas na sua trajetória por ser mulher.....	51
Gráfico 13- Tempo de existência do empreendimento em Redenção.....	52
Gráfico 14- Quantas horas trabalham por dia.....	53
Gráfico 15- Divulgação dos negócios.....	54
Gráfico 16- Pretende ampliar seu negócio/ empreendimento?	55

LISTA DE SIGLAS

GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*

SDE- Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

CLT- Consolidação das Leis do Trabalho

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1. Justificativa	16
1.2. Problemática	17
1.3.1 Objetivo Geral	18
2. EMPREENDEDORISMO	19
2.1. Conceito de Empreendedorismo	19
2.2 Tipos de Empreendedorismo	21
2.3 Características do Empreendedor	24
2.4 Desenvolvimento do empreendedorismo.....	27
3.EMPREENDEDORISMO FEMININO	30
3.1 A importância do empreendedorismo feminino.....	30
3.2 Às dificuldades e desafios do empreendedorismo feminino	32
3.3. Empreendedorismo feminino no Brasil	35
4. METODOLOGIA	37
4.1 Quanto aos objetivos	37
4.2 Quanto aos procedimentos	38
4.3 Quanto à abordagem.....	38
4.4 Quanto à Coleta de dados.....	39
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	41
5.1. Objeto de estudo: Mercado Central no Município de Redenção- Ceará.....	41
5.2. Perfil das entrevistadas	41
5.2.1 Idade das Empreendedoras Entrevistadas	41
5.3. Caracterização do negócio.....	45
5.4. Apoio institucional	56
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	58

1. INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo, assim como o perfil empreendedor, as características comportamentais e as razões que levam a prática de empreender são temas de muitos pesquisadores na área da administração nos dias atuais. Diante disto, é visível o aumento, não só dos homens no mercado de trabalho, mas também a participação das mulheres em uma maior quantidade nas atividades empreendedoras, em que executam diferentes papéis, onde mostra-se a preocupação com o enfoque do empreendedorismo feminino.

As mulheres, cada vez mais, aumentam seu espaço na sociedade no âmbito econômico ativo do país e maior participação progressiva no mundo dos negócios e não apenas em organizações já existentes, mas inclusive na formação de novos negócios (FRANCO,2014). De acordo com a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, de 2018 o Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres entre empreendedores iniciais. No ano de 2017, houve a participação de 54 países na pesquisa e a proporção de mulheres brasileiras foi a 3ª maior na relação entre homens e mulheres a nível mundial.

Segundo os dados da revista Exame (2014), a força do empreendedorismo feminino é em grande quantidade em quatro regiões do Brasil, bem como no Nordeste, onde as mulheres ainda não ultrapassam os homens, mas estão progredindo, com a estimativa de aproximadamente 49% de participação feminina em novos empreendimentos, de forma que a cada ano o perfil empreendedor se torna cada vez mais feminino e com uma maior escolaridade, onde investem cada vez mais em qualificação profissional, buscam por mais informações sobre empreendedorismo.

O que comprova esta participação feminina em novos empreendimentos é o índice de escolaridade em que 49% dos empreendimentos, a maioria são mulheres, têm pelo menos o segundo grau completo. Em contrapartida, os donos de empreendimentos estabelecidos com mais de três anos e meio de atividade, onde os homens são maioria, o índice é de 41%.

Vê-se que a mulher vem se sobressaindo em diversas áreas e setores com seus empreendimentos e desta maneira aumenta-se consideravelmente o número de mulheres que deixam de ser apenas cuidadoras do lar e dos filhos e também inúmeras dificuldades enfrentadas no mercado de trabalho, mas vem buscando do mesmo modo que os homens sua independência

e autonomia por meio do empreendedorismo. Por isso, o empreendedorismo feminino está em ênfase, por conta de todo esse processo de feminização do mercado de trabalho.

Neste contexto, a cidade de Fortaleza criou um projeto na prefeitura juntamente com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SDE) chamado Mulher Empreendedora, cujo o intuito principal é estimular as mulheres fortalezenses ao empreendedorismo feminino, onde oferecem financiamento, capacitação e consultoria gerencial para seus empreendimentos novos. O projeto tem a proposta de seleção de 120 planos de negócios de empreendedoras da cidade de Fortaleza, onde financiam a compra de máquinas, equipamentos e insumos que são voltados para a criação ou ampliação dos empreendimentos das mulheres.

Desse modo, a criação do Projeto Mulher Empreendedora, estimulou a criação de mais negócios voltados para as mulheres em Fortaleza, contribuindo para criação de políticas públicas que auxiliem às mulheres no desenvolvimento de novos empreendimentos colaborando desta forma para que a representatividade feminina seja mais valorizada, através de capacitações e apoio institucionais por parte do governo da cidade reconhecendo que as mulheres assim como os homens são capazes de serem líderes de pequenos e grandes negócios e estimulam o comércio local e o empreendedorismo feminino

Este projeto faz parte do Programa Fortaleza Competitiva, que tem como objetivo estimular o empreendedorismo feminino, dando possibilidade às mulheres de ter acesso a crédito orientado e capacitações. O edital que a Prefeitura dispõe há orientações necessárias para as mulheres que desejam ampliar seus empreendimentos, e o incentivo de geração de trabalhos e renda para as mulheres de Fortaleza.

Desta forma, é perceptível que com o projeto Mulher Empreendedora, houve grandes mudanças na economia da cidade e o aumento de oportunidades de desenvolvimento e emprego. Com a administração de seus empreendimentos as mulheres enfrentam cada vez mais diferenças e desigualdades, mas são capazes de mostrarem que podem assumir cargos de liderança. O empreendedorismo feminino apresenta esta oportunidade de trazer elementos frequentes ligados à personalidade feminina, que fazem parte da essência de todas as mulheres e que são fundamentais para uma gestão mais eficaz e transformadora. E com isto, as mulheres vem a cada dia validando o seu potencial e competência para desenvolver empreendimentos inovadores, criativos e revolucionários.

Os empreendedores executam a função de atender as necessidades oscilantes da sociedade, contribuindo para o crescimento do mercado. Deste modo, os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas aqueles que dão origem a energia e que assumem riscos em uma economia de constante transformação e crescimento” (CHIAVENATO, 2007, p.18). Segundo Dolabela (2006, p.29) “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. Pode-se dizer então que a prática de empreender não é atual, mas existe desde ‘sempre’, pois o ato de inovar faz parte do ser humano.

De acordo com o SEBRAE (2015) o aumento tendencioso da participação das mulheres no empreendedorismo como donas do seu próprio negócio é adaptável com a dada expansão de uma maior participação das mulheres no mercado de trabalho, que está extremamente ligada ao número menor de filhos, a diminuição do tamanho da família e conseqüentemente, ao aprimoramento de suas experiências e mais conhecimento através de uma maior escolaridade.

O GEM faz a medição, entre outras variáveis, da quantidade de indivíduos, que em cada país, lança-se ao empreendedorismo e a “avaliar os motivos dos empreendedores” (GEM, n.d.). O mesmo salienta que as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por dois motivos: necessidade ou por oportunidade. Estas motivações foi o ponto principal para o enquadramento do empreendedor em duas características distintas mutuamente exclusivas: empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade.

Os empreendedores por necessidade são aquela “parcela da população que se envolve com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho” (GEM, 2011, p. 89). Já os empreendedores por oportunidade formam aquela parcela da população que se “envolve com o empreendedorismo não por não ter opção de trabalho, mas por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir” (GEM, 2011, p.89).

O empreendedor que é voltado para a oportunidade é “aquele capaz de ter o poder de escolha do empreendimento dentre as opções possíveis da carreira.” (Reynolds, Bygrave, & Autio, 2002, p. 20). Segundo os dirigentes do projeto, seria possível “classificar mais de 97% dos indivíduos envolvidos em alguma atividade empreendedora, como empreendedores totalmente motivados por oportunidade ou necessidade.” (Reynolds et al., 2002, p. 20).

O empreendedorismo e o auto emprego possuem em comum a busca pela liberdade e uma total autonomia profissional. O termo auto emprego pode ser entendido como a criação do próprio emprego. Deste modo, um auto empregado é alguém que trabalha por conta própria,

onde as noções de empreendedorismo andam lado a lado. A autonomia e o controle do processo produtivo, segundo Pamplona (2001), são características fundamentais na definição de auto emprego. Sendo proprietário do seu próprio emprego e dos meios de produção necessários, onde incluem conhecimento de passos necessários à produção, o auto empregado independe de outra pessoa para a concretização da produção.

Desta forma, o auto emprego tem como objetivo o sustento do próprio indivíduo, no qual este detém a força do trabalho, os meios de produção e um conhecimento necessário para a realização desta produção, com autonomia e independência em todo o processo produtivo, onde assume riscos do negócio, recebendo uma remuneração variável, fruto dependente do seu próprio esforço.

As mulheres se identificam no empreendimento e também com o auto emprego como a opção de vida mais propícia, no que se refere à busca pelo crescimento profissional e realização pessoal. Os estudos aplicados à questão da mulher no mundo do mercado de trabalho e a leitura de artigos e publicações de cunho especial contribuem para a importância do gênero feminino no empreendedorismo e nas micro e pequenas empresas. (GRZYBOVSKI; BOSCARIM; MIGOTT, 2002; LIM; SMITH; BOTTOMLEY, 2003).

Diante deste cenário, o empreendedorismo é um processo que causa impacto no que tange o desenvolvimento da economia de um país, uma vez que criar novos negócios colaboram de forma fundamental para a geração de renda e emprego. A inserção da mulher neste processo ajuda a compreender as características e o perfil das mulheres empreendedoras; quais são os tipos de negócios que elas tendem a criar e se empreendem por necessidade ou por oportunidade.

1.1. Justificativa

A escolha do devido tema justifica-se pelo fato do empreendedorismo feminino está crescendo gradativamente, gerando inquietação e curiosidade no que se refere às razões que levaram as mulheres de Redenção a empreender, seja por necessidade ou oportunidade e que não há pesquisas relacionadas ao empreendedorismo feminino no município. Sendo possível desta forma conhecer o perfil empreendedor destas mulheres e se há algum apoio institucional ou municipal que gere incentivo ao empreendedorismo em Redenção.

Segundo o relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2010, o empreendedorismo é essencial para o crescimento da economia, pois gera mais empregos e aumenta a renda para o país e cria oportunidades para toda a população. Machado et al (2003) apontam a importância que as mulheres têm em ser pequenas e médias empresárias, pois possuem ao contribuírem como uma fonte de geração de empregos, inovação e um maior desenvolvimento da economia.

As mulheres estão cada vez mais presentes em qualquer área empresarial, seja no comércio, serviço ou na indústria, buscam alcançar um maior grau de escolaridade e conseguem conciliar facilmente a sua rotina diária e familiar.

Com esta recente inserção no mercado de trabalho, torna-se imprescindível a comparação entre o desempenho das mulheres e dos homens. Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. As mulheres têm uma total capacidade de persuasão e mostram preocupação com os clientes e fornecedores o que contribui para o progresso da empresa”. Deste modo, elas exercitam a sua inteligência emocional, evidenciando suas sensibilidades, aptidões ao modo de administrar, utilizando diferentes maneiras para a conquista da conciliação entre vida pessoal e profissional.

Diante deste cenário, desenvolve-se este estudo buscando apontar a atuação das mulheres empreendedoras no Mercado Central de Redenção, conhecendo as principais características das mulheres e as razões que as levaram a empreender.

1.2. Problemática

Este trabalho pretende responder a seguinte questão: Como se caracteriza a atuação das mulheres empreendedoras do Mercado Central de Redenção e quais as principais motivações que as levaram a empreender?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

- Identificar as principais características da atuação das mulheres empreendedoras do Mercado Central do município de Redenção e as razões pelas quais as levaram a empreender.

1.3.2 Objetivos específicos

- Conhecer as principais características das mulheres empreendedoras do Mercado Central de Redenção;
- Identificar as razões que as levaram a empreender no Mercado Central de Redenção;
- Verificar se há apoio institucional ou municipal para o empreendedorismo em Redenção.

2. EMPREENDEDORISMO

2.1. Conceito de Empreendedorismo

O empreendedorismo como assunto de estudos de pesquisa é multidisciplinar, onde aborda várias áreas de estudo que forma corrente de pensamentos, ao ser pesquisado há descobertas provenientes do pensamento econômico da gestão de empresas, comportamentos, psicológico e social. Por esta perspectiva muitas publicações são disseminadas em diferentes ramos, com diversas formas de análise, não obstante, para Machado (2011) a melhor forma de colaborar com a pesquisa sobre o tema é associar relações econômicas com a análise comportamental.

O assunto de estudo vem ganhando importância nas últimas décadas, sobretudo quanto é exposto sobre as políticas para alcançar o desenvolvimento econômico sustentado. O nível que se é medido de empreendedorismo de uma nação ou região se dá pelo fato de possuir uma influência diretamente relacionada com o desenvolvimento da economia e os níveis de emprego, trazendo uma forte ligação, visto que, quanto maior é uma atividade empreendedora menor será a taxa de desemprego de uma determinada região (BARROS, PEREIRA, 2008).

De acordo com Dolabela (2003) a origem da palavra empreendedorismo vem da língua francesa (*entrepreneur*) e significa aquele que está entre o intermediário, que se posiciona no meio ou centro. O tema sobre empreendedorismo foi projetado pelo clássico teórico e economista chamado Schumpeter que correlacionava o empreendedor com a inovação e o mesmo era um elemento essencial para o desenvolvimento da economia.

Alves (2008) admite que o termo “empreendedorismo” surgiu na França por volta dos séculos XVII e XVIII. Na língua francesa quer dizer: aquele que se compromete com um determinado tipo de trabalho ou uma atividade específica e com significado.

Elucida Hisrich (apud HISRICH, PETERS, 2009, p 29) sobre o empreendedorismo:

É o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica pessoal.

Dornelas (2008, p.6) assegura que “o empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando emprego e prosperidade”, onde alega ainda que no caso do Brasil o assunto ganhou ênfase devido à preocupação com as altas taxas de mortalidades dos pequenos negócios.

Mas de acordo com o relatório da Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2003, p.5) empreendedorismo “é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou um novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento já existente, por apenas um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já definidas. ”

De acordo com FILION (1999), o empreendedorismo trata-se de um fenômeno que se modifica de modo regional, ou seja, de acordo com comportamentos, necessidades e hábitos de cada região acarreta diretamente nos comportamentos de cada empreendedor, refletindo desta maneira no modo de agir e administrar às suas próprias empresas. No tocante, o empreendedor é capaz de modificar as culturas regionais com seus empreendimentos e comportamentos, desenvolvendo ainda mais o meio em que vive.

O empreendedorismo é uma prática que cada vez mais vem ganhando o seu espaço, na economia nos dias atuais, seu efeito está relacionado ao crescimento da economia especialmente por manifestação de novas formas de inovar, novas tecnologias, novos patamares de trabalho, havendo a melhoria na sociedade e na qualidade de vida da população (BRITTO, WEVER, 2003).

“As nações desenvolvidas têm dado especial atenção e apoio às iniciativas empreendedoras, por saberem que são à base de crescimento econômico, da geração de emprego e renda” (DORNELAS, 2003, p.07). O autor reforça percebendo que há uma ligação entre empreendedorismo e crescimento da economia que é perceptível pelos novos e melhores serviços e produtos oferecidos, que resultante geram novos postos de trabalho e riqueza para o desenvolvimento econômico. Esta ligação é notória em países que possuem grandes números de empreendimentos que, por conseguinte, são países desenvolvidos e que geram riquezas.

Existem dois tipos de forças que impulsionam o empreendedorismo, os empreendimentos de oportunidade e os de necessidade. Segundo Ângelo (2003) os empreendedores se dividem de acordo com a motivação existente em obter um negócio próprio, para desta forma designar se a iniciativa é resultado da concepção da oportunidade ou se há relação com o desemprego ou a falta de outras fontes de dinheiro, no caso uma necessidade. Deste modo, o autor salienta que as taxas de empreendedorismo estão disseminadas por necessidade e por oportunidade.

A maioria dos negócios abertos por necessidade, segundo Aidar (2007), são por falta de oportunidade no mercado. Muitas das micro e pequenas empresas são empresas familiares, que

são abertas para o sustento, onde no ano de 2002 representavam 99,2% das empresas formais do Brasil, pois necessitam de um menor valor de capital e a entrada no mercado é mais simples.

Quando se identifica uma oportunidade, o modo de aparecimento não é de forma repentina, mas é resultante da atenção de um empreendedor às possibilidades de negócio, ou na identificação de oportunidades em potencial, na realidade estão em busca de uma necessidade e de uma oportunidade para a criação de um produto/serviço melhor ou procuram um rendimento de mercado para um novo empreendimento. Distinguir uma oportunidade é essencial para fazer um plano de avaliação, onde este plano deve se concentrar na oportunidade e oferecer todo um suporte para a tomada de decisão. (HISRICH; PETERS, 2002).

“A ação de empreender é vista como prática de aprendizado – que envolve imaginação, criatividade, exploração do desconhecido e engajamento – e de oportunidade” (CAMARGO et al, 2008, p.109). Neste sentido, ao empreender as mulheres vão muito mais além de gastar dinheiro, ou de apenas obter satisfação pessoal em seu próprio negócio, elas empreendem por necessidade ou por oportunidade e para melhores condições de progresso profissional no mercado de trabalho.

A vista disto, no sentido de gerar técnicas e novos métodos ou até mesmo reutilizar do que já existe, mas que ninguém conseguiu olhar com outros olhos a realidade dos dias atuais, as inovações ao empreender tornam-se motivos de se obter sucesso e para isto existem pessoas ou até mesmo grupos de pessoas com características visionárias, que tem comprometimento em uma atividade específica e que tenha uma atitude empreendedora, onde querem fazer a diferença e fazem acontecer.

2.2 Tipos de Empreendedorismo

No que tange os diferentes tipos de empreendedorismo existentes há os mais importantes e com características e diferenças entre ambos, mas que são fundamentais para o entendimento mais aprofundado sobre o que é o empreendedorismo e de que forma ele auxilia na geração de emprego.

A sociedade atual está mudando constantemente. O empreendedorismo informal mostra-se como uma nova fonte de renda frente às dificuldades financeiras, e que na maioria das vezes é a única fonte de renda para muitos trabalhadores. O trabalho informal ainda é uma

possibilidade para muitos de reduzir o emprego assalariado e o complemento de renda da família. E é a partir disto, que surge a necessidade de pessoas com "espírito empreendedor".

Como descreve Dornelas (2005, p.28), o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora, mas por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. Nota-se, no entanto, que os rumos do trabalho estão mudando". Ou seja, o trabalho informal pode apontar uma estratégia de sobrevivência frente à perda de uma ocupação formal, quanto uma opção de vida mais propícia para aquelas pessoas que têm preferências em desenvolver o seu próprio empreendimento para ganharem mais, serem seus próprios patrões e ter sua própria autonomia.

No empreendedorismo social busca-se melhorar a sociedade por meio de projetos que visam no crescimento humano e social, onde o lucro não é o seu foco principal. O empreendedor social usa a sua liderança para colocar em prática projetos sociais que tragam benefícios e maximize o capital social de uma região ou cidade para o seu desenvolvimento de forma sustentável. Desta forma a sua contribuição para a sociedade é construir um mundo melhor (MENEGASSI; ARAÚJO, 2013).

“O empreendedorismo social surge como um conceito em desenvolvimento, mas com características estratégicas próprias, apresentando diferenças de uma gestão social tradicional” (VERGA; SILVA, 2014). No Brasil, no entanto, vemos muitas características que se assemelham a outros países quanto ao que se refere ao conceito de empreendedorismo social. Diante disto, o empreendedorismo social tem fundamentos que apontam soluções dos problemas crônicos, como a pobreza, a fome, o não acesso à educação e a falta de oportunidades iguais para todos. As ações que são desenvolvidas aspiram à inclusão social, que ao mesmo tempo podem gerar lucros, no caso do empreendedorismo de cunho social.

Outro exemplo de empreendedorismo é o digital, onde a internet possibilita um pequeno empreendimento de produtos e serviços serem expostos a qualquer pessoa que tenha acesso a rede. Por meio dessa acessibilidade os clientes podem escolher, comparar preços e prazos de entrega de forma ágil pela internet sem que haja o deslocamento de ambos. Além disso, o investimento é relativamente baixo em relação à criação de uma empresa física.

Os empreendimentos por meio da internet estão entre os setores organizacionais que mais atraem novos empreendedores. Uma das causas mais pertinentes é a questão dos investimentos relativamente baixos no que diz respeito à comparação a uma empresa física. Mas em

compensação, há a necessidade de voltar a atenção aos concorrentes, visto que na internet a concorrência é maior. (DEGEN,2009)

O maior resultado do crescimento rápido da internet foi o empreendedorismo digital, o qual acontece quando o empreendedor busca cada vez mais novas oportunidades via internet. Portanto, é através dos meios digitais que o mesmo obtém o seu lucro. (CAETANO, 2014)

O empreendedorismo feminino é outro tipo de empreendedorismo onde partindo do exposto de Fernandes, Campos e Silva (2013), que defende que “O empreendedorismo feminino tem acrescentado uma multiplicidade de características à gestão empresarial que não eram valorizadas na época pré-expansão da presença feminina no mundo dos negócios, destacando-se a sensibilidade, inovação/criatividade, colaboração, comportamentos assumidos na economia doméstica, na administração do lar”. Ou seja, é onde as mulheres conseguem fazer parte do mundo dos negócios, de modo que possuem características essenciais para empreender e gerar renda.

De acordo com Carreira, Ajamil e Moreira (2001) são dois os fatos da economia que colaboraram para a inclusão das mulheres no mercado na condição de empresárias. O primeiro deles foi o crescimento relevante do setor de serviços, que levou as mulheres a serem empresárias de pequenas empresas para analisar as oportunidades do setor. O segundo fenômeno foi a terceirização. Os dois fatos veem gerando muitas oportunidades de trabalho por conta própria para muitas mulheres.

Mas para Machado et al (2003) há alguns motivos que levam muitas mulheres a empreender: desejo de ter sua própria independência, o conhecimento de novas oportunidades de mercados, as mais diversas dificuldades em crescer na carreira profissional nas empresas, a necessidade de sobreviver ou até mesmo poder conciliar o trabalho com a família.

Já segundo Grego et al. (2009) mostraram que o fenômeno chamado empreendedorismo corporativo tem características voltadas para o envolvimento dos empregados em atividades inovadoras nas empresas. Deste modo, entende-se que o empreendedorismo corporativo é resultado das ações espontâneas provenientes dos empregados que são capazes de produzirem inovação em produtos, processos ou na criação de negócios complementares ou da empresa da qual há promoção de renovação de seu negócio principal. Essas condições podem ser estimuladas por meio de políticas e práticas de incentivo e até mesmo uma promoção aos empregados.

Para Dornelas (2008) “Empreendedorismo corporativo é o processo pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos, associados a uma organização existente, criam uma nova organização ou instigam a renovação ou inovação dentro da organização já existente. ” Desta forma, o empreendedorismo que é praticado dentro das organizações que já são estabelecidas recebe o nome de empreendedorismo corporativo, pois a inovação pode ser desenvolvida e os vários conceitos de empreendedorismo são utilizados internamente.

Ainda assim, também existe o empreendedorismo chamado governamental que se trata de um governo intervir na economia de um país ou uma determinada região. Esta dada intervenção pode ser por meio de iniciativas e investimentos que visam retornos para a administração pública. A exemplo disto está a participação societária em setores da economia ou o retorno da estatização. No empreendedorismo governamental há a participação de organizações não governamentais e de cidadãos que têm sua atuação como agentes empreendedores, a exemplo dos orçamentos participativos e de outras formas que envolvem a participação e a presença popular na formulação de políticas públicas para a melhoria da sociedade.

2.3 Características do Empreendedor

Muitos pesquisadores se preocupam e se questionam em identificar constantemente quais são as atitudes, a personalidade, os comportamentos, ou o que há de diferente nestes empreendedores nos dias atuais. Este questionamento é significativo uma vez que colaboram para o alcance do sucesso dos negócios, onde aprendem a agir, e adotam conseqüentemente comportamentos e atitudes adequadas (DOLABELA, 2006). Comprova ainda o autor que, não há a necessidade de generalização, pois não há confirmação de que se uma pessoa apresenta tal tipo de comportamento ela irá atingir o êxito como empreendedor, o que apenas se pode afirmar, é que se esta pessoa apresenta determinadas características e habilidades mais habitualmente encontrada nos empreendedores, mais chances terá de ser bem-sucedido.

Para Bernardi (2003) a diferença que existe de um empreendedor de sucesso, são suas características e aptidões ditas como “personalidade empreendedora”, que são o perfil que possui características mais relacionadas aos empreendedores bem-sucedidos, além de se moldarem ao seu próprio negócio e a um planejamento bem elaborado.

No último século, o economista francês Jean- Baptiste (apud ANGELO, 2003) afirma que o empreendedor é aquele que fornece recursos econômicos de um setor econômico mais

baixo, com propósito de gerar mais produtividade e uma maior renda, ou sendo impulsionador do desenvolvimento econômico, visto que o empreendedorismo é algo inovador e permite o sistema econômico evoluir.

Segundo Schumpeter (apud, BRITTO;WEVER, 2003, p.18) “ sem inovação, não há empreendedores, sem investimentos empreendedores não há um retorno de capital e o capitalismo não se propulsiona. ” Para Dolabela (2003) o que define a palavra empreendedor é o emprego amplo que denomina as atividades de quem confere a geração de riquezas, seja de transformar o conhecimento em produtos ou serviços, seja em gerar do próprio conhecimento ou na inovação em outras áreas afins.

Mas de acordo com Drucker (2003), um empreendedor é qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar. Ele entende o empreendedorismo como um comportamento, e não apenas como um traço de personalidade; portanto as bases do empreendimento seriam o conceito, a teoria, e não uma intuição.

Mai (2006) expressa o entendimento de que se uma pessoa possuir características comportamentais e qualidades encontradas nos empreendedores bem-sucedidos, mais chances terá para empreender. Mesmo que ainda estas características não sejam garantia para o sucesso do empreendedorismo, sem elas terá uma grande dificuldade para chegar ao sucesso empresarial. Antes mesmo de começar em uma atividade empresarial é de suma importância que um auto avaliação seja feita e uma reflexão sobre os pontos fundamentais de sua personalidade.

Ser empreendedor não é somente abrir uma empresa e administrá-la e sim ser “[...] uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION,2004 apud MATOS et al, 2010, p.65). Vários pesquisadores fizeram experimentos para apontar quais as características fundamentais de um perfil empreendedor. Alguns itens em comum foram identificados nestes experimentos feitos pelos pesquisadores. Em suas publicações Filion elucida que as principais características de um empreendedor são: aprendizagem, facilidade de ter uma rede de relações, visão e inovação.

Um estudo realizado pelo SEBRAE (2001), afirma que o empreendedor dispõe de características principais: capacidade de assumir riscos, aproveitar as oportunidades, tomar decisões, conhecimento do ramo, organização, confiança, iniciativa, liderança, talento, otimismo, visão, independência, habilidade e visão de mercado. O empreendedor é capaz de ser

dono do seu próprio destino e do caminho que percorrerá do seu processo de empreendimento. O empreendedor procura de todas as formas atingir o sucesso.

Para muitos autores, empreendedor é aquele indivíduo que vai muito mais além de ter uma visão de possibilidades de oportunidades de mercado, mas ele também sonha, ou idealiza, e que nunca mede esforços para assim fazê-la. Segundo Maximiano (2013, p.4) “o empreendedor é em essência, a pessoa que tem capacidade de deduzir e realizar coisas novas.”

Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008) mostram que os empreendedores são pessoas que se diferenciam dos demais por serem agentes de mudanças e que são capazes de superar seus limites, do qual o comportamento é fácil de ser identificado e toma iniciativa a frente dos desafios, tem o desejo de inovação, além de ter disposição para correr riscos de sucesso ou fracasso. Uma das características predominantes do perfil empreendedor é de ser verdadeiramente capaz de organizar e planejar, já que de uma determinada forma a falta de organização é capaz de comprometer o sucesso mesmo que ainda sim a oportunidade, criatividade e o mercado estejam contribuindo para o seu empreendimento.

Sendo assim, a liderança, apesar de que parece tão óbvia como característica, deve ser olhada com mais atenção e com mais amplitude. Com esta característica é possível pela definição do resultado e que provoca automaticamente em autoconfiança, comprometimento pessoal, poder de persuadir outras pessoas e firmeza ao construir um propósito. Apreciar as possibilidades de fracassar é importante, todavia, ter foco na conquista do sucesso é fundamental.

De acordo com Cher (2008) em qualquer sociedade existem pessoas com características marcantes de um empreendedor, pois inovam, tem visão do futuro, são questionadoras, gostam de assumir riscos, anseiam algo diferente, fazem acontecer. Desta forma, são pessoas diferentes, motivadoras, constroem paixão pelo que fazem, não são acomodadas, querem ter referência perante o mundo, querem deixar marcado o seu legado. Para o autor a criatividade é um tipo de combustível da inovação e reconhece que “Criamos quando descobrimos e exprimimos uma ideia, um produto, um serviço ou uma forma de comportamento que seja nova em certo grupo social.” (Cher, 2008, pág.203).

Sendo assim é possível compreender que empreendedor é todo aquele que é sensível para criação de novos empreendimentos, onde aproveita as oportunidades que aparecem com suas ideias e usa-as tanto em benefício próprio ou também em favor da comunidade em que vive. A

criatividade o ajuda a transformar ideias simples em um empreendimento maior e de alta qualidade.

2.4 Desenvolvimento do empreendedorismo

Ainda que no campo de pesquisa o empreendedorismo seja um tema novo, os pensamentos precursores sobre o termo ainda não são. De acordo com Landström, Harirchi, Aström (2012) afirmam que certamente a função de empreender é tão antiga tal como o intercâmbio e o comércio entre os diferentes indivíduos perante a sociedade, mas, contudo, o assunto em si não era tão debatido. Apenas, com a evolução dos mercados de economia, os mais variados cientistas deram importância ao assunto.

De acordo com Dornelas (2005), é notório que no Brasil é crescente a preocupação de escolas e universidades no que diz respeito ao tema sobre empreendedorismo. Na verdade, é que o empreendedorismo está começando a ser tratado no país de acordo com o grau de importância que lhe é devido.

Hisrich e Peters (2004, p.27) afirmam que:

Um exemplo inicial da primeira definição de empreendedor como "intermediário" é Marco Pólo, que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente. Na idade Média, o termo empreendedor foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção. Em tais projetos, esse indivíduo não corria risco: simplesmente administrava o projeto usando os recursos fornecidos, geralmente pelo governo do país. A reemergente conexão de risco com empreendedorismo desenvolveu-se no século XVII, com o empreendedor sendo a pessoa que ingressava em um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer produtos estipulados. Finalmente, no século XVIII, a pessoa com capital foi diferenciada daquela que precisava de capital. Em outras palavras, o empreendedor foi diferenciado do fornecedor de capital (o investidor de risco na atualidade). Uma das causas para a diferenciação, foi a industrialização, as invenções desenvolvidas que eram reações às mudanças no mundo.

Nesta perspectiva, a palavra empreendedorismo começou a ser utilizada a algumas décadas atrás, no entanto, pode-se afirmar que o primeiro a se definir como empreendedor foi Marco Polo, quando realizou acordos com um homem para trocas de mercadorias e empréstimos de dinheiro. Como empreendedor Marco Polo trabalharia de forma ativa, enquanto ao homem que emprestou o dinheiro, seria o capitalista, o que teria de assumir riscos de forma passiva (DORNELAS, 2014).

Uma das razões que contribuíram para o desenvolvimento do empreendedorismo foi a redução significativa dos cargos de trabalho no século passado, onde esta medida resultou no

afastamento de colaboradores extremamente capacitados sem oportunidades para desempenharem de fato as suas funções. Esses colaboradores conseguiram conquistar sua própria independência através da implantação de seu próprio empreendimento, onde a partir disto foram capazes de criar alternativas perante a sua disponibilidade no mercado de trabalho (BIRLEY; MUZYKA, 2001).

Empregos e faturamentos obtidos através da criação desses novos empreendimentos fundaram o empreendedorismo como um fenômeno, que acaba estimulando os interesses dos governantes e da sociedade que buscam opções de políticas públicas com o objetivo de radicalizar o desemprego e desta forma estimular o crescimento econômico (DEGEN, 2009).

Segundo a pesquisa do SEBRAE (2007), na idade média o termo empreendedor auxiliava para descrever de forma clara tanto os que participavam quanto o administrador de grandes projetos. Nesse mesmo período, os empreendedores não assumiram riscos em seus empreendimentos, tendo em conta que os recursos que utilizavam para trabalhar eram disponibilizados pelo governo. Como exemplo de empreendedores da época, podem ser abordados os clérigos, que se responsabilizavam pelas obras arquitetônicas desenvolvidas pelo governo local.

Segundo Degen (2009) o empreendedorismo foi de suma importância para o desenvolvimento da economia, acarretando desta forma, o acréscimo de produção e faturamento, de modo que as mudanças da sociedade se dirigiam a uma maior capacidade de produção e novos recursos para a organização.

Com isto, de acordo com Dornelas (2008), a confusão que se era feita entre empreendedor e gerente era constante, uma vez que, quando eram analisados sob o viés da economia, eles exerciam as mesmas funções dentro das organizações. Segundo o autor, apenas no século XX que o empreendedor passou a ser visto como uma pessoa que é apto para trazer as organizações a inovação, criando desta forma novos conceitos, sendo capaz de desenvolver produtos e serviços novos que atendem à demanda dos consumidores da sociedade de forma suficiente, e ao mesmo tempo de forma criativa e eficaz.

O desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil foi impulsionado na década de 90, onde segundo Dornelas (2005), foi devido à criação de entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Antes disto, o autor alega que os ambientes

políticos e de economia não eram vantajosos, e o empreendedor praticamente não encontrava informações necessárias para uma jornada empreendedora.

Maximiano (2006) salienta que apesar das inúmeras dificuldades enfrentadas, o Brasil apresenta aspectos positivos em relação ao empreendedorismo, visto que já alguns anos atrás foram criados órgãos e iniciativas para um total apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, fundações de estados de apoio a pesquisas sobre o assunto, incubadoras e escolas superiores que oferecem cursos ou outros tipos de programas de incentivo ao empreendedorismo.

Desta forma, tendo como base estas apurações, nota-se a influência do empreendedorismo e o seu desenvolvimento para uma nação, o que é comprovado por Dolabela (2008) quando afirma que o empreendedor é responsável pelo crescimento socioeconômico de um determinado país, de modo que, com a inovação, a economia se torna mais desenvolvida, de modo que o empreendedorismo se torna o meio mais eficaz contra o desemprego.

3.EMPREENDEDORISMO FEMININO

3.1 A importância do empreendedorismo feminino

Algumas das mais diversas justificativas para o alto crescimento de empreendimentos liderados por mulheres vêm a ser por meio do avanço da escolaridade das mulheres buscando a obtenção de mais conhecimento e também as mudanças na estrutura familiar, de modo que o número dos filhos vem diminuindo e a participação das mulheres na vida econômica vem se acentuando ao longo do tempo.

Camargo (2008) salienta que o empreendedorismo feminino é visto como uma forte opção para gerar trabalho e renda, onde as mesmas possam ter satisfação em relação ao tempo, futuro e destino da própria profissão. Todavia, a mulher ainda tem a obrigação de se preocupar com os afazeres domésticos, que através do emprego, procuram se organizar em seus horários sem ter a preocupação com cargas horárias rígidas, onde podem desta forma, aliviar conflitos entre a vida familiar e a vida profissional.

No mundo do mercado de trabalho, a modificação é constante por meio do empreendedorismo feminino, entretanto o preconceito de gênero ainda seja muito presente, principalmente no que diz respeito das diferenças salariais de homens e mulheres, mas com o auxílio das políticas de gênero a mudança vem acontecendo (MARTINS;2010)

Alperstedet; Ferreira; Serafim (2014) colaboram com o autor anterior e confirma que o empreendedorismo feminino tem crescido em todo mundo e a introdução da mulher no mercado de trabalho ainda está em pauta, na medida que elas ainda sofrem preconceitos de gênero em diversas áreas, seja na diferença salarial, menos possibilidades de emprego entre outros aspectos.

Segundo o Sebrae (2013), a mulher vem ganhando o seu lugar no empreendedorismo e que tem colaborado e gerado vários ganhos à economia do país, o que justifica e responde a curiosidade de muitos pesquisadores no que se refere ao papel da mulher como dona do seu próprio empreendimento. É necessário salientar que os estudos sobre o empreendedorismo feminino não consistem somente na inserção da mulher no mercado de trabalho com o propósito de aumentar a renda da família, mas sim, refere-se, a busca de melhores condições de avanço profissional para as mulheres.

Silva (2013) alega que são muitos os fatores que contribuem e respondem ao crescimento de uma participação feminina no mercado de trabalho, como por exemplo: um maior nível de escolaridade no que diz respeito aos homens, e até mesmo a diminuição dos filhos na composição familiar e nesse sentido gerar também novos valores no que se refere a uma maior participação ativa da mulher na sociedade brasileira. Em contrapartida, são apontados aspectos limitantes à atuação das mulheres no mercado de trabalho.

De acordo com Fernandes, Campos e Silva (2013, p.5), as mulheres, de uma forma geral, “possuem como característica natural uma maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de estudar. ” Essas características motivam um bom relacionamento com clientes, parcerias, comunidades entre outros. As mulheres são capacitadas para “executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades”, como o lar, filhos, marido e trabalho.

Mas conforme Villas Boas (2010, p. 51) existem características que diferenciam o empreender feminino do masculino onde o autor alega que: “Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com os clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”.

O progresso do mercado de trabalho possibilitou substituir a força física pela informação, e ser flexível passou a ser um aspecto fundamental para a condução de uma organização ser bem-sucedida. Gomes (2006) salienta que perante o cenário de algumas qualidades culturalmente classificadas como “femininas” passaram a ter seu valor, logo, não tem como mais inibir o ingresso das mulheres nos setores de produção e não cabem também especulações de certas atividades que são exclusivas do homem.

Percebe-se, que mesmo com tão pouco tempo de inserção da mulher no mercado de trabalho as ações realizadas por elas têm um significado e suas contribuições são importantes para a sociedade. É importante que as organizações valorizem características como ser flexível, ser sensível, ter o poder de intuição, prezar pela capacidade de trabalhar em equipe e administrar a adversidade para só desta forma romper os padrões e assimilar ao estilo feminino de liderança. Segundo Martins et al (2010) salienta que todo esse processo de construir a identidade da mulher tem sua estrutura fundamentada em dois elementos: de um lado, construir uma nova concepção da feminilidade que seja interiorizada pela educação, e por outro lado, as mudanças nos comportamentos no mundo do trabalho.

Por mais que a participação ativa das mulheres no mercado de trabalho seja perceptível e comum nos mais diversos níveis de hierarquia em uma organização, é evidente que a elevação de cargos de liderança de donas do próprio empreendimento continua sendo difícil e envolve uma série de questões. O fenômeno chamado de “dupla jornada”, que se refere com mulheres que dividem o seu tempo entre cuidar dos filhos, as tarefas de casa e do trabalho, por exemplo, e isto sucede como algo latente na vida das mulheres (TONELLI; ANDREASSI, 2013) e que dificulta sua dedicação total a sua atividade empreendedora.

Embora diante de todo este preparo, estudos e atributos relacionados ao empreendedorismo feminino, em pleno século XXI as mulheres ainda sim, continuam sofrendo com situações que colocam a prova a sua competência, a capacidade e inteligência, mesmo que de forma tênue. Existem também aqueles que defendem aos antigos "papéis da sociedade" que se inquietam com o destaque das mulheres e que fazem de tudo para desestimulá-las a criarem e gerirem a sua própria organização. Seja no enfrentamento das dificuldades oriundas do excesso de funções e tarefas, quer seja ao enfrentar descabidas provocações e preconceitos, mas as mulheres mais do que nunca, não aceitam serem subjugadas e cada vez mais o universo empreendedor torna-se mais feminino.

3.2 Às dificuldades e desafios do empreendedorismo feminino

No empreendedorismo feminino as mulheres encontram constantemente desafios para exercerem seus empreendimentos. Diferentes tipos de sociedades diferem suas percepções acerca do trabalho feminino no que diz respeito à participação de negócios. Todavia, em muitos casos, as mulheres, mesmo com tantos preconceitos e desafios, investem no empreendedorismo, independentemente desta percepção vinda das sociedades, ou simplesmente porque suas famílias necessitam de suas rendas. Se não há apoio à mulher empreendedora, a sociedade acaba perdendo a energia empreendedora tão eficiente vinda das mulheres.

Segundo Machado (2002), a falta de apoio vindo dos familiares, amigos ou dos bancos impossibilita a permissão de empréstimos financeiros para elas é a crítica mais predominante pelas mulheres. A falta de credibilidade e confiança dos clientes, fornecedores vem em seguida. Essas dificuldades citadas estão diretamente ligadas a uma sociedade extremamente machista.

De acordo com Botelho et al (2008), é mais um grande desafio para as mulheres empreendedoras administrarem seus negócios em um ambiente predominantemente masculino. Na

mesma linha de pensamento Andrioli e Borges (2007), afirma que o espaço empresarial possui um caráter machista e um ambiente favorável a discriminação, o que dificulta a execução de atividades empreendedoras das mulheres. Langowits (2004) diz que o potencial e a boa renda das empresas não estão ligados ao gênero (homem ou mulher) já que há mulheres em carreiras de sucesso em indústrias.

Já para Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), além do gênero, tanto para homens como para as mulheres existe a dificuldade de se obter confiança devido à falta de experiência no negócio anterior que está empreendendo, e na questão da idade. Além do mais, há também o preconceito no que se refere ao fato de algumas serem do interior do país, que não tem muito conhecimento de estudos e poucos recursos financeiros.

Machado (2002) ainda afirma que as dificuldades referentes às mulheres empreendedoras estão ligadas aos maridos e filhos devido a grande preocupação da mulher ligada a constituição de uma família. Segundo Gomes (2004) a mulher que tem o seu trabalho fora de casa tem uma grande dificuldade de adaptar a família com o próprio trabalho. Para os homens não há esta dificuldade constantemente.

Mesmo que ao longo do tempo houve grandes mudanças e evoluções a respeito da mulher ter seu próprio empreendimento, as desigualdades em relação às mulheres ainda não acabaram. Ainda no século XXI, é possível ver diversas situações em que a mulher recebe tratamento inferior no trabalho, ao que os homens recebem. A discriminação de sexo ocorre em muitos setores, mas principalmente, no mercado de trabalho onde recebem salários mais baixos do que se refere aos homens, ainda que exerçam as mesmas funções. Além do mais, os cargos de lideranças são em grande maioria, liderados por homens. Corroboram Teixeira e Bomfim (2016), afirmando que uma das dificuldades encontradas pela mulher está diretamente ligada à posição sócio cultural que ela assume perante a sociedade, que confirma o fato de que determinadas profissões são literalmente adequadas aos homens.

Embora o empreendedorismo seja uma forma de se inserir no mercado de trabalho, encontrar a flexibilidade para conseguirem ter o equilíbrio em seus múltiplos papéis e a obtenção de satisfação tanto pessoal como profissional, as empreendedoras enfrentam desafios. Fabricio e Machado (2012) encontram em seus estudos algumas das dificuldades que as mulheres enfrentam no empreendedorismo é a falta de qualificação, falta de dinheiro, de experiência do ramo e a falta de apoio da família. Além do mais, alguns estudos ainda apontam

que algumas das dificuldades estão extremamente relacionadas ao preconceito por ser mulher (FABRICIO E MACHADO, 2012; MACHADO, ANEZ, GAZOLA, 2013).

De acordo com Longenecker et al (2011) as mulheres ao empreender enfrentam dificuldades que são comuns a todos os empreendedores. No entanto, para o autor, as mulheres possuem menos experiência no que diz respeito em administrar pequenas empresas, além de terem serias dificuldades em conseguirem o acesso a crédito, e passam por discriminação no local de trabalho.

O debate gerado acerca do empreendedorismo feminino, contudo, não é causado apenas pelo ingresso das mulheres no mercado de trabalho para um complemento familiar. Refere-se a uma alteração social de grandes proporções, que provoca alterações não somente na vida pessoal, mas também nas relações familiares e nas demandas dos serviços públicos prestados, entre outros fatores (GOMES, 2004). É natural do processo empreendedor as dificuldades e entraves presentes ao empreender. As mulheres, por conta de toda uma construção histórica vinculada ao gênero feminino, enfrentam dificuldades extras ao empreender.

As dificuldades que as mulheres enfrentam vêm diminuindo com o avançar de suas conquistas, mas é presente ainda na atualidade mesmo que de uma forma velada. De acordo com (ANDREOLI, 2007, apud MACHADO, 2002) as dificuldades das mulheres empresárias estão inteiramente relacionadas com os pais, filhos ou maridos. Pode-se por esse motivo afirmar que um dos motivos para a ocorrência destes fatos é causado por carregar consigo mesmas um peso a mais de preocupação vinculada à constituição de uma família.

A falta de apoio, seja das pessoas mais próximas, seja do marido, família ou amigo também vem a ser uma das diversas dificuldades enfrentadas, acompanhadas pela falta de confiança de clientes, fornecedores, bancos que dificultam o consentimento de empréstimos para abrir e manter o seu empreendimento e até mesmo o não real conhecimento dos companheiros de trabalho. As atividades que as mulheres desempenham dia após dia já é uma resposta ao porquê de serem tão bem sucedidas em todas as áreas que atuam como empreendedoras, no desenvolvimento de competências diárias, na utilização de sistemas e métodos para a organização entre atividades e serviços domésticos de trabalho, do ser esposa e mãe com efetividade.

3.3. Empreendedorismo feminino no Brasil

A inserção da mulher no mercado de trabalho é um processo que se desenvolveu ao longo do tempo, onde alguns movimentos da história evidenciaram esse acontecimento. A Revolução Francesa, por exemplo, foi um marco no que diz respeito à expansão dos direitos das mulheres e uma redução significativa de sua exploração. A Revolução Industrial, no século XVIII, trouxe um acréscimo na demanda por mão-de-obra que se tornava cara, para só assim reduzirem os salários das indústrias e a partir disto tiveram que aceitar o emprego das mulheres. Com estas duas guerras mundiais, muitos homens foram para os conflitos e não voltaram, e sem condições para retomada das atividades, as mulheres tiveram como única opção torna-se provedoras do lar, e passaram a assumir os lugares dos homens e validar o seu lugar no mercado de trabalho (HOBSBAWN; 2004; PROBST, 2005).

No Brasil, com a intensa industrialização mais uma grande recessão da economia, no século XX, começaram a acontecer mudanças significativas existentes até hoje a respeito da inserção da mulher no mercado de trabalho, então desta forma, as mulheres passaram a fazer uma ampliação cada vez maior na economia da sociedade no país e uma crescente participação no mundo dos negócios, formando novos empreendimentos e também dentro das organizações já existentes (FRANCO, 2014).

Com o início dos anos 70 ocorreu um grande aumento da inserção da mulher no mercado de trabalho que segundo a autora, pode ter sido consequência fundamental de dois seguintes fatores: a necessidade financeira e as oportunidades provindas do mercado. A soma destes dois fatores foi possível destacar que a sociedade passava por muitas transformações tanto demográficas como culturais, causada pelos movimentos feministas no Brasil. A junção desses fatores acarreta em sérias mudanças na economia do país e na composição familiar brasileira (BRUSCHINI, 2000).

Até então, o empreendedorismo vem se mostrando uma alternativa essencial para as mulheres do Brasil. O programa GEM, desde a sua primeira pesquisa realizada no país, no ano de 2000, mostra que o Brasil se destaca no *ranking* de maiores números de empreendedoras do mundo e que as mulheres assumem cada vez mais um papel fundamental neste processo.

Desta forma, pode-se afirmar que, a mulher brasileira, segundo a pesquisa do GEM (2014) é uma das mais empreendedoras do mundo. Do ano de 2002 a 2006 os homens eram os maiores responsáveis pelo o aumento do percentual na abertura de novos empreendimentos no

Brasil, não obstante, em 2007, houve mudanças significativas. No ano de 2007, a tendência da história de que os homens eram a maioria empreendedores deixou de existir no Brasil, passando as mulheres serem representadas por 52,4% dos novos empreendimentos, contra 47,6% dos homens.

De acordo com a pesquisa GEM (2007), este crescimento de mulheres empreendedoras deu-se por dois fatores principais: o primeiro deles é sem dúvidas, as mulheres cada vez mais assumindo o papel de provedores de seus lares, logo, elas eram obrigadas a encontrarem uma saída para o sustento de suas casas, demonstrando que o empreendedorismo é uma alternativa importante. O segundo seria um maior nível de escolaridade das mulheres no que se refere aos homens. O terceiro é as mudanças na composição familiar na sociedade brasileira, fazendo-se um planejamento de redução do número de filhos e casamentos mais tardios, o que possibilita a inserção da mulher no mercado de trabalho. E por fim, a pesquisa ainda aponta, como último fator a introdução de novos valores na sociedade, no que diz respeito a inserção da mulher no mercado.

Segundo Jonathan (2005) as mulheres do Brasil são dotadas de características peculiares, são mulheres confiantes, destemidas, são capazes de gerarem seus próprios negócios, são temerosas no que diz respeito a finanças e o desenvolvimento de empresas, são acima de tudo, focadas, determinadas a desenvolverem aptidões com empreendimentos. Trata-se de mulheres orgulhosas de suas próprias realizações pelo fato de serem empreendedoras, mães e esposas. As experiências provindas delas como empreendedoras geram satisfação, liberdade para o desenvolvimento de novas ideias e mais autonomia.

Desta forma, a mulher brasileira com a sua forma particular de gerir os negócios, cada vez mais estabeleceu sua entrada no mercado de trabalho como empreendedora, e hoje, a maior representação de novos empreendedores no país é de mulheres, demonstrando que o seu importante espaço é fundamental para a economia nacional. Embora ainda encontrem barreiras, como discriminações por ser mulher refletida em uma remuneração salarial dentro de algumas organizações (BRUSCHINI, 2000) elas cada vez mais comprovam que são capazes de exercerem com êxito, várias funções, sendo elas no âmbito social, político, cultural ou econômico.

4. METODOLOGIA

A presente seção vem abordar os procedimentos metodológicos que foram desenvolvidos para o estudo em questão, no que lhe concerne um seguimento de uma construção orientada para o alcance ao máximo da confiabilidade da pesquisa científica.

Inicialmente é de suma importância que haja conceitos de métodos e pesquisas para um melhor entendimento. Para Severino (2007, p.102) “A ciência utiliza-se de um Método que lhe é próprio, o Método científico, elemento fundamental do processo do conhecimento realizado pela ciência para diferenciá-la não só do conhecimento comum, mas também das demais modalidades de expressão da subjetividade humana, como a filosofia, a arte e a religião”.

Segundo Hegenberg (apud LAKATOS; MARCONI, 2007) o método é o caminho pelo qual se chega a um possível resultado, ainda que este caminho não tenha sido fixado antecipadamente de uma forma reflexiva e exata. Ou seja, o autor coloca o método como o caminho ideal, mas que chama a atenção para o fato de que o caminho escolhido pelo pesquisador não necessariamente deve seguir rigorosamente um planejamento.

De acordo com GIL (2007) a pesquisa trata-se de um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico que objetiva a produção de um conhecimento novo, isto é a pesquisa precisa estar interligada ao método científico para adquirir novos conhecimentos e proporcionar respostas aos problemas e questionamentos que são propostos durante o estudo.

Desse modo, a pesquisa deve sempre ter em vista o tipo de abordagem do trabalho na pesquisa, os métodos que serão utilizados para que os objetivos que foram propostos durante a execução do trabalho sejam alcançados de forma eficiente.

4.1 Quanto aos objetivos

A pesquisa quanto aos objetivos pode ser classificada em exploratória, pois não há dados de outras pesquisas realizadas sobre empreendedorismo feminino no município de Redenção. No caso desta pesquisa, foi realizada na base do estudo exploratório, pois embora o tema de empreendedorismo feminino venha sendo conhecido mundialmente, não há uma percepção de estudos que apontem as razões, as dificuldades e o perfil das mulheres no empreendedorismo no município de Redenção-Ce. De acordo com Gil (2002) a pesquisa exploratória tem como objetivo fundamental o aperfeiçoamento de ideias ou a descoberta de intuições, que envolve,

normalmente levantamento bibliográfico, entrevista com pessoas relacionadas ao tema pesquisado e a observação de exemplos para uma melhor compreensão do assunto proposto.

4.2 Quanto aos procedimentos

Quanto aos meios ou procedimentos técnicos investigativos foi bibliográfica e de campo segundo as abordagens de Vergara (2000) e Gil (2002). É uma investigação bibliográfica visto que se trata de um estudo debruçado em materiais que já foram publicados por autores que abordaram sobre o tema de Empreendedorismo feminino. Para Vergara (2000) é um estudo que tem o seu desenvolver baseado em materiais que há um fácil acesso ao público como por exemplo, livros, revistas, jornais; passando os materiais a todos os mais variados tipos de pesquisas, mas que podem se esgotar com o tempo.

Trata-se também de uma pesquisa de campo, dado que, vão ser coletados dados primários através de entrevistas com as mulheres que têm seu empreendimento próprio no Município de Redenção. Segundo Gil (2002, p. 53) “a pesquisa é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo.”

As entrevistas são técnicas de coleta de dados que segundo (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 178) permite a “investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social”, ou seja, a entrevista é um meio de esclarecer muitas questões e questionamentos, bem como a observação de muitas expressões de acordo com as diferentes respostas dadas na entrevista o que contribui significativamente para a condução do estudo.

4.3 Quanto à abordagem

No que diz respeito ao tipo de abordagem ao problema a pesquisa é qualitativa, pois vai ser centrada em uma realidade que não pode apenas ser quantificada, mas sim por trás de todo o cenário de pesquisa há motivações, inspirações, crenças e atitudes. MINAYO, (2003) trata dessa diferença onde fala que “a diferença entre qualitativo-quantitativo é de natureza. Enquanto cientistas sociais que trabalham com estatística apreendem dos fenômenos apenas a região “visível, ecológica, morfológica e concreta”, a abordagem qualitativa aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas”.

Diante disto, o presente estudo terá um caráter exploratório, onde durante toda a pesquisa os procedimentos a serem desenvolvidos serão por meio de levantamentos bibliográficos e pesquisa de campo através de entrevistas realizadas. Os critérios utilizados para a realização das entrevistas foi a acessibilidade quanto às 30 (trinta) mulheres entrevistadas em seus empreendimentos próprios e com uma abordagem qualitativa de pesquisa, em razão de conhecer o perfil das mulheres empreendedoras e as razões pelas quais as levaram a ter seu empreendimento no Município de Redenção-Ce.

4.4 Quanto à Coleta de dados

Para a coleta de dados, foi utilizado como instrumento de pesquisa um roteiro de entrevista estruturado com 28 perguntas, desenvolvido e aplicado individualmente com 30 (trinta) mulheres empreendedoras do dia 17 de maio até o dia 01 de junho de 2022, no município de Redenção, Ceará. Os objetivos principais da entrevista foram analisar e compreender questões relacionadas as características das mulheres empreendedoras de Redenção, conhecer as razões pelas quais as motivaram a empreender e se há algum apoio do município em relação ao crescimento do empreendedorismo.

As perguntas das entrevistas estão divididas em 16 perguntas de respostas de múltipla escolha e 12 perguntas abertas, que podem ser consultada no Apêndice A. O presente roteiro de entrevista foi desenvolvido em três grupos de questões. O primeiro grupo se refere a caracterização das mulheres empreendedoras, características estas relacionadas ao seu perfil (Idade, estado civil, se possui filhos, número de filhos, escolaridade e se elas se consideram como mulheres empreendedoras).

O segundo grupo de questões se refere a caracterização dos seus empreendimentos (se empreendeu em algum outro negócio antes do mercado de Redenção, porque optou por o ramo do empreendedorismo, qual o fator determinante para a abertura da empresa em Redenção, qual seu perfil de atuação no mercado do município, se já se capacitaram ou se estão sempre se informando ou estudando sobre como criar um empreendimento próprio, que tipos de dificuldades elas passaram em toda a sua trajetória como empreendedora por ser mulher, há quanto tempo a empreendedora possui seu negócio no município, quantas horas as mesmas trabalham por dia, se pretendem ampliar seu empreendimento próprio, a identificação de suas principais características como Mulher empreendedora e como é feita a divulgação do negócio no município.)

O terceiro grupo de questões é atribuído ao apoio institucional (se há apoio do município ou de um Instituto para as mulheres, se a prefeitura oferta cursos ou capacitações, até mesmo por parte do SEBRAE ou outro órgão, saber se durante a Pandemia o mercado de Redenção fechou e como as mulheres empreendedoras conseguiram manter o seu próprio sustento e da sua família, se a prefeitura propiciou algum tipo de ajuda e a opinião das mulheres quanto ao crescimento do seu empreendimento no município e se é vantajoso atuar com o seu negócio em Redenção.)

Durante a realização da pesquisa houve a limitação de não haver no município, um registro do número exato de empreendedoras com seus empreendimentos, como quantas mulheres em Redenção possuem os seus registros como o MEI (Microempreendedor Individual). Sugere-se nas próximas pesquisas, um mapeamento do número de mulheres donas do próprio negócio no município.

Após a realização das entrevistas, a coleta de dados foi transcrita para o Microsoft Excel para uma melhor organização e demonstração dos dados e todas as informações e a análise do conteúdo das respostas foram avaliadas para corresponder aos objetivos da presente pesquisa. Desta forma, a análise foi fundamental para que as entrevistas fossem ao encontro direto com os objetivos específicos e gerais da pesquisa e salientaram assuntos pertinentes para o estudo.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. Objeto de estudo: Mercado Central no Município de Redenção- Ceará

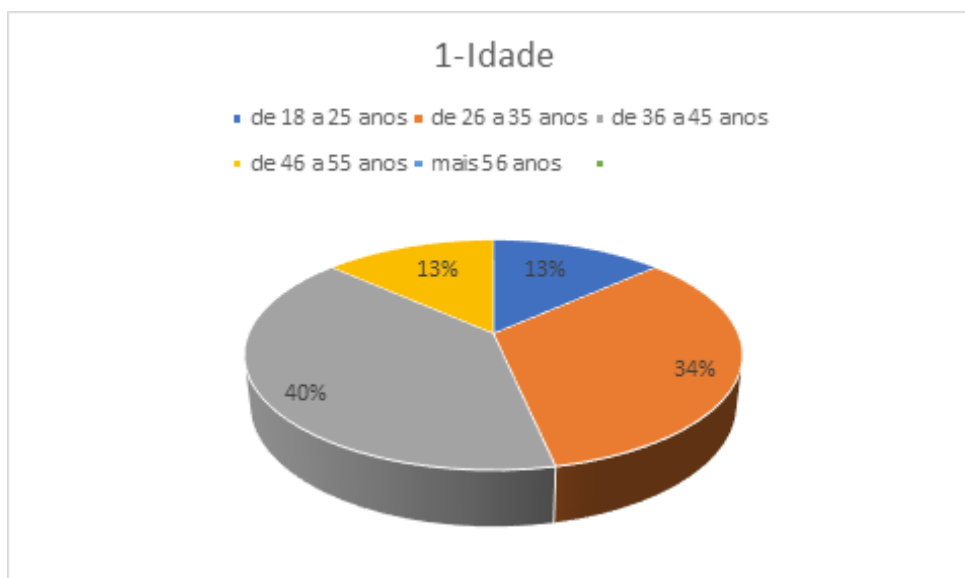
O Objeto de estudo escolhido para a pesquisa foram mulheres empreendedoras do município de Redenção, haja vista que a grande maioria dos empreendimentos do município é liderado por mulheres. A pesquisa foi aplicada nos estabelecimentos de vendas das proprietárias, onde a duração da aplicação dos questionários durou 15 minutos para a obtenção das respostas em cada estabelecimento.

Aqui serão discutidos e apresentados os resultados obtidos das entrevistas aplicadas com as mulheres, através da apresentação dos gráficos que representam os dados demográficos da pesquisa e com a finalidade de alcançar os objetivos especificados no início do projeto.

5.2. Perfil das entrevistadas

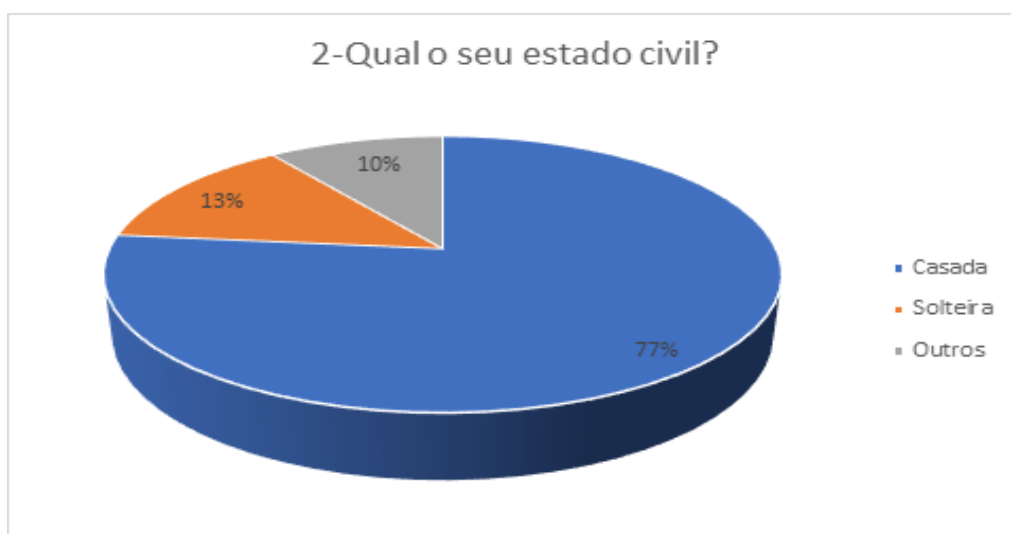
5.2.1 Idade das Empreendedoras Entrevistadas

O Gráfico 1 a seguir representa a faixa etária das mulheres empreendedoras entrevistadas. Diante disto os dados demonstram que a maioria das empreendedoras do município de Redenção possuem faixa etária de 36 a 45 anos, o que corresponde a 12 mulheres entrevistadas que responderam esta idade o que equivale a 40%, contra 34% de mulheres que possuem idade de 26 a 35 anos que representa 10 mulheres que estão nesta faixa etária. Desse modo ficou de igual para igual a porcentagem de 13% para mulheres de 46 a 55 anos (4 mulheres) e para as que estão acima dos 56 anos (4 mulheres). Outra observação pertinente é que 74% das mulheres entrevistadas possuem de 26 a 45 anos, faixa etária de plena atividade laboral e que segundo o GEM (2015) a faixa etária mais dominante entre as empreendedoras no ano de 2015 correspondeu a vinte e cinco e trinta e quatro anos, em seguida vinha a faixa etária de trinta e cinco e quarenta anos de idade, onde esses dados distintos representam a amostra coletada das empreendedoras do Município de Redenção, Ceará, cujo valida que as empreendedoras do município possuem faixa etária mais avançada.

Gráfico 1- Idade das Empreendedoras Entrevistadas

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

No Gráfico 2 pode-se verificar a amostra de dados quanto ao estado civil das 30 mulheres entrevistadas. Um total de 23 empreendedoras, representando a maioria, são casadas, o que corresponde a 77% das mulheres. Já 13% são solteiras, o que equivale a 4 mulheres que responderam ao questionário e 10% se refere a 2 mulheres divorciadas e 1 viúva.

Gráfico 2- Estado Civil

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

O Gráfico 3 demonstra que a maioria das mulheres empreendedoras do município possuem filhos, um total de 87% das entrevistadas (26 mulheres) e as solteiras que não possuem filhos correspondem a 13% (4 mulheres).

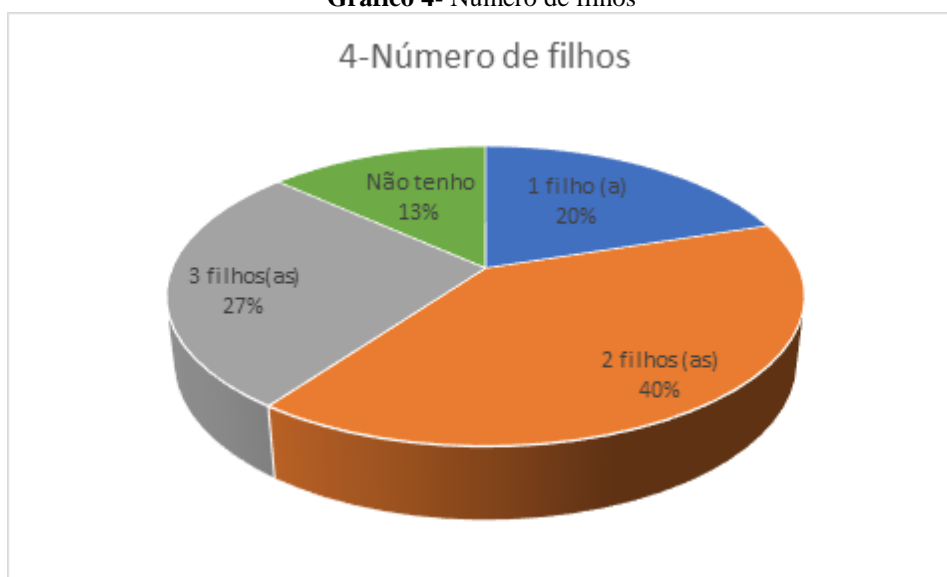
Gráfico 3- Possui filhos



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

O Gráfico 4 analisa a quantidade de filhos das entrevistadas, complementando, desta forma, o gráfico anterior: 40% das mulheres, representando a maioria, possuem 2 filhos (as), seguido de 27% de empreendedoras com 3 filhos (as), 20% corresponde aquelas que tem apenas 1 filho (a) e as que não possuem é representado por 13% das mulheres. Entre as 30 entrevistadas não foram encontradas famílias com mais de 3 filhos.

Gráfico 4- Número de filhos



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Em relação ao grau de estudo das mulheres empreendedoras de Redenção, é importante salientar que foi dominante o nível médio, conforme é demonstrado no Gráfico 5, onde corresponde a 67% das mulheres entrevistadas, seguido do ensino fundamental com 17% das 30 empreendedoras, 13% responderam que têm Ensino superior completo e por fim as que possuem o nível superior incompleto correspondendo a 3%.

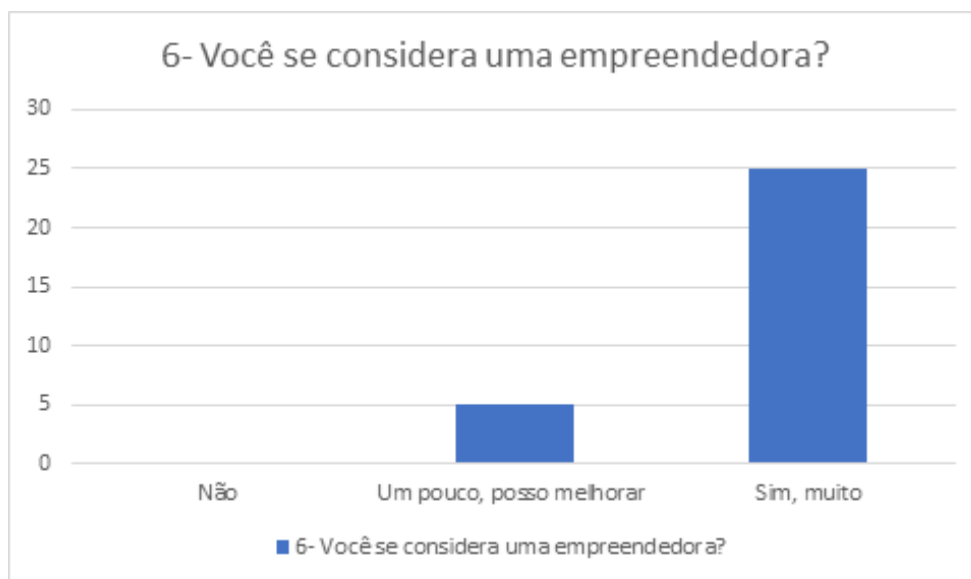
Neste contexto, os dados demonstram que as mulheres estão cada vez mais se aperfeiçoando, buscando conhecimentos e desenvolvendo o seu intelectual, ao se comparar com dados de pesquisas passadas, onde os empreendedores de certo modo possuíam grau de estudo muito baixo, de acordo com os dados demonstrados pela pesquisa do GEM (2012), que demonstrou que o grau de escolaridade de empreendedores já bem estabelecidos correspondia aproximadamente a 30,7% no que diz respeito ao Brasil.

Gráfico 5- Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Quanto à forma como as empreendedoras veem seu nível como empreendedora, o gráfico 6 demonstra que 25 das 30 mulheres entrevistadas dizem ser empreendedoras e 5 correspondem aquelas que responderam que sim, mas podem melhorar. Na coleta de dados, nenhuma das empreendedoras apontou que não se considera como uma empreendedora.

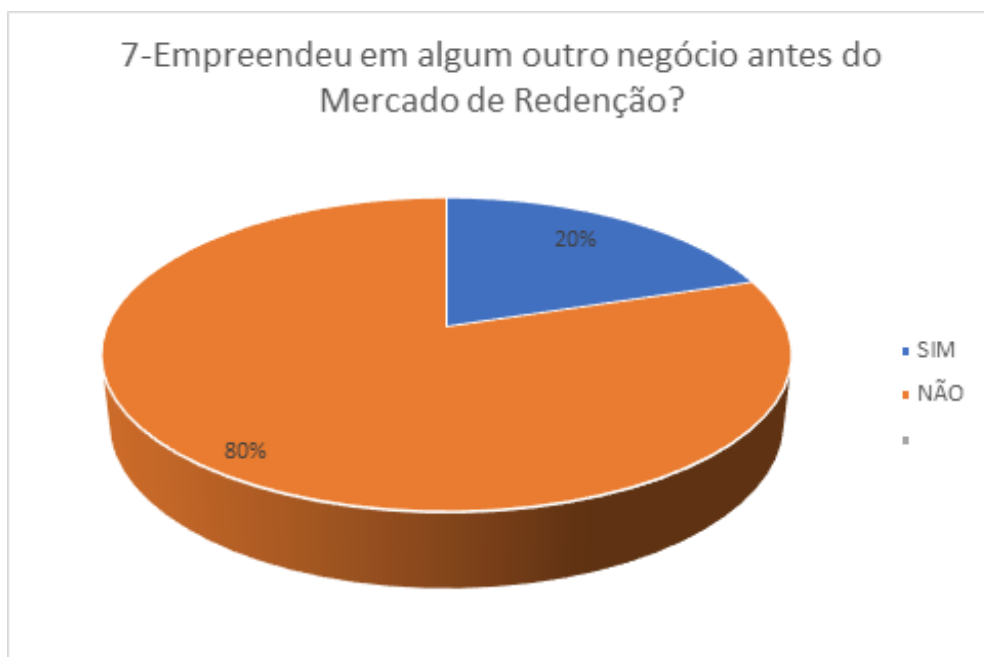
Gráfico 6- Você se considera uma empreendedora?

Fonte: Dados da Pesquisa, 2022

5.3. Caracterização do negócio

Neste tópico será abordado as características relacionadas aos empreendimentos das mulheres de Redenção, porque optaram por este ramo de negócio, o setor de negócios onde elas atuam e se já se capacitaram ou se informaram em relação a criação de um empreendimento, as dificuldades enfrentadas durante todo o processo empreendedor, a quanto tempo possui o empreendimento/empresa no Município de Redenção, quantas horas as mesmas trabalham por dia e como fazem a divulgação dos seus negócios próprios.

No que se refere às entrevistadas, ao questioná-las sobre se empreendeu em algum outro negócio antes do Mercado de Redenção, 80% delas responderam que nunca haviam empreendido em algum negócio antes e apenas 20% responderam que já haviam empreendido antes, conforme

Gráfico 7- Empreendeu algum negócio antes do Mercado de Redenção?

Fonte: Dados da Pesquisa, 2022

O Gráfico 8 corrobora com relatos das pesquisas do GEM (2009) no que diz respeito à forma de como uma determinada pessoa torna-se um empreendedor: Uma é por necessidade e outra é por oportunidade. Ainda segundo o (GEM, 2016, p.29) os empreendedores por necessidade tomam a decisão de empreender a partir do momento em que não possuem alternativas múltiplas de emprego, determinando, desta forma em negócios que gere lucros, com objetivos basicamente de independência financeira, seu próprio sustento e o sustento da sua família.

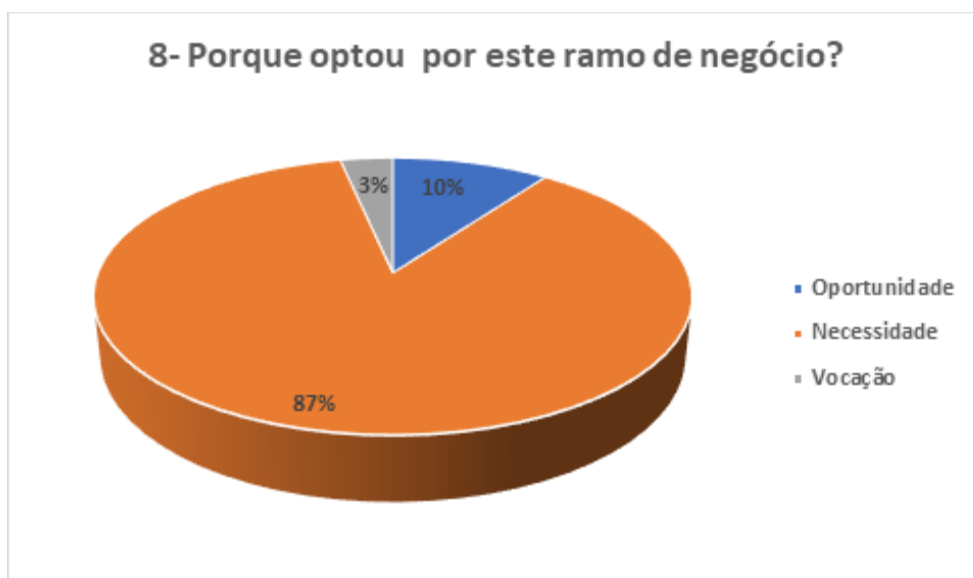
Como se pode observar no gráfico a maior parte das mulheres empreendedoras do Mercado do Município de Redenção empreendem por necessidade, correspondendo a 87% das entrevistadas. Segundo o relato de algumas delas, optaram por este ramo de negócio porque queriam alcançar a independência financeira, não dependendo somente da ajuda do marido ou familiares. Já 10% responderam que começaram seus negócios por oportunidade, e 3% afirmaram que empreendeu por vocação. Para Dornelas (2016) quando o indivíduo empreende por oportunidade, há dentro dele um esforço voluntário para empreender, enxerga um nicho de mercado ou uma chance de negócios que pode ser explorado, visando sempre o lucro.

Em contrapartida, o SEBRAE afirma que empreendedorismo por oportunidade se caracteriza por indivíduos que ao iniciarem seus negócios se planejam, analisando o ramo de mercado em que desejam atuar, fazendo com que sejam capazes de evidenciar as lacunas apresentadas pelo mercado, elaborando desta forma soluções cabíveis para superá-las. Ainda

de acordo com o SEBRAE, o empreendedorismo por necessidade são aqueles empreendedores formais ou não formais, que decidem ter um negócio próprio, de forma que consigam complementar às suas necessidades financeiras.

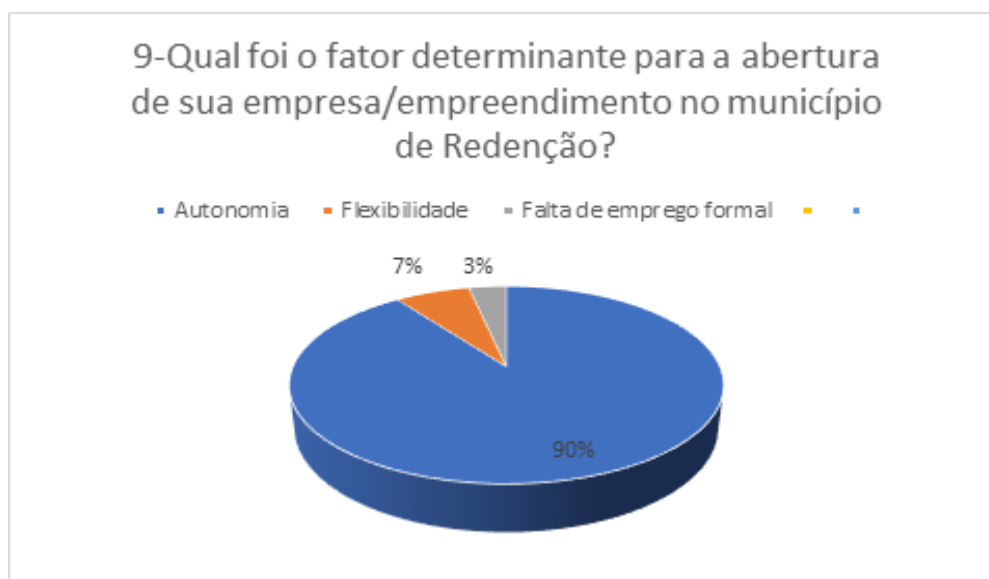
Dentre as questões principais da pesquisa, uma delas é identificar as razões que levaram às mulheres a empreender tem relação majoritariamente a oportunidade ou a necessidade, no que se refere ao Município de Redenção, onde a pesquisa aplicada confirmou-se a segunda hipótese. A situação demonstrada pelo Gráfico mostra-se igual ao que foi constatado pela pesquisa do GEM 2007, que afirma que, no Brasil, 63% das mulheres que empreendem no país, empreendem por necessidade.

Gráfico 8- Porque optou por este ramo de negócios?



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

O Gráfico 09 demonstra que mais da maioria das mulheres representando 90% apontaram que a autonomia é o fator determinante para a abertura do seu empreendimento no Município de Redenção. O que valida que as mulheres empreendedoras entrevistadas têm o poder de decisão. Em segundo lugar veio a flexibilidade do tempo, o que corresponde a 7% e apenas 3% afirmaram que o fator determinante foi a falta de emprego formal.

Gráfico 9- Fator determinante para a abertura do empreendimento em Redenção

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

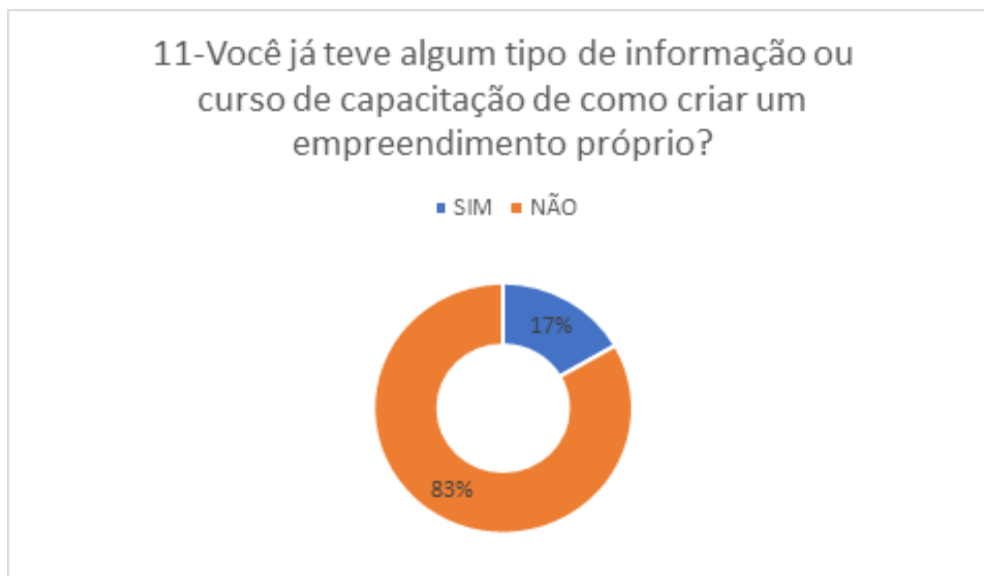
No que se refere a área de atuação das empreendedoras de forma unânime, todas as 30 mulheres entrevistadas afirmaram ao serem perguntadas que atuam no setor comercial, de acordo com o Gráfico 10. O setor comercial é mais investido pelas mulheres de Redenção porque as mesmas vão desde a venda de produtos de vestuários, acessórios, calçados, moda praia até a venda de produtos alimentícios.

Gráfico 10- Perfil de atuação no Mercado Central de Redenção

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

O Gráfico 11 representa o percentual das mulheres entrevistadas que, ao serem perguntadas sobre seu perfil de atuação no mercado de Redenção, responderam que já haviam feito uma capacitação ou curso de como criar um empreendimento próprio. Uns totais de 83% delas responderam que não haviam se capacitado e apenas 17% das mulheres responderam que se capacitaram ou sempre procuram informações ou cursos grátis e pagos da internet. É importante salientar que algumas mulheres responderam que fizeram um curso de capacitação com o SEBRAE de Baturité. O escritório do SEBRAE localizado na cidade de Baturité entre as inúmeras atividades realizadas também promove ações como cursos e capacitações voltados para as necessidades de toda a região que abrange o maciço. As capacitações acontecem tanto na regional quanto nos próprios municípios atendidos e que tenham parcerias com as prefeituras.

É possível observar que poucas empreendedoras buscam se capacitar, seja fazendo um curso ou um treinamento profissional com o intuito de se preparem para o início dos seus empreendimentos. A falta de capacitação é um dos inúmeros desafios que a mulher pode vir a enfrentar na abertura do seu próprio negócio, acarretando dessa forma, ainda mais fatores que a mulher pode enfrentar no início de novos empreendimentos de forma autônoma, fatores estes que vão desde a salários menores em relação aos homens empreendedores mesmo trabalhando no mesmo ramo de atuação, a falta de tempo ao não saber conciliar a sua jornada de trabalho e a sua vida familiar, a falta de políticas sociais voltadas para às necessidades das mulheres empreendedoras, no que diz respeito por exemplo, a serviços de apoio familiar até às menores chances de conseguir se capacitar profissionalmente, tendo pouco espaço de decisão e poder para a sua voz ser ouvida. (CARREIRA, AJAMIL E MOREIRA 2001, apud GOMES, 2005)

Gráfico 11- Obteve informação ou curso sobre como criar um empreendimento próprio

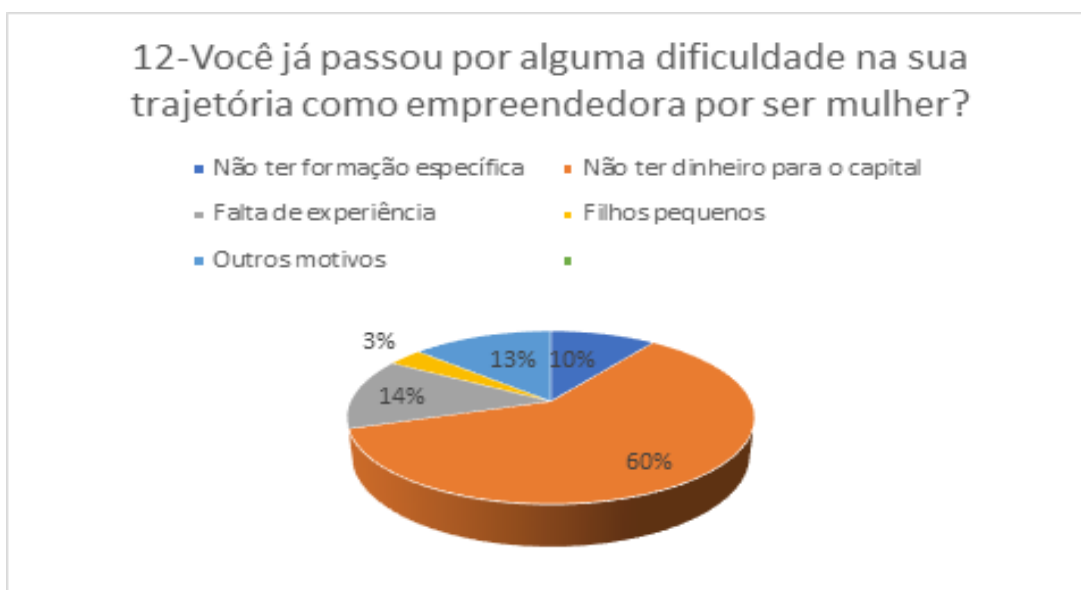
Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Como é demonstrado no Gráfico 12 as maiores dificuldades encontradas pelas empreendedoras de Redenção, por serem mulheres, foram as seguintes: a maioria relatou a falta de dinheiro para o capital representando 60%, afirmaram que para enfrentar estes desafios quanto a falta de dinheiro, recorriam a instituições bancárias ou a ajuda de familiares e amigos. A entrevistada nº 29 descreveu como soube lidar com a falta de capital para começar seu negócio: “Comecei meu empreendimento com pouquíssimo dinheiro, fazia faxinas, e com o pouco que ganhava, comecei... Nunca tive ajuda de ninguém, nem pedi empréstimos a bancos. Eu mesma fazia com que o dinheiro fosse rotativo. E assim segui em frente.” Logo em seguida vem o fato da falta de experiência para começar o seu empreendimento com 14%. Já 13% relataram que são outros motivos, como por exemplo, a pandemia da Covid-19, que dificultou muito a vida das empresárias e as vendas.

Como a entrevistada nº 25 relatou sua situação durante a pandemia: “Creio que foi difícil não só para mim, mas também para tantas outras que empreendem, pois tudo realmente fechou. Mas como batalho muito pelas minhas coisas, continuei vendendo meus produtos de forma online, com todos os cuidados possíveis. A demanda foi baixa em relação a loja aberta e lidando com a presença dos meus clientes, mas não desisti.” Outro motivo também apontado foi a falta de tempo, ao não saber conciliar o ritmo de trabalho com os afazeres domésticos. E por fim 10% afirmaram que a sua maior dificuldade foi não ter formação específica como o Ensino superior na área e apenas 3% responderam que a sua dificuldade eram filhos pequenos.

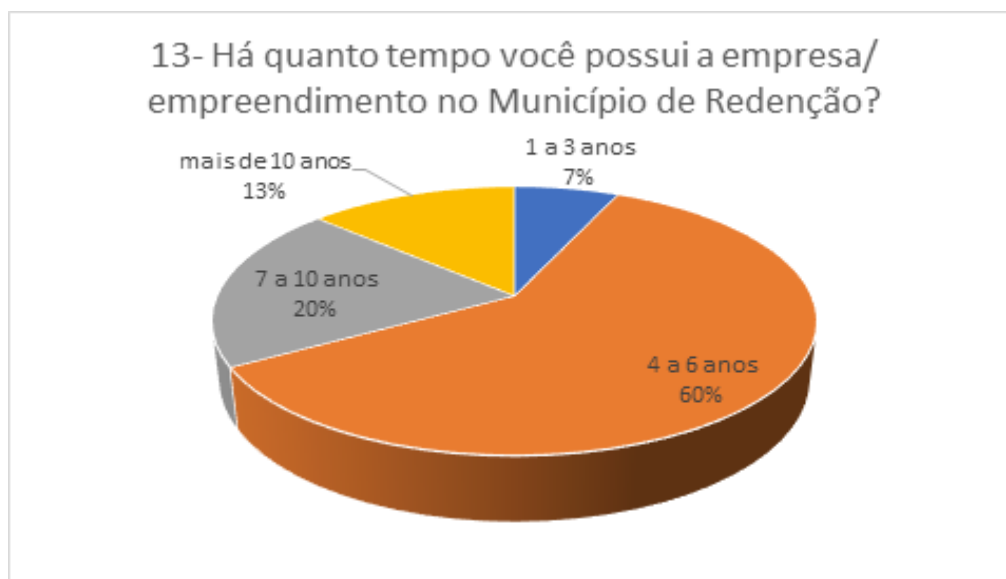
Entre as várias dificuldades destacadas na pergunta sobre os principais desafios enfrentados na sua trajetória como empreendedoras, o que mais se destacou foi a dificuldade de não ter dinheiro para o capital. Em um estudo realizado por Barros, Palhano & Machado (2003) observa-se que a dificuldade de se obter recursos financeiros para dar-se início aos seus empreendimentos está entre as principais encontradas, e diante disto, para solucionar essas dificuldades elas buscam a ajuda de amigos, familiares e até mesmo de instituições bancárias. Em relação a esta perspectiva, o segundo desafio mais relatados por elas trata-se da falta de experiência para o início do empreendimento, que segundo (Araújo et al., 2020) trata-se de empreendedoras iniciantes que possuem características de receio quanto a sofrer riscos e a pouca experiência de como gerenciar seus empreendimentos, acarretando dificuldades de conseguir dinheiro para financiamentos.

Gráfico 12- Dificuldades encontradas na sua trajetória por ser mulher



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

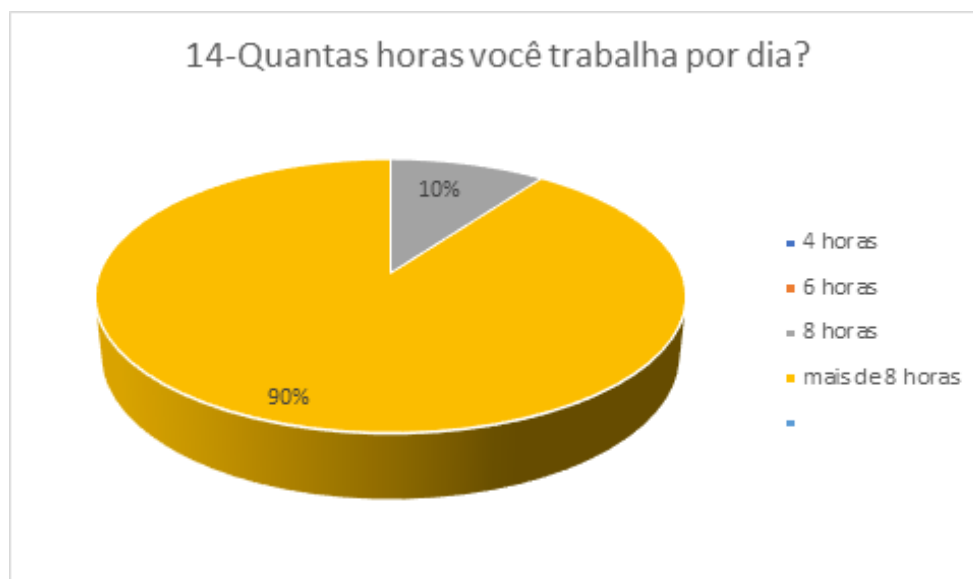
O Gráfico 13 apresenta o tempo da existência das empresas/ lojas, onde é importante observar que a maioria das empreendedoras (60%) estão à frente dos seus empreendimentos no espaço de tempo de 4 a 6 anos, no intervalo de tempo de 7 a 10 anos (20%), de 1 a 3 anos (7%) e mais de 10 anos representando 13%.

Gráfico 13- Tempo de existência do empreendimento em Redenção

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Ao serem questionadas sobre quantas horas trabalham por dia em seus empreendimentos, as mulheres empreendedoras do Mercado de Redenção responderam que trabalham mais de 8 horas por dia (90%), e apenas 10% responderam que trabalham apenas por 8 horas, conforme está representado no Gráfico 14. A resposta para estes dados é que a maioria dos empreendimentos das mulheres em Redenção possuem poucos funcionários, o que pode fazer com que as empreendedoras trabalhem por mais tempo.

Em relação a jornada de trabalho no que diz respeito aos seus empreendimentos, as mulheres empreendedoras do Município de Redenção trabalham uma carga horária usualmente superior no que concerne a um assalariado regido pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), tendo em vista que a carga da jornada de trabalho das empreendedoras é superior a 44 horas semanais, conforme afirmam Lindo et al (2007). As empreendedoras, embora consigam alcançar liberdade para administrar bem o seu dia, as mesmas trabalham mais durante a jornada diária de trabalho. Ao passo que um emprego tradicional requer 8 horas diárias de trabalho, de acordo com a legislação brasileira, as empreendedoras, no Brasil, trabalham em média 13 horas por dia.

Gráfico 14- Quantas horas trabalham por dia

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Ao serem questionadas se as mesmas faziam algum tipo de divulgação dos seus negócios e produtos, as mulheres empreendedoras do Município de Redenção responderam que utilizavam as redes sociais, como por exemplo, *Instagram* e *WhatsApp*, em sua grande maioria representado por 97% das 30 entrevistadas. Já apenas 3% responderam que faziam divulgação porta a porta e nenhuma respondeu que não divulgava os seus empreendimentos. (Gráfico 15) esta participação das mulheres nas mídias sociais, divulgando os seus negócios possuem grande importância, pois a aproxima mais de seus clientes se preparando para atender novos pedidos, alcançando desta forma mais clientes e a análise da satisfação dos consumidores em relação aos seus produtos. Além de utilizarem as redes sociais para a divulgação de seus empreendimentos, com o valor de venda e formas de pagamento, as mulheres empreendedoras de Redenção utilizam os variados recursos das redes sociais para lançarem promoções e fidelizar mais clientes, tendo em vista a utilização de ferramentas disponíveis nos próprios aplicativos como boas imagens dos produtos, sorteio de brindes e parcerias com outros empreendimentos no Município.

O aparecimento das mídias sociais permite com que os empreendedores tenham um contato mais próximo com seus consumidores por meio da internet. Segundo Ramos (2017, p.29) "as redes sociais deixaram de serem utilizadas somente para distração e transformaram-se em plataformas úteis para a troca de conversação entre as empresas e os clientes diretamente. " No entanto, para Peçanha et. Al (2017) entre as diversas redes sociais existentes atualmente, é necessário primordialmente entender o que o seu empreendimento precisa, identificando o

seu público alvo e em quais redes sociais seus clientes interagem mais, procurando a melhor forma de abordá-los. Cada rede social por si só tem suas peculiaridades, onde é imprescindível conhecer cada uma delas de forma com que haja um planejamento de como trabalhar da melhor forma no meio digital.

Gráfico- 15- Divulgação dos negócios



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Em relação aos seus entendimentos acerca do papel das mulheres no mercado de trabalho, a empreendedora nº 28 diz que: “Dia após dia a mulher vem se superando no mercado de trabalho. Pois cada uma de nós sabemos como é difícil no começo. Mas com determinação e fé conseguimos empreender e conquistar nosso espaço. ” A empreendedora nº 3 alega que o principal papel da mulher no mercado é a conquista da sua autonomia própria, ter sua própria independência e seu próprio dinheiro. Já a empreendedora nº 06 fala que: “De extrema importância é o papel da mulher no mercado de trabalho. Pois muitas mulheres conseguem ser mais empreendedoras do que muitos homens. ” Do mesmo modo a entrevistada nº 02 relatou a sua opinião sobre o público feminino no mercado de trabalho: “O público feminino vem contribuindo cada vez mais no mercado de trabalho. Pois mostra que a mulher é o que ela quer ser, é batalhadora por si só. ”

A próxima questão levantada no questionário foi em relação às principais características empreendedoras, onde as mulheres poderiam marcar mais de uma característica em que elas se identificassem. Dentre as 36 características expostas no questionário, as que mais foram identificadas pelas mulheres empreendedoras de Redenção foram: Persistência, Idealização,

Desenvolvimento pessoal, correndo riscos, desistindo jamais, Determinação, Criatividade, Comprometimento, Iniciativa, aproveitando oportunidades, superando obstáculos, acreditando sempre, Autoconfiança, Percepção de oportunidades e Disposição para adquirir conhecimentos novos. Portanto, essa característica identificada pelas mulheres empreendedoras do Município de Redenção só contribui para uma melhor percepção do porquê elas empreendem, como são batalhadoras, fortes e guerreiras e o quanto estimulam o comércio local.

A pergunta 19 tratava da implantação do empreendimento em Redenção, se a empreendedora conseguiu alcançar o resultado esperado e se conseguiam se manter com o empreendimento. Todavia, de modo geral, as 30 mulheres responderam que sim e que conseguiam se manter de forma segura tanto para o seu próprio sustento quanto da sua família.

No que diz respeito sobre a ampliação do seu negócio/empreendimento, 80% das entrevistadas pretendem sim ampliar seu negócio próprio e 20% não pretendem, como pode ser demonstrado no Gráfico 16. Ao responderem à pergunta, muitas falaram que já haviam ampliado tendo duas lojas para administrar e que sabiam que ampliando requer mais tempo e disposição, o que acarreta a falta de tempo para a própria família. Este fato influencia diretamente na qualidade de vida das empreendedoras e a dificuldade de manter um equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar, já que as mesmas trabalham mais de 8 horas por dia, como foi demonstrado no Gráfico 14. Mas mesmo diante deste fato, 80% delas querem ou já ampliaram os seus empreendimentos, fazendo crescer o seu faturamento, contribuindo para o fortalecimento da sua qualidade de vida e o sustento dos seus familiares.

Gráfico 16- Pretende ampliar seu negócio/ empreendimento?



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

5.4. Apoio institucional

No último tópico será abordado a questão sobre o apoio da prefeitura do Município de Redenção em relação aos empreendimentos das mulheres ou parcerias com o SEBRAE. Identificar a situação das empreendedoras Redencionistas durante a pandemia da Covid-19, e como se deu o seu sustento e o de sua família durante o período crítico da pandemia e se a prefeitura ou outro órgão auxiliou as mesmas em relação aos seus empreendimentos e seus sustentos.

Quando perguntadas sobre se em Redenção havia algum tipo de apoio institucional ou algum apoio por parte da prefeitura para os empreendedores do município, as 30 mulheres entrevistadas responderam que nunca tiveram apoio de algum instituto ou municipal. A prefeitura apenas disponibiliza o acesso ao espaço físico para a implantação do seu empreendimento próprio, segundo as entrevistadas. A prefeitura em relação a esta questão respondeu que há sim órgãos que tratam sobre empreendedorismo como a Assistência social e a Casa do cidadão do Município de Redenção.

Quanto à questão da oferta de cursos de capacitação, por parte da Prefeitura Municipal de Redenção, as 30 mulheres também responderam que não foram ofertados. Já quando perguntadas sobre a oferta de capacitações e cursos por parte do SEBRAE, apenas 3 das 30 entrevistadas responderam que sim, há a oferta. O SEBRAE de Baturité sempre disponibiliza cursos de empreendedorismo, principalmente para mulheres que desejam empreender. Ao serem questionados quanto a parcerias com o SEBRAE, a Prefeitura Municipal de Redenção afirmou que há parcerias como o suporte para abertura de novas empresas, cursos e capacitações voltados para o empreendedorismo no Município.

De acordo com Lima (2021) as mais diversas organizações tiveram que conseguir de certo modo, uma adaptação com medidas de distanciamento, legislações e recomendações tanto governamentais como sanitárias. O isolamento social, o distanciamento evitando aglomerações, o uso de máscaras e higiene das mãos foram apresentados no mundo inteiro como as principais formas de proteção contra a Covid-19. Pesquisadores ao redor do mundo juntaram esforços de estudos voltados para o controle da pandemia e os diversos impactos que o vírus pode causar na saúde da população. Já no que se refere ao âmbito social, às ciências humanas vem a cada dia coletando dados na realização de pesquisas de forma com que viabilizem a compreensão de todo o período de isolamento social e seus impactos tanto nas instituições como no comércio, nas corporações e principalmente aos trabalhadores de modo geral.

No que concerne ao fechamento do mercado central de Redenção durante o período crítico da pandemia da Covid-19, foi de modo geral respondido que sim por todas as 30 entrevistadas. O sustento próprio e de suas famílias também foi relatado por elas, onde foram apresentadas diferentes respostas de ambas as entrevistadas, como por exemplo, recorreram ao auxílio emergencial disponibilizado pelo Governo Federal durante a Pandemia da Covid-19, onde não somente acarretou prejuízos econômicos no município de Redenção, mas também em todo o Brasil, por conta do fechamento do comércio. Também foi relatado por elas que utilizaram o seu próprio capital e dos fundos emergenciais do próprio empreendimento. Houve a ajuda também de terceiros, como familiares, marido e amigos.

Por fim, foram questionadas a respeito se as mesmas gostam de atuar com o seu empreendimento no Município de Redenção, e se o município propiciava o crescimento do seu empreendimento, todas as 30 mulheres responderam que sim, pois em Redenção havia muitos clientes e gerava muito lucro. Ainda assim, sobre a Pandemia, foi questionado a questão se algum órgão auxiliou e se a prefeitura ofereceu ajuda para os empreendimentos de alguma forma. Todas relataram que não houve nenhum tipo de ajuda.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização da presente pesquisa permitiu um conhecimento amplo sobre o tema do empreendedorismo feminino, onde foi possível identificar tanto as principais características das mulheres empreendedoras do Mercado Central do município de Redenção como a idade, estado civil, se possui filhos, número de filhos, grau de escolaridade e se às mesmas se consideram como empreendedoras quanto também às características em relação aos empreendimentos das mulheres de Redenção, Ceará.

O objetivo geral da pesquisa foi identificar as principais características das 30 mulheres empreendedoras e as razões que as levaram a empreender no Município, onde foi possível atingi-los na medida que se pode aferir os resultados encontrados no estudo, visto que foram identificadas empreendedoras com idade mais avançada, casadas e com filhos, onde não foi encontrada nenhuma mulher com mais de 3 filhos, conforme foi demonstrado nos resultados através dos gráficos. São mulheres empreendedoras que em sua maioria possuem grau de instrução até o ensino médio completo, trabalham por mais de 8 horas por dia e estão trabalhando em seus empreendimentos há mais de quatro anos.

Com os resultados obtidos através desta pesquisa, foi possível concluir e evidenciar a consolidação do papel da mulher empreendedora na sociedade, contribuindo com os vários estudos já realizados sobre o tema, o que acarreta a confirmação de que o empreendedorismo feminino impulsiona a independência financeira e a autonomia da mulher no mercado de trabalho brasileiro.

O estudo também apresentou os objetivos específicos e que ambos foram alcançados. O primeiro tratava-se de conhecer as principais características das mulheres que empreendem no Município de Redenção, onde foi possível cumprir o objetivo especificado, haja vista que as empreendedoras são persistentes, determinadas, criativas, comprometidas com seus empreendimentos, tomam iniciativa em relação aos seus negócios, são autoconfiantes e que sempre estão dispostas a adquirir conhecimentos novos.

O segundo objetivo específico foi de identificar as razões que as levaram a empreender no Mercado Central de Redenção, podendo concluir que mais de 80% das mulheres começaram a empreender por Necessidade, pois queriam alcançar as suas independências financeiras. Além disso, apontaram também fatores determinantes para a abertura de seus negócios no município de Redenção, de modo que, 90% delas identificaram a autonomia, como fator principal, tendo

o poder de decisão nas mãos para administrar o seu próprio negócio e escolhendo o seu perfil de atuação do Mercado central do Município, sendo de forma unânime o setor comercial.

Para o terceiro objetivo específico que foi de verificar se há apoio institucional ou municipal para o empreendedorismo em Redenção, pode-se concluir que de acordo com os relatos apontados pelas empreendedoras nas entrevistas, o apoio por parte da prefeitura é limitado, por disponibilizarem somente o espaço físico para a implantação dos empreendimentos das mulheres. Porém vê-se que é necessário um maior incentivo por parte da prefeitura às mulheres que possuem seus negócios no município, às estimulando por meio de cursos de capacitação e projetos com consultorias e financiamentos para a abertura de novos empreendimentos, aumentando desta forma, o comércio local. Pode-se concluir também que não houve apoio por parte da prefeitura de Redenção durante o período crítico da Pandemia da Covid-19 às empreendedoras, como um apoio financeiro para as suas famílias, com o fechamento do comércio, impossibilitando às empreendedoras de trabalharem. Há ainda a questão de informações escassas em relação ao empreendedorismo feminino no município, por parte da Prefeitura ou outros órgãos, onde é de extrema importância para estudos e pesquisas futuras.

Há evidências de outros trabalhos que apontam a relevância do empreendedorismo feminino e seus principais aspectos, aspectos estes que podem ser melhorados na medida que às compreensões fiquem mais claras durante a execução da pesquisa, onde foi possível analisar os resultados e encontrar soluções, para que as mulheres consigam se aperfeiçoar em suas áreas de atuação e gerenciar seus empreendimentos.

Foram evidentes as diversas dificuldades ao longo das trajetórias das mulheres à frente de seus empreendimentos, como: a falta de dinheiro para o capital, que em sua grande maioria, relataram que recorriam a instituições bancárias ou tinham a ajuda de terceiros. Foi apontado também por elas a falta de formação específica para começar os seus negócios, o que se pode constatar que para o crescimento profissional é necessário conhecimento na área que desejam atuar, então desta forma, o correto seria a capacitação com ensino superior, cursos e treinamentos, que de forma como a pesquisa mostrou, a maioria das mulheres possuem somente o ensino médio completo, mas que não impossibilitou às empreendedoras de exercer os seus negócios, mesmo que não haja um alto grau de instrução. Outra dificuldade considerada pelas mulheres foi durante a pandemia da Covid-19, não tendo apoio da Prefeitura e nem de órgãos que pudessem lhes auxiliar durante o período do fechamento do comércio local.

O estudo tratou de entrevistas realizadas com trinta empreendedoras no Município de Redenção Ceará, com o intuito de conhecer de perto a realidade do empreendedorismo no município.

O desenvolvimento deste presente trabalho foi de extrema importância, ao que se refere ao aprendizado adquirido para o aprofundamento teórico e às práticas de empreendedorismo experimentadas pelo mercado. O trabalho conseguiu alcançar seus objetivos apresentados, uma vez que, após a definição dos objetivos específicos pode-se realizar a ligação da fundamentação teórica utilizada com os resultados obtidos através das entrevistas, demonstrando a relevância do tema e às inúmeras contribuições para o meio econômico e social, com o objetivo de demonstrar para a sociedade o quanto é fundamental o papel da mulher no mercado de trabalho e a frente do empreendedorismo, quebrando barreiras acerca da capacidade das mulheres em relação a sua independência e iniciativa para a abertura de novos negócios.

No que concerne a trabalhos futuros, sugere-se pesquisas com mulheres empreendedoras de outros municípios, para que se possa analisar o crescimento do empreendedorismo feminino e se há apoio e incentivo por parte das prefeituras.

REFERÊNCIAS

- AIDAR, M. M. **Empreendedorismo**: Coleção Debates em Administração. São Paulo: Thompson, 2007. 168p.
- ALVES JUNIOR, Maiso Dias. **Sustentabilidade na gestão de organização do Terceiro Setor**: um estudo dos empreendimentos sociais apoiados pela Ashoka, 2008. 240 f. Dissertação (mestre em administração) – Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2008. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp094167.pdf>> Acesso em: 05 nov. 2019.
- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. **Empreendedorismo feminino**: dificuldades relatadas em história de vida. Revista de Ciências da Administração, v. 16, nº 40, p. 221-234, dez. 2014.
- ANGELO, E. B. **Empreendedor Corporativo**: a nova postura de quem faz a diferença. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- ANDREOLI, T. P; BORGES, W. A. Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um Pequeno Negócio. In: ENCONTRO PARANAENSE DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO (EPEAD). 11., 2007, Paraná. Anais eletrônicos...:Paraná: EPEAD, 2007. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/producao-academica/empreendedorismo-feminino-uma-analise-do-perfil-empreendedor-e-das-dificuldades-enfrentadas-por-mulheres-detentoras-de-um-pequeno-negocio/410/>>. Acesso em: 20 abr. 2020.
- ANDREOLI, Taís Pasquoto;. **Empreendedorismo feminino: Uma análise do perfil empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um pequeno Negócio**, Paraná, p. 1-11, 2007
- Araújo, M. K. F., Silva, R. L. S., de Mesquita, R. F., & Matos, F. R. N. (2020). May That Nothing Limit Us, May That Nothing Define Us: The Context of Women Entrepreneurs in Startups. In: Handbook of Research on Approaches to Alternative Entrepreneurship Opportunities (pp. 395-409). IGI Global.
- BARROS, A.A; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: Uma Análise Empírica. **Revista de Administração Contemporânea**. v.12, n.4, p. 975-993, out/dez, 2008.
- Barros, G. V. D., Palhano, D. Y. M., & Machado, H. V. (2003). Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. Caderno de Administração UEM, 11(1), 51-67.
- BIRLEY, S.; MUZYKA, D.F. **Dominando os desafios do empreendedor**: o seu guia para se tornar um empreendedor. São Paulo: Makron Books, 2001. 317 p.
- BRITTO, F. WEVER, L. **Empreendedores Brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. 4. ed. Rio de Janeiro: Negócio, 2003.
- BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

BOTELHO, Louise de Lira Roedel et al. **Desafios gerenciais das mulheres empreendedoras:** como exercer a liderança em espaços de identidade masculina? O caso da Alpha Tecnologia. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/38320124_Desafios_gerenciais_das_mulheres_emp_42reendedoras_como_exercer_a_liderana_em_espaos_de_identidade_masculina_O_caso_da_Alpha_Tecnologia>. Acesso em: 20 abr. 2020.

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: 22 abr. 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

CAETANO, R. **O gigante crescimento do empreendedorismo digital.** 2014. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-gigante-crescimento-do-empreendedorismo-digital/80213/>. Acesso em: 31 mar. 2020

CAMARGO, D. et al. **O significado da atividade empreendedora:** as práticas da mulher brasileira em 2008.

CARREIRA, D.; AJAMIL, M.; MOREIRA, T. **A liderança feminina no século 21.** São Paulo: Cortez, 2011.

CHER, Rogerio. **Empreendedorismo na veia:** um aprendizado constante. Rio de Janeiro: Elsevier; SEBRAE, 2008.

DEGEN, R. J. **O empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor:** a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 5. Ed. São Paulo: Cultura, 2003.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa.** 30ª ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios** 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 4 reimpressão, 2005.

DORNELAS, J. C. (2016). **EMPREENDEORISMO** Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier

DORNELAS, J. C. A. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

DEGEN, R. J. **O empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor.** São Paulo: Pioneira Thomson, 2003. **EXAME.COM.** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/mulheres-sao-maioria-entre-os-novosempreendedores>>. Acesso em 26.nov 2019

Farah, O. E. & Cavalcanti, M. & Marcondes, L. P. **Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas.** São Paulo: Cengage Learning.

FERNANDES, J. A. T.; CAMPOS, F. de; SILVA, M. O. da. (2013). **Mulheres**

- empreendedoras: O desafio de empreender. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, junho de 2013. Disponível em : < <http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html> > , Acesso em: 15 nov. 19
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP Management Journal**, v. 34, n. 2, p. 6-28, 1999.
- Fabricio, J.S., Machado, H.V. (2012). Dificuldades para criação de negócios: um estudo com mulheres empreendedoras no setor do vestuário. *Revista Gestão e Planejamento*, v. 12, n. 3, p. 515-529.
- 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: 26 nov. 2019.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2014. Curitiba: GEM/SEBRAE, 2014. 18 p. Disponível em: 115 http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf. Acesso em: 10 Jun. 2022.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2018). Curitiba: IBQP, 2018.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR –GEM. Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2007). Curitiba: IBQP, 2008.
- GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIM, R.; MIGOTT, A. M.B. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 185-207, maio/ago.2002.
- Grego, S. M. S., Bastos, J. P. A., Machado, J. P., Felix, J. C., Silvestre, R. G. M., Passos, C. A. K., Schlemm, M. M., Meza, M. L. F. G., Rissete, C. R., Cunha, S. K., Bulgaco, Y. L. M., Camargo, D., & Rea, M. X. (2009). **Empreendedorismo no Brasil**, 2008. Curitiba: IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade).
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 4ª Edição, 2002
- GOMES, Almirava Ferraz. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2006.
- GOMES, A. F. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio**: Um estudo na cidade de Vitória da Conquista. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/1805/1433>>. Acesso em: 20 abr. 2020.
- GOMES, Almirava Ferraz; SANTANA, Gusmão Piau Santana; SILVA, Moreira Jovino. **Mulheres empreendedoras**: desafios e competências. 2005. Disponível em: <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>>, Acesso em 09 jul.2022.
- HISRICH, R.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004..
- HOBSBAWM, E. J. **A era das revoluções 1789-1848**. 18.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

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

LEÃO, D. A. F. S. **Relevância da teoria da coopetição para a compreensão da dinâmica dos relacionamentos entre empresas concorrentes**. In: 2º Encontro de Estudos em Estratégia, ANPAD, Rio de Janeiro: Anais Eletrônicos ANPAD, 2005. Disponível em: <anpad.org.br/admin/pdf/3es2005-476.pdf> Acesso em 19 nov. 19

LANGOWITS, Nan. O espírito empreendedor feminino. **HSM Management**, n.43, p.64-68, março-abril 2004.

LIMA, L,S,B **HOME OFFICE E PANDEMIA DE COVID-19: DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS TRABALHADORES REMOTOS NA BUSCA DO EQUILÍBRIO ENTRE VIDA PROFISSIONAL E PESSOAL**. Disponível em:<https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/60779/1/2020_tcc_tdsblima.pdf> Acesso em: 10 Jul. 2022.

LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, V. Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Contemporânea RAC**, v. 1, n. 1, p. 1-15, jan./abr. 2007.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W.; PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. 13. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MAI, Antonio Fernando. **O Perfil do empreendedor versus a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES**.Dissertação (Mestrado). Vitória: FUCEPE, 2006

MATOS, Fátima et al. **Estudo observacional do comportamento empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa da ótica de Filion no filme “Mauá –o Imperador e o Rei”**. Caderno EBAPE.BR, Rio de Janeiro, RJ, v. 10, n. 1, artigo 11, p. 202-220,mar. 2010. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v10n1/13.pdf>>. Acesso em: 2 abr. 20

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

MARTINS, Cibele Barsalini et al. **Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em micro e pequenas empresas**. In: Anais: XII Semead Seminários em administração.2010. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br>. Acesso em: 16 abr. 20

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**.2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MENEGASSI, C.H.M; ARAÚJO, E.JC. Economia de comunhão e Economia solidária: Uma distinção de conceitos. **REDEC- Revista de Economia de Comunhão**, Rio de Janeiro, n.3. 2013.

MEROFA, A.; BUENO, C. F. Coopetição. In: ANPAD 3Es -IV Encontro de Estudos em Estratégia, 2009, Recife. **Anais...**Rio de Janeiro: ANPAD, 2009.

MINAYO, Marília Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

Pereira, J., & Bernardo, A. (2016). **Empreendedorismo Digital: estudo do Projeto Negócios Digitais desenvolvido pelo SEBRAE-PR em Maringá**. Disponível em : <<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/4422>> Acesso em: 06 nov.2019.

MACHADO, D. de Q. **“O segredo de Luísa”**: uma análise dos pressupostos teóricos relacionados ao empreendedor inovador. CE. In: VII CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO. 2011, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: 2011. p. 1-18. Disponível em <http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg7/anais/T11_0406_1783.pdf>. Acesso em 24 de mar. de 2020.

MACHADO, Hilka Pereira Vier. Empreendedoras e o preço do sucesso. **REO -Revista de Estudos Organizacionais**, Maringá, vol.1, n.2, p.75-88, jul./dez.2000.

PAMPLONA, J. B. **Erguendo-se pelos próprios cabelos**. São Paulo: Germinal, 2001.

PEÇANHA, Vitor et tal. Ebook: Marketing Digital 2017: Disponível em Ebook: Marketing Digital.

PROBST, E.R. **A Evolução da mulher no mercado de trabalho**. 2005. Disponível em: <<http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2020.

RAMOS, Luíza. Mídias sociais e mercado de moda: estudo de caso na empresa Sorellina. **Tecnólogo em Design de Moda-Florianópolis**, 2017.

RIBEIRO, Renato. Conheça os tipos de empreendedorismo e empreendedores existentes. **Rockcontent**, 2019. Disponível em:<<https://comunidade.rockcontent.com/tipos-de-empreendedorismo/>>. Acesso em: 06 nov.2019

Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., & Autio, E. (2002). **GEM Global Entrepreneurship Monitor: relatório de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor** (Relatório de Pesquisa/2002). Disponível em : <http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202002%20-%20Relat%C3%B3rio.pdf>

SANTOS, Bruna dos Silva dos; LUZ, Kaisa Assen da; BRASIL, Ângela de Sousa **EMPREENDEADORISMO INFORMAL: Um Estudo de Caso na Avenida Ponta Porã em Três Lagoas**. 2018 Disponível em:<<http://revistaconexao.aems.edu.br/wp-content/plugins/download-attachments/includes/download.php?id=1915>> Acesso em: 06 nov. 2019.

SANTOS, S. V.; CERDEIRA, J. P. Estratégias de coopetição em Portugal: o contributo dos polos e clusters de empresas. **Exedra: Revista Científica**, n. 8, p. 22-34, 2013.

SEBRAE. **Manual de operacionalização do projeto EMPRETEC**. Brasília – Distrito Federal/DF, 2001.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf). Acesso em 09 abr. 2020.

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

SILVA, Wankleber de Farias. **Empreendedorismo Feminino no Município de Picos Piauí**. Monografia (Bacharelado em Administração) –Universidade Federal do Piauí. Picos -PI, p. 21. 2013.

TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. **Mulheres empreendedoras**. GV EXECUTIVO, São Paulo, v.12, n.1, p.50-53, janeiro/junho, 2013.

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

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você**—São Paulo:Ed. Do autor, 2010.

WINCKLER, N. C.; MOLINARI, G. T. Competição, colaboração, cooperação e coopeção. **Revista ADMpg Gestão Estratégica**, v. 4, n. 1, p. 1-12, 2011.

APÊNDICE A- QUESTIONÁRIO COM AS MULHERES EMPREENDEDORAS DE REDENÇÃO

Prezada empreendedora,

Meu nome é Francisca Edmara Ribeiro da Silva Vidal, sou aluna concludente do Curso de Administração Pública da UNILAB e estou realizando pesquisa para meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), orientado pelo Professor Alexandre Lima.

A presente pesquisa e coleta de dados que será realizada com você sobre o Empreendedorismo feminino no município de Redenção, tem como o objetivo de identificar as principais características da atuação das mulheres no Mercado Central do município e as razões pelas quais as levaram a empreender.

Solicito sua grandiosa colaboração para responder o questionário seguinte, cujo os dados aqui obtidos serão mantidos em sigilo absoluto e utilizado somente para fins acadêmicos.

Antecipadamente, agradeço a sua colaboração.

Francisca Edmara Ribeiro da Silva Vidal

Aluna do curso de Administração pública presencial da Unilab

ENTREVISTADA Nº _____

DATA: ____/____/____

QUESTIONÁRIO

CARACTERIZAÇÃO DAS EMPREENDEDORAS

Idade

() de 18 a 25 anos

() de 26 a 35 anos

() de 36 a 45 anos

() de 46 a 55 anos

() acima de 56 anos

Qual o seu Estado Civil?

Casada

Solteira

outros

Você Possui filhos?

Sim

Não

Número de Filhos

1 Filho(a)

2 Filhos(as)

3 Filhos(as)

Mais de 3 Filhos(as)

Não tenho

Escolaridade

Ensino Fundamental

Ensino Médio

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

Você se considera uma empreendedora?

Não.

Um pouco, posso melhorar.

Sim, muito.

CARACTERIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Empreendeu em algum outro negócio antes do Mercado de Redenção?

Sim ()

Não ()

Por que optou por este ramo de negócio?

Oportunidade ()

Necessidade ()

Vocação ()

Qual foi o fator determinante para a abertura da sua empresa/ empreendimento no Município de Redenção?

Autonomia ()

Flexibilidade ()

Falta de emprego formal ()

Em relação ao setor de negócios, qual o seu perfil de atuação no Mercado Central de Redenção?

() **Atua no setor Industrial**

() **tua no setor Comercial**

() **Atua no setor de Serviços**

Você já teve algum tipo de informação ou curso de capacitação de como criar um empreendimento próprio?

() **Sim**

() **Não**

12. Se a resposta anterior for SIM, favor informar onde a informação foi obtida.

Você já passou por alguma dificuldade na sua trajetória como empreendedora por ser mulher?

- Não ter formação específica
- Não ter dinheiro para o Capital
- Falta de experiência
- Filhos pequenos

outro motivo: _____

E de que forma você superou essas dificuldades?

Há quanto tempo você possui a empresa/ empreendimento no Município de Redenção?

- 1 a 3 anos
- 4 a 6 anos
- 7 a 10 anos
- mais de 10 anos

No seu entendimento, qual o papel da mulher no mercado de Trabalho?

Dentre as características empreendedoras abaixo, quais as que você se identifica como Mulher Empreendedora?

OBS: Pode marcar mais de uma característica

<input type="checkbox"/> Persistência	<input type="checkbox"/> Determinação
<input type="checkbox"/> Idealização	<input type="checkbox"/> Criatividade
<input type="checkbox"/> Desenvolvimento Pessoal	<input type="checkbox"/> Comprometimento
<input type="checkbox"/> Auto-realização	<input type="checkbox"/> Alcançando metas
<input type="checkbox"/> Resolução de problemas	<input type="checkbox"/> Responsabilidade social
<input type="checkbox"/> Consciência	<input type="checkbox"/> Iniciativa
<input type="checkbox"/> Reconhecendo os próprios erros	<input type="checkbox"/> Criando oportunidades
<input type="checkbox"/> Correndo riscos	<input type="checkbox"/> Aproveitando oportunidades
<input type="checkbox"/> Desistindo jamais	<input type="checkbox"/> Superando obstáculos
<input type="checkbox"/> Acreditando sempre	<input type="checkbox"/> Percepção de oportunidades
<input type="checkbox"/> Percepção de mercado	<input type="checkbox"/> Talento adquirido
<input type="checkbox"/> Seriedade	<input type="checkbox"/> Amor pelo que faz
<input type="checkbox"/> Inteligência	<input type="checkbox"/> Jogo de cintura
<input type="checkbox"/> Liderança	<input type="checkbox"/> Otimismo
<input type="checkbox"/> Inovação	<input type="checkbox"/> Persistência
<input type="checkbox"/> Autoconfiança	<input type="checkbox"/> Engajamento
<input type="checkbox"/> Sensibilidade	<input type="checkbox"/> Disposição para adquirir novos conhecimentos
<input type="checkbox"/> Capacidade de ensinar	<input type="checkbox"/> Planejamento

Quantas horas você trabalha por dia?

4 horas

6 horas

8 horas

mais de 8 horas

Após implantar o seu empreendimento no município de Redenção, você alcançou o resultado esperado? Você consegue se manter com seu empreendimento próprio?

Você pretende ampliar este negócio/empreendimento?

Como é feita a divulgação do seu negócio?

Redes sociais

Divulgação porta a porta

Não faço divulgação

APOIO INSTITUCIONAL

Há algum apoio institucional ou municipal para os empreendedores no município de Redenção?

Sim

Não

Qual ? _____

Foram ofertados cursos ou capacitações por parte da Prefeitura?

Foram ofertados cursos ou capacitações por parte do SEBRAE ou outro órgão?

Durante a Pandemia o Mercado de Redenção fechou?

E como se deu o seu sustento e da sua família?

Você gosta de atuar com o seu negócio no Município de Redenção? Você acha que o município propicia o crescimento do seu empreendimento?

Na pandemia, a Prefeitura de Redenção ou outro órgão auxiliou ou ofereceu ajuda ao seu empreendimento de alguma forma? Se sim, que tipo de auxílio ou ajuda foi essas?
