



Congresso Internacional de Administração
ADM 2020

Administração Ágil
Inovação e Trabalho Remoto

25 a 27
de outubro

Ponta Grossa - Paraná - Brasil

EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DE MUTUM (MG)

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: PROFILE OF ENTREPRENEURIAL WOMEN IN THE CITY OF MUTUM (MG)

ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO

Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura, UNIFACIG, Brasil, ritakmartins@hotmail.com

Cleidimar Linhares Rodrigues Corrêa, UNIFACIG, Brasil, 1710272@sempre.unifacig.edu.br

Lilian Beatriz Ferreira Longo, UNIFACIG, Brasil, lilianfacig@hotmail.com

Reginaldo Adriano de Souza, UNIFACIG, Brasil, reginaldoberbert@hotmail.com

Anandy Kassis de Faria Alvim-Hannas, UNIFACIG, Brasil, anandy.alvim@gmail.com

Resumo

O crescente aumento no número de mulheres empreendedoras no Brasil nos últimos anos, vem evidenciando o potencial da mulher de empreender, de estar à frente do seu próprio negócio, demonstrando assim habilidades de conciliar o trabalho com a rotina de dona de casa. Diante disso, esse estudo teve como objetivo, identificar o perfil das mulheres empreendedoras na cidade de Mutum (MG). Para isso, optou-se por um estudo de caso descritivo, com uma abordagem qualitativa, utilizando-se como principal fonte de evidências, a utilização de entrevistas. Os resultados encontrados apontam que as mulheres são dedicadas, resilientes, têm grande capacidade de se adaptarem às mudanças e exigências do mercado, que buscaram no empreendedorismo uma independência financeira e uma melhor qualidade de vida. Conclui-se que a mulher empreendedora, usa suas características pessoais para lidar com as pessoas, e sua capacidade de conciliar múltiplas tarefas.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Perfil empreendedor; Gestão do negócio.

Abstract

The growing increase in the number of women entrepreneurs in Brazil in the recent years, has increasingly shown the potential of women to undertake, to be ahead of their own business, thus demonstrating her ability to reconcile work and housewife routine. Therefore, this study aimed to identify the profile of women entrepreneurs in the city of Mutum (MG). For this, we opted for a descriptive case study, with a qualitative approach, using the use of interviews as the main source of evidence. The results found show that women are dedicated, resilient, have a great capacity to adapt to the changes and demands of the market, which sought entrepreneurship for financial independence and a better life quality. It is concluded that the entrepreneurial woman uses her personal characteristics to deal with people, and her ability to reconcile multiple tasks.

Keywords: Female entrepreneurship; Entrepreneurial profile; Business management.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino está em crescimento no país, e tem contribuído para o empoderamento das mulheres, abrindo caminho para que elas se tornem líderes e independentes

(Jonathan, 2005). As mulheres têm ganhado cada vez mais força em um mercado que ainda é fortemente dominado pelos homens (Ferreira, 2015). Apesar do crescente número de mulheres à frente do seu próprio negócio, muitas ainda enfrentam desafios, como a baixa autoconfiança, falta de apoio de familiares, barreiras em um ambiente predominantemente masculino e a dupla jornada de trabalho (Alperstedt, Ferreira & Serafim, 2014). Entretanto, Longo *et al.* (2017), ressaltam algumas características que influenciam as mulheres a se tornarem empreendedoras pelo fato delas serem ambiciosas e exigentes nos aspectos financeiros, pessoal e profissional, dentre outras como: necessidade, independência, desenvolvimento pessoal, segurança e auto realização.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019), o Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais, e um total de 24 milhões de empreendedoras. Este mesmo estudo revela que as mulheres empreendedoras são cada vez mais chefes de domicílio e que a partir do 3º trimestre de 2017, essa posição superou a de cônjuge. Apesar desse crescente número, as mulheres pagam taxas de juros maiores apesar da taxa de inadimplência ser mais baixa. Diante do atual cenário de crescimento do empreendedorismo feminino no país, e dos dados apresentados pelo SEBRAE (2019), indicando que 34,4% de empreendedoras iniciais eram mulheres, surge a seguinte questão: qual o perfil da mulher empreendedora na cidade de Mutum (MG)?

Este estudo se torna relevante visto que Silva e Mainardes (2016), identificaram que o perfil da mulher empreendedora no Brasil tem faixa etária compreendida entre 30-49 anos, são casadas e têm ensino superior completo. Os autores destacaram também que as mulheres estão se arriscando mais ao começarem seus negócios sozinhas. Porém, apresentam dificuldades para conseguirem empréstimos, e, apesar de utilizarem a experiência adquirida em trabalhos anteriores para administrarem seus negócios, habilidades tecnológicas, de gerenciamento, marketing e finanças precisam ser aprimoradas.

Para Duminelli, Topanotti e Yamaguchi (2017, s.p.), “o empoderamento feminino e o empreendedorismo vêm ganhando espaço não só nas organizações de alto escalão, como também nas médias, pequenas e microempresas.” Nota-se que as mulheres se sentem empoderadas e realizadas com o sucesso dos seus empreendimentos, porém ainda existem poucos estudos nessa área.

Além disso, Longo *et al.* (2017), identificaram que as mulheres empreendedoras na cidade vizinha, Manhuaçu (MG), possuem perfil compreendido na faixa etária entre 30-60 anos, são casadas, com ensino médio completo e/ou ensino superior. Pôde-se concluir neste estudo que as mulheres empreendedoras pesquisadas são determinadas e usam a oportunidade do mercado para obterem independência financeira. Como as cidades apresentam as mesmas características regionais, espera-se que, com esta pesquisa, possa ser identificadas semelhanças e/ou características em relação ao perfil da mulher empreendedora nesta cidade.

Diante disso, o objetivo deste estudo está em identificar o perfil das mulheres empreendedoras da cidade de Mutum (MG), contribuindo para as pesquisas nessa temática, visto que ainda existem poucos estudos que traçam o perfil da mulher empreendedora nessa região, apesar do crescente número de empreendimentos comandados por mulheres.

Para isso esse artigo se divide nas seguintes partes: a primeira parte é composta por esta introdução que destaca a problematização e os objetivos da pesquisa. A segunda parte corresponde ao referencial teórico. A terceira parte apresenta o caminho metodológico que será utilizado nesta pesquisa. A quarta parte, apresenta a análise dos resultados, seguida por fim, nas considerações finais e contribuições da pesquisa.

2. DESENVOLVIMENTO

De acordo com Cunha, Silva e Yamaguchi (2011, p. 180) “a atividade empreendedora é o resultado da iniciativa do empreendedor, impulsionada pelo reconhecimento da oportunidade, que resulta em um empreendimento lucrativo.” Ainda segundo o autor, o empreendedor é dotado de criatividade, inovação, criação de valor, sendo capaz de identificar oportunidades e aproveitá-las. O empreendedorismo no Brasil mostra uma alta porcentagem de empreendedores, destacando um alto número de empreendedores iniciais. Mas o fato é que o Brasil precisa investir na ampliação do empreendedorismo de qualidade, porque o percentual de empresas que encerram suas atividades nos primeiros anos de vida ainda é muito alto. Resultados das dificuldades que os empreendedores encontram com a falta de políticas públicas e com a burocracia na abertura de empresas (Cunha, Silva & Yamaguchi, 2011).

Dornelas (2008, p. 1), afirma que “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. E ainda enfatiza que uma das consequências para o aumento do número de empreendedores está diretamente ligado ao alto índice de desempregos, principalmente nas grandes cidades, onde se concentram o maior número de empresas. Dessa forma, para o autor, as pessoas ao perderem seus empregos, se veem, muitas vezes, sem alternativas e com um pouco de suas experiências e economias abrem seu próprio negócio. Há também aqueles que são impulsionados pela nova economia, sendo a Internet, um mercado totalmente novo, e com grandes incertezas e oportunidades (Dornelas, 2008).

O empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no desenvolvimento e na prosperidade de uma região. O empreendedor segue o que acredita ser uma oportunidade (Rocha, 2014). As oportunidades, na maioria das vezes, aparecem em um forte ambiente de incerteza e os empreendedores precisam utilizar seu discernimento para decidir se devem ou não agir, pois na visão de Hisrich, Peters e Shepherd (2014), os empreendedores são dinâmicos, flexíveis, auto reguladores e engajados.

De acordo com Chiavenato (2004), os empreendedores aprendem a transformar sonhos em realidades, aproveitam as oportunidades para efetuarem ações decisivas, e transformam as metas e os objetivos em resultados concretos, colocando em prática as boas ideias de produtos e serviços. Ainda de acordo com o autor, todo empreendimento precisa de um bom planejamento, é preciso ter um pouco de conhecimento e informação sobre o negócio que a pessoa quer abrir, pois boa parte das empresas ainda jovens não dão certo por causa da desinformação e falta de conhecimento de gestão. Para o autor, a decisão de tocar seu próprio negócio deve ser muito clara e objetiva, sabendo que as dificuldades virão, ainda mais no início do empreendimento, mas com um bom planejamento todos esses percalços poderão ser evitados, e assim conseguir chegar no objetivo de todo negócio, a lucratividade.

De acordo com os dados do GEM - Global Entrepreneurship Monitor, os níveis de empreendedorismo estão estáveis ou em ascensão global, e que o empreendedorismo orientado por oportunidades predomina. Nesta pesquisa, participaram cinquenta e quatro economias mundiais entre os anos de 2017/18 abrangendo 68% da população mundial e 86% do PIB mundial.

Ainda de acordo com o GEM, o empreendedorismo feminino continua em tendência de alta global. Em 2019, 163 milhões de mulheres estavam iniciando seus negócios em 74 economias em todo o mundo, enquanto 111 milhões estavam executando negócios já estabelecidos. Entre as 63 economias pesquisadas neste e no último relatório produzido em 2015, a GEM constatou que a Atividade Empreendedora Total (TEA) entre as mulheres aumentou 10%, e a diferença de gênero (proporção de mulheres para homens que participam do empreendedorismo)

diminuiu 5%. Essas mesmas economias mostram um aumento de 8% na propriedade das mulheres em empresas estabelecidas.

A proporção de mulheres adultas no Brasil envolvidas com empreendedorismo foi de 34,4% (GEM, 2018). Embora a proporção de empreendedores em estágio inicial por oportunidade, no ano de 2018, seja menor no grupo feminino (55,6%), do que no masculino (67,7%), percebe-se que desde 2016 existe um aumento da motivação por oportunidades em ambos os gêneros. O mesmo estudo revelou que comparado com os homens, as mulheres demonstram ter mais escolaridade, principalmente as que estão iniciando um novo negócio. Com relação à renda, observa-se que as mulheres ganham menos que os homens em todas as categorias. Quanto ao estado civil, o que se destaca é que a maioria das mulheres são casadas.

Para Franco (2014), a respeito de espírito empreendedor pode se destacar que as mulheres empreendedoras, despertam características como intuição, sensibilidade, e flexibilidade no que diz respeito ao relacionamento com os funcionários, através da compreensão e cooperação, o que as diferem do sexo oposto. Para o autor, é evidente que as mulheres empreendedoras apresentam alto nível de conhecimento de seu negócio, e uma grande disposição para crescer profissionalmente, apesar de existirem inúmeras limitações, próprias do contexto brasileiro.

Amorim e Batista (2012), afirmam, no que diz respeito ao trabalho feminino fora de casa, que esta ainda é uma conquista muito recente, e que não foi fácil para as mulheres conseguirem ganhar seu próprio dinheiro, obter independência e reconhecimento de suas competências. O autor justifica este argumento, ressaltando que, apesar de estarem ganhando espaço neste mercado do empreendedorismo, as mulheres têm uma jornada dupla, pois ainda desempenham as tarefas tradicionais: ser mãe, dona de casa e esposa. Muitas delas empreendem em sua própria residência, pois assim conciliam os dois afazeres. Já para a contribuição do empreendedorismo feminino na sociedade, Amorim e Batista (2012, p. 11), deixam claro que "o empreendedorismo feminino atua na geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando a realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro".

Para Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), é importante enfatizar que as mulheres enfrentam algumas dificuldades para poder empreender, sendo os principais pontos encontrados: problemas pessoais, familiares e financeiros, dificuldades de gestão, falta de credibilidade e dificuldades de mercado. Para os autores a dificuldade de conciliar o papel de empreendedora com o de dona de casa, mãe e esposa foi o que mais se destacou, embora, para muitas mulheres, essas dificuldades trouxeram aprendizado e muita força de vontade para dar continuidade ao negócio, fazendo dos erros e acertos, uma busca pelo constante conhecimento.

Longo *et al.* (2017), afirmam que as mulheres empreendedoras optam pelo empreendedorismo pelo desejo de se tornarem independentes, parte das empreendedoras identificaram uma oportunidade de oferta no mercado, outras pela necessidade pessoal e individual. Identificaram ainda que as mulheres empreendedoras são dedicadas e esforçadas, e que conseguem administrar as relações familiares com o trabalho, conseguindo assim oferecer uma qualidade de vida melhor para sua família. Foi destacado que as mulheres encontram algumas dificuldades no meio do empreendedorismo, como a falta de acesso ao crédito e a credibilidade que são oferecidas.

Em uma sociedade contemporânea, as mulheres vêm modificando seus papéis sociais e encontrando novas estratégias para lidar com a diversidade de papéis. No mundo do empreendedorismo elas revelam um alto grau de comprometimento com suas empresas. As mulheres empreendedoras demonstram ser corajosas e autoconfiantes, embora apreensivas com aspectos financeiros e crescimento da empresa, esse sentimento tendem a ficar menos evidente diante do sentimento de conquista e realizações. A satisfação de trabalhar com algo que elas se identificam, proporcionam uma autorrealização que se reflete numa alta auto estima, e o

sentimento de independência financeira e reconhecimento no mercado em que atuam. Há também algumas dificuldades como a discriminação de gênero, e ações governamentais (Jonathan, 2005).

Com o avanço tecnológico, muitos serviços e produtos têm surgido e junto com isso a oportunidade de empreender. A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, conseqüentemente a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológica e sua rapidez (Dornelas, 2008).

Por isso o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade. A chamada nova economia, a era da Internet, mostrou recentemente e ainda tem mostrado que boas ideias inovadoras, know-how, um bom planejamento e, principalmente uma equipe competente e motivada são ingredientes poderosos que, quando somados no momento adequado, acrescidos do combustível indispensável a criação de novos negócios - o capital - podem gerar negócios grandiosos em curto espaço de tempo (Dornelas, 2008, p. 6).

Segundo Tavares, Moura e Silva (2014), tanto empreendedores por oportunidades como por necessidades costumam definir metas a longo prazo, planejam as atividades, e buscam informações sobre possíveis clientes. Foi observado que eles se consideram os principais responsáveis pelo bom desempenho de seu trabalho, buscam sempre implementar novas ideias com a intenção de melhorar a qualidade de seus negócios, estão sempre em busca de novas soluções para atender as diferentes necessidades de seus clientes.

Para Dornelas (2008) o empreendedorismo por oportunidade se dá quando o empreendedor sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento, busca o crescimento da empresa e conseqüentemente o lucro, está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico. O autor enfatiza que o empreendedorismo envolve a criação de algo novo, de valor, requer comprometimento e esforço para fazer a empresa crescer, é preciso ser ousado, mas, dentro dos riscos calculados e ter ânimo apesar de falhas e riscos.

A maioria das mulheres buscam optar pelo empreendedorismo em busca de uma maior autonomia, liberdade para estabelecer seus horários e metas e terem mais tempo para conciliar seu trabalho e família, como consequência enxergam o empreendedorismo como uma oportunidade (Silva & Guimarães, 2018).

Conforme afirma Freitas e Teixeira (2016), a identificação de uma oportunidade se dá pelo fato das mulheres já estarem inseridas no mercado de trabalho, e conseguirem identificar a oportunidade de um novo negócio, o autor ainda afirma que a identificação de uma oportunidade e o resultado do atendimento de um conjunto de condições não se dá em um momento isolado, é difícil preestabelecer o momento exato da identificação de uma oportunidade.

De acordo com Dornelas (2008), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando foram criadas o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o Softex (Sociedade Brasileira de Exportação de Software). Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo ou criação de pequenas empresas. O autor enfatiza que o empreendedorismo por necessidade é aquele que o empreendedor se aventura por falta de opção, por muitas das vezes estar desempregado ou por falta de alternativas de trabalho. Esses tipos de negócios na maioria das vezes são criados sem um planejamento adequado e na informalidade, contribuindo para a estatística de mortalidade das empresas nos anos iniciais de vida.

Estudos apontam que o empreendedorismo por oportunidade atua positivamente no desenvolvimento do país, e quanto maior for a presença dele, maior será o desenvolvimento econômico (Rocha, 2014).

O aumento da renda tem sido uma forma direta de proporcionar melhores condições de vida para a população em geral. O empreendedorismo pode ser um instrumento de aumento de renda das nações. O empreendedorismo por oportunidade tem se caracterizado como aquele que envolve inovação no contexto da criação de oportunidades percebida pelo empreendedor. Esse tipo de ação empreendedora, em que a escolha de abrir o negócio está baseada em uma perspectiva de gerar maiores ganhos, tem gerado maiores crescimento e desenvolvimento para as nações (Rocha, 2014, p. 41).

É preciso destacar que as mulheres empreendedoras, enfrentam além das barreiras comuns a qualquer atividade empreendedora, a cobrança por parte de pessoas envolvidas com seus empreendimentos, fazendo elas se sentirem na obrigação de superar tais cobranças. Outro tipo de cobrança bem comum é da família, onde às vezes elas se sentem culpadas, muitas vezes por abdicar do convívio familiar. Todavia via esse conceito vem mudando, a construção da nova identidade da mulher empresária vem trazendo mudanças nas representações sociais relacionadas à família, mudando a imagem que os filhos tem da mãe como uma profissional bem sucedida (Cramer, Cappelle, Andrade & Brito, 2012).

3. METODOLOGIA

Mutum é um município brasileiro localizado no interior de Minas Gerais, região sudeste do país, localizado no vale do Rio Doce. O município é voltado para o agronegócio com base produtiva primária assentada principalmente na produção de café, milho e feijão, além de um importante rebanho bovino. Atualmente, a cidade vem se desenvolvendo economicamente e tem atraído grandes empresas no ramo do agronegócio e até uma subestação de energia, gerando assim diversas oportunidades de serviços. Além disso, pode se destacar que o comércio local tem se aperfeiçoado a fim de atrair clientes. A população do município de Mutum, é de aproximadamente 26.961 habitantes segundo estimativas do IBGE (2020).

Como o objetivo deste estudo estava em identificar o perfil das mulheres empreendedoras optou-se por este município para a realização do estudo de caso. Para Yin (2001, p. 21) “o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos.”

A natureza da pesquisa foi compreendida como um estudo de caso descritivo. De acordo com Gil (2002, p. 42), as pesquisas descritivas “têm como objetivo primordial a descrição das características de uma determinada população ou fenômeno”. Foi utilizado esse tipo de pesquisa já que o objetivo desse estudo era analisar o perfil empreendedor das mulheres de Mutum (MG).

Para isso foi usada uma abordagem qualitativa, que segundo Zanella (2006, p. 99), o método qualitativo “preocupa se em conhecer a realidade segundo a perspectiva dos sujeitos participantes da pesquisa, sem medir ou utilizar elementos estatísticos para a análise dos dados”.

Para coletar os dados, utilizou-se como principal fonte de evidências uma entrevista semiestruturada, onde “o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considera adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente uma questão” (Lakatos & Marconi, 2003, p. 197), o entrevistado também se sente à vontade para expressar suas opiniões.

Escolheu-se como sujeitos da pesquisa as mulheres da cidade de Mutum que atuam em diferentes ramos do empreendedorismo. Para finalização da entrevista optou-se por utilizar a saturação de dados, “essa análise preliminar busca o momento em que pouco de substancialmente novo aparece, considerando cada um dos tópicos abordados e o conjunto dos

entrevistados” (Fontanella, Ricas & Turato, 2008, p. 20). Dessa forma o presente trabalho utilizou-se de 09 entrevistas, que foram realizadas no período de 11 a 13 de novembro de 2020, com mulheres empreendedoras de diferentes ramos de atuação localizadas na cidade de Mutum (MG).

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Buscou-se com este estudo, identificar o perfil das mulheres empreendedoras entrevistadas. Segue, conforme o Quadro 1, a relação das empreendedoras entrevistadas e suas características.

Entrevistados	Profissão	Setor	Filhos	Idade	Escolaridade	Salário	Tempo de empreendimento	Estado Civil
E1	Empresária	Vestuário	1	35	Ensino fundamental I	R\$ 4.000,00	8 anos	Solteira
E2	Empresária	Vestuário	0	29	Ensino médio	R\$ 2.500,00	4 anos	Solteira
E3	Empresária	Vestuário	0	27	Ensino médio	R\$ 1.000,00	1 ano e 4 meses	Casada
E4	Empresária	Vestuário	0	28	Ensino médio	R\$ 1.000,00	7 anos	Casada
E5	Empresária	Vestuário	0	41	Ensino médio	R\$ 10.000,00	12 anos	Divorciada
E6	Empresária	Vestuário	2	35	Ensino superior	R\$ 3.000,00	12 anos	Casada
E7	Empresária	Vestuário	0	26	Ensino médio	R\$ 10.000,00	8 anos	Solteira
E8	Empresária	Farmácia	1	33	Estudante	R\$ 4.000,00	7 anos	Casada
E9	Empresária	Restaurante	3	57	Ensino superior	R\$ 4.500,00	30 anos	Casada

Quadro 1 - Perfil Socioeconômico

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Diante da pesquisa realizada observou-se que a maioria das empreendedoras entrevistadas são casadas e não possui filhos (55,5%), contrariando as estatísticas, no qual apontam que a maioria possui filhos, possuem idade entre 26 e 35 anos, e tem ensino médio como grau de escolaridade. A maior parte (77,7%) possui um tempo de empreendimento superior a 5 anos, o que ajuda muito com relação a experiência na gestão do negócio. Observou-se também, grande destaque para o setor de vestuário.

Como resultado das respostas obtidas nas entrevistas pode-se notar que as mulheres empreendedoras da cidade de Mutum destacam-se por algumas características. São muito dedicadas no que fazem, são resilientes e mesmo com o cenário econômico vivenciado e as dificuldades de empreender encontradas elas estão sempre esperançosas de que vão superar este momento de insegurança gerado pela pandemia. Elas são flexíveis desempenhando com muita maestria a profissão de empreendedoras e conciliando a vida pessoal e profissional, são muito intuitivas, pois muitas delas alegaram seguir muito a intuição, e a acima de tudo exercem com amor a profissão, não importando com o quanto trabalho terão para alcançar suas metas.

Franco (2014) relata que as mulheres empreendedoras têm características intuitivas, flexíveis, determinação para perseguir objetivos, alcançar metas e superar dificuldades, confirmando os resultados obtidos nas entrevistas.

[...] quando você faz com amor, você gosta de qualquer profissão que você tem [...]. (E1).

[...] se eu pudesse eu dormia aqui, minha vida gira em torno dessa loja [...]. (E2).

[...] eu passei a ter menos tempo, e mais preocupação, mas em compensação me sinto mais realizada, foi uma aposta que deu certo [...]. (E5).

Uma das coisas que ficou evidente e foi relatada por todas as entrevistadas foi o quanto o trabalho contribuiu para o crescimento profissional e pessoal das mesmas, todas disseram que isso modificou muito a vida delas, passando a ser mais pacientes, a ver as pessoas de uma outra forma. O fato de terem seu próprio negócio trouxe para as empreendedoras entrevistadas mais responsabilidade e amadurecimento, conforme observa-se nos depoimentos:

[...] você começa a lidar com certos tipos de pessoas, ainda mais no meu ramo, eu lido com idosos, crianças, pessoas carentes, isso passa a te mostrar a vida de outra maneira, você começa a enxergar ter outra visão financeiramente, emocionalmente, em todos os aspectos [...]. (E8).

[...] amadurecer, ter mais responsabilidade com as coisas [...]. (E4).

[...] lidar com pessoas, contribuiu em tudo, maturidade [...]. (E2).

Na contramão das estatísticas, a maioria das empreendedoras entrevistadas relatou que não sente que há preconceito com relação ao fato de serem mulheres e empreendedoras, elas disseram ainda que são muito bem aceitas pela sociedade e pela família. Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), relatam que as mulheres empreendedoras enfrentam dificuldades como a falta de credibilidade e respeito por meio das pessoas em que se relacionam, como por exemplo clientes, funcionários, fornecedores e até mesmo familiares.

[...] quanto ao preconceito nunca tive problema, acho que a mulher está ganhando muito o mercado [...]. (E5).

[...] alguns comentários que não gosto muito, mas não sinto que seja preconceito [...]. (E2).

Não sinto preconceito nessa área [...]. (E6).

Conforme Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), muitas empreendedoras, na falta de recursos próprios, para abrir seu próprio negócio, se veem dependentes do custeio de capital pelo marido. Já a maior parte das empreendedoras entrevistadas, mencionaram que o recurso usado para a abertura do seu negócio foi proveniente de trabalhos anteriores, sendo assim utilizaram recursos próprios, o que difere do abordado pelo autor citado.

[...] com a renda que eu tirava de sacoleira, eu fui juntando e montei minha loja com recurso próprio [...]. (E1).

[...] recebi um dinheiro e então pensei em começar com alguma coisa que fosse minha [...]. (E4).

O recurso utilizado para a abertura da loja foi um recurso próprio [...]. (E5).

[...] eu comprava mercadoria, bijuteria, bolsas, acessórios e vendia na escola [...] eu sempre vendia, então foi com esse recurso que eu abri, o dinheiro que eu juntei [...]. (E7).

Pode-se destacar que todas as empreendedoras entrevistadas, dedicam seu tempo quase que inteiramente ao seu negócio. A maior parte das entrevistadas tentam conciliar seu trabalho com a vida pessoal, porém elas relatam que é muito difícil se separarem do trabalho, pois na maioria das vezes precisam trabalhar a noite e até nos finais de semana, para manterem o negócio. Para Amorim e Batista (2012), o trabalho da mulher fora de casa ainda é uma conquista muito recente, e que a mulher exerce uma dupla jornada, empreendendo muitas vezes em sua própria residência.

Apesar de levar trabalho pra casa, eu consigo separar bem as coisas, quando tenho que fazer alguma coisa em casa, me dedico ao que tenho que fazer, não olho celular não atendo cliente, consigo fazer essa separação. [...]. (E4).

[...] acho que poderia dar mais atenção ao meu sobrinho que é muito apegado comigo, mas o trabalho acaba influenciando, porque ele sempre me cobra e às vezes eu não posso estar com ele. [...]. (E7).

No início do empreendimento trabalha muito, saía muito cedo de casa e chegava muito tarde e não via meu filho, e isso prejudicou muito ele, ele teve atraso na fala, mudança no comportamento, hoje tento manter uma rotina com ele, estar mais junto dele. (E8).

Esse fator que faz parte do cotidiano das mulheres empreendedoras é destacado por Cramer, Cappelle, Andrade e Brito (2012), afirmam que as mulheres tendem a se sentirem culpadas pela privação do convívio familiar, mas que também expressam um sentimento de culpa em abrir mão da carreira em função da família. Portanto, em alguns casos há um desestímulo por parte da família, e a ausência do convívio familiar, a cobrança da família faz com que algumas mulheres abrem mão de continuarem a empreender (Cramer, Cappelle, Andrade & Brito, 2012).

[...] mas pra mim também estar em casa, eu não estaria satisfeita, eu não me vejo largando tudo e ficando em casa, cuidando 100% dos meninos [...]. (E6).

Apesar dos desafios que as mulheres empreendedoras enfrentam, como citado pela Entrevistada 6, grande parte dos sujeitos de pesquisa citou que há uma enorme satisfação com o trabalho que realizam, como por exemplo *feedback* dos clientes, que conseguiram cumprir uma meta ou objetivo, e ver o cliente satisfeito. Conforme dados analisados, Jonathan (2005), descreve a situação anterior, a satisfação em trabalhar com o que elas se identificam, proporcionam uma auto realização.

[...] satisfação enorme em trabalhar pra mim mesma e poder adquirir, poder ter o que eu tenho hoje através do meu trabalho[...]. (E5).

[...] eu me sinto realizada, cada feedback de cliente, quando o cliente diz que amou a peça, é muito bom muito bom mesmo [...]. (E3).

[...] muito grande, alegria de ver um cliente satisfeito, de conseguir fazer boas compras, a alegria maior e ver um cliente elogiando a mercadoria e o atendimento [...]. (E1).

Pode-se observar que as entrevistadas relataram o atual cenário econômico como um dos fatores de dificuldades para manterem o negócio, a concorrência com as redes sociais e até mesmo algumas dificuldades na gestão, como por exemplo lidar com dinheiro, pagamento de boletos e a gestão de funcionários. Estes relatos confirmam Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), quando afirmam que as mulheres enfrentam algumas dificuldades de gestão e dificuldades no mercado.

Contudo, a maior parte vê como oportunidade a flexibilidade de horário, a independência financeira e pessoal e a oportunidade de conhecer pessoas e culturas diferentes, pelo fato de trabalharem com fornecedores de outras partes do Brasil. Silva e Guimarães (2018), destacam a situação descrita anteriormente como uma das razões para que as mulheres venham a empreender o que facilita na flexibilidade dos horários.

[...] tem várias pessoas que trabalham só nas redes pessoais, são todas empreendedoras, todas concorrendo [...]. (E6).

[...] boleto, trabalhar com dinheiro não é fácil, muito difícil lidar com dinheiro [...]. (E2).

Posso me organizar uma semana pra sair, pego meu carro e saio [...]. (E7).

[...] conhece muita cultura diferente da gente, porque a gente trabalha com outras empresas de outras cidades. [...]. (E4).

Verificando os fatores que levaram a escolha pelo empreendedorismo, destaca-se que a busca pela independência financeira e autonomia, a melhora na qualidade de vida, a flexibilidade de horários que o trabalho proporciona, assim como as realizações pessoais e profissionais, foram

fatores motivadores para a escolha da criação da empresa. Conforme afirmam Longo *et al.* (2017), as mulheres optam pelo empreendedorismo pelo desejo de se tornarem independentes, de proporcionarem uma qualidade de vida melhor para sua família e buscam incessantemente se manterem no mercado e alcançarem os objetivos almejados.

A maior parte das mulheres entrevistadas relatou que sempre tiveram o sonho de ter seu próprio negócio e que não se sentiam à vontade trabalhando para outra pessoa e que assim que perceberam uma oportunidade elas seguiram a intuição. Somente uma entrevistada relatou que começou a empreender por necessidade. Para Freitas (2016), é difícil estabelecer o momento exato da identificação de uma oportunidade, mas o fato das mulheres já estarem inseridas no mercado de trabalho ajuda na identificação de uma oportunidade.

[...] nunca gostei de trabalhar para os outros, nunca gostei de cumprir ordens [...]. (E7).

[...] surgiu a oportunidade de estar comprando esse comércio [...]. (E8).

[...] a necessidade de ter um trabalho, precisava de trabalhar foi o que deu na época [...]. (E9).

[...] você tem uma qualidade, que se você falar hoje eu quero fazer isso, você tem a liberdade [...]. (E1).

Durante o processo de entrevista foi observado que boa parte das entrevistadas não fez nenhum plano de negócio. Elas não estudaram o mercado em que atuariam, não observaram a concorrência, não buscaram nenhum auxílio como por exemplo cursos oferecidos pelo SEBRAE, somente decidiram abrir um negócio e foram na intuição. A maioria desconhece as ferramentas que auxiliam na gestão do negócio, como por exemplo canvas, pinterest. Diferenciando do que Chiavenato (2004), evidencia, que todo negócio precisa ter um bom planejamento, é preciso ter conhecimento e informação do negócio que vai abrir.

[...] não procurei nenhum auxílio para começar meu negócio, comecei no escuro mesmo, não fiz plano de negócio [...]. (E4).

[...]fiz um plano de negócio mais ou menos, depois de uns três anos que eu tenho um acompanhamento melhor, tenho uma contadora comigo [...]. (E7).

[...]não procurei nenhum auxílio para abrir a loja, fui na cara e coragem, não fiz plano de negócio [...]. (E3).

[...] não procurei nenhum auxílio para abrir meu negócio, fui com a cara e coragem, não fiz plano de negócio, não sei utilizar canvas ou outras ferramentas similares, sou bem ruim nessas coisas precisaria aprender [...]. (E8).

Na medida em que o empreendimento foi dando certo e atraindo clientes, as entrevistadas relataram que procuraram a ajuda de cursos para auxiliarem no processo de gestão do negócio. Contudo elas relataram que usam, na maior parte, somente a escolaridade como forma de gerir seu negócio. Pelo levantado na pesquisa a maioria das entrevistadas possui somente o ensino médio como grau de escolaridade, indo na contramão do que Silva e Mainardes (2016), identificaram, que as mulheres empreendedoras tem em sua maioria ensino superior completo. Duas entrevistadas possuem ensino superior, porém relataram que não utilizam de sua formação acadêmica para a gestão do negócio, uma das entrevistadas está estudando e usará de sua formação acadêmica para seguir carreira no ramo de seu negócio, uma das entrevistadas reconhece que poderia ter feito tido acesso ao ensino superior para auxiliar melhor na gestão do seu negócio.

[...] sinto falta de ter feito uma faculdade para aprimorar o que eu já sei [...]. (E6).

[...] ainda não fiz nenhum curso, mas eu até quero fazer, estou até dando uma analisada, mas vou esperar passar esse restinho de ano [...]. (E7).

[...] estou cursando o curso de farmácia [...]. (E8).

A escolha pelo empreendedorismo das entrevistadas se deu pelo fato de que a maior parte das mulheres entrevistadas já terem trabalhado com o mesmo segmento em que atuam hoje, muitas descreve que ter trabalhado antes de abrir seu negócio, ajuda muito, seja na gestão do empreendimento ou na relação com o público.

Aprendi tudo de administração, de funcionários, principalmente isso [...]. (E2).

No lugar que eu trabalhava antes eu era gerente, meu patrão era de fora, então eu que fechava caixa, abria caixa, fazia pagamento e tudo, então eu já vim com essa experiência, foi muito bom [...]. (E3).

Trabalhar antes me ajudou demais, você trabalhar fora é muito bom, você ganha experiência, isso me trouxe experiência, no qual estou hoje a 12 anos [...]. (E5).

Sobre os desafios encontrados as empreendedoras citaram, a pandemia que estamos enfrentando e as vendas pelas redes sociais. No entanto, vale destacar que quase todas as entrevistadas passaram a trabalhar com essas ferramentas, como uma forma estratégica lidar com o e-commerce nessa era digital, ao mesmo tempo é, também, uma possibilidade de uma nova ameaça: os novos entrantes no mercado. Dornelas (2008), afirma que com o avanço tecnológico, muitos serviços e produtos foram criados. Foi citado pelas mulheres com mais tempo de empreendimento que se manter no mercado é um grande desafio. Outro desafio apontado por elas é o atendimento ao público

[...] porque 90% das minhas vendas são feitas pela internet [...]. (E7).

[...] estar no comércio, se manter no mercado, hoje é um desafio muito grande. [...]. (E5).

O desafio é manter né, porque abrir é muito fácil, mas conseguir manter é que é difícil. [...]. (E4).

Uma das estratégias usadas pelas empreendedoras é a questão da localização, todas alegaram que procuram sempre um local com maior fluxo de pessoas e isso traz uma maior lucratividade para seu negócio. Rocha (2014), afirma que o empreendedor segue o que acredita ser uma oportunidade.

Quando eu abri, eu tive dificuldade pra encontrar um ponto para alugar, então abri num lugar que não era muito bom, aí com o tempo em vim pra cá, e aqui eu percebi a diferença, o crescimento maior foi depois que eu mudei pra esse endereço agora, [...] porque lá, quando eu saí de lá eu já estava à beira da falência [...]. (E4).

[...] eu considerei ser no centro, Mutum e muito pequeno, mais e perto da praça, o ponto ser novo, na época em que eu aluguei eu fui a primeira a lugar o ponto [...]. (E2).

[...] eu acho que ponto mais no centro, tem mais visibilidade, onde tem mais círculo de pessoas e mais fácil de as pessoas verem [...]. (E1).

Diante dos resultados obtidos através da pesquisa foi identificado nas respostas das entrevistadas que estas desempenham suas funções com muita dedicação, resiliência, aprendizado, sacrificando muitas vezes do convívio familiar, mas que apesar de todos os desafio que enfrentam, assim como toda mulher empreendedora, elas não se arrependem de serem donas do seu próprio negócio, pois o mesmo traz diversos benefícios como a fazer seu próprio horário, ter independência financeira, e se sentem empoderadas.

CONCLUSÃO

O empreendedorismo feminino vem crescendo no Brasil nos últimos anos, as mulheres vêm ganhando força em um mercado que há muito tempo era predominantemente dominado pelo universo masculino. As mulheres vêm cada vez mais mostrando seu potencial e que são capazes de administrar seus próprios negócios, deixando para trás conceito que definem a mulher somente como responsável pelos afazeres do lar e criação dos filhos. Todavia elas conseguem conciliar a função de dona de casa e mãe, com a de empreendedora.

O presente trabalho identificou que as mulheres empreendedoras são dedicadas, esforçadas e que buscam da melhor forma possível conciliar o seu trabalho com a sua vida familiar, permitindo assim uma maior qualidade de vida para sua família. Diante desta perspectiva as mulheres buscam no empreendedorismo uma independência financeira e uma autonomia para traçar seus próprios objetivos.

Sendo assim, a problemática deste estudo buscou identificar o perfil das mulheres empreendedoras de Mutum (MG). Observou-se que o perfil estudado é composto, a maior parte, por mulheres casadas com idade média de entre 26 e 35 anos, em sua maioria sem filhos. A escolaridade fica entre o ensino médio e a graduação, porém as que têm formação acadêmica dizem não a usar para a gestão do negócio.

Para o começo do empreendimento, a maioria das entrevistadas relataram ter iniciado com recursos próprios, fruto dos trabalhos anteriores, mas algumas também alegaram que tiveram ajuda dos familiares como marido e mãe.

Desta forma, pode-se concluir que o perfil das mulheres empreendedoras objeto de estudo de Mutum (MG), é caracterizado por mulheres decididas e resilientes, que buscaram no empreendedorismo uma autonomia, independência financeira e uma melhor qualidade de vida. Têm uma grande capacidade de se adaptarem às mudanças e exigências do mercado e estão sempre decididas a enfrentarem os obstáculos que lhes são impostos.

Foi observado através dos resultados obtidos que grande parte das empreendedoras decidiram atuar nesse setor pela identificação de uma oportunidade e a necessidade de uma realização individual e pessoal. Um dos destaques dessa pesquisa é que as entrevistas demonstram uma falta de visão de mercado, e de buscarem mais conhecimento no setor em que atuam e a fim do crescimento do seu negócio.

Um dos principais fatores que limitaram a pesquisa foi a dificuldade de realizar as entrevistas, visto que as empreendedoras passam boa parte do seu tempo envolvidas com seu negócio.

Após a análise dos dados e resultados obtidos ficou evidente a capacidade de empreender da mulher, ela usa suas características pessoais, como simpatia e paciência para lidar com as pessoas, e sua capacidade de conciliar múltiplas tarefas. Todavia sugere-se que sejam realizados estudos futuros sobre as mulheres empreendedoras, já que o empreendedorismo feminino está em crescimento no país, e ressaltando que na cidade de Mutum (MG), fui a primeira pessoa a realizar este tipo de estudo.

REFERÊNCIAS

- Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014. https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n40p221/pdf_45 (20 de Agosto de 2020).
- Amorim, R. O., Batista, L. E. (2012). Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da FINAN*, v. 3, n. 3, p. 1-13. http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf (15 de Agosto de 2020).

- Chiavenato, I. (2004). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. Barueri: Editora Manole.
- Cramer, L., Cappelle, M. C. A., Andrade, A. L. S., Brito, M. J. (2012). Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 1, n. 1, p. 53-71. <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/14> (05 de Setembro de 2020).
- Cunha, C. V. M., Silva, M. V., Yamaguchi, N. M. (2011). *Empreendedorismo*. <https://repositorio.pgsskroton.com/handle/123456789/1465> (25 de Agosto de 2020).
- Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Duminelli, M. V.; Topanotti, M. B.; Yamaguchi, C. K. (2017). Análise dos estudos sobre o empreendedorismo e o empoderamento feminino. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, n. 03. <https://www.eumed.net/rev/cccss/2017/01/empreendedorismo.html> (25 de Agosto de 2020).
- Ferreira, C. (2015) *Empreendedorismo Feminino: Um estudo sobre o Crescimento e Modelos de Gestão em Negócios Liderados por Mulheres*. João Pessoa. <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/1434/1/CSSF171016.pdf> (Acesso em 01 de Setembro de 2020).
- Fontanella, B. J. B., Ricas, J., Turato, E. R. (2008). Saturation Sampling In Qualitative Health Research: Theoretical Contributions [amostragem Por Saturação Em Pesquisas Qualitativas Em Saúde: Contribuições Teóricas]. *Cadernos de Saúde Pública*. <https://www.scielo.br/pdf/csp/v24n1/02.pdf> (05 de Outubro de 2020).
- Franco, M. M. S. (2014). *Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas*. Goiânia: EGEPE.
- Freitas, R. K., Teixeira, R. M. (2016). Identificação de Oportunidades Empreendedoras por Mulheres. *Revista Economia & Gestão*, 16(44), 81-108. <http://www.spell.org.br/documentos/ver/44082> (01 de Setembro de 2020).
- GEM: Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Relatório de Empreendedorismo Feminino GEM 2016/2017* <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20162017-womens-entrepreneurship-report> (19 de Outubro de 2020).
- GEM: Global Intrepreneurship Monitor. (2018). *Relatório Global GEM 2017/2018*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2017-2018-global-report> (19 de Outubro de 2020).
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projeto de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo*. 9. ed. Porto Alegre: Amgh Editora.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Cidades e Estados* <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/mutum.html> (20 de outubro de 2020).
- Jonathan, E. G. (2005). Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. *Psicologia em Estudo*, v. 10, n. 3, p. 373-382. <https://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf> (10 de Setembro de 2020).
- Lakatos, E. M., Marconi, M. A. (2003). *Fundamentos da metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Longo, L. B; Pinel, H. S., Souza, R. A., Ventura, R. C. M. O., Souza, J. C., Hannas, A. K. F. A. (2017). *Empreendedorismo Feminino: Perfil das Mulheres Empreendedoras de Manhuaçu - MG*. In: 3º Seminário Científico da FACIG, 15, Manhuaçu. <http://pensaracademico.facig.edu.br/index.php/semiariocientifico/article/viewFile/470/398> (22 de Setembro de 2020).
- Rocha, E. L. C. (2014). Oportunidade ou necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. *Revista Gestão em Análise*, v. 3, n. 1/2, p. 31-46. <https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/146> (20 de Agosto de 2020).

- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. (2019). *Empreendedorismo Feminino no Brasil*.
https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf (07 de Setembro de 2020).
- Silva, A. S. B., Guimarães, J. C. Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 12, n. 2, p. 53-71, 2018.
<http://www.spell.org.br/documentos/ver/50830/empreendedorismo-feminino--perfil-no-segmento-da-beleza-e-da-estetica> (10 de Agosto de 2020).
- Silva, M. S, Mainardes; E. W. (2016). Características do Empreendedorismo no Brasil. *Gestão e Desenvolvimento*, v 13, n 2, p 165. <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370> (31 de Agosto de 2020).
- Tavares, C. E., Moura, G. L., Silva, A. (2014). Confrontando atitudes empreendedoras em empreendedores por oportunidade e por necessidade. **Conhecimento Interativo**, v. 7, n. 1, p. 16-29.
<http://app.fiepr.org.br/revistacientifica/index.php/conhecimentointerativo/article/view/116> (31 de Agosto de 2020).
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e método*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Zanella, L. C. H. (2006). *Metodologia da pesquisa*. Florianópolis: SEAD/UFSC.