



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

GIOVANNA GRIPP COUTO

**MULHERES EMPREENDEDORAS: perfil das mulheres à frente de micro
e pequenas empresas no setor terciário**

FORTALEZA

2013



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

GIOVANNA GRIPP COUTO

**MULHERES EMPREENDEDORAS: perfil das mulheres à frente de micro
e pequenas empresas no setor terciário**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da
Universidade Federal do Ceará como pré-requisito a
obtenção do grau de bacharel em administração.

ORIENTADOR: Prof. Carlos Manta Pinto de Araújo

FORTALEZA

2013

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, dedico este título de graduação. Sou grata ao valor e a dedicação incondicional que sempre deram aos meus estudos. Sem dúvida, foram os maiores professores e colaboradores para a conclusão deste projeto. A confiança e a compreensão deles foram fundamentais para que eu junto à faculdade conseguisse realizar o sonho de ser uma Mulher Empreendedora.

As minhas irmãs e ao meu noivo, pelo carinho e apoio de sempre.

Ao meu orientador, **Prof. Carlos Manta Pinto de Araújo**, pela compreensão e incentivo que tornaram possível a conclusão desta monografia.

A todas as mulheres empreendedoras, pela boa receptividade durante a aplicação dos questionários e principalmente, pela sensibilidade e empenho que se dedicam tão corajosamente e de forma inovadora à frente de suas empresas.

**"Tempo passado, tempo presente, sempre
tivemos que ir à luta. Na árdua luta pela
sobrevivência, tornamo-nos fortes,
aprendemos a decidir sozinhas."**

(Alzira Rufino - Presidente da Casa de
Cultura da Mulher Negra, em Santos (SP))

RESUMO

As mulheres são maioria quando o assunto é empreendedorismo. A Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) 2009 mostra que as mulheres abriram mais empresas do que os homens. Estas mulheres deixaram para trás o estereótipo de serem somente donas de casas e resolveram atuar também como donas de seus próprios negócios. Portanto, este trabalho tem como objetivo geral analisar o perfil das mulheres empreendedoras. Para isso foram realizadas pesquisas bibliográficas, onde foram levantados dados do empreendedorismo feminino nas publicações do GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Foi aplicado um questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas com 20 mulheres empreendedoras donas de micro e pequenas empresas atuantes no setor terciário, mais precisamente no ramo de comércio e serviços. Após a análise dos dados que foram tratados no Software Excel, pode-se concluir que as empreendedoras estudadas são mulheres maduras com mais de 40 anos, casadas, mães de famílias, bem escolarizadas. A pesquisa também revelou que a maioria das mulheres se tornaram empreendedoras por motivo de oportunidade, o que também corresponde ao maior índice no Brasil, de acordo com os dados do GEM (2009). Autonomia e flexibilidade de horário foram fatores determinantes para abertura do negócio, sendo este último visto como uma maneira de conciliar melhor a vida pessoal e a vida profissional.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Mulheres, Setor Terciário, GEM

ABSTRACT

Women are the majority when it comes to entrepreneurship. Search The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2009 shows that women have opened more businesses than men. These women left behind the stereotype of being only housewives and decided to also act as owners of their own businesses. Therefore, this paper aims at analyzing the profile of women entrepreneurs. For this literature searches were performed where data were collected from female entrepreneurship in the publications of GEM (Global Entrepreneurship Monitor). We administered a structured questionnaire with open and closed questions with 20 women entrepreneurs owners of micro and small companies in the tertiary sector, specifically in the field of trade and services. After analyzing the data have been processed in Software Excel, it can be concluded that women entrepreneurs studied are mature women over 40 years old, married, mothers of families, well educated. The survey also revealed that most women become entrepreneurs because of opportunity, which also corresponds to the highest rate in Brazil, according to data from the GEM (2009). Autonomy and schedule flexibility were important factors for the opening of the business, the latter being seen as a way to reconcile the personal life and professional life.

Keywords: Entrepreneurship, Women, Sector Tertiary GEM

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 -	Idade	26
GRÁFICO 02 -	Estado Civil	27
GRÁFICO 03 -	Possui filhos?	28
GRÁFICO 04 -	Números de filhos	28
GRÁFICO 05 -	Escolaridade	29
GRÁFICO 06 -	Empreendeu algum negócio antes?	30
GRÁFICO 07 -	Por que optou por este ramo de negócio?	30
GRÁFICO 08	Fator determinante para a abertura do negócio	31
GRÁFICO 09 -	Área de atuação do negócio	32
GRÁFICO 10 -	Sócio	33
GRÁFICO 11 -	Obteve informação de como criar uma empresa?.....	33
GRÁFICO 12 -	Dificuldades encontradas no início do negócio	34
GRÁFICO 13 -	Tempo de existência da empresa	35
GRÁFICO 14 -	Grau de parentesco das pessoas que trabalham com você	35
GRÁFICO 15 -	Quantas pessoas trabalham com você?	36
GRÁFICO 16 -	Quantas horas trabalham por dia?	37
GRÁFICO 17 -	Pretende ampliar o negócio?	37
GRÁFICO 18 -	Tem dificuldade em liderar seus funcionários?.....	38
GRÁFICO 19 -	Teve ajuda financeira para abertura do negócio?	38
GRÁFICO 20 -	Quem ajudou na abertura da empresa?	39
GRÁFICO 21 -	Recorreu a algum financiamento bancário?	40
GRÁFICO 22 -	Tem bom relacionamento com seus funcionários?	40
GRÁFICO 23 -	Leva problemas de casa para o trabalho ou vice-versa?	41
GRÁFICO 24-	A jornada dupla prejudica seu desempenho no trabalho?	41

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	09
	1.1 Tema	10
	1.2 Delimitação do tema	10
	1.3 Justificativa da pesquisa	10
	1.2 Objetivo geral	10
	1.3 Objetivos específicos	10
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
	2.1 Conceituando Empreendedorismo	11
	2.2 Empreendedorismo no Brasil	12
	2.3 Por que empreender?	14
	2.4 Empreendedorismo feminino	14
	2.5 Por que elas querem empreender?	17
	2.6 Empreendedorismo feminino no Brasil	17
	2.7 Empreendedorismo feminino: Oportunidade ou Necessidade?.....	19
	2.8 Mercados Primários, Secundários e Terciários	21
	2.9 Global Entrepreneurship Monitor – GEM	23
3	RELATO DA PESQUISA	25
	3.1 Metodologia	25
	3.2 Apresentação dos dados e análise dos resultados	26
	3.3 Caracterização da Empresa	29
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
	REFERÊNCIAS	44
	APÊNDICE A – Solicitação para responder o questionário	46
	APÊNDICE B – Questionário	47

1 INTRODUÇÃO

O papel da mulher até algumas décadas atrás era predominantemente dedicado ao lar. A habilidade da mulher em ministrar diferentes atividades simultaneamente tem sido percebida de maneira muito efetiva. Hoje, esta característica não é usada simplesmente na administração das atividades profissionais e domésticas. Atualmente as mulheres utilizam seus talentos para enfrentar desafios em diferentes ramos de atividades, principalmente na direção de micro e pequenas empresas no setor de vendas e serviços.

As mulheres desejam não somente sua independência financeira, mas também sua realização pessoal, investindo naquilo que acreditam e lhes dão prazer, e para isso buscam abrir suas próprias empresas, mesmo que, às vezes, tenham de cumprir dupla jornada no comando de seus negócios e na administração da casa. Mas motivadas pela flexibilidade de horários, a possibilidade de melhores ganhos e auto-realização impulsionam as mulheres a conciliar trabalho, família e tarefas domésticas.

Quer seja pela necessidade ou por uma oportunidade de crescimento profissional, as mulheres estão deixando marcas na história do empreendedorismo nacional, atuando de forma estratégica e ousada, mudando seu futuro e gerando empregos, contribuindo dessa forma para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Por todo este histórico de superação e realização, optou-se por esta temática buscando-se neste trabalho responder as seguintes questões: **que características comuns possuem as mulheres que abrem seus próprios negócios, que motivos as levaram à empreender e que desafios enfrentam para conciliar vida profissional e vida familiar?**

Desta forma, o presente estudo encontra-se estruturado da seguinte forma: Parte 1, introdutória, contextualiza o problema de pesquisa, apresenta os objetivos de estudo, a sua delimitação, justificativa e relevância. A Parte 2 contempla o referencial teórico acerca do conceito de empreendedorismo, empreendedorismo feminino e por que empreender. A Parte 3 discorre sobre a metodologia da pesquisa. A Parte 4 apresenta os resultados, discussão e análise dos dados. Finalmente, têm-se as considerações finais e referências bibliográficas.

1.1 Tema

Mulheres Empreendedoras

1.1.1 Delimitação do tema

Mulheres Empreendedoras: perfil das mulheres à frente de micro e pequenas empresas no setor terciário.

1.1.2 Justificativa e relevância do tema

As mulheres estão conquistando cada vez mais o mercado de trabalho provando que são capazes de proverem as necessidades da família. Mas elas não pararam por aí, vão muito além das expectativas, pois munidas de criatividade, força de vontade e persistência ingressaram no mundo do empreendedorismo, antes dominados pelos homens.

Diante desta realidade é notório o interesse em conhecer as características desta nova mulher, agora empreendedora, à frente de negócios como líderes de suas próprias empresas, capaz de conciliar o trabalho com a vida pessoal. Logo, uma pesquisa sobre empreendedorismo feminino é relevante no intuito de identificar o seu perfil e os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras na gestão de seus próprios negócios.

1.2 Objetivo Geral

Analisar as motivações das mulheres empreendedoras no setor terciário.

1.3 Objetivos Específicos

- Identificar os motivos do empreendedorismo feminino, se por oportunidade ou necessidade.
- Identificar as características das mulheres empreendedoras
- Identificar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Conceituando Empreendedorismo

A palavra empreendedorismo é de origem francesa “*entrepreneur*”, criada por volta do século 12, foi inserida na língua portuguesa no século 15. Contudo, o termo empreendedorismo popularizou-se na língua inglesa, “*intrepreneurship*”¹, que por sua vez tem uma conotação prática, onde implica atitudes e ideias. Designa uma área de grande abrangência e trata de outros temas além da criação de empresas.

Uma das definições mais antigas é a de Joseph Schumpeter² (1949) que conseguiu definir bem o espírito empreendedor, afirmando que o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e matérias.

Kirzner (1973) acredita que o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Ambos afirmam que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta. Então, o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.

Segundo Robbins (2000) o empreendedorismo é o processo de iniciar um negócio, organizar os recursos necessários, assumir riscos e recompensas. Muitos negócios começam pequenos, recaindo na definição de micro ou pequena empresa.

Segundo Dolabela (2006) empreendedorismo é um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar. O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descoberta e propostas positivas para si mesmo e para os outros.

¹ Termo do léxico inglês que na terminologia administrativa significa empreendedor interno.

² http://www.ppi.pa.gov.br/Arquivos/artigos/artigo_daniele_empreendedorismo.pdf

Os empreendedores exercem a função de atender às necessidades sempre em transformação da sociedade, auxiliando o crescimento do mercado. Os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento.” (CHIAVENATO, 2007, p.18).

Até hoje não foi possível estabelecer uma concordância entre os pensadores quanto à definição do que seja empreendedorismo. Em análise a inúmeras conceituações observamos que os estudiosos tratam o termo de uma mesma forma, aquele que criou e gerencia um novo negócio ou empresa, assumindo riscos calculados.

É importante lembrar que empreendedores pode ser também o pesquisador, o funcionário público, políticos, artista e entre outros. Contudo, não se considera empreendedor alguém que, por exemplo, adquira uma empresa e não introduza nenhuma inovação, mas somente gerencie um negócio.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

O termo empreendedorismo tem se intensificado no Brasil, mas até mesmo antes de 1990 este termo era desconhecido no país e somente começou a ter notoriedade a partir deste ano. Isto se deu por causa da abertura da economia levando à criação de entidades como o SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e a Softex – Sociedade Brasileira para Exportação de Software (DORNELAS, 2001).

O papel de destaque da modalidade ganhou ainda mais força com a entrada em vigor da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007, e da Lei do Microempreendedor Individual, em 2008. Nos últimos cinco anos, em média, mais de 600 mil novos negócios, anualmente, foram registrados no Brasil. E os Microempreendedores Individuais (MEI), não computados naqueles números, já somam mais de 1,5 milhão de registros. Os números demonstram que o empreendedorismo está consolidado no país – e crescendo. (GEM, 2012)

A partir da existência do SEBRAE, que tem como finalidade informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, foram criadas algumas empresas fazendo com que o movimento do empreendedorismo no Brasil começasse a tomar forma.

Passados dez anos de investimentos em consultorias para o pequeno empresário brasileiro, formação de incubadoras de empresas, palestras em universidades e treinamentos, o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira.

Segundo os conceitos e metodologia adotados pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2011), projeto de pesquisa sem fins lucrativos que tem por objetivo a geração e divulgação de informações sobre a atividade empreendedora em âmbito mundial constata-se pela pesquisa que no Brasil em 2011, 26,9% dos indivíduos adultos da população eram proprietários ou administradores de algum negócio. Esta medida, segundo a GEM (2012) nos remete a 27 milhões de brasileiros de 18 a 64 anos envolvidos na criação ou administração de algum tipo de negócio, independentemente do seu porte, nível de sofisticação ou tempo de existência.

Isto significa que mais de um quarto da população brasileira, entre 18 e 64 anos, está envolvida com empreendedorismo, o que por si só é uma boa justificativa para a importância econômica e social do tema e a necessidade de mobilização e desenvolvimento de ações para seu desenvolvimento e consolidação. Tais ações devem advir dos vários segmentos da sociedade, como por exemplo, o estabelecimento de políticas públicas de âmbito municipal, estadual e federal, universidades públicas e privadas, sistema financeiro, empresas, institutos de pesquisa, organizações não governamentais, entre outros.

De acordo com dados do GEM (2012) há uma redução das taxas de empreendedorismo de 2011 em relação a 2010. Uma das hipóteses para tal ocorrência é a alta demanda por mão de obra qualificada, face ao crescimento e expansão das empresas brasileiras e do mercado brasileiro. É fato que hoje no Brasil faltam profissionais especializados, que não conseguem atender à demanda do mercado nacional, principalmente em algumas áreas específicas. Esta falta de profissionais qualificados acarreta um aumento dos salários para atrair tais profissionais, os quais acabam adiando seus projetos de empreender.

Na comparação com os demais países participantes da pesquisa em 2012, a TEA (taxa de empreendedores novos) do Brasil (14,89%) encontra-se acima da média dos países participantes (10,95%), situando-se na 13ª posição e acompanhando a média dos países do grupo-eficiência (14,09%), situando-se na 10ª posição nesse grupo de países. (GEM, 2012)

As três atividades que mais apareceram na pesquisa são comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, perfumaria e cosméticos, seguida pela atividade comércio varejista de artigos do vestuário e complementos e pela atividade cabeleireiros e outros tratamentos de beleza.

2.3 Por que empreender?

O número de pessoas recém-graduadas que estão desempregadas sobe em todos os lugares do mundo. A dificuldade em conseguir um emprego “de verdade” é fato. Aquele emprego sonhado em uma grande empresa ganhando um excelente salário e galgando promoções ano após ano até conseguir ser diretor de alguma área aos 30 e poucos, está ficando quase impossível para grande parte dos graduados.

Visto essa situação, as pessoas estão sendo “obrigadas” a empreender, a desenvolver e agir como um empreendedor para evitar o fracasso profissional e buscar uma forma de garantir o sustento.

Outra razão para se tornar um empreendedor é a fuga de empregos onde tenha que trabalhar pelo menos 8 horas por dia, batendo ponto, sem flexibilidade e muitas vezes tendo que trabalhar em uma área que não era escolhida, a que se identificava enquanto estudava e sonhava com o emprego dos seus sonhos.

Em uma sociedade em crescente desenvolvimento, mas ainda patriarcal, o fato de não haver flexibilidade na jornada de trabalho atrapalha o crescimento profissional principalmente de mulheres dentro das empresas. Conciliar trabalho com tarefas domésticas, filhos, relacionamento afetivo e ainda cuidados com o corpo e saúde, exige que elas se tornem super mulheres. E muitas vezes um lado ou outro sai perdendo por não ser possível conciliar todas as tarefas. Buscando uma melhor qualidade de vida, e não trabalhar menos, é que mulheres estão cada vez mais se arriscando no mundo do empreendedorismo.

2.4 Empreendedorismo feminino

No decorrer do último século, e especificamente na sociedade ocidental, pudemos assistir a profundas diversificações no papel da mulher na sociedade e na família. Esse é um

quadro que foi lentamente desenhado, os traços foram se formando ao longo das transformações ocorridas e conquistadas.

No início do século XX, o espaço da mulher na sociedade se restringia ao círculo familiar, sempre numa visão restrita de que a mulher nascera para ser prendada com os afazeres domésticos. A vida pública era algo que não lhe pertencia. Seu papel era insignificante e não reconhecido.

Segundo Áries (1981), que estudou a semelhança entre a família burguesa do século passado e a família moderna atual, as mulheres tinham de criar e educar os filhos, manter o lar e prover as necessidades do marido, deixando de lado transformações políticas e econômicas que se processam a volta delas. (AIRÉS, 1981, p. 188)

Foi na década de 1940 que a mulher começou sutilmente a entrar no mercado de trabalho, com um papel quase que exclusivo na profissão de professora primária. Essa profissão era na verdade uma extensão do papel familiar da mulher, visto que elas transmitiam seus conhecimentos e experiências sem que com isso se desviassem de suas funções tradicionais nem desviassem os domínios masculinos na sociedade.

À figura do homem cabia o papel de sustentar a família, e não ser ameaçado no papel de provedor e detentor do poder. Assim, os papéis entre as figuras masculinas e a feminina dentro da família e do lar eram bem distintos.

Após a Segunda Guerra Mundial, uma série de fatores colaboraram para a emancipação da mulher brasileira. As influências do novo papel já exercido por mulheres das sociedades afetadas pela guerra acabaram por influenciar a mulher brasileira, através da literatura e do cinema. Os filmes norte-americanos ditavam uma nova maneira de se vestir, de atuar e se comportar.

O fluxo de pessoas entre as sociedades no pré e pós-guerra também foi fonte de mudanças devido à assimilação de novos hábitos, graças ao processo de aculturação dos imigrantes. Essa migração representou ainda um enorme contingente de mão de obra auxiliar na lavoura e nos trabalhos domésticos que, somando às inovações tecnológicas, abriu espaços

para as mulheres exercerem outras atividades. Aos poucos foi criando novos horizontes e essa nova mão de obra ocupando o espaço que era antes essencialmente delas na sociedade.

A partir da década de 1960 o modelo patriarcal começou a mostrar fragilidades. O processo de emancipação feminina prosseguia e começava adentrar na nossa cultura. Uma nova mentalidade surgia e lentamente a mulher penetrava em redutos profissionais até então exclusivos dos homens.

Depois da ampliação do universo profissional, o salário feminino passou a atingir valores relevantes e isso, obviamente, começou a afetar a relação com a força de trabalho masculina.

Na sociedade contemporânea, os resultados dessas transformações começam a se tornar evidentes, visto que a mulher inicia a busca pela realização pessoal e profissional, demonstrando também um desejo de independência econômica, todavia ao mesmo tempo tentando preservar seu papel como mãe de família. A relação entre os papéis muitas vezes se dá de forma conflituosa, no entanto essa busca por uma nova identidade social da mulher é uma questão de *status*, poder e autoestima. A sua saída de dentro de casa lhe dá uma nova visão do mundo e novas relações, enriquecendo suas experiências.

A evolução da telefonia mundial e da informática, bem como o advento da internet, resultou numa ampliação do contato entre as diversas culturas, assim favorecendo no período de transição do papel da mulher.

As novas gerações buscam sua independência financeira, tem projetos de vida mais individualistas. Investem em sua formação escolar e profissional. Os planos de casamento deixam de ser prioridades como era antes.

Há ainda grandes entraves a ser enfrentados e superados no processo de valorização profissional das mulheres, já que por questões culturais e econômicas, elas ainda levam desvantagens em relação aos homens no mercado de trabalho.

Uma nova tendência no universo profissional feminino vem se desenvolvendo. Em diversos países, a sociedade está se mobilizando para estimular a participação das mulheres no empreendedorismo. Tal tendência se baseia em pesquisas que os empreendimentos criados por elas têm a taxa de sobrevivência maior do que os criados por homens.

2.5 Porque elas querem empreender?

As mulheres estão empreendendo e investindo em seus sonhos. O empreendedorismo é parte importante na vida feminina, já que, muitas mulheres optam por abrir seus negócios para conseguir conciliar família e carreira. A mulher não permite ser razoável em nenhum aspecto da vida, quer ser melhor profissional, esposa, mãe, filha e amiga.

O mundo corporativo delimita algumas ações, interfere diretamente no tempo dedicado à família e acaba por não atender aos anseios das mulheres, principalmente, daquelas que tem filhos.

Segundo a Rede Mulher Empreendedora, uma plataforma digital que possui uma base de mais de 7 mil mulheres cadastradas, dirigida por Ana Lúcia Fontes³, a opção das mulheres por se dedicar aos seus próprios negócios é cada vez mais comum: 69% das mulheres estão acima de 31 anos, 84% tem nível superior ou pós graduação, 62% estão no ramo de serviços, 64% tem negócio de 1 a 3 anos, 74% de 1 a 5 empregados provando que são micro empreendedoras numa fase muito produtiva da vida, que há alguns anos atrás estariam investindo em MBA's ou mesmo em cursos de aperfeiçoamento. "Para uma mulher empreendedora, são muitos pontos positivos, convivo mais tempo com minhas filhas, meu negócio está em crescimento e já tive outras ideias de negócios que estão em desenvolvimento. Empreender é prazeroso porque você pode construir algo com suas próprias decisões", resume Ana Lúcia Fontes.

2.6 Empreendedorismo feminino no Brasil

O empreendedorismo feminino tem crescido em todo o mundo nas últimas décadas e as brasileiras estão entre as mais empreendedoras do mundo. Estudo da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012) o Brasil possui uma das maiores proporções de empreendedorismo feminino, entre o número total de empreendedores pesquisados (49%), sendo a quarta maior proporção entre os 54 países pesquisados.

³ Ana Lúcia Fontes 46 anos, graduada em propaganda e pós graduada em marketing pela ESPM e Relações Internacionais pela USP. Participante do PDE da Fundação Dom Cabral. É Palestrante e Consultora de marketing e foi uma das participantes do programa 10.000 Mulheres da FGV /Goldman Sachs. Professora da BBS Business School, Mentora do ESPM Startup Challenge. Facilitadora dos eventos: Conexões Senac, Startup Weekend, Mídia

Segundo o IBGE, em 2010 as mulheres representavam a maioria da população em idade ativa (53,8%) e parte significativa da população economicamente ativa (46,2%). Ou seja, as estatísticas de gênero da Pesquisa do GEM são bastante similares à evolução recente da participação das mulheres na força de trabalho.

Uma das explicações para o alto envolvimento de mulheres brasileiras no empreendedorismo de acordo com o GEM (2012)⁴ pode ser a flexibilidade que um negócio próprio acaba acarretando à mulher. Muito embora o empreendedor trabalhe tanto ou até mais que um empregado de uma grande empresa, o fato da mulher empreendedora poder gerenciar seu próprio negócio acaba favorecendo a conciliação dos horários do trabalho com a educação dos filhos e o gerenciamento do lar.

Buttner e Moore (1997 apud Lindo, 2004) também concordam que um dos principais motivos que levam as mulheres a buscarem o auto-emprego é a flexibilidade de horário, pois podem organizar seus horários e amenizar os conflitos entre vida familiar e vida profissional.

Além disso, há também o famoso “teto de vidro”⁵, em que mulheres não conseguem atingir as posições mais altas da hierarquia de uma empresa. Embora tal cenário venha se transformando, é fato que no Brasil as mulheres ainda recebem um salário menor que os homens e ainda são poucas as que ocupam cargos de direção. Levantamentos realizados anualmente pelo IBGE, com base na Pesquisa Mensal de Emprego, constata que as mulheres recebem em média 30% menos do que os homens. Isto, aliado ao fato de que as mulheres possuem mais anos de estudo do que os homens, acaba se refletindo no aumento do índice do empreendedorismo feminino e na percepção, por parte da mulher, de que o empreendedorismo pode ser uma opção de carreira interessante para elas.

Frente aos desafios que cercam a participação da mulher na economia, é nítido o crescimento da mulher nas estatísticas de empreendedorismo no Brasil, mas nem sempre vinculada a uma ação profissional formalizada, e ainda com pouca ou nenhuma orientação de gestão, mas presente e em busca de crescimento (NATIVIDADE, 2009).

De acordo com os dados levantados pelo SEBRAE em 2010, 45% dos empreendedores individuais no Brasil são do sexo feminino. Esta estatística demonstra que as

⁴GEM (2012) <http://www.puc-campinas.edu.br/noticias/1625/dia-internacional-da-mulher/>

⁵ Teto de vidro é o termo que indica as “barreiras invisíveis” que dificultam as mulheres na conquista de recompensas salariais justas e oportunidades iguais de desenvolvimento profissional equiparadas ao do gênero masculino.

mulheres também ocupam um espaço importante dentro dos trabalhadores formalizados. As principais atividades desenvolvidas pelas mulheres são bastante diversificadas. No entanto, as atividades ainda estão tradicionalmente relacionadas às áreas que envolvem o universo feminino, tais como alimentação, estética, beleza e moda.

Quanto aos empreendimentos criados pelas mulheres, a taxa de sobrevivência é maior. São negócios menores e tendem a estar no setor de serviços, como aponta levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) para a pesquisa GEM 2012.

Para Ana Fontes, diretora da Rede Mulher Empreendedora, as mulheres têm um jeito diferente de fazer negócios: elas são mais participativas e menos agressivas na gestão. “Elas gostam de trocar ideias com parceiros, funcionários e colaboradores e também são mais cautelosas”, explica. Isso faz com elas se planejem melhor, mas também progridam de forma mais lenta.

Percebendo a tendência crescente das mulheres em atividades empreendedoras, o SEBRAE implementou em 2004 o “Prêmio Mulher de Negócios” para reconhecer as mulheres que investiram em seus sonhos. Voltado para proprietárias de micro e pequenas empresas ou membros de grupos de produção formal (cooperativas e associações), o prêmio é composto pelas etapas estadual e regional. As finalistas concorrem ao prêmio nacional e a vencedora de todas as etapas é convidada a conhecer um polo de empreendedorismo em uma viagem internacional.

2.7 Empreendedorismo Feminino: Oportunidade ou Necessidade

Segundo relatos do GEM existem duas formas de uma pessoa se tornar empreendedora: uma é por necessidade e a outra é por oportunidade (GEM, 2009). A primeira diz respeito às pessoas que se tornam empreendedoras por não ter outra opção de trabalho e a segunda forma engloba as pessoas que se tornam empreendedoras por verem em uma oportunidade uma carreira que desejam seguir. A oportunidade ocorre quando o indivíduo escolhe o empreendimento dentre as diversas e possíveis opções existentes no mercado.

Empreendedorismo por necessidade ocorre quando o indivíduo sente-se forçado a iniciar o próprio negócio por não haver outras opções de trabalho ou por estar insatisfeito com

as condições do trabalho existentes. E, em geral, demanda menos recursos e um nível menor de serviços devido a sua baixa sofisticação operacional e tecnológica.

Em 2008 foram registrados dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade. Já foi a proporção inversa, e esse dado é extremamente promissor. Especialistas consultados pelo GEM acreditam que a desoneração fiscal e trabalhista, linhas adequadas de crédito, capacitação e apoio institucional e de infraestrutura são fundamentais para o fortalecimento do empreendedorismo no país, em particular para as atividades associadas a processos de inovação, que normalmente envolvem maior risco e requerem mais recursos (GEM, 2009).

Em 2010 o Brasil novamente supera a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade, o que já havia ocorrido em 2008. Em 2010, para cada empreendedor por necessidade havia outros 2,1 que empreenderam por oportunidade. Este valor é semelhante à média dos países que participaram do estudo este ano, que foi de 2,2 empreendedores por oportunidade para cada um por necessidade. (GEM, 2012)

O principal alvo do SEBRAE está justamente no empreendedor por oportunidade, que, pela opção escolhida, pode ter mais persistência e segurança no que faz ou irá fazer. Os empreendedores por necessidade, no entanto, não podem ser esquecidos e, na maioria das vezes, precisam ainda mais de apoio e capacitação.

As brasileiras estão praticando um empreendedorismo cada vez mais planejado e consistente. Sobre este aspecto, o estudo da pesquisa GEM 2009, constatou que dos empreendedores por oportunidade 53,4% são mulheres e 46,6%, homens, isso mostra como as mulheres estão identificando mais do que normalmente querendo empreender por necessidade.

Outra pesquisa do Sebrae, a GEM 2012, mostra que 65% das iniciativas de empreendedorismo entre as mulheres nasceu a partir da identificação de uma oportunidade de mercado. Os dados revelam uma forte mudança no perfil das empreendedoras nos últimos dez anos, quando em 2002 esse percentual era de apenas 39%.

2.8 – Mercados Primários, Secundários e Terciários

As atividades produtivas podem ser classificadas de acordo com o grau de processamento e elaboração de seus produtos em: Setor primário, Setor secundário e Setor terciário.

O setor primário está relacionado à produção através da exploração de recursos da natureza. Podemos citar como exemplos de atividades econômicas do setor primário: agricultura, mineração, pesca, pecuária, extrativismo vegetal e caça. É o setor primário que fornece a matéria-prima para a indústria de transformação. Este setor da economia é muito vulnerável, pois depende muito dos fenômenos da natureza como, por exemplo, do clima.

O Setor Secundário (indústria) compreende todas as atividades de modificação e transformação de bens, por meio de processos físicos ou químicos. Compreende a indústria extrativa mineral, manufatureira ou de transformação, da construção civil e a indústria de geração de energia elétrica, produção de gás e tratamento de água e esgoto (serviços industriais de utilidade pública). O setor secundário é o setor da economia que transforma matéria-prima, extraídos e/ ou produzidos pelo setor primário, em produtos de consumo, ou em máquinas industriais (produtos a serem utilizados por outros estabelecimentos do setor secundário).

Geralmente apresenta porcentagens bastante relevantes nas sociedades desenvolvidas. É nesse setor, que podemos dizer que a matéria-prima é transformada em um produto manufaturado. A indústria e a construção civil são, portanto, atividades desse setor. Existe grande utilização do fator capital.

O Setor terciário, também chamado setor de serviços, não compreende a produção física propriamente dita, mas sim a prestação de serviços. Compreende as atividades comerciais, transportes, seguros, serviços financeiros, previdência social, educação, saúde, turismo, serviços governamentais, etc.

Pode-se definir serviços como o conjunto das atividades que se desenvolvem especialmente nos centros urbanos e que são diferentes das atividades industriais e agropecuárias. Tais atividades normalmente se enquadram no assim chamado setor terciário da economia, como o comércio, os transportes, a publicidade, a computação, as telecomunicações, a educação, a saúde, a recreação, o setor financeiro e de seguros e a

administração pública. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 1999 o setor representou 61% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro.

O setor de serviços vem desempenhando um importante e crescente papel no emprego e nas transações econômicas gerais, tanto como atividade principal quanto como fornecedora de insumos ao setor industrial e agrícola, destacando-se o seu peso nas transações comerciais internacionais e na captação de investimentos externos diretos (CHESNAIS, 1996; MELO et al, 1998; CANUTO et al, 2003).

De acordo com Chesnais (1996), esse crescimento do setor terciário pode ser explicado por vários fatores, entre eles:

- a) as alterações sócio-demográficas (aumento da população feminina ativa e o envelhecimento da população) que incrementam a demanda por serviços pessoais (creches, asilos, escolas, etc);
- b) a complexificação da organização econômica que impulsiona a expansão dos serviços administrativos, financeiros e de seguros, bem como, o crescimento dos investimentos imateriais;
- c) a tendência de especialização das empresas e o surgimento dos “produtos-serviços” (em que a produção e a comercialização de um bem material é acompanhada por uma série de serviços) têm permitido a expansão tanto dos serviços pouco qualificados quanto daqueles mais sofisticados, como gerência, relações públicas, P&D, informática, assistência técnica, entre outros.

Basicamente o setor terciário é o setor que recebe as matérias do setor secundário e os distribui para o consumidor. Atualmente o setor terciário encontra-se extremamente diversificado. As sociedades mais antigas já conheciam algumas atividades, porém, com a intensa industrialização que nos últimos dois séculos vêm ocorrendo praticamente no mundo inteiro, o setor terciário diversificou-se, tornando-se mais complexo. Esse é o setor da economia que mais cresce nas últimas décadas. Os principais tipos de serviço desse setor são as indústrias de bens de serviços como os correios e os mais diversos bens públicos.

Nesse setor terciário observam-se avanços tecnológicos e mudanças estruturais muito importantes. O seu ramo moderno, como o de cadeias de restaurantes, farmácias e supermercados. Requer uma mão de obra mais qualificada para o trabalho, o que dificulta o seu desenvolvimento nas regiões mais pobres, carentes desse tipo de mão-de-obra. Tratando-se de setores com alta elasticidade-renda, por outro lado, verifica-se que o seu desenvolvimento ocorre primeiro nas regiões mais ricas.

O setor terciário é o setor que mais contrata trabalhadores. Tanto profissionais liberais, como advogados e médicos, quanto profissionais informais.

Vieira (2011) aponta o setor de serviços como maior gerador de empregos formais do país e também como a área em que as mulheres mais inovam e onde têm maior potencial de crescimento e ainda “o levantamento do IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade), conclui que, em 33% dos casos, as mulheres preferem atividades ligadas ao comércio varejista; 20% investem em alimentação; e 12% apostam na indústria de transformação”, comprovando a tendência feminina para a área de serviços.

2.9 Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

O programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de abrangência mundial, é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora. Teve início em 1999, com a participação de 10 (dez) países, por meio de uma parceria entre a London Business School, da Inglaterra, e o Babson College, dos Estados Unidos. (GEM, 2012)

Desde o ano 2000 o Brasil participa da Pesquisa GEM – Global Entrepreneurship Monitor. No Brasil, a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com a parceria técnica e financeira do SEBRAE. Em 2011 passou a contar com o apoio técnico do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas. Em 2012, o GEM Brasil entrou em uma nova etapa, com o aumento significativo da amostra pesquisada, de forma a não só melhorar as estimativas no nível nacional, como também permitir análises regionais.

É importante ressaltar que a Pesquisa GEM tem como foco principal o indivíduo empreendedor, mais do que o empreendimento em si. Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Os principais objetivos do estudo são: medir a diferença entre o nível empreendedor entre os países que participam do trabalho e descobrir os fatores favoráveis e limitantes à atividade empreendedora no mundo, identificando as políticas públicas que possam favorecer o empreendedorismo nos países envolvidos.

Os resultados do GEM incluem comparações globais, relatórios nacionais e tópicos especiais baseados no ciclo de coleta de dados anual. Mais de 300 (trezentos) acadêmicos e pesquisadores participam ativamente do projeto e, como membros do consórcio que realiza a pesquisa mundialmente, têm acesso à programação de entrevistas, procedimentos de coleta de dados e outros detalhes para análises sistemáticas. (GEM, 2010)

3 RELATÓRIO DA PESQUISA

Pesquisar significa buscar com diligência, investigar, procurar respostas para indagações propostas. E neste presente trabalho foi realizada uma pesquisa científica que englobou um conjunto de procedimentos sistemáticos, que tiveram por objetivo encontrar soluções para os problemas propostos mediante o emprego de métodos científicos.

3.1 Metodologia

Esta pesquisa pode ser classificada quanto aos fins, como uma pesquisa **exploratória** e **descritiva** e quanto à natureza das variáveis esta pesquisa classifica-se como **quali-quantitativa**.

Pesquisa **exploratória** objetiva proporcionar maior familiaridade com um problema; envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos; assume em geral a forma de pesquisas bibliográficas e estudos de caso. (GIL, 1994)

A pesquisa **descritiva** tem por premissa buscar a resolução de problemas melhorando as práticas por meio da observação, análise e descrições objetivas, através de entrevistas para a padronização de técnicas e validação de conteúdo. Este tipo de pesquisa usa padrões textuais como, por exemplo, questionários para identificação do conhecimento.

Qualitativa, pois as entrevistadas responderam a questões abertas, importantes para o desenvolvimento de competências para o trabalho e **quantitativa** pela coleta de dados junto a um número de pessoas, através de questionários estruturados.

A técnica de levantamento das informações foi a de questionário com 24 perguntas, sendo algumas, com respostas de múltipla escolha e duas questões abertas, que pode ser consultado no Apêndice 02.

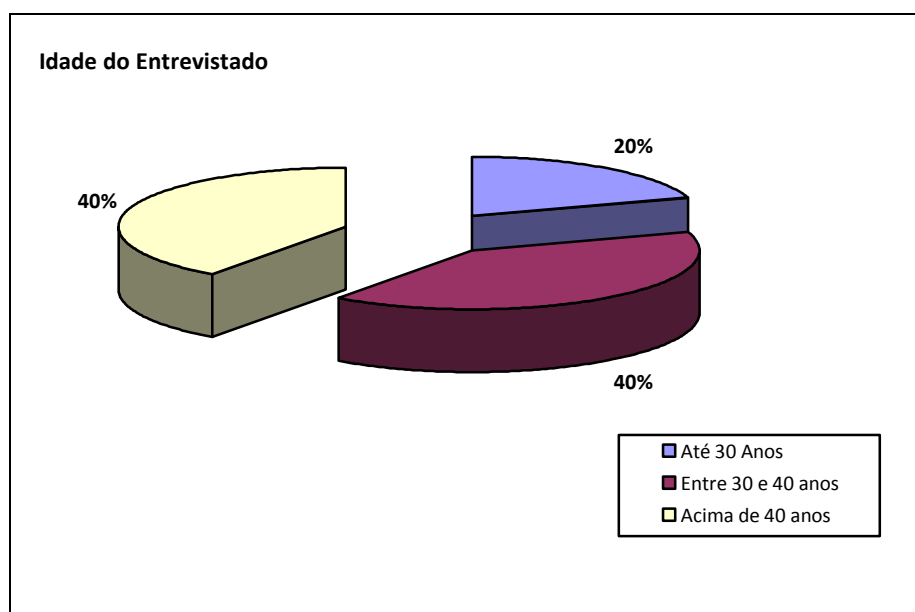
As questões fechadas foram divididas em 2 blocos de variáveis e formuladas com base nos objetivos específicos do estudo. Cada questão abordou um único aspecto a fim de conferir maior precisão às respostas e auxiliar na coleta de dados. O perfil do grupo de pessoas entrevistadas compôs-se de 20 empreendedoras residentes na cidade de Fortaleza-Ce,

que possuem seus negócios em vários setores da cidade. A cada uma das entrevistadas foi aplicado um questionário dividido em dois blocos. O primeiro teve a intenção de conhecer o perfil sócio-demográfico das entrevistadas e o segundo momento teve o intuito de conhecer o perfil da empresa. O perfil das respondentes foi identificado a partir da análise de elementos tais como faixa etária, estado civil, se possuem ou não filhos e escolaridade. A pesquisa foi realizada no mês de maio de 2013 em Fortaleza local onde se sediam os empreendimentos.

3.2 Apresentação dos dados e análise dos resultados

De acordo com pesquisas do GEM (2009) em 2009 a faixa etária mais alta das empreendedoras brasileiras é a que vai dos 35 aos 44 anos, isso se confirma na amostra estudada, onde os resultados das empreendedoras entrevistadas mostram que 40% estão classificadas como adultas no intervalo de 30 a 40 anos de idade e 40% também estão as pessoas acima de 40 anos, ficando com 20% as mulheres com idades até 30 anos como se pode ver no Gráfico 01.

Gráfico 01 - Idade

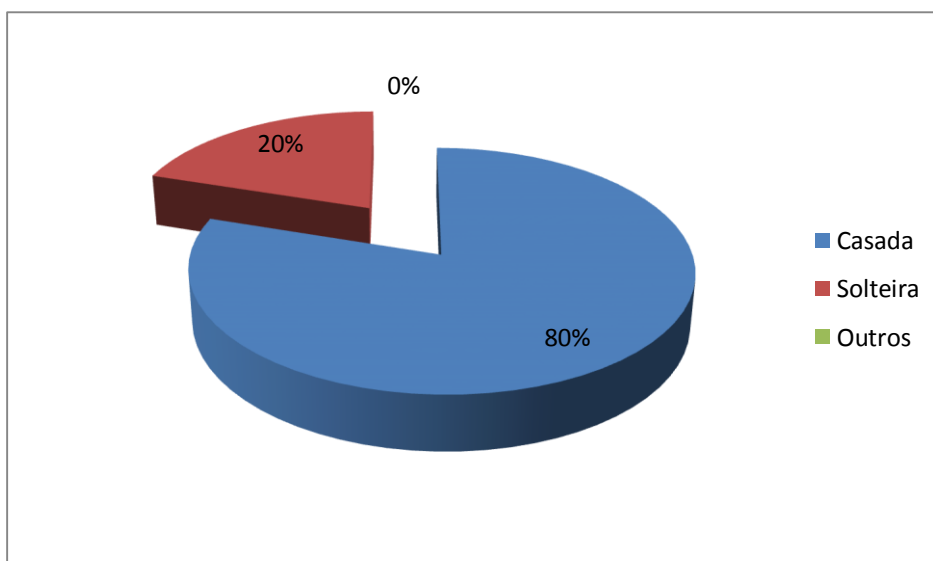


Fonte: Dados da pesquisa

A pesquisa revelou que o perfil da mulher se define como mulheres maduras que acumularam experiências de vida pessoal e profissional, já que somente 20% dessas mulheres estão na faixa de até 30 anos.

Observou-se uma predominância de mulheres casadas, perfazendo um total de 80% contra 20% de solteiras.(Gráfico 02)

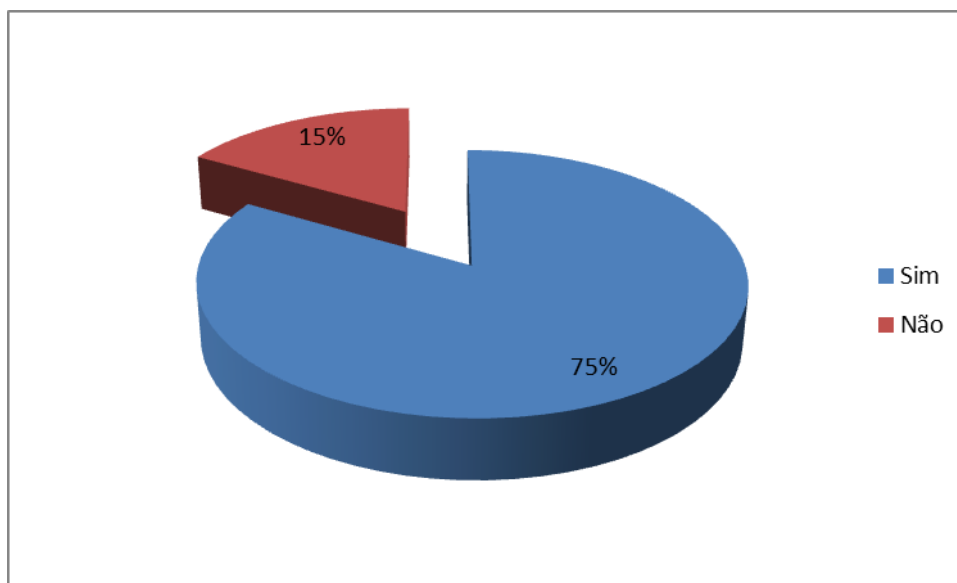
Gráfico 02 – Estado Civil



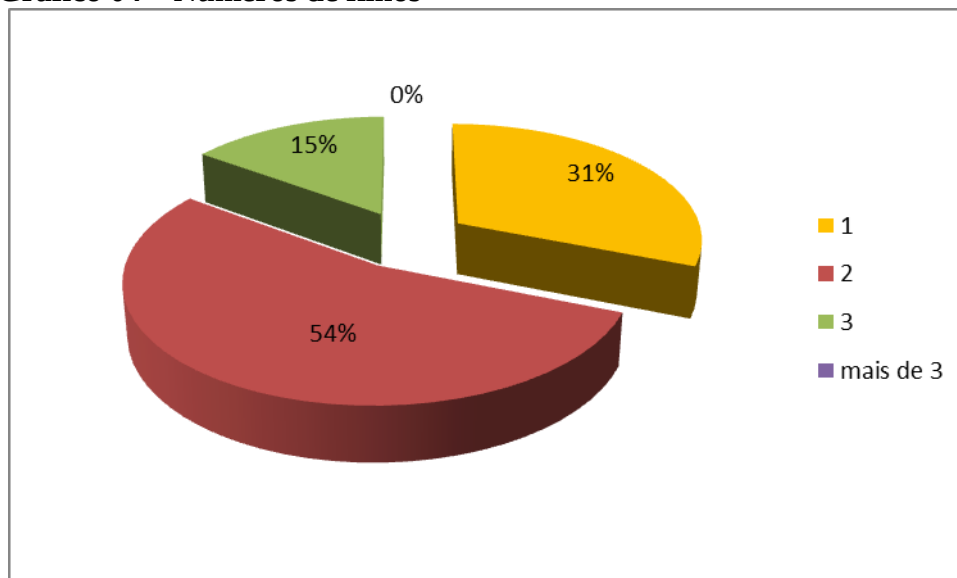
Fonte: Dados da pesquisa

Este fator pode estar relacionado ao fato de apenas 20% das mulheres pesquisadas apresentarem faixa de idade de até 30 anos. A maioria revelou que a preocupação com a vida profissional fizeram com elas adiassem para mais tarde o casamento.

O Gráfico 03 mostra que a grande maioria das mulheres possui filhos (75%), e as solteiras e algumas casadas que não possuem filhos somam 20%. Tal perfil de mulher madura e com experiência acumulada se completa quando se analisa a quantidade de filhos das entrevistadas: mais da metade das mulheres possuem dois filhos, correspondendo ao percentual de 54%, 31% possuem somente um filho e 15% possuem 3 filhos. Dentre as empreendedoras entrevistadas não foi encontrado família com mais de 03 (três) filhos. (Gráfico 04)

Gráfico 03 – Possui filhos

Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 04 – Números de filhos

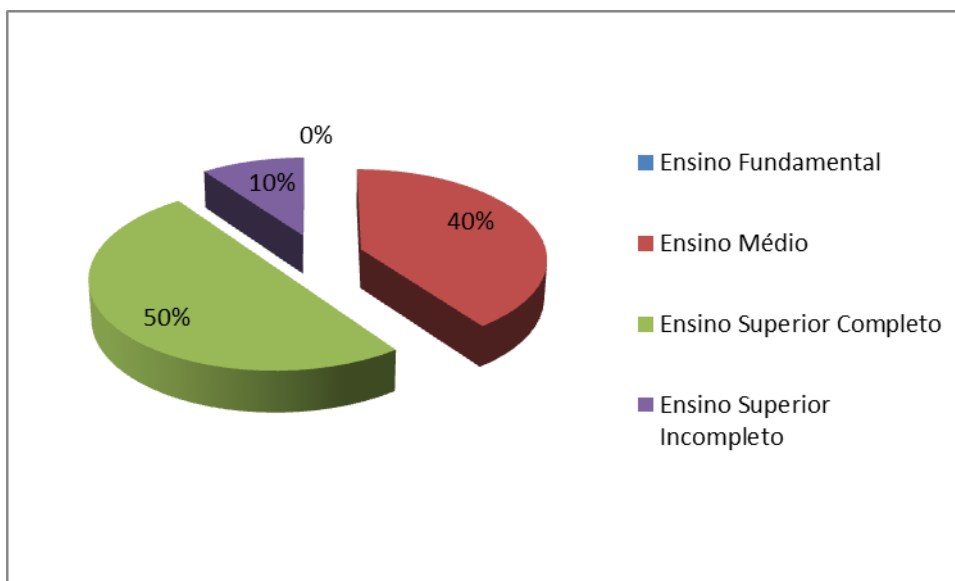
Fonte: Dados da pesquisa

O motivo pelo número reduzido de filhos segundo as entrevistas, o que mais apareceu como resposta foi a falta de tempo para fazer um planejamento melhor e a preocupação com a falta de tempo integral para se dedicar aos filhos.

As mulheres entrevistadas possuem algum grau de estudo, sendo o ensino superior completo o predominante, com 50% das empreendedoras, seguido das que concluíram o ensino médio, com 40% e 10% ensino superior incompleto, conforme Gráfico 05.

Ficou claro que a mulher está cada vez mais buscando mais qualificação. Ela procura investir não somente no seu negócio, mas nela mesma.

Gráfico 05 – Escolaridade

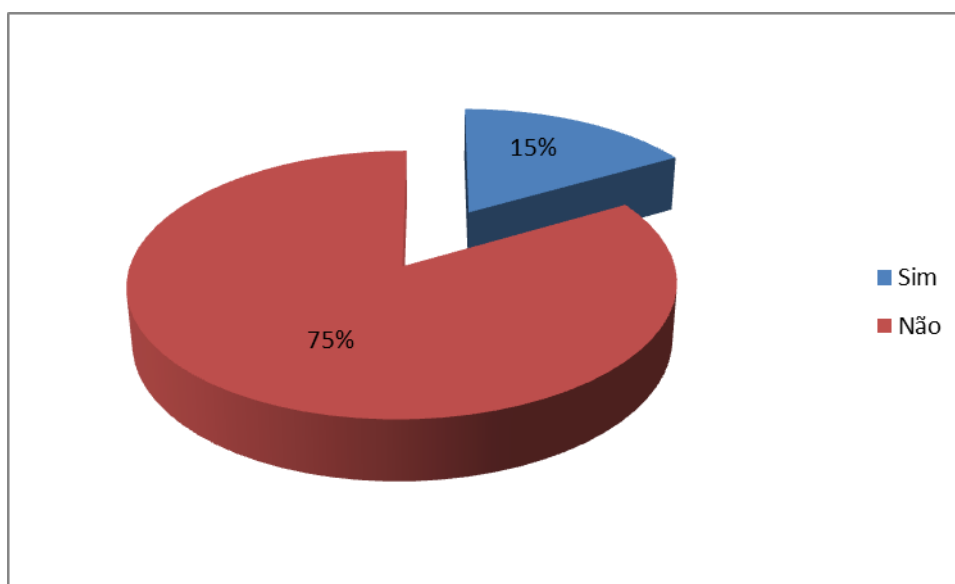


Fonte: Dados da pesquisa

3.3 Caracterização da Empresa

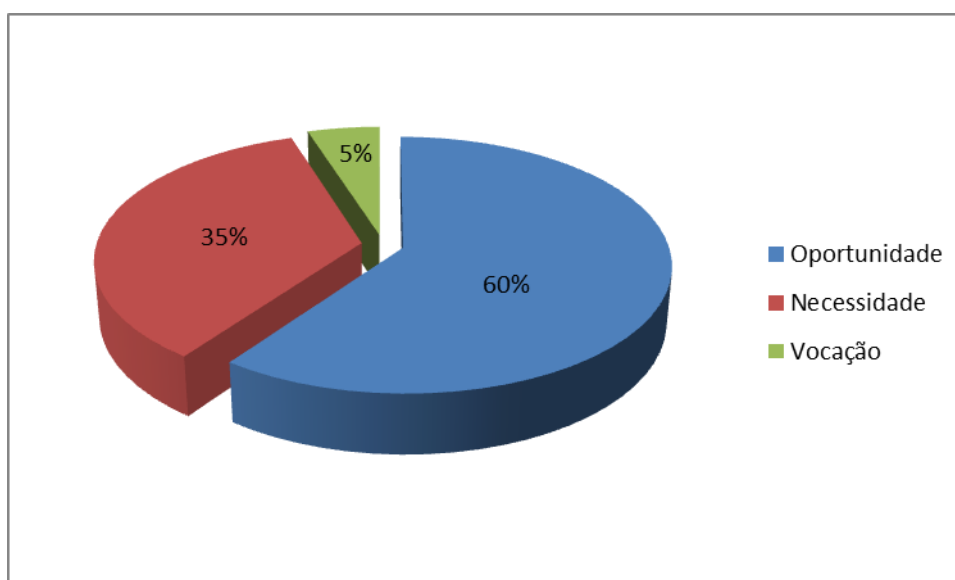
Este segundo bloco procura caracterizar a empresa nos seguintes aspectos: área de atuação do negócio, as dificuldades encontradas no início do investimento, tempo de existência da empresa, número de funcionários, o motivo que levou a empreendedora a abrir seu próprio negócio e de como essa mulher se comporta diante de uma jornada dupla de trabalho.

Entre as entrevistadas, 75% responderam que nunca havia empreendido qualquer negócio antes e somente 15% já havia possuído algum tipo de negócio, conforme visto no Gráfico 06.

Gráfico 06 – Empreendeu algum negócio antes?

Fonte: Dados da pesquisa

A presente pesquisa mostrou que 60% das mulheres entrevistadas tornaram-se empreendedoras por oportunidade, 35% por necessidade financeira e apenas uma pequena parcela, 5% abriram seu próprio negócio por ser sua vocação (Gráfico 07)

Gráfico 07 – Por que optou por este ramo de negócio?

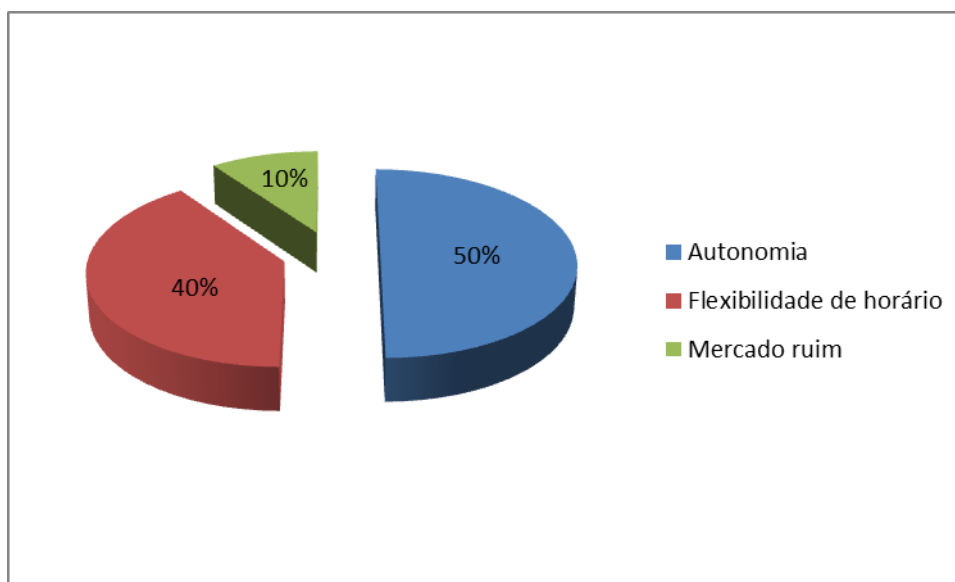
Fonte: Dados da pesquisa

A pesquisa corrobora com relatos do GEM quanto à forma de uma pessoa se tornar empreendedora: uma é por necessidade e a outra é por oportunidade (GEM, 2009). A primeira diz respeito às pessoas que se tornam empreendedoras por não ter outra opção de trabalho e a

segunda forma engloba as pessoas que se tornam empreendedoras por verem em uma oportunidade uma carreira que desejam seguir. A grande maioria das empreendedoras do estudo se tornaram donas de seus próprios negócios por encontrarem uma oportunidade adequada aos seus interesses. Elas não empreendem apenas por uma necessidade, ou seja, para complementar a renda da família ou por não ter outra saída. Investem na abertura de empresas por identificarem uma demanda de mercado, e estão se solidificando como empresárias de sucesso.

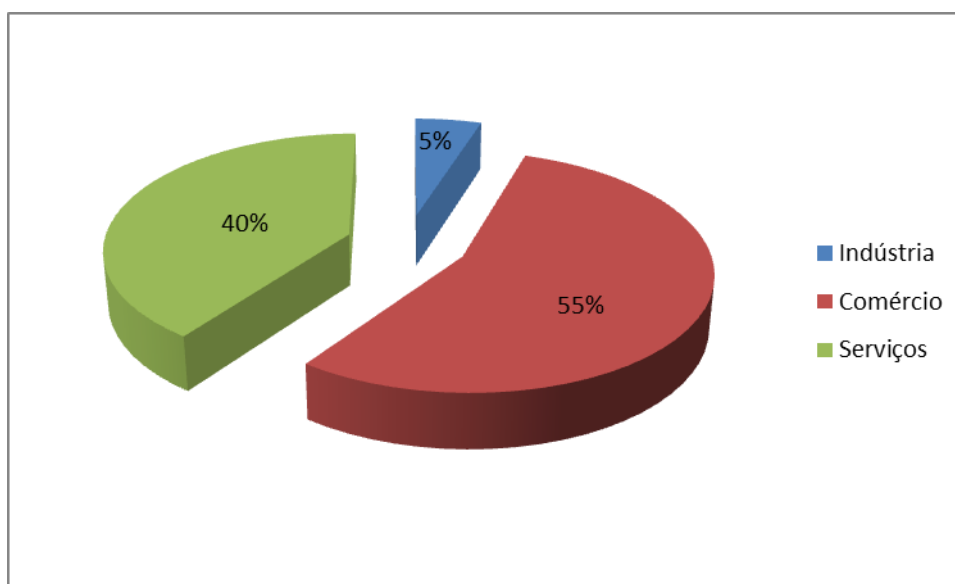
O Gráfico 08 demonstra que além da autonomia, que perfaz um percentual de 50%, a entrevistada está interessada também na flexibilidade de horário (40%) que, sendo dona de seu próprio negócio lhe proporciona. Essa flexibilidade de horário é considerada um fator importante para o equilíbrio entre a sua vida pessoal e a vida profissional. As pessoas que possuem seu próprio negócio têm a liberdade de estruturar seu dia, adaptando os compromissos de trabalho às necessidades da família. Somente uma pequena parcela, 10% optou por mercado ruim.

Gráfico 08 – Fator determinante para a abertura do negócio



Fonte: Dados da pesquisa

Tratando-se de área de atuação, em primeiro lugar temos o comércio com 55% dos empreendimentos, em segundo lugar o ramo de prestação de serviços com 40% e em terceiro lugar a Indústria com 5%, como se pode observar no Gráfico 09.

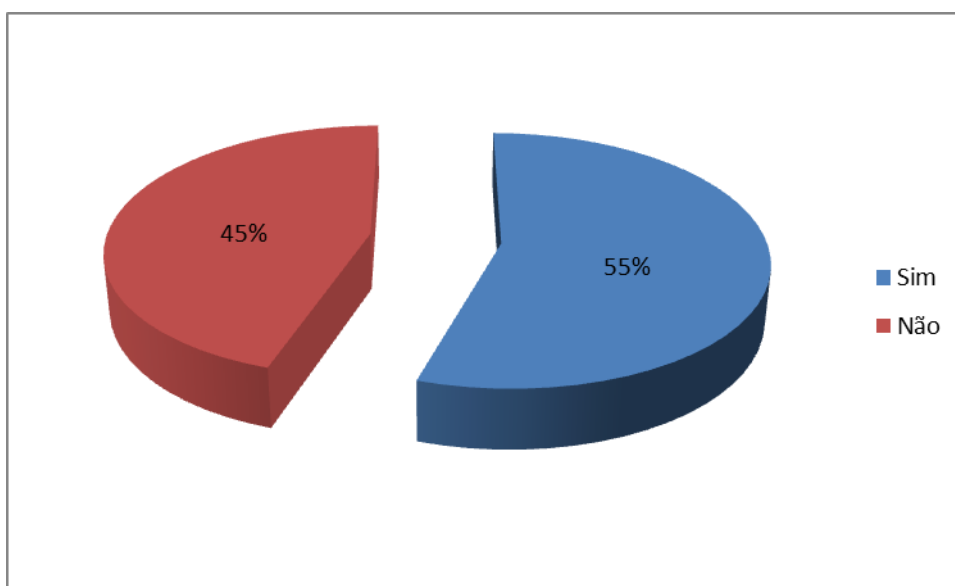
Gráfico 09 – Área de atuação do negócio

Fonte: Dados da pesquisa

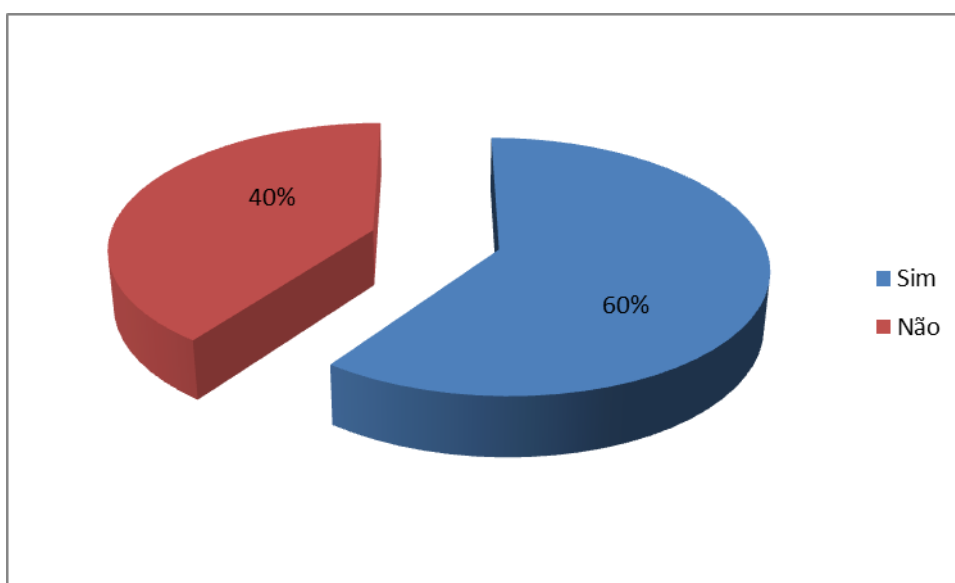
A prestação de serviços, tais como gráfica, cabelereiro, aviamentos e presentes, e determinadas atividades do comércio, como lojas de vestuário e acessórios, produtos alimentícios são os setores em que mais as mulheres investem. Mas com espírito inovador e destemido, elas também se arriscam no setor da indústria. Isso possivelmente pelo fato delas se sentirem mais seguras, mais escolarizadas.

A questão se possui sócio ou não apresentou o seguinte resultado: 55% não possuem sócios e 45% possuem (Gráfico 10). A sociedade poderia ser uma opção na divisão do trabalho, levando-se em conta que a mulher tem dupla jornada de trabalho, e sendo assim, poderia haver um compartilhamento das responsabilidades referentes ao negócio. Mas, mesmo ficando com todas as diferentes atividades inerentes ao funcionamento do negócio, as pesquisadas preferem não dividir o negócio com outra pessoa.

A maioria das empreendedoras, 60%, responderam que obtiveram algum tipo de informação de como criar uma empresa, ficando com 40% àquelas que responderam que não procuraram nenhuma informação (Gráfico 11). O fato é que essas mulheres possuem um bom nível de escolaridade, e certamente estão conectadas, a realidade não poderia ser diferente, pois elas sabem dos riscos e dos prejuízos que podem ter se abrirem um negócio sem planejamento.

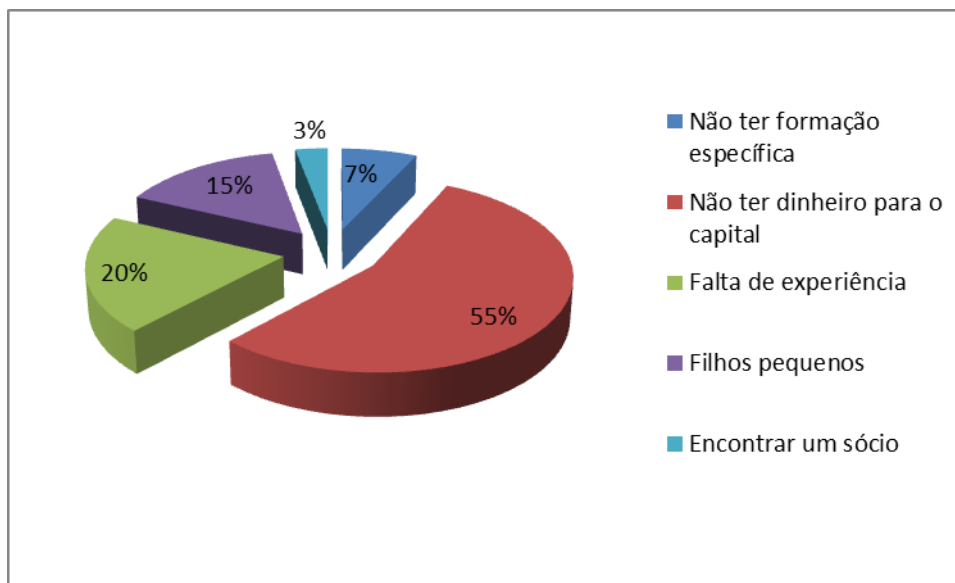
Gráfico 10 – Sócio

Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 11 – Obteve informação de como criar uma empresa?

Fonte: Dados da pesquisa

Como mostra o Gráfico 12, as maiores dificuldades encontradas pelas empreendedoras foram as seguintes: falta de dinheiro para o capital de giro da empresa, contando com 55%, seguida da falta de experiência no negócio, com 20%, filhos pequenos, 15%, não ter um sócio, 7% e por último, não ter formação específica.

Gráfico 12 – Dificuldades encontradas no início do negócio

Fonte: Dados da pesquisa

Como mostra o gráfico acima, o que mais dificultou foi a falta de dinheiro para a abertura do negócio, vindo em seguida a falta de experiência de como abrir uma empresa, por onde começar e até chegar finalmente às informações necessárias e corretas. Outra grande preocupação foram os filhos pequenos, onde se requer muito mais a presença da mãe.

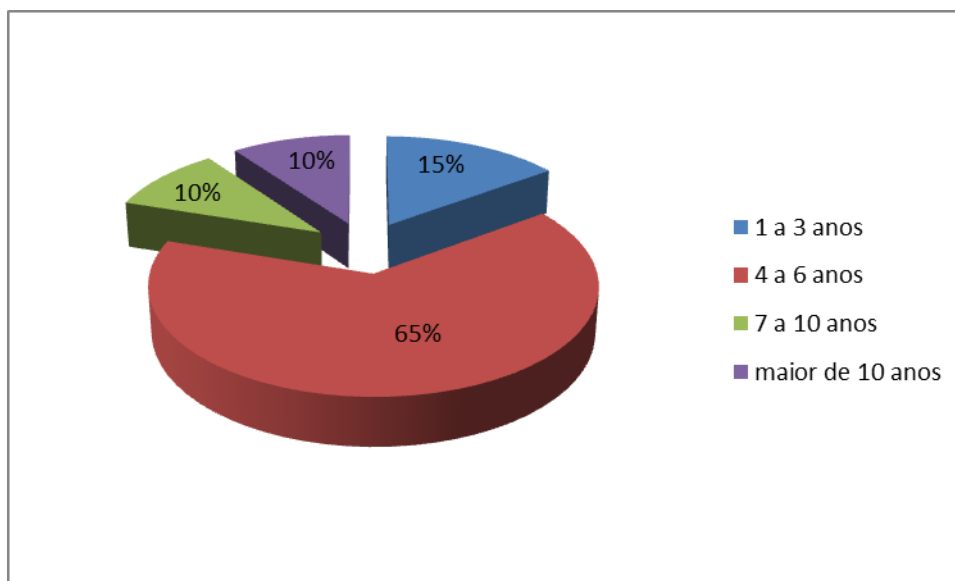
O Gráfico 13 apresenta o tempo de existência da empresa, onde se observa que a grande maioria das empreendedoras (65%) está a frente de suas empresas no espaço entre 4 a 6 anos, 15% no intervalo de 1 a 3 anos, 10% de 7 a 10 anos e 10% mais de 10 anos.

Pode-se considerar uma vitória o percentual tão alto de mulheres com até 6 anos com suas empresas abertas, pois segundo o Sebrae (2009), muitas micro e pequenas empresas que se arriscam a ingressar na formalidade, por não terem estrutura suficiente ou proteção do Estado, acabam não conseguindo passar dos seus primeiros anos de funcionamento, em virtude da concorrência junto às demais empresas de maior porte.

Quanto ao grau de parentesco das pessoas que trabalham nas empresas em estudo, 55% corresponde a opção outros, onde estes funcionários não possuem nenhum parentesco com a dona do negócio. A pesquisa revelou ainda que 20% dos esposos dessas mulheres trabalham na empresa. 15% trabalham com irmão e 10% corresponde ao item filho. (Gráfico 14)

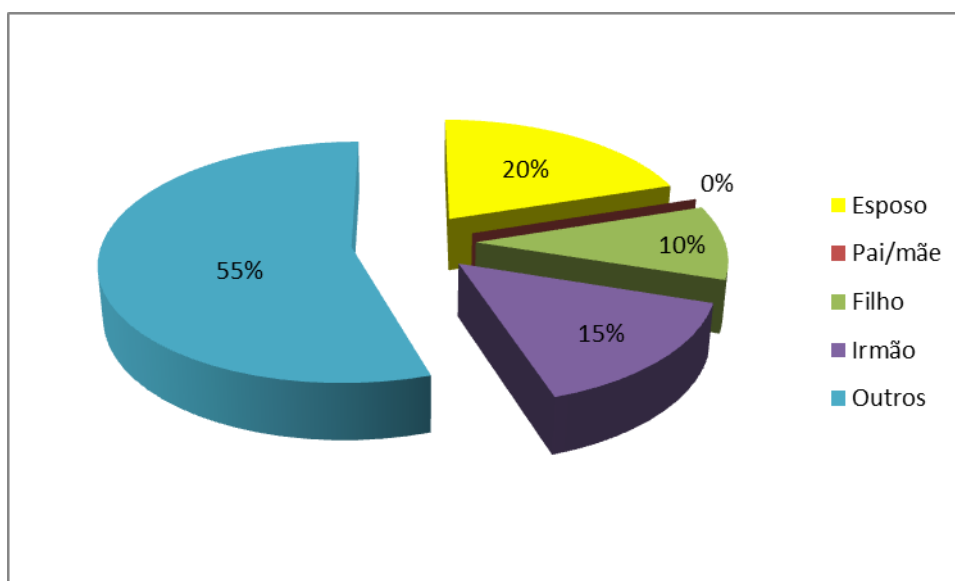
Esposo, filhos e irmãos totalizaram 45%, isso quer dizer que quase a metade das empresas apresentaram parentes trabalhando nelas, e 55% outros, onde se encaixam familiares como sobrinhos, tios e também pessoas que não fazem parte da família. Mas no geral, estas empresas podem ser tratadas como empresas familiares.

Gráfico 13 – Tempo de existência da empresa



Fonte: Dados da pesquisa

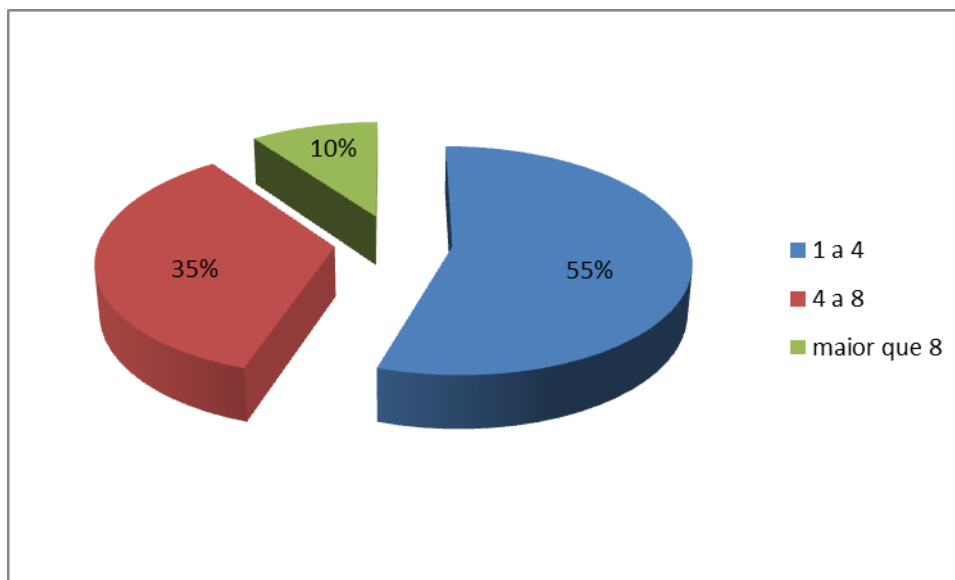
Gráfico 14 – Grau de parentesco das pessoas que trabalham com você



Fonte: Dados da pesquisa

Quanto a contratação de funcionários a pesquisa indicou no Gráfico 15 que a maioria das empreendedoras possuem de 1 a 4 funcionários, correspondendo a 55%, de 4 a 8 correspondeu um percentual de 35% e somente 10% possuem mais de 8 funcionários.

Gráfico 15 – Quantas pessoas trabalham com você?

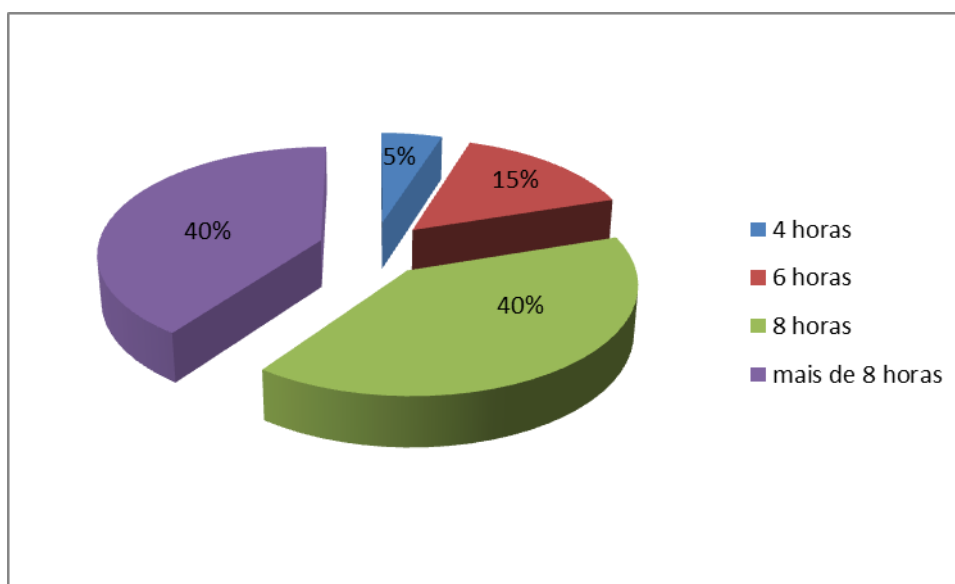


Fonte: Dados da pesquisa

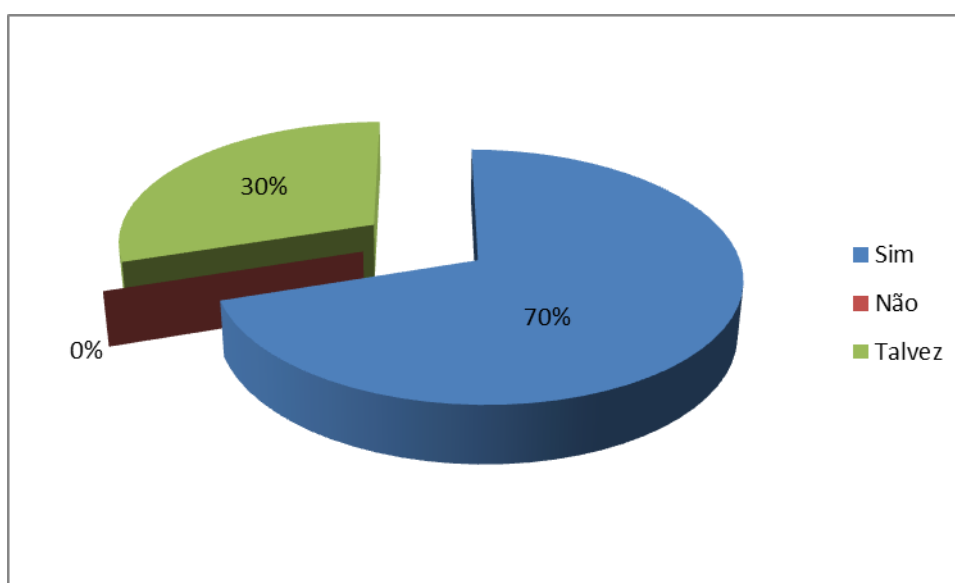
Quanto a horas trabalhadas, a pesquisa revelou que 40% das empreendedoras trabalham 8 horas por dia, 40% foi também a porcentagem das mulheres que trabalham mais de 8 horas, 15% trabalham 6 horas e somente 5% disseram que trabalham 4 horas. (Gráfico 16).

Como visto anteriormente, as empresas possuem poucos funcionários, e além disso, a maioria das empreendedoras não possuem sócios, esta realidade pode levar as empreendedoras a ter que trabalhar mais horas para resolver todas as demandas da empresa.

Para as pesquisadas, 70% pretendem ampliar seu negócio, já 30% têm dúvida e ninguém (0%) respondeu que não pretendem ampliar o negócio. (Gráfico 17). Elas sabem que a ampliação do negócio requer mais tempo de trabalho e com isso menos tempo dedicado à família. Esse fator influencia na qualidade de vida das empreendedoras e no equilíbrio entre profissão e família. Mas mesmo assim elas querem ampliar os negócios, pois fazendo-os crescer irão ter mais faturamento e assim proporcionar uma qualidade de vida melhor aos seus familiares.

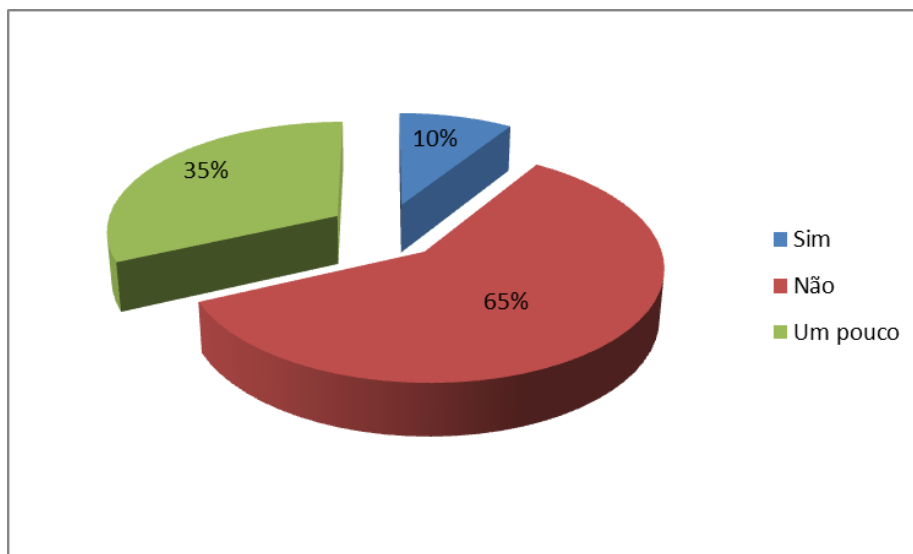
Gráfico 16 – Quantas horas trabalham por dia?

Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 17 – Pretende ampliar o negócio?

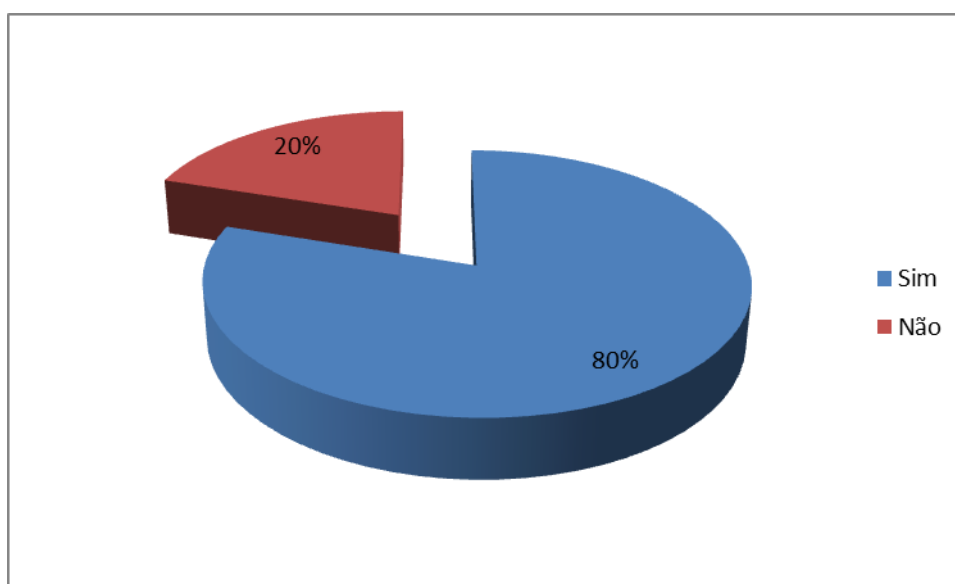
Fonte: Dados da pesquisa

O quesito sobre liderança mostrou que 65% das mulheres empreendedoras não sentem dificuldades em liderar seus funcionários, 35% responderam que sentem um pouco e somente 10% responderam que sim. (Gráfico 18). Isto reforça que a amostra se trata de mulheres maduras que sabem o que querem e como querem.

Gráfico 18 – Tem dificuldade em liderar os funcionários?

Fonte: Dados da pesquisa

As mulheres empreendedoras buscam ajuda financeira no início de seus negócios, (Gráfico 19), com uma representação bastante expressiva das respondentes dizendo que sim, 80%, contra apenas 20% respondendo que não tiveram ajuda financeira. Esse fato corrobora com a questão das dificuldades encontradas no início do negócio, onde a maioria deu como resposta a falta de dinheiro para o capital de giro inicial.

Gráfico 19– Teve ajuda financeira para abertura do negócio?

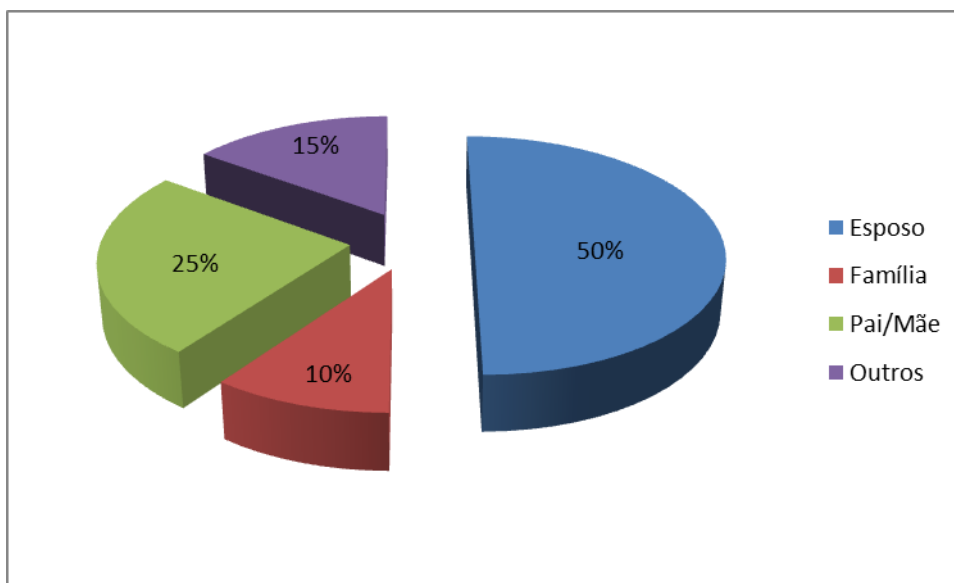
Fonte: Dados da pesquisa

Esta ajuda financeira pode vir por meio de seu companheiro, pai/mãe ou algum familiar mais próximo ou mesmo de alguma instituição bancária. Quanto à ajuda financeira por parte do companheiro correspondem 50%, por meio de pai/mãe, 25%, família 10% e 15% responderam que tiveram ajuda de outras fontes. (Gráfico 20).

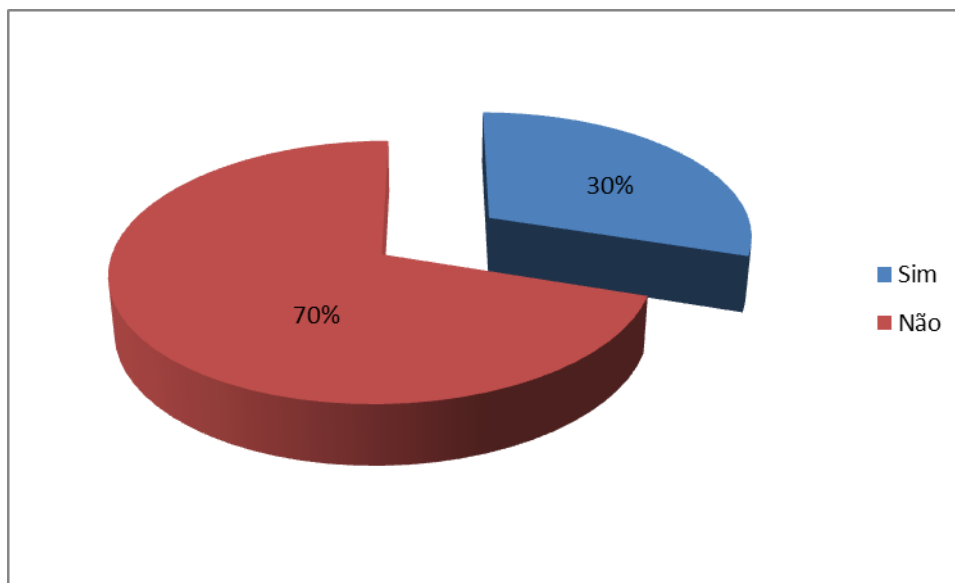
Já com relação à obtenção de financiamento junto às instituições bancárias, 70% não recorreram a financiamento bancário e somente 30% recorreram. (Gráfico 21). Este resultado mostra que as mulheres não estão dispostas a se comprometerem com bancos, talvez por dificuldade em adquirir empréstimos em instituições financeiras ou provavelmente por elas terem recorrido principalmente à família para abertura do negócio.

As mulheres muito mais do que os homens possuem uma grande sensibilidade, percebem mais os outros, o que facilita seu relacionamento com os empregados. As mulheres são espontâneas, gostam de se relacionar, conversar e preferem resolver logo os problemas, não deixando para depois. A pesquisa reforça este conceito, pois 75% das pesquisadas têm muito bom relacionamento com seus funcionários, 20% disseram que têm um relacionamento regular e uma pequeníssima parcela, 5% disseram que não tem um bom relacionamento com seus funcionários. (Gráfico 22)

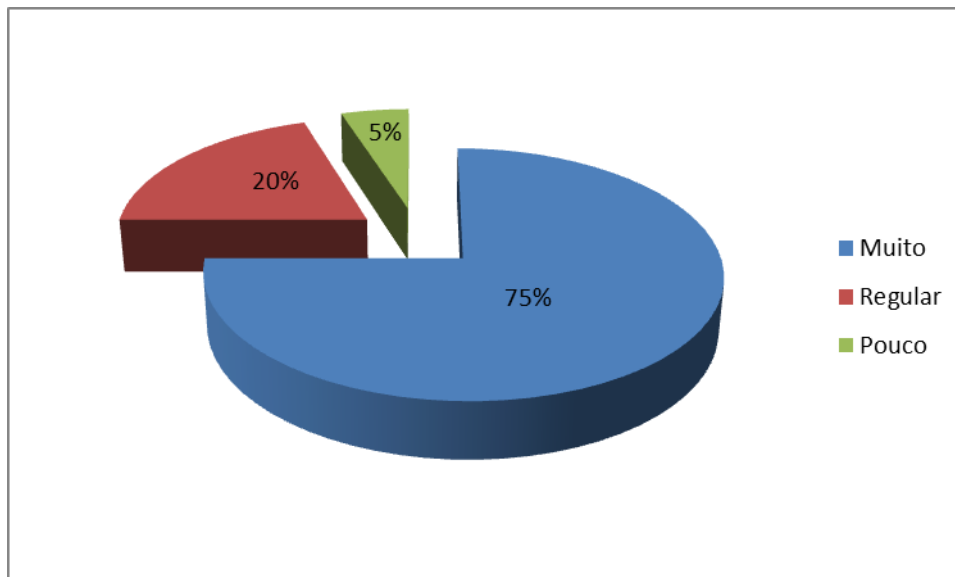
Gráfico 20 – Quem ajudou na abertura da empresa?



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 21 – Recorreu a algum financiamento bancário?

Fonte: Dados da pesquisa

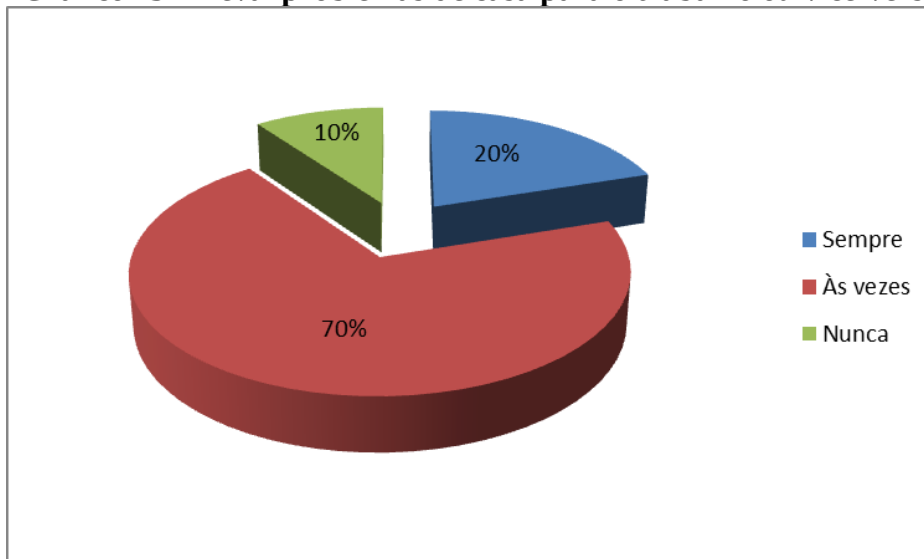
Gráfico 22 – Tem bom relacionamento com seus funcionários?

Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 23 mostra que 70% das mulheres empreendedoras às vezes levam problemas do trabalho para casa e vice-versa. 20% responderam que sempre e 10% responderam que nunca levam problemas de casa para o trabalho. Esse percentual de 70% pode ser explicado pelas características inerentes à mulher, como por exemplo, sua alta sensibilidade, por deixar transparecer suas emoções. E associado a esta realidade, como foi

visto anteriormente, essas mulheres têm um relacionamento muito bom com seus funcionários, facilitando assim uma troca de informações pessoais e uma fácil comunicação.

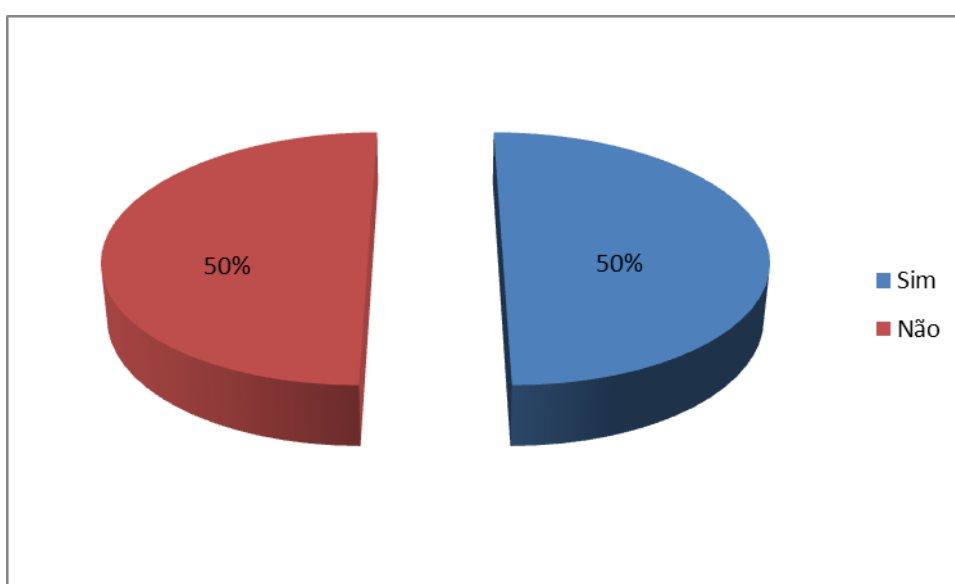
Gráfico 23 – Leva problemas de casa para o trabalho ou vice-versa?



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 24 trata da jornada dupla que a mulher tem que enfrentar no seu dia-a-dia. Os dados mostram que 50% das entrevistadas responderam que a multiplicidade de tarefas prejudica no desempenho do trabalho e outra parcela igualmente 50%, responderam que não.

Gráfico 24 – A jornada dupla prejudica seu desempenho no trabalho?



Fonte: Dados da pesquisa

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mulheres entrevistadas são na maioria pessoas com idade entre 31 e 40 anos ou acima de 40. São, portanto, mulheres maduras, mães de família, bem escolarizadas, procurado formas não apenas de ser útil, auxiliando financeiramente em casa, mas acima de tudo procurando sua autonomia ou mesmo se tornado independente. Para isso elas buscam oportunidades no mercado. Como por natureza são habilidosas, destemidas, identificam-se nos mais variados segmentos conquistando diversos espaços.

A maioria possui filhos, sendo que estes não ultrapassam em número de 3. Vários fatores motivaram a este fato, sendo que a preocupação em investir em estudo e a falta de tempo integral para dedicarem aos filhos, fez com que optassem por um número reduzido de filhos. Essas mulheres querem oferecer uma qualidade de vida melhor a seus filhos do que elas próprias vivenciaram. Disso resulta uma família com poucos membros. Este padrão é bem realidade nos dias de hoje, onde se busca qualidade, educação e mudança de posição social.

O objetivo da pesquisa foi atingido na medida em que se pode aferir no resultado do estudo quanto ao motivo que optaram pelo seu ramo de negócio, ficou claro que estas mulheres se tornaram empreendedoras na maioria das vezes por oportunidade e não por necessidade. Isso porque elas se sentem mais seguras e antenadas e muito mais destemidas na hora de abraçar um desafio. Elas sentem que são capazes e adoram inovar.

Os ramos dos negócios entre outros estão os de cabelereiro e confecção, o que é maioria, donas de padaria, buffet, gráfica, e lojas de variedades. Como se pode observar, são atividades nas quais as mulheres têm habilidades e conhecimento por própria experiência. Viram uma boa oportunidade de negócio e usando de criatividade resolveram empreender.

Na análise da pesquisa identificou-se que um dos desafios foi identificado ao observar que as mulheres têm dificuldade em organizar sua vida pessoal com sua vida profissional. Esta dificuldade pode vir associada a sobrecarga de trabalho, onde elas se dedicam excessivamente a seus negócios, pois grande parte delas não possuem sócios com que possam dividir a sobrecarga do trabalho e acabam ficando pouco tempo com a família.

Mas apesar da jornada dupla, essa mulher multitarefa, quer mais é evoluir e tem sérias intenções em ampliar seus negócios. E usam a flexibilidade de seus horários para amenizar essa complexa relação de vida pessoal e profissional.

REFERÊNCIAS

AIRÉS, P. (1981). **Historia social da criança e da família**. (20º Ed. Brás). Rio de Janeiro Ed. Guanabara (Original publicado em 1973).

BRASIL Portal do governo brasileiro Mulheres do Brasil Disponível em <http://www.brasil.gov.br/secoes/mulher/atuacao-feminina/avanco-da-mulher> Acesso em 09 maio 2013.

CANUTO, O; LIMA, G.T; ALEXANDRE, M. Investimentos externos em serviços e efeitos potenciais da negociação da ALCA . Brasília: IPEA, 2003. 86p. (Texto para discussão nº 942)

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996. 335p.

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

DOLABELA, Fernando. **Segredo de Luisa**. São Paulo: Ed. Cultura, 2006.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001.

FONTES, Ana Lúcia Aumenta o número de mulheres empreendedoras no Brasil sitio Plena mulher, 2012, Disponível em <http://www.plenamulher.com.br/noticias.asp?ATUAIS=4087> Acesso em 09 maio 2013.

GEM Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil-2007: Relatório Nacional. Empreendedorismo no Brasil- 2009: Relatório Nacional. Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: <http://www.gembrasil.org.br/home/?pag=16>. Acesso em: jun. 2013.

_____. Empreendedorismo no Brasil-2010: Relatório Executivo Disponível em: <http://www.gembrasil.org.br/home/?> Acesso em 17 jun. 2013.

_____. Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2012\Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores: Tales Andreassi, Mariano de Matos Macedo ... [et al] --Curitiba: IBQP, 2012 162 p.: il.

KIRZNER, I.M. Competition and entrepreneurship . Chicago: Chicago University Press, 1973.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994. 207 p

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Site. Rio de Janeiro IBGE, 2008. Disponível em: <<http://www.ibge.com.br>> Acesso em: 05 jun 2013.

LINDO, Máira Riscado et al Conflito vida pessoal vs. vida profissional: os desafios de equilibrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. In: EnANPAD, 28. , 2004, Curitiba, PR. Anais eletrônico...Rio de Janeiro: ANPAD, 2004. p.1-16.

NATIVIDADE, D.R. – Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. Rev. Adm. Pública vol. 43 no. 1 Rio de Janeiro Jan/Feb. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 10 jun. 2013

ROBBINS, S. P. **Administração: Mudanças e Perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.p.9.

SEBRAE Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, 2010 Disponível em <http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/> acesso em 09 maio 2013

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa, 2010 Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 5 jun 2013.

SCHUMPETER, J. The theory of economic development. Harvard University Press, 1949.

VIEIRA, Andreza. **A expansão do trabalho feminino no setor de serviços: Uma análise Nas Cinco Regiões Do Brasil**, 2011. Disponível em < [http://tcc.bu.ufsc.br /Economia293503](http://tcc.bu.ufsc.br/Economia293503)> Acesso 21 maio 2013.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Apêndice A – Solicitação para responder o questionário

Prezada empreendedora,

Realizo uma pesquisa sobre Mulheres empreendedoras, com o objetivo de avaliar o perfil desse segmento e os desafios que enfrentam como líderes de seus próprios negócios. Solicito a sua valiosa colaboração para responder o questionário a seguir, cujos dados servirão para a elaboração de uma Monografia do Curso de Administração da UFC.

Quero registrar que as informações fornecidas por você serão mantidas em sigilo e utilizadas somente para o fim a que se destina.

Antecipadamente agradeço a sua colaboração.

Giovanna Gripp Couto

Aluna do Curso de Administração da UFC

Apêndice B – Questionário aplicado com o grupo de empreendedoras**1 CARACTERIZAÇÃO DA RESPONDENTE**

1.1 Idade:

() Até 30 anos () Entre 31 e 40 anos () Acima de 40 anos

1.2 Estado Civil:

() Solteira () Casada () outros (especifique): _____

1.3 Tem filhos?

() Sim _____ filhos () Não

1.4 - Quantos filhos você tem?

1.5 Nível de sua Escolaridade:

- () Ensino Fundamental
- () Ensino Médio Incompleto
- () Ensino Médio Completo
- () Ensino Superior Incompleto
- () Ensino Superior Completo

2 – CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

2.1 Já empreendeu algum negócio antes?

() Sim () Não

2.2 – Por que optou por este ramo de negócio?

() vocação () influência () oportunidade () necessidade

2.3 – Fator determinante para a abertura do negócio

() Autonomia () Flexibilidade de horário () Mercado ruim

2.4 Área de atuação do seu negócio:

() Indústria () Comércio () Serviços

Tipo de Atividade do Negócio: _____

2.5 Possui sócio?

() Sim () Não

2.6 Você teve algum tipo de informação de como criar uma empresa?

() Sim () Não

2.7 Assinale as dificuldades encontradas no início do seu investimento:

- () Não tinha formação específica
- () dinheiro para o capital inicial
- () falta de experiência no ramo
- () filhos eram pequenos
- () falta de apoio da família
- () encontrar um sócio

2.8 Tempo de existência da empresa:

- () Menos de um ano
- () De 1 a 3 anos
- () De 4 a 6 anos
- () De 7 a 10 anos
- () Acima de 10 anos

2.9 Qual o grau de parentesco das pessoas que trabalham com você?

() Esposo () Filho(s) () Mãe/Pai () Irmão(ã) () Outro (especifique)

2.10 Quantas Pessoas trabalham com Você?

() 1-4 () 5-8 () mais de 8

2.11 Quantas horas trabalha por dia?

() 04 horas () 06 horas () 08 horas () Mais que 08 horas

2.12 Pretende ampliar seu negócio?

() Sim () Não () Talvez

2.13 Têm dificuldades em liderar as pessoas que trabalham com você?

() Sim () Não () Um pouco

2.14 Teve ajuda financeira para abertura de seu negócio?

() Sim Quem? _____ () Não

2.15 Recorreu a algum financiamento bancário na abertura da empresa?

() Sim () Não

2.16 Tem bom relacionamento com seus empregados?

() Muito () Regular () Pouco

2.17 Leva problemas de casa para o trabalho ou vice-versa?

() Sempre () De vez em quando () Nunca

2.18 A mulher tem uma jornada dupla de trabalho (negócio e família). Isso prejudica seu desempenho no trabalho?

() Sim () Não