

EMPREENDEDORISMO FEMININO: DAS DIFICULDADES AO SUCESSO: UM ESTUDO MÚLTIPLO DE CASO DE EMPREENDEDORAS DE SUCESSO

*Tatiana Wenceslau Francisco
Faculdade Canção Nova
tatianaawf@gmail.com*

*Prof^o Clóvis Nardelo Júnior
Faculdade Canção Nova
clovis.nardelo@fcn.edu.br*

Resumo

As mulheres estão cada vez mais conquistando seu espaço no mercado de trabalho. O empreendedorismo está abrindo novas oportunidades para a visibilidade feminina. Sendo assim, o presente artigo visa destacar que as mulheres ainda enfrentam grandes desafios para empreender, passando por dificuldades para dar início à abertura da empresa, dando continuidade à gestão. A Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor, pesquisa realizada pela GEM, no ano de 2020, mostra que o Brasil teve a 7^a maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais, que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência. Ou seja, as mulheres estão cada vez mais empreendendo e se dedicando para crescer cada vez mais. Como metodologia de desenvolvimento de pesquisa optou-se por um estudo de caso com aplicação de questionário on-line para empreendedoras localizadas no Vale do Paraíba - SP, de modo a verificar como as empreendedoras estão contribuindo para o crescimento na região e suas dificuldades enfrentadas até a chegada do sucesso.

Palavras-chaves: Empreendedorismo; Mulheres; Desafios.

Abstrat

Women are increasingly conquering their space in the job market. Entrepreneurship is opening up new opportunities for female visibility. Therefore, this article aims to highlight that women still face great challenges to undertake, experiencing difficulties to start the opening of the company, continuing management. The Global Entrepreneurship Monitor Survey (GEM, 2020) shows that Brazil had the 7th largest proportion of women among the initial entrepreneurs, who are at the head of enterprises with less than 42 months of existence. In other words, women are increasingly undertaking and dedicating themselves to growing more and more. As a research development methodology, we chose a case study with the application of an online questionnaire for entrepreneurs located in Vale do Paraíba - SP, in order to verify how the entrepreneurs are contributing to the growth in the region, their difficulties faced until the arrival of success.

Keywords: Entrepreneurship; Women; Challenges

1 Introdução

O empreendedorismo desperta a atuação dos profissionais que buscam a inovação. Desenvolver a economia por meio de aventura e inovação Oferecer novos produtos e serviços de acordo com a demanda do consumidor. Indivíduos com condições saberão como aprender Necessário para criar, desenvolver e realizar sua visão.

Com o empreendedorismo feminino em desenvolvimento, as mulheres ganharam destaque em muitos campos. Aumentou significativamente o número de mulheres que não são mais apenas donas e buscam independência profissional por meio do empreendedorismo. A multiplicidade de papéis e a tríplice, família, trabalho e pessoa contribui para a satisfação pessoal das mulheres, enriquecendo assim sua vida profissional. Apesar da importância social e econômica que a mulher conquistou ainda mais com o empreendedorismo ainda há limitações que dificultam um maior índice de mulheres empreendendo. Houve em sua maioria, acúmulo de responsabilidades, não importando o nível de desenvolvimento profissional da mulher, ela ainda é a maior responsável pela casa e filhos.

Os dados do SEBRAE (2019) revelam que as empreendedoras ainda passam por dificuldades em relação ao preconceito, onde a discriminação no ambiente de trabalho acarreta na diferença de oportunidades em relação aos homens, dupla jornada onde precisam conciliar todas suas responsabilidades de vida pessoal com a profissional e a autoconfiança abalada, onde há inseguranças nas tomadas de decisão.

Ainda de acordo com o SEBRAE (2019), nos últimos dois anos, a proporção de mulheres empreendedoras que são “chefes de domicílio” passou de 38% para 45%. Com o avanço, a atividade empreendedora passou a conferir às donas de negócio a principal posição em casa, superando o percentual de mulheres na condição de cônjuge (situação verificada quando a principal renda familiar provém do marido). No Vale do Paraíba-SP, São José dos Campos é a cidade mais inovadora do Brasil. É o que revela uma pesquisa realizada pela organização de apoio ao empreendedorismo, Endeavor Brasil. O presente estudo teve como objetivo geral identificar as principais dificuldades que as empreendedoras enfrentam e as razões para praticar o empreendedorismo no Vale do Paraíba-SP. A escolha desse estudo justifica-se pelo fato do empreendedorismo feminino está crescendo cada vez mais, gerando certa curiosidade quanto às razões e as dificuldades encontradas

para empreender, bem como os principais fatores que contribuem para o crescimento e sucesso desse ramo para a visibilidade feminina.

2. Referencial Teórico

De acordo com Hisrich e Peters (2004) o empreendedorismo teve início já na idade média, onde o termo descrevia tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos, que não corria riscos, apenas administrava utilizando recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país.

Dornelas (2012) nos diz que no século XVII, ocorreram os primeiros indícios onde o empreendedor passou a ser visto como um grande operador de risco, pois realizava contratos com o governo para realizar serviços ou fornecer produtos, porém o lucro e o prejuízo eram do empreendedor, onde o valor do contrato era fixo, tendo como um exemplo, os proprietários individuais, comerciantes, lojistas, que compram a mercadoria com um valor e revendem para os clientes com um preço diferenciado, geralmente com alta taxa de diferença, operando, assim, com risco. No século XVIII, houve finalmente a diferenciação entre a pessoa que precisava de capital e aqueles que já possuíam capitais. Provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. Nos séculos XIX e XX, o empreendedor era visto a partir de uma perspectiva econômica, sendo altamente confundido com os gerentes ou administradores.

Para Dornelas (2008), no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores, pelo fato de que eles organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização.

No século XX, o empreendedor teve sua marca no mercado como um grande inovador, trazendo revolução e transformação para os padrões de produção. Para mais, precisamos abordar a diferenciação entre o empreendedor e o administrador.

Hampton (1991) diz ainda que os administradores diferem em dois aspectos: o nível que eles ocupam na hierarquia, definindo o processo de objetivos alcançados, e o conhecimento que detém segundo o qual são funcionais ou gerais.

Outro aspecto importante refere-se ao estudo de Kotter (1982) que procura mostrar a eficiência dos gerentes gerais, onde esses administradores criam e modificam agendas, inclusive metas e organização desenvolvendo relacionamentos de cooperativismo na organização. Mintzberg (1986) propôs uma abordagem que

trata da atividade do trabalho gerencial, com foco no trabalho dos gerentes que vai desde interpessoal (representa o líder) informacionais (monitor, disseminador e locutor) e decisória (empreendedor). Esses papéis de gerente nos dá a ideia de que podem variar dependendo de seu nível na organização, sendo percebido cada papel em que os mesmos ocupam com maior facilidade. Existem variáveis no processo de características do empreendedor, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais, que somados nos remete às características sociológicas e ambientais, permitindo o nascimento de uma nova empresa.

Segundo Dornelas (2008) o empreendedor possui características que o faz especial diante ao mundo dos negócios, sendo elas: visionárias, indivíduos que fazem a diferença, tomada de decisão, exploram oportunidades, determinados e dinâmicos, dedicados, otimistas e apaixonados em seus projetos, causando e vibrando sua própria independência, assumindo riscos e sempre inovando na forma de lidar com seu conceito no mercado, exemplo de simpatia para com seus clientes, a concorrência se torna algo importante para agregar valor ao seu produto/serviço.

Outra abordagem relevante refere-se ao estudo de Birley e Muzyka (2001) onde retrata a ideia de que os empreendedores são orientados para realizações, assumindo responsabilidades por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro, além de elevar sua criatividade e disposição no marketing de sua empresa, estando dispostos a assumirem riscos em troca de suas realizações profissionais, dando ênfase ao seu processo de evolução.

Dornelas (2008) complementa a prática de que se uma pessoa possuir características comportamentais e aptidões encontradas em empreendedores bem sucedidos, ela terá maior facilidade em empreender. Diante das características expostas sobre o empreendedor, é possível compreender que, antes de ingressar em uma atividade empresarial, é importante que o empreendedor realize uma auto avaliação e reflita sobre os aspectos fundamentais de sua personalidade.

Segundo Machado (2003) a mulher empreendedora possui características relativas às masculinas, como: iniciativa, coragem e determinação, tendo como base as femininas, sendo: cooperação, intuição e sensibilidade. Isso ocorre uma vez que as mulheres tendem a lidar com mais facilidade diante a multiplicidade de papéis desempenhados no ambiente familiar e profissional, além de lidar com situações inesperadas e a criatividade em resolver os processos, tendo em vista a sobrecarga de atividades em família.

Assim, a atenção voltada para o papel da mulher, sobretudo de mulheres empreendedoras em função das conquistas de espaços no mercado de trabalho tem chamado atenção, não apenas pelas condições de trabalho a que se submete pela já conhecida dupla jornada de trabalho, que inclui inúmeras responsabilidades assumidas no âmbito familiar, mas, sobretudo, pelo desempenho e resultados alcançados.

Os autores Amorim & Batista (2012) nos diz que a importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgada improvável e desnecessária.

Raposo e Astoni (2007) relata que o empreendedorismo feminino se destaca como fonte de iniciativa da classe pela independência e liberdade para ter os mesmos direitos que os homens.

Conforme Loden (1988) os traços de personalidade e qualidade, não se refere somente às mulheres, podem ser facilmente encontrados nos homens. Existem também mulheres que se sentem mais à vontade no estilo de liderança masculino e homens que preferem a abordagem mais natural da liderança feminina.

De acordo com Lages (2008), as mulheres enfrentam uma grave inferioridade de remuneração nas empresas. Por vezes, ocupam o mesmo cargo e possuem maior grau de escolaridade que um homem, porém o salário é diferenciado, dando vantagem ao homem.

Camargo (2008) afirma que o empreendedorismo feminino é visto como uma forte opção para a geração de trabalho e renda, para que as mesmas possam se satisfazer em termo de tempo, futuro e destino profissional. Porém, as mulheres ainda possuem a obrigação de se preocupar com afazeres domésticos, procurando através do emprego, se organizar em seus horários sem se preocupar com cargas horárias rígidas, podendo assim amenizar os conflitos entre sua vida familiar e sua vida profissional.

Silva (2008) destaca a competência como um conjunto de conhecimentos, habilidades, comportamentos e atitudes de que uma pessoa necessita para ser eficaz em um vasto campo de atividades administrativas, em vários tipos de organizações. Para Hisrich e Peters (2004), as principais habilidades que são exigidas dos empreendedores são: as habilidades técnicas que abrangem redação,

atenção, apresentações orais, organização, treinamento, trabalho em equipe e know-how técnico; as habilidades administrativas de empresas que incluem as áreas envolvidas no início, o desenvolvimento e a administração de qualquer empresa; as habilidades empreendedoras pessoais como controle interno (disciplina), capacidade de arriscar-se, espírito de inovação, persistência, liderança visionária e orientação para mudanças.

Em sequência, Silva (2008, pg. 13) esclarece que:

As habilidades são destrezas específicas para transformar conhecimento em ação, que resulte no desempenho desejado para alcance dos objetivos. Esta por sua vez pode ser dividida em três tipos: as habilidades técnicas, que são relacionadas às funções dentro da organização; as habilidades humanas, relacionadas ao tratamento com pessoas e as habilidades conceituais, que são relacionadas à capacidade de ver a empresa de maneira total.

O líder possui habilidades e qualidades, as quais são determinadas conforme as situações que surgem no âmbito organizacional. Para Chiavenato (2007) a liderança ocorre diante das influências e competências provocadas de acordo com as necessidades de mudanças.

De acordo com Silva et al (2005), o empreendedor possui forte capacidade de liderança, pois é capaz de agregar e mover pessoas em torno de si, empregando estratégias para desenvolver e manter relações comerciais.

Para os autores, esse processo se desenvolve em cinco etapas, que são elas: formulação de uma questão, busca de informações, definição de alternativas, as consequências e, por fim, a decisão. Os indivíduos sempre precisaram tomar decisões, pois o processo de escolha e tomada de decisão tem um papel cada vez mais importante no que diz respeito à economia, administração, finanças e principalmente no processo de gestão de investimentos. Abaixo se apresenta uma tabela específica (em %), percentuais e estimativas empreendedores iniciais e estabelecidos segunda às características sócias demográficas - Brasil - 2019.

Tabela 1 – empreendedores iniciais e estabelecidos segunda às características sociodemográficas - Brasil - 2019

Características sociodemográficas	Iniciais			Estabelecidos		
	TEA (23,3%)	Estimativa do número de empreendedores		TEE (16,2%)	Estimativa do número de empreendedores	
		Nº (em milhões)	Percentual		Nº (em milhões)	Percentual
Sexo						
Masculino	23,5	16,1	50,0	18,4	12,6	56,5
Feminino	23,1	16,1	50,0	13,9	9,7	43,5
Total	32,2	32,2	100,0	Total	22,3	100,0
Faixa Etária						
18 a 24 anos	24,3	6,2	19,3	7,2	1,8	8,2
25 a 34 anos	26,1	8,9	27,7	12,7	4,3	19,4
35 a 44 anos	26,7	8,7	27,1	18,2	5,9	26,5
45 a 54 anos	22,6	5,8	18,2	23,8	6,1	27,5
55 a 64 anos	12,4	2,5	7,7	20,5	4,1	18,4
Total	32,2	32,2	100,0	Total	22,3	100,0
Escolaridade³						
Fundamental incompleto	18,4	5,5	17,2	23,2	7,0	31,3
Fundamental completo	23,3	6,8	21,0	20,2	5,9	26,2
Médio completo	24,4	14,9	46,2	12,0	7,3	32,7
Superior completo ou maior	27,6	5,0	15,6	12,1	2,2	9,7
Total	32,2	32,2	100,0	Total	22,3	100,0
Renda Familiar						
Até 1 salário mínimo	23,4	5,5	17,2	13,5	3,3	14,7
Mais de 1 até 2 salários mínimos	20,6	8,4	26,0	13,4	5,6	24,9
Mais de 2 até 3 salários mínimos	22,0	6,1	18,8	17,2	4,8	21,6
Mais de 3 até 6 salários mínimos	27,1	8,6	26,8	18,0	5,8	26,2
Mais de 6 salários mínimos	31,8	3,6	11,1	24,6	2,8	12,7
Total	32,2	32,2	100,0	Total	22,3	100,0

Fonte: GEM Brasil 2019

¹ Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 24,3% da população de 18 a 24 anos no Brasil são empreendedores iniciais).

² Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2019: 138,1 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2019).

³ Fundamental incompleto = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Fundamental completo = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Médio completo = Ensino médio completo e superior incompleto; Superior completo ou maior = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e completo.

Fonte: GEM 2019

A pesquisa diz que “Apesar da menor permanência das mulheres na atividade empreendedora, deve-se destacar que o nível de escolaridade média das mulheres na população é de um ano superior à média dos homens.

Portanto, pelo menos, na média, não são déficits de conhecimento formal que explicam essa defasagem. Apesar disso, cabe destacar que mesmo com taxas de empreendedorismo totais menores que as dos homens, a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 26 milhões, muito próximos dos 29 milhões de homens.” (GEM, 2019).

3 Metodologia

Ao iniciar o trabalho foi pensando em um estudo de caso, pois segundo Yin (2001), o estudo de caso é considerado uma estratégia para diversas situações, inclusive para os estudos organizacionais, além de ser cada vez mais usado como um recurso nas pesquisas acadêmicas. Para Gil (2002) a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, envolvendo, na maioria dos casos, levantamentos bibliográficos, entrevista com pessoas relacionadas ao tema pesquisado e análises de exemplos para facilitar a compreensão do assunto. Para a elaboração do presente estudo, foi utilizada até então a pesquisa bibliográfica, porque se trata de um estudo em materiais já publicados por autores que trataram sobre o tema Empreendedorismo feminino, abordando os seguintes assuntos: Conceitos de empreendedorismo, empreendedor, características do empreendedor, inserção da mulher no mercado de trabalho, empreendedorismo feminino e sua importância, competências, habilidades e atitudes, dificuldades, desigualdade em relação aos homens.

Gil (2002) relata que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado constituído principalmente de livros e artigos científicos. Continuado, o estudo de caso será aplicado sobre as empreendedoras localizadas no Vale do Paraíba - SP, onde a entrevista, que conterà perguntas a serem respondidas por questionário on-line do Google. Esse método de pesquisa tem o objetivo de analisar como o empreendedorismo tem crescido no mercado de forma que, cause grandes impactos econômicos. Além disso, as pesquisas em livros, artigos, monografias e sites confiáveis da internet fazem parte do estudo teórico que também compõe o desenvolvimento deste trabalho.

4 Análise De Dados

O fato de uma ideia ser ou não inédita, não tem importância, o que importa é que o empreendedor saiba transformá-la em um produto ou serviço, fazendo sua empresa crescer. (DORNELAS, 2008). O estudo identificou o perfil das empresárias entrevistadas, com o intuito de conhecer melhor como o crescimento do empreendedorismo feminino vem se desenvolvendo na região do Vale do Paraíba - SP.

Foi solicitada idade, tempo de existência de empresa, nível das relações internas e suas maiores dificuldades para permanecer empreendendo. Foi selecionado quatro empresárias de diferentes ramos de atuação no intuito de apresentar os resultados no ramo de cada uma, com suas razões, motivações e dificuldades.

Tabela 2 - informações coletadas das entrevistadas

ENTREVISTADAS	INFORMAÇÕES DE EMPRESA
E1	20 anos de empresa / 10 funcionários
E2	11 meses de empresa / 02 funcionários
E3	02 anos de empresa / 4 funcionários
E4	02 anos de empresa / 1 funcionário

Fonte: A autora do estudo (2020)

Legenda: Entrevistada 1: E1. Ramo de atuação: Decoração de festas. Entrevistada 2: E2. Ramo de atuação: Cosméticos. Entrevistada 3: E3. Ramo de atuação. Estética. Entrevistada 4: E4. Ramo de atuação: Vestuário

Tabela 3 - Origem e Inspiração para empreender

Entrevistadas/Questões	Questão: 1.Fale um pouco sobre as suas origens, sua família. Existe algum empreendedor em sua família? Tem alguém que se inspirou para dar início em sua carreira como empreendedora?
E1	"Sou de família simples, porém muito trabalhadeira. Sempre fui ensinada por meus pais a enfrentar a vida e os desafios que ela nos apresenta de frente, a fazer e buscar sempre o certo e a transparência. Trago comigo uma fala muito correta de minha mãe: Se você precisar abaixar a cabeça quando encontrar alguém que seja por respeito e nunca por vergonha por ter feito alguma coisa errada. A necessidade de ajudar meu marido nos estudos dos filhos. "

E2	<p><i>“Nossa ideia surgiu primeira de uma vontade imensa de migração da agitação da grande metrópole para a tranquilidade do interior, fizemos uma pesquisa de mercado e vimos o grande potencial de crescimento nos últimos anos na área de cosméticos.</i></p> <p><i>Somos irmãs e uma de nós atuou durante muitos anos como vendedores. Nossos cônjuges foram nossos maiores influenciadores nos apoiaram e apoiam até hoje.</i></p> <p><i>E a terceira e fundamental gostaríamos de trabalhar com pessoas com algo que tivesse prazer e satisfação e nada melhor que trabalhar com beleza. Ajudamos a melhorar a autoestima das pessoas isso não tem preço. Recebemos feedback positivos como por exemplo em tempos de pandemia foi muito bom arrumar meu cabelo isso e fez muito bem! Cuidar da minha pele fez eu me sentir mais bonita etc.....”</i></p>
E3	<p><i>“Filha de dona de casa e frentista sempre viu a necessidade de buscar melhorar de vida, para que pudesse ter mais conforto e independência, meus pais sempre nos orientaram que estudar, fazer uma faculdade era o único caminho para ser bem sucedido, e no meu coração eu sentia que não era isso que queria para minha vida, sentia a necessidade de liderar, ser a frente de algo e aí então surgiu o desenho por empreender em uma área na qual sempre foi minha paixão, a beleza. Sou a primeira empreendedora da família e logo após minha irmã também tomou coragem de sair do emprego e empreender. ”</i></p>
E4	<p><i>Minha família é feirante sempre estive no ramo de vendas. Comecei trabalhar com 13 anos de guarda mirim aqui em Lorena em uma loja de roupas. Trabalhei lá por mais de 20 anos só saí pra montar meu próprio negócio. ”</i></p>

Fonte: A autora do estudo (2020)

As empresárias foram questionadas se sempre tiveram vontade de empreender, e de como surgiu a motivação para iniciar a empresa. A “E1” alega que nunca se imaginou neste ramo, pois era técnica de enfermagem, tendo como sua maior motivação para iniciar a carreira de empreendedora, o marido. Quanto à “E2” disse que ela e a irmã nunca se imaginaram empreendendo, sempre trabalharam em grandes empresas. Foi uma mudança no estilo de vida, vontade de viver numa cidade e região com menos violência. A paixão por Cachoeira Paulista-SP, fez com que as mesmas mudassem totalmente seus objetivos, resultando pela paixão no empreendedorismo. Já a “E3” relata que sempre quis empreender, uma vez que trabalhando para si própria trouxe um maior retorno financeiro. A “E4” afirma que sempre trabalhou neste ramo e não sabe viver sem empreender.

O resultado aponta que a maior motivação das empresárias, surgiu por amor ao empreendedorismo e a necessidade de um estilo de vida independente.

Dando continuidade nas entrevistas, as empreendedoras foram questionadas sobre como foi a organização para abrir a empresa. A “E1” relata que tinha algumas economias guardadas, porém se desfez de alguns bens. Já a “E2” deixou propriedades próprias para morar de aluguel, vendeu o carro. Realizou cursos na área do empreendedorismo, pesquisa de fluxo, onde alugou o comércio e etc. A palavra de “E3” diz que o primeiro passo foi ter certeza se era isso que ela amaria fazer para o resto da vida, onde desfez de sua loja de vestuário para investir tudo no Studio de estética. Em conseguinte, a “E4” relata “Como sempre trabalhei no comércio, meus familiares sempre falaram que eu tinha que ter meu próprio negócio. Mas tudo começou a criar vida depois que minha mãe faleceu e umas das últimas conversas que tivemos ela me disse isso. Que eu tinha que ter minha própria loja porque eu sabia tudo. E ela morreu atropelada e recebemos uma indenização com esse dinheiro eu abri minha loja. Sinto que da maneira mais triste dolorida ela me ajudou”.

Constata-se que inúmeras são as razões para empreender, forma de se organizar para dar o primeiro passo. As empresárias segundo os relatos acima, foram persistentes apresentando experiências no ramo, e vontade de aprender um novo estilo de vida.

A entrevista também identificou qual foi a maior dificuldade para abertura de empresa. O relato de cada uma segue na tabela 04.

Tabela 4 - Dificuldades no início

Entrevistadas/ Questões	Qual foi a maior dificuldade encontrada para a abertura da empresa?
E1	<i>“Conhecer a clientela. ”</i>
E2	<i>“O ponto onde seria aberta a loja. ”</i>
E3	<i>“Confiança, empreender precisa de coragem e entender que abrir uma empresa é bem simples, difícil é saber manter a gestão, organização, tudo isso precisa andar lado a lado com bom trabalho. ”</i>
E4	<i>“A maioria dificuldade foi dar o primeiro passo sair da zona de conforto já que o lado financeiro já estava resolvido. ”</i>

Fonte: A autora do estudo (2020)

Para dar continuidade ao questionário acima, **as entrevistadas receberam a seguinte pergunta “ Passou por momentos de extrema dificuldade, onde pensou em desistir do negócio?”** a “E1” disse que sim, “E2” relatou o seguinte: “Momento de dificuldade sim com a pandemia teve que ficar com a loja fechada durante 03 meses foi assim que surgiu a ideia de divulgação em redes sociais com mais intensidade e delivery esse foi o diferencial é fundamental para que continuássemos, desistir nunca.” Já a “E3” relatou que sim, no início muitas pessoas ainda não conheciam seu trabalho, não confiavam, então foi uma fase bem difícil que por muitas vezes pensou se tinha feito o certo em investir nesse ramo novo na cidade. E por fim, a “E4” disse que não passou por este momento.

Diante disto, foi constatado que as empresárias mesmo em momentos de dificuldades em sua maioria, conseguiram vencer os obstáculos e hoje, possuem um estabelecimento renomado com grandes influências sobre as pessoas que ali consomem os mesmos. Segundo Chiavenato (2008, p.7) “o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades.”

Dando continuidade, **foi questionado pelas empreendedoras qual o grau de importância para as relações internas e externas da empresa? Ou seja, qual a sua relação com os clientes, funcionários e fornecedores?** A “E1” e “E2”, diz que é bom e sempre uma relação transparente e de respeito. Já a “E3” relatou o seguinte: “Clientes são tratadas como amigas, recebidas como família. Funcionárias têm total autonomia dentro de suas salas com suas respectivas clientes, uma vez por semana nos reunimos para um café onde pautamos tudo que pode ser melhorado naquela semana, organizações.” e a “E4” relata que tenta ter a melhor relação possível procurando sempre entender a necessidade de cada um.

Percebe-se que as empreendedoras valorizam as reais necessidades do ambiente interno e externo de suas respectivas organizações. Manter o bom convívio não só com os clientes, mas também com aqueles que ajudam-nas a levar a empresa com seriedade e total dedicação, realizando semanalmente reuniões para citar tudo que aconteceu e o que pode ser melhorado na empresa, conforme relatado pela “E3.

A pesquisa, também identificou qual a posição das empreendedoras em relação à importância que o empreendedorismo feminino tem no mercado de trabalho. Na tabela a seguir, vejamos a resposta.

Tabela 5: Importância do empreendedorismo feminino

Entrevistadas/Questões	O empreendedorismo feminino vem crescendo constantemente, dando destaque a um novo ramo empregatício. Para você, de que forma acredita que ele de fato, tem importância para o mercado de trabalho e crescimento para o empoderamento feminino?
E1	<i>“Diminuindo a diferença nas oportunidades de trabalhos entre homens e mulheres, Uma mulher bem sucedida não depende financeiramente de seu marido, assim sendo ela se torna independente para tomar as decisões, sendo profissional ou pessoal. ”</i>
E2	<i>“O papel ocupado pela mulher no mercado de trabalho nunca foi de tanto destaque, mas ainda não é motivo pra comemorar, acreditamos que a mulher tem o mesmo potencial que o homem no mercado. Temos que continuar com uma consciência coletiva sempre para o nosso fortalecimento. Empoderar-se é o ato de tornar poder sobre nós na sociedade, isso tem que fazer parte do nosso cotidiano. ”</i>
E3	<i>“Muito além de empregos, o empreendedorismo feminino nos deu voz, e, sobretudo poder. Que mulher não gosta de se sentir bem, confiante, independente? No meu caso em particular, empreender me mostrou outro lado da vida que antes apenas uma menininha não tinha a maturidade de agir e gerir ações, e viver momentos únicos, que provavelmente sendo funcionária eu não viveria. Hoje com uma equipe de 9 pessoas, for necessário firmeza para que elas pudessem voar cada uma em seu ramo, mesmo que dentro do meu espaço cada uma tem a sua autonomia.”</i>
E4	<i>“Eu acho muito importante. É o reconhecimento de que somos sim fortes que podemos administrar sim nossas vidas tanto como pessoal e profissional”</i>

Fonte: A autora do estudo (2020)

Diante do que foi relatado, constatou-se que as empreendedoras são otimistas em relação ao desenvolvimento que o empreendedorismo vem causando no País e na região do Vale do Paraíba. São as grandes representantes de que o movimento empreendedor está se tornando um grande marco na era de visibilidade feminina. De acordo com os dados do SEBRAE (2019), são 9,3 milhões de mulheres à frente de uma empresa no Brasil, representando 34% de todos os donos de negócios do país. Diante deste dado, é imprescindível que as mulheres continuem buscando e lutando para fomentar o empreendedorismo feminino, onde se torna fundamento para aumentar seus rendimentos, gerar empregos, ter sustentabilidade no mercado e, sobretudo, ser independente, fazendo com que a tomada de decisão

seja um ponto importante para alavancar as empresas.

Segundo Dornelas (2008) os empreendedores estão sempre em busca de novas ideias e oportunidades, ficando atentos a tudo que ocorre a sua volta.

As análises feitas pelo SEBRAE mostram que as mulheres empreendedoras são mais jovens e têm um nível de escolaridade 16% superior ao dos homens. Entretanto, ainda há desigualdade, pois elas continuam ganhando 22% menos que os empresários, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em 2018, os donos de negócio do sexo masculino tiveram um rendimento mensal médio de R\$ 2.344, enquanto que o rendimento das mulheres ficou em R\$ 1.831.

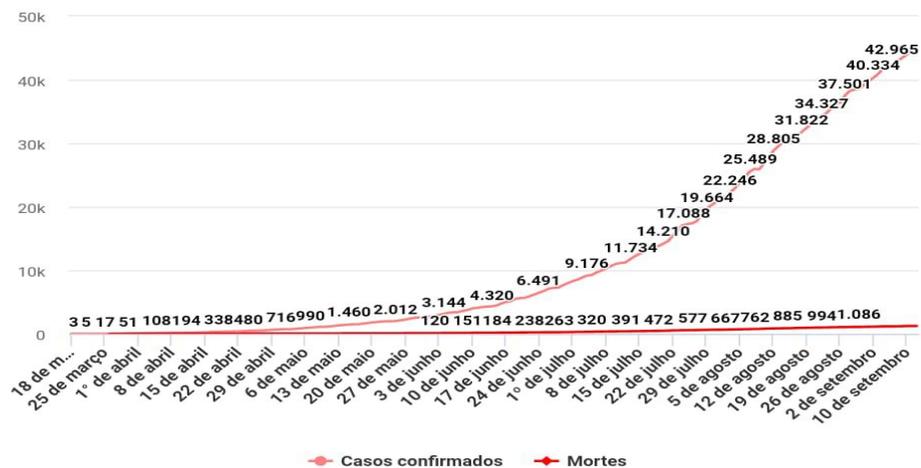
Dando continuidade a entrevista, em 2020 o País se deparou com uma doença chamada Covid-19. “A COVID-19 é uma doença causada pelo coronavírus, denominado SARS-CoV-2, que apresenta um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves. De acordo com a Organização Mundial de Saúde, a maioria (cerca de 80%) dos pacientes com COVID-19 podem ser assintomáticos ou oligossintomáticos (poucos sintomas), e aproximadamente 20% dos casos detectados requer atendimento hospitalar por apresentarem dificuldade respiratória, dos quais aproximadamente 5% podem necessitar de suporte ventilatório.”

Sendo assim, abalou a economia do País, onde o Vale do Paraíba SP sofreu grandes transformações, como: fechar as empresas por tempo indeterminado. Com base nisto, abaixo um gráfico representando os casos de vírus na região do Vale do Paraíba e região Bragantina:

Figura 1 – Casos de coronavírus no vale e região bragantina

Casos de coronavírus no Vale e região bragantina

Primeiros casos foram confirmados em 18 de março; primeira morte foi registrada em 26 de março.



Fonte: Secretarias Municipais de Saúde

Fonte: G1.globo.com

Sendo assim, abaixo a tabela 04 sobre a seguinte questão.

Tabela 6: Processo do Covid-19.

Entrevistadas/Questão	Em 2020, nos deparamos com o vírus Covid-19, onde causou centenas de mortes. Para evitar que o mesmo se espalhe, foi estabelecido que os comércios fecharam as portas, que as pessoas usem máscara, álcool em gel 70° e distanciamento de pelo menos 1,5m. Como foi para você passar por essa fase em seu estabelecimento?
E1	"Bastante difícil, como muitos comércios também tivemos perdas devido estarmos de portas fechadas por 3 meses. Nem todas as firmas foram flexíveis e fizeram as trocas necessárias. "

E2	<i>“Como já cogitei antes foi um período de grande dificuldade, mas também de superação e resiliência. Estamos procedendo conforme manda os protocolos da OMS mantendo o uso de máscaras higienização do estabelecimento e produtos oferecendo máscaras para clientes que por algum motivo estão sem, álcool 70° restrição de quantidade de clientes dentro da mesma. ”</i>
E3	<i>“Ninguém estava preparado para esse susto, e mesmo com toda pandemia a nossa exclusividade de atendimentos somente agendados, uma pessoa por vez, nos favoreceu aumentando assim a busca pelos nossos serviços. ”</i>
E4	<i>“Graças a Deus estamos conseguindo e sinto que estamos cada dia mais fortes. Tudo é um aprendizado. ”</i>

Fonte: A autora do estudo (2020)

Algumas empresas como a “E1” relataram, que houve prejuízos pois, nem todas as mercadorias conseguem suportar a qualidade do produto por muito tempo. No caso desta, por se tratar de empresa de decoração de festas, o prejuízo teria sido maior devido a “não aglomeração de pessoas” onde não se pôde fazer festas. Momentos como este, nos reflete a ideia de persistência, determinação e liderança para continuar a gestão da empresa. Apesar das dificuldades que são encontradas ao longo de trajetória de empreender, cada uma das empresárias relatou um fator de sucesso, sendo a “E1” a dizer que procura ter muito cuidado com os materiais a ser entregue aos clientes. Já a “E2” relata que Honestidade, comprometimento e admiração, são os seus fatores de crescimento. E as palavras de “E3” foram o seguinte: “Exclusividade! Proporcionar momento único. ” E a “E4” diz que o bom atendimento, destaca seu critério de sucesso.

Para encerrar a entrevista, foi feita a seguinte pergunta “Há algo mais que você gostaria de dizer, que não tenha sido abordado?”, então as “E3” e “E4” encerraram nos deixando um pouco de suas experiências marcantes no mercado empreendedor feminino. A “E1” nos deixou a seguinte mensagem: “Penso que é muito importante as crianças desde pequenos aprenderem algum ofício, sempre colocamos nossos filhos desde cedo pra trabalhar conosco, assim aprenderam o valor do trabalho e do dinheiro. ” E a “E3” disse o seguinte: “Nunca desista dos seus ideais! Com conhecimento, engajamento, respeito e honestidade vão sempre longe. Ser transparente com os clientes é fundamental para um bom relacionamento. Colocar Deus na direção não só dos negócios, mas principalmente

das nossas vidas. ”

5. Considerações Finais

A realização deste estudo possibilitou um conhecimento mais amplo sobre temas relacionados ao empreendedorismo feminino, identificando o conhecimento das empresárias no campo em que elas atuam. Os resultados foram obtidos através de uma aplicação de formulário para quatro empreendedoras que se localizam no Vale do Paraíba - SP, onde responderam sobre o que as levaram a empreender, suas dificuldades e as perspectivas de futuro sobre como o empreendedorismo se tornou um grande marco no crescimento da mulher no mercado de trabalho.

Constatou-se através do estudo que o empreendedorismo se tornou um grande destaque para a população feminina, e que durante as respostas no formulário, as empresárias demonstraram dificuldade para se expressarem, porém souberam responder com clareza o que significa o termo empreendedorismo, sua importância e duas dificuldades para a abertura da empresa.

Este estudo também buscou revelar quais são as principais razões para as entrevistadas optarem por serem empreendedoras e como decidiram o ramo do negócio e dentre as principais razões estão: a superação diante as dificuldades, o relacionamento com os clientes, funcionários e fornecedores, autorrealização e o amor pelo que faz, quanto ao ramo que escolheram, surgiu de acordo com as experiências já desempenhadas ou pela vontade de serem donas de um negócio.

Com relação ao empreendedorismo feminino, constatou-se que as entrevistadas demonstram bastante conhecimento, sabendo que diferentemente dos fatos históricos passados, onde a mulher sofria preconceito, nos dias atuais a mulher desempenha seu papel ao lado do homem, tendo mais igualdade e liberdade perante o sexo masculino. Tendo seu trabalho mais valorizado contribuindo para uma sociedade mais justa.

Quando foram questionadas sobre como o empreendedorismo é uma ferramenta importante para o crescimento do ramo empregatício na sociedade feminina e o quanto isso é extremamente importante para acabar com o preconceito e desigualdades, responderam com extrema certeza de que amam empreender e estão na frente, representando a luta por igualdade da mulher no mercado de trabalho.

O estudo também possibilitou explorar as estatísticas dos dados através do SEBRAE, sobre as dificuldades e discriminação que as mulheres enfrentam desigualdade salarial, uma vez que muitas ocupam o mesmo cargo do sexo masculino, dupla jornada conciliando com a vida pessoal e trabalho.

Dando continuidade, foi possível identificar através dos dados do SEBRAE, que a cidade de São José dos Campos - SP, é a maior cidade inovadora do Brasil, sendo assim, o Vale do Paraíba se tornou um grande avanço socioeconômico, abrindo portas para a inovação e para o empreendedorismo, fazendo com que as ideias e os sonhos de uma independência concreta para as mulheres, seja ainda mais amplos.

Por fim, para se ter uma visão mais completa de como alcançar o sucesso no empreendedorismo, pode-se concluir que as origens, o foco e o comprometimento no trabalho, amar o trabalho que faz, ter dedicação, inovar e persistir são fundamentais para ir em busca do sucesso empresarial.

Conclui-se então que o empreendedorismo é uma área que as mulheres podem atuar desempenhando seus serviços de acordo com suas necessidades e com suas competências empreendedoras, alinhadas às suas origens, força de vontade para crescerem, e se manterem no mercado.

O objetivo deste trabalho foi alcançado, visto que foi possível levantar dados e percepção sobre o entendimento de empreender no Vale do Paraíba - SP. A pesquisa possibilitou entendermos sobre o preconceito que a mulher sofre nos dias atuais aliados ao passado histórico da entrada da mulher no mercado.

Destaca-se que o estudo traz apenas uma pequena amostragem sobre o empreendedorismo feminino, sendo necessária uma pesquisa mais ampla sobre o assunto. Diante disto, a relevância do trabalho se dá ao empoderamento da mulher na sociedade, sobre como ela é importante para o desenvolvimento do País. O quanto nós mulheres, podemos fazer por nossa população, o quanto podemos ajudar na evolução das mulheres e o quanto somos fortes juntas. É necessário que se faça uma pesquisa mais avançada em relação a este tema, uma vez que ele é muito amplo. Porém, com as informações contidas e com respostas sendo de extrema importância para o conhecimento da acadêmica, que pode aprofundar seus conhecimentos na área do empreendedorismo.

Referências

- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo, **Empreendedorismo Feminino: Razão Do Empreendimento**. Disponível:
http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf Acesso em: 19 nov. 2020
- Birley, S., & Muzyka, D. (2001). **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books.
- CAMARGO, D. et al. **O significado da atividade empreendedora: as práticas da mulher brasileira em 2008**
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. **E atualizada** - São Paulo: Saraiva, 2007.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo – transformando ideias em negócios**. 2012. Disponível em:
<http://livrozilla.com/doc/1073507/empreendedorismo-feminino-raz%C3%A3o-do>
Acesso em: 22 set. 2020.
- GEM, **Empreendedorismo No Brasil**, 2019. Disponível em:
<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf> Acesso em: 26 Set. 2020.
- G1, **Coronavírus: casos e mortes no Vale do Paraíba e região bragantina em 30 de agosto**, 2020. Disponível em:
<https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2020/08/30/coronavirus-casos-e-mortes-no-vale-do-paraiba-e-regiao-bragantina-em-30-de-agosto.ghtml> Acesso em: 30 Set. 2020
- GEM, **Avaliar o comportamento das variáveis relacionadas ao empreendedorismo no Brasil, levantando informações sobre os indicadores e fatores intervenientes nessa dinâmica**. Disponível em:
https://ibqp.org.br/gem/?gclid=cjwkcajwn9v7brbqeiwabq1ey8yktjfxou0zl7naw-19kpkbdou_dwqcgzro_oyywu1wvczvmphdhoc0lkqavd_bwe Acesso em: 26 Set. 2020.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- KOTTER, J.P. “**What effective general managers really do**”. Harvard Business Review, 1982.
- HAMPTON, D.R. **O trabalho do administrador**. Administração contemporânea. São Paulo: Makron Books, 1991.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MACHADO, H. V. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**. v. 2, n. 2, 2003.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, 2005.

LODEN, M. **Liderança feminina**: como ter sucesso nos negócios sendo você mesma. São Bernardo do Campo, SP: Bandeirante, 1988.

OGLOBO, **Pandemia faz sete milhões de mulheres deixarem o mercado de trabalho na última quinzena de março**, 2020. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2020/06/pandemia-faz-sete-milhoes-de-mulheres-deixarem-o-mercado-de-trabalho-na-ultima-quinzena-de-marco.html>
Acesso em: 30 Set. 2020.

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

SEBRAE, **Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?**

Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>
Acesso em: 28 set. 2020.

SEBRAE, **Os desafios do Empreendedorismo feminino**, Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/os-desafios-do-empreendedorismo-feminino,138d7f773bffa610VgnVCM1000004c00210aRCRD>
Acesso em: 28 set. 2020.

SILVA, Glauce Cerqueira Corrêa da et al. A mulher e sua posição na sociedade: da antiguidade aos dias atuais. **Revista da sociedade brasileira de psicologia**, dez.2005

SCHLEMM, M. M. **Empreendedorismo no Brasil**. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Paraná, 2007