Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v3,2023/03

ISSN 2178-6925

SERÁ QUE SOMOS FORTES? OS DESAFIOS DE EMPREENDEDORAS FEMININAS DA CIDADE DE SÃO JOÃO EVANGELISTA – MG

ARE WE STRONG? THE CHALLENGES OF FEMALE ENTREPRENEURS IN THE CITY OF SÃO JOÃO EVANGELISTA – MG

Elivane Maria Soares Gonçalves

Graduada, Instituto Federal de Minas Gerias, Brasil

E-mail: elivane249@gmail.com

Éber Lopes Mendes

Especialista, Instituto Federal de Minas Gerias, Brasil

E-mail: eber.mendes@ifmg.edu.br

José Leonardo de Oliveira Rodrigues

Mestre, Instituto Federal de Minas Gerias, Brasil

E-mail: jose.leonardo@ifmg.edu.br

Sheldon William Silva

Doutor, Instituto Federal de Minas Gerias, Brasil

E-mail: sheldon.silva@ifmg.edu.br

Recebimento 20/02/2023 Aceite 03/03/2023

Resumo

O presente estudo aborda a questão do empreendedorismo feminino, onde a participação das mulheres no mercado de trabalho e principalmente na gestão de negócios tem aumentado, no entanto, fica evidente que o aumento da participação das mulheres não corresponde a uma diminuição da discriminação e dos preconceitos com o sexo feminino. De acordo com o exposto e o problema envolvendo as dificuldades gerenciais, o presente estudo tem como foco identificar as principais dificuldades relatadas por empreendedoras femininas que atuam no da cidade de São João Evangelista para gerenciar os seus negócios. A pesquisa tem caráter descritivo, onde as entrevistas foram semiestruturadas, que combinam perguntas fechadas e abertas. E para esta pesquisa as entrevistas foram realizadas através da seleção de um indivíduo escolhido por

ISSN 2178-6925

conveniência. E os resultados obtidos demonstram que à abertura dos negócios diz respeito a necessidade de uma fonte de renda que o mercado não oferece, e que a maioria mulheres de São João Evangelista são mais novas e possuem problemas como falta de preparo profissional e ganhar confiança dos clientes.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Dificuldades e desafios; Gerenciamento de negócios.

Abstract

This study addresses the issue of female entrepreneurship, where the participation of women in the labor market and especially in business management has increased, however, it is evident that the increased participation of women does not correspond to a decrease in discrimination and prejudice. with the female sex. According to the above and the problem involving managerial difficulties, this study focuses identifying the main difficulties reported by female entrepreneurs who work in the city of São João Evangelista to manage their businesses. The research has a descriptive character, where the interviews were semi-structured, combining closed and open questions And for this research, the interviews were carried out by selecting an individual chosen for convenience. And the results obtained demonstrate that the opening of businesses concerns the need for a source of income that the market does not offer, and that most women from São João Evangelista are younger and have problems such as lack of professional preparation and gaining customer confidence.

Keywords: Entrepreneurship; Difficulties and challenges; Business management

1. Introdução

As mulheres têm se destacado cada vez mais no mercado de trabalho. Mesmo em países nos quais as políticas de incentivo ao empreendedorismo feminino não sejam explícitas. Em algumas localidades, o número de micro e pequenas empresas, iniciadas e dirigidas por mulheres, ocupam proporções quase equivalentes ou superiores aos homens de acordo com dados dos últimos relatórios do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e que no Brasil é divulgado pelo SEBRAE.. Esse relatório apontou que em 2019 as mulheres responderam por

ISSN 2178-6925

34% dos 27,4 milhões de donos de negócio que são empreendedores por conta própria existentes no Brasil (SEBRAE, 2019).

A participação feminina no mercado de trabalho cresceu nos últimos tempos, deixando perceptível um aumento no número de mulheres que ocupam funções gerenciais de negócios. Segundo dados do relatório especial elaborado pela Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae Nacional, em março de 2019 sobre o Empreendedorismo Feminino, o Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres entre os Empreendedores Iniciais em 2018. Estes empreendedores iniciais são aqueles que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência.

Com base nas informações sobre o empreendedorismo feminino no Brasil, pode-se observar um aumento na participação das mulheres no mercado, entretanto, não corresponde a uma diminuição da discriminação e dos preconceitos com o sexo feminino. Neste contexto, são notáveis as dificuldades que a população feminina encontra ao empreender, devido ao seu gênero, o que não impede o esforço por parte das mesmas.

De acordo com o exposto, o presente estudo tem como objetivo identificar as principais dificuldades relatadas por empreendedoras femininas que atuam no da cidade de São João Evangelista região do Vale do Rio Doce, Minas Gerais. A escolha desse estudo justifica-se pelo aumento na participação das mulheres no mercado de trabalho e principalmente por ainda enfrentarem dificuldades na gestão de negócios devido a questões de gênero. A pesquisa pretende contribuir para o campo de estudos organizacionais e, ainda, fornecer elementos para auxiliar a implementação de políticas públicas voltadas para o empreendedorismo feminino.

2. Revisão da Literatura

2.1 Empreendedorismo: conceitos, contexto e panorama

O processo de empreender vem sendo discutido desde a Idade Média. No entanto, somente a partir do século XX o empreendedorismo obteve maior dimensão no campo dos estudos e passou a ser identificado como impulsionador da economia a partir da geração de renda pela criação de negócios inovadores

ISSN 2178-6925

(DORNELAS, 2012). Nesse sentido, o empreendedor é uma força positiva na economia e um agente de mudanças, ao iniciar algo novo, que vê o que ninguém vê, ou realiza antes. A partir do empreendedorismo, pessoas são capazes de transformar ideias em oportunidades possibilitando a criação de negócios de sucesso (DOLABELA, 2002; DORNELAS, 2012; SEBRAE, 2019).

De acordo com Hisrich, Peterse Shepherd (2009), o empreendedorismo pode ser observado através de uma capacidade de identificar oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza e assumir os riscos inerentes a esse processo. Colaborando, Baggio e Baggio (2014) destacam que o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação, em desafio permanente às oportunidades e riscos. Na concepção de Drucker (2015), a inovação contida no processo de empreender é o instrumento específico do espírito empreendedor.

O empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, quais sejam: "introdução de um novo bem"; "introdução de um novo método de produção"; "abertura de um novo mercado"; "conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados; "constituição ou fragmentação de posição de monopólio" (SCHUMPETER, 1985, p. 49). Baggio e Baggio (2014) afirmam que o empreendedor é um inovador de contextos, a partir de atitudes construtivas, a partir da identificação de oportunidades ou necessidades.

De acordo com Natividade (2009), são duas principais razões que motivam os indivíduos a empreenderem: (I) oportunidade (quando o empreendedor identifica uma boa oportunidade de negócios e se sente motivado a adentrar no mercado); e (II) quando utilizam o empreendedorismo como uma alternativa para a própria sobrevivência. No contexto brasileiro, estima-se que haja 53,5 milhões de brasileiros à frente de alguma atividade empreendedora, conforme Tabela 1 (GEM, 2019).

Tabela 1- Taxa de empreendedorismo total

Categorias	**Taxas**	**Estimativas**

ISSN 2178-6925

	2018	**2019**	**2018**	**2019**
Empreendedorismo Total	38,0	38,7	51.972.100	53.437.971
Empreendedorismo Inicial	17,9	23,3	24.456.016	32.177.117
Novos	16,4	15,8	22.473.982	21.880.835
Nascentes	1,7	8,1	2.264.472	11.120.000
Empreendedorismo Estabelecido	20,2	16,2	27.697.118	22.323.036
Empreendedorismo Potencial	26,0	30,2	22.092.889	25.545.666

Fonte: Adaptado de GEM Brasil, 2019.

A partir da categorização desses empreendedores em nascentes, novos e empreendedores estabelecidos, percebe-se que os empreendedores nascentes são donos, porém falta pagar o salário. Os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio. Já os empreendedores estabelecidos são aqueles que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado. Segundo GEM (2019), os empreendedores nascentes se envolvem na estruturação de um empreendimento onde são os donos, porém falta pagar o salário e pró-labores aos proprietários, entre outros. Os novos empreendedores tanto são proprietários como administram um novo empreendimento. Os empreendedores estabelecidos são aqueles que tanto são proprietários quanto administram e tem de um negócio tido como fortalecido, que paga salário, pró-labores aos proprietários.

Cabe ressaltar que os diversos conceitos do empreendedorismo não fazem distinção de gênero, as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres, ainda que suas primeiras definições estivessem ligadas mais ao gênero masculino. No entanto, é inegável o peso feminino crescente na população economicamente ativa e na atividade econômica, não só no Brasil, mas também em diversos países do mundo (GEM, 2007).

2.1 A mulher na função gerencial

As 1ª e 2ª Guerras Mundiais, no século XX, impulsionaram a entrada da

ISSN 2178-6925

mulher no mercado de trabalho, contratadas para executar funções exclusivamente masculinas até então. Com isso, as mulheres ganharam mais espaço no mercado, impulsionando os primeiros movimentos feministas. Após a década de 60, um número maior de mulheres pôde ter acesso à universidade, fazendo com que as mesmas adquirissem qualificações que lhes conferiram autonomia intelectual e potencial para assumir diferentes tipos de cargos, incluindo cargos de chefia (GARCIA e CONFORTO, 2012).

No Brasil, somente no fim da década de 80, a Constituição Federal implementou a igualdade jurídica, que considerava as mulheres tão capacitadas quanto o homem (BRASIL,1988). De acordo com Bolina (2015), a mulher rompe barreiras e ao perder o rótulo de que seu papel seria basicamente cuidar da família, para conquistar posições de destaque em grandes empresas em cargos de liderança. Silva (2007) apresenta algumas barreiras ao empreendedorismo feminino, conforme exposto no Quadro 1.

Quadro 1- Barreiras do Empreendedorismo Feminino

Ausência de modelos de empreendedoras;	Dificuldades de obter confiança dos clientes;
Falta de treinamento adequado;	Falta de tempo para si;
Divisão desvantajosa de tarefas doméstica;	Problemas culturais que afetam seu desempenho;
Dominação social dos homens na área de negócios;	Dificuldade de auto-confiança e aceitação;
Falta de suporte afetivo e social;	Dificuldade para atuar no mercado;
Dificuldades para conseguir financiamentos;	Acesso a rede e falta de mentores;
Obrigação versus desejo;	Tamanho das empresas.
Trabalho versus família;	

Fonte: Adaptado de Silva (2007, p. 49).

Apesar das desigualdades existentes, Morais (2015) ressalta que o empreendedorismo no Brasil vem aumentando, com destaque para as mulheres

ISSN 2178-6925

que através da necessidade ou falta de oportunidade nas organizações optam por uma carreira empreendedora. Dados estatísticos demonstram que a mulher aumentou sua participação no mercado de trabalho, impulsionados por fatores como maior nível de escolaridade em relação aos homens e até as mudanças na estrutura familiar, com o menor número de filhos (SEBRAE, 2019).

No entanto, fica evidente que esse aumento da participação das mulheres não correspondeu a uma diminuição da discriminação e dos preconceitos com o gênero feminino inserido neste contexto. Buttner e Moore (1997) alertam que a mulher, ao decidir empreender, sofre grande pressão da família, marido e/ou filhos. Para Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), além da questão do gênero, tem a questão da idade, e para ambos os sexos existe uma dificuldade pela falta de experiência no negócio a que se está empreendendo.

Vale ressaltar sobre o estilo gerencial feminino no desempenho de suas funções. Machado (1999) afirma que o modo das mulheres gerenciar é sinalizado pelo senso de responsabilidade que as leva a uma melhor realização de suas atividades, fazendo com que todos os envolvidos no processo de trabalho tenham uma maior satisfação. Neto, Tanure e Andrade (2010) contribuem com essa opinião ao citar que mesmo com sobrecarga de trabalho e com uma vida familiar, as mulheres arriscam na carreira. Realizar as atividades profissionais com qualidade é uma característica presente no comportamento das mulheres segundo Machado (1999). Nessa perspectiva, torna-se importante identificar as principais dificuldades que empreendedoras femininas enfrentam.

3. Metodologia

A pesquisa pode ser considerada com um conjunto de procedimentos sistemáticos, baseado no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para problemas propostos, mediante a utilização de métodos científicos (ANDRADE, 1995). O objetivo principal desta pesquisa é identificar as principais dificuldades relatadas por empreendedoras femininas que atuam na cidade de São João

ISSN 2178-6925

Evangelista, cidade do leste de Minas Gerais que está na estabelecida na macrorregião do Vale do Rio Doce.

Com vistas a investigar o problema apresentado e atingir os objetivos propostos, esta pesquisa pode ser classificada, de acordo com Vergara (2003), em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios de investigação. Com relação aos fins, a pesquisa é descritiva, levando-se em consideração o fato de que a mesma pretende identificar dificuldades encontradas por empreendedoras femininas. De acordo com Gil (2002, p.42) “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Quanto aos meios, utiliza-se um levantamento por meio de questionário aplicado às empreendedoras femininas da cidade de São João Evangelista. De acordo com Gil (2002), esse meio de pesquisa é utilizado para interrogar as pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados.

Com relação a natureza dos dados coletados, a pesquisa de campo foi realizada junto às empreendedoras femininas de São João Evangelista. Foram feitas, no total, dezessete entrevistas, com empreendedoras de diferentes ramos (salão de beleza, comércio de eletrônicos, saúde, loja de roupas, elaboração de produto lácteo artesanal (iogurte), moda plus size, pneus e auto peças, hortifruti, doceria artesanal, e materiais para construção. O contato inicial com as empreendedoras foi por meio do aplicativo de mensagens Whatsapp®, com o convite para participar da entrevista, e, posteriormente, enviando o link para preenchimento daquelas que se interessaram.

Para esta pesquisa, as entrevistadas foram selecionadas a partir da técnica denominada de bola de neve, que consiste inicialmente na seleção de um indivíduo escolhido por conveniência. Lembrando que cada participante da pesquisa é mulher e atua na área do empreendedorismo. As entrevistas foram feitas na forma semiestruturada que “combina perguntas fechadas e abertas, em que o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema em questão sem se

prender à indagação formulada" (MINAYO, p.64, 2008).

O roteiro de entrevista foi dividido em dois módulos. No primeiro módulo, foram feitas quinze perguntas relacionadas com as motivações que as entrevistadas tiveram para decisão de empreender. No segundo módulo, foram feitas oito perguntas sobre dificuldades e desafios encontrados pelas entrevistadas. No total, a entrevista contou com vinte e três perguntas, sendo 11 perguntas fechadas e 12 abertas.

4. Resultados e Discussão

Após levantamento de questionários na população, foram, inicialmente identificado a faixa etária das mulheres empreendedoras, conforme Figura 1. Observa-se que a maioria das empreendedoras possui idade entre 18 à 29 anos. Desse modo, 82,3% das empreendedoras podem ser caracterizadas como jovens empresárias, com idades que variam de 18 a 41 anos mostrando que, quando comparadas em âmbito nacional, à pesquisa do PNADC [2018], em média, as mulheres de São João Evangelista são mais novas, pois o índice nacional de empreendedoras com essa faixa etária corresponde a 54%.

Figura 1- Faixa etária das empreendedoras



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Quanto ao grau de escolaridade, o maior percentual encontra-se no ensino médio completo, onde 52,9% completaram o ensino médio, apenas 29,4% possui superior incompleto e cerca de 10% possui o superior completo. Diante disso,

ISSN 2178-6925

quando comparada à pesquisa do PNADC [2018] em âmbito nacional, em média, as mulheres de São João Evangelista possuem maior grau de instrução, pois todas as pesquisadas a maioria cursaram até pelo menos o ensino médio

Quanto ao estado civil das respondentes, a maioria é solteira, correspondendo a 52,9%, e consequentemente 41,2% casada, e os outros 5,9% são divorciadas. Já em âmbito nacional, 64,7% não possuem filhos e apenas 35,3% são chefes de domicílio, onde 35,3% possuem renda familiar de 2 a 2,5 salários. Em relação a ter filhos ou não, 23,5% responderam que possuem dois filhos ou mais e 11,8% apenas um filho. A maioria das entrevistadas (64,7%) não possuem filhos.

No que se refere ao aspecto, da renda familiar das donas de negócio, mostra-se que 35,3% recebem de 2 a 2,5 salários-mínimos, e que os outros restantes, cerca de 29,4% recebem entre 3 e 3,5 salários-mínimos, e 23,5% de 1 a 1,5 salários, o restante, 11,8% recebem de 4 salários ou mais, conforme Figura 4.

Referente a esses dados, foram feitas análises e comparações mostrando que, segundo dados da pesquisa do PNADC [2018], em âmbito nacional, as mulheres tendem a ganhar mais na faixa de até um salário-mínimo, com 49%, e entre 2 a 3 salários são 24%, o que totaliza 73% ganhando até 2 salários, e regionalmente é possível perceber que 35,3% recebe de 2 a 2,5 salários, demonstrando um bom rendimento mensal por parte das empreendedoras regionais.

Quando questionadas quanto ao principal provedor da casa, 35,3% das entrevistadas se autodeclararam como principal responsável pelo sustento da casa, no entanto os outros 64,7% não se consideram o principal responsável.

Quanto ao ramo de atividade, conforme Quadro 2, identificou-se variados setores da economia, dos quais os maiores números de empreendimentos estão concentrados em donas de loja de roupas, salão de beleza e fornecimento de gêneros alimentícios. Foi possível identificar que 64,7% das empreendedoras são formalizadas e possuem Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ativo. Quanto à participação societal nos empreendimentos, 82,4% das entrevistadas informaram que não possuem sócios. No que se refere à quantidade de funcionários registrados nos estabelecimentos, 65% das entrevistadas possuem

funcionários. Destaca-se a entrevistada E17, que possui 35 funcionários registrados em seu estabelecimento.

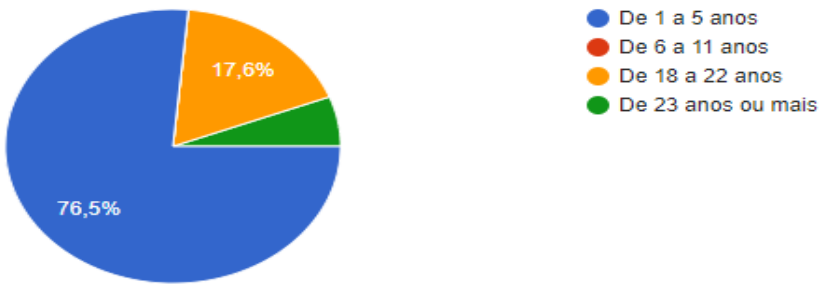
Quadro 2-Ramo de atividade

Entrevistadas	Ramo de atividade
E1, E2, E14	Salão de Beleza
E3	Saúde
E4	Comércio de Eletrônicos
E5, E6, E7, E9, E10	Loja de Roupas
E8, E11, E12, E13	Fornecimento de Alimentos
E15	Aulas Particulares
E16	Materiais para Construção
E17	Pneus e Auto Peças

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Outro ponto analisado foi o tempo de operação da empresa no mercado. Verificou-se que alguns empreendimentos são muitos novos. A maioria das entrevistadas possui empresa jovem no mercado, correspondendo a 76,5%. Já as empreendedoras estabelecidas são equivalentes a 23,5%. Algumas entrevistadas relataram que já empreenderam antes, mas pararam por dificuldades e voltaram novamente pela segunda vez.

Figura 3-Tempo de funcionamento da empresa



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

ISSN 2178-6925

De acordo com Ramos e Valdisser (2019), com o objetivo de aumentar a renda e a busca por independência financeira, as mulheres começam empreendendo por necessidade. E a pesquisa observou a classificação do empreendimento quanto a quesito de empreender por oportunidade ou necessidade e identificou que 58,8% das respondentes empreenderam por necessidade. Observando segundo as colocações de Vale, Corrêa e Reis (2014), percebe-se que alguns tópicos que os autores propõem como motivações para abrir um negócio, ocorrem na região pesquisada, sendo atributos a expectativas pessoais como tornar-se independente financeiramente, satisfação profissional, necessidade de uma fonte de renda que o mercado não oferece em um nível satisfatório, e oportunidade para ingressar no mercado de trabalho.

Nesse sentido foi perguntado as empreendedoras de São João Evangelista o motivo que as levaram a abrir seu negócio, conforme a Quadro 3. Logo, foi possível observar que as respostas, se mantiveram na realização pessoal e profissional, bem como a geração de renda e descontentamento com o emprego. Assim, identificou-se que estes dados estão em concordância com a pesquisa GEM (2017), na qual afirma que a participação feminina nos negócios está alinhada a busca por realização pessoal e profissional e a necessidade de renda familiar.

Quadro 3- Motivos para abrir o negócio

Quais foram os motivos que levaram você a abrir o seu negócio?	
E1	“Desemprego, falta de oportunidades”.
E2	“O sonho de ser bem sucedida”.
E3	“Queria sair do meu antigo emprego, onde surgiu a oportunidade de empreender”.
E4	“Falta de dinheiro rs”.
E5	“Gostar muito de trabalhar com roupa”.
E6	“Não trabalhar mais para outras pessoas”
E7	“Necessidade de fonte de renda, visto que não encontrei trabalho após procurar por muito tempo”.
E8	“Descontentamento com o emprego com carteira assinada”.

ISSN 2178-6925

E9	“Realização de um sonho”.
E10	“Comecei empreender com 13 anos, sempre fui apaixonada com a área de vendas!”.
E11	“Necessidade financeira”.
E12	“Assim que me formei no ensino médio, tinha vontade de ter meu próprio negócio, como independência realmente dos meus pais. Com o começo da pandemia, preferi parar com a faculdade (me formei no ensino médio em 2019, comecei a faculdade em 2020, e quando iniciou a pandemia, as aulas duraram somente 1 mês). Havia começado meu negócio juntamente com a faculdade, mas decidi dedicar completamente ao meu empreendimento, pois é um ramo que precisa de dedicação total”.
E13	“Independência financeira”.
E14	“Tornar os negócios de forma legal”.
E15	“Necessitava pagar a faculdade e faltava oportunidade de emprego na cidade”.
E16	“Parar de trabalhar para os outros”.
E 17	“Esta é uma resposta que não sei bem como responder, as coisas aconteceram, eu trabalhava em uma empresa a 25 anos atrás, meu marido necessitava de mim, para ajuda-lo, e vim, fiquei, e deu muito certo, que hoje posso dizer que evoluímos muito no ramo”.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Em relação à carga horária semanal dedicada a vida empreendedora, cerca de 47,1% relataram que dedicam de 45 ou mais horas ao empreendimento. De 40 a 45 horas foram, 35.3%, de 14 a 40 horas. Em comparação com os dados do PNADC de 2018, podemos observar que em âmbito nacional, o total de mulheres que trabalham uma carga horária acima de 40 horas por semana é de 46%, enquanto a porcentagem de mulheres que trabalham acima de 40 horas na região é de 82,4%, representando um maior esforço por parte das mulheres da região.

A pesquisa verificou se as empreendedoras possuíam outra fonte de renda familiar, além do negócio, mostrando que 82,4% não possuem rendas além do empreendimento, e 11,8% têm uma renda além do negócio, e que os outros restantes, cerca de 5,9% possuem duas fontes de renda. Isto justifica-se também, pela renda familiar das empreendedoras, conforme relacionado no gráfico 6, que

ISSN 2178-6925

apresentou que 35,3% das entrevistadas possuíam de 2 a 2,5 salários, e 24,4% de 3 a 3,5 salários, por isso em sua maioria não possuem outras fontes de renda.

Buscou-se identificar os apoiadores que as empreendedoras consideram como impulso para as mesmas empreenderem e se esse apoio às motivou na decisão. Todas as entrevistadas contaram que o apoio foi determinante, seja da família, pais, conjugue (marido, namorado), amigos. E que exerceram grande importância na decisão de empreender. Dentre as entrevistadas foi possível identificar que o apoio de membros da família foi um grande motivador da decisão de empreender. No entanto comentam que mesmo sem apoio arriscaria abrir o seu negócio.

"Sim, sem eles não seria possível abrir um negócio". (Entrevista E4).

Definitivamente sim. Quando se têm pessoas que realmente desejam seu sucesso, te apoiam e está ao seu lado, todo esse processo, no começo principalmente, se torna menos complicado. (Entrevista E7).

"Não exatamente, porque mesmo sem o apoio eu iria arriscar. Mas foi importante ter o apoio para os dias difíceis". (Entrevista E10).

De acordo com o depoimento das entrevistas, grande parte dos relatos corroboram com o estudo realizado por McClelland (1972), o qual confirma que a necessidade de realização é considerada o principal motivador do empreendedor em seguida está o planejamento.

No que se refere à projeção pessoal para 5 anos foram identificadas a realização e o reconhecimento, o que reforça a importância desse sentimento como determinante para abrir um empreendimento. E com relação à projeção para o negócio, identificou-se o crescimento, diversificação do produto ou serviço, o aprimoramento do ambiente e do atendimento e novamente o reconhecimento, conforme apresentado na Tabela 5.

Quadro 4- Projeção de vida daqui 5 anos para você e seu negócio.

ISSN 2178-6925

Entrevistadas	**Como você se imagina daqui 5 anos?**	**Como você imagina seu negócio daqui 5 anos?**
E2	“Bem sucedida é conhecida etc”.	“Maior e com mais especialidades”.
E3	“Me imagino formada, seguindo o ramo em que formei, tendo meu comércio reconhecido e tendo um grande alcance de vendas. Procurando também outras fontes de renda”.	“Bom imagino e espero que ele esteja ampliada, tendo sempre um aumento nas vendas e sendo referência para muitos clientes, com um bom atendimento, boa qualidade dos produtos e bons preços”.
E4	“Ryca”.	“Lojas e filiais”.
E6	“Com um espaço maior, e com mais variedades”.	“Bem sucedido, e com clientes satisfeito”.
E7	“Independente financeiramente, feliz e realizada!”.	“Com CNPJ, loja física e vendendo muito bem”.
E9	“Mais tranquila financeiramente”.	“Maior a empresa e mais funcionários”.
E10	“Nossa, tenho me organizado bastante! Daqui 5 anos pretendo trabalhar menos, e dedicar mais o meu tempo a alguns planos que gostaria de colocar em prática!”.	“Cada dia mais próspero e muito mais organizado!”.
E12	“Pretendo já possuir minha casa própria, ter uma melhor estabilidade financeira, poder realizar viagens com maior tranquilidade, e ter uma boa qualidade de vida”.	“Pretendo possuir outro espaço totalmente exclusivo para a minha produção, com novos produtos da minha 'marca' e um mercado consumidor muito mais extenso”.
E14	“Em condições de vida melhor	“Passar de MEI para Micro

	do que os dias atuais".	empresa".
E17	"Diante dos últimos acontecimentos, não posso esconder que temo pelo futuro, mas temos os pés no chão, e esperamos sinceramente mantermos no nível que estamos".	"Imagino ele estabilizado, talvez não terá o mesmo crescimento de antes, mas tudo correndo bem".

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Referente à desvalorização ou barreira durante a carreira profissional a maioria das empreendedoras declarou não terem tido dificuldades quanto a isso, no entanto das 17 entrevistadas apenas 10 correspondem a não terem sofrido dificuldades desse gênero. Entretanto 7 empreendedoras entrevistadas declararam já terem tido dificuldades quanto a isso, como por exemplo, preconceito, falta de credibilidade, desvalorização e críticas por serem mulheres. Levando em conta Castro, Braz e Freitas (2019), é possível também identificar que na região ocorre o preconceito quanto ao fato de ser uma mulher guiando um negócio, demonstrando a existência de uma barreira antiga ainda existente, mas um grande destaca nesse ponto é o fato das mulheres não desejarem se manifestar com relação ao assunto.

Com relação a obtenção dos recursos, as fontes foram desde o recurso próprio e apoio financeiro da família e até mesmo economia do emprego anterior. A principal barreira identificada neste ponto foi a falta de experiência. Entretanto, diferentes consequências negativas foram identificadas como a dificuldade em gerir o tempo, priorização do negócio, dificuldades em separar a vida profissional e pessoal.

"Atualmente consigo separar um tempo para descansar, mas até um tempo atrás eu tinha muita dificuldade em me organizar para ter esse tempo de descanso". (Entrevistada E15).

"Como eu não tenho funcionário e fico o tempo todo na loja meu tempo é bem corrido, não tenho muita disponibilidade para outras coisas". (Entrevistada E16).

ISSN 2178-6925

"Na realidade o meu tempo e reservado exclusivamente ao trabalho, às vezes uma folguinha no final de semana". (Entrevistada E17).

Dessa maneira, as falas das entrevistadas assemelham-se ao estudo realizado por Strobino (2009), o qual identificou que o tempo dedicado ao negócio é um conflito trabalho-família encontrado pelas empreendedoras. Acerca da administração do tempo, a maioria das entrevistadas disse que buscam fazer planejamento, através de agenda trabalhando com horários marcados e deixa um dia da semana para folga. Além de se organizar também por meio de planilhas.

No entanto, buscaram-se identificar também as dificuldades relacionadas a aspectos profissionais. As entrevistadas citaram a dificuldade na captação de clientes, além da falta de experiência e falta de conhecimento. Desse modo, a Tabela 7 colabora com os estudos feitos por Mcgowan et. al. (2012), em que a falta de experiência empreendedora é uma das dificuldades no empreendedorismo feminino.

Quadro 5- Dificuldades no aspecto profissional

Entrevistadas	**Quais foram as dificuldades relacionadas a aspectos profissionais?**
E1	"Por ser nova no mercado as pessoas não davam muito crédito, não confiavam muito".
E2	"Pra mim graças a Deus foi tudo bem".
E3	"Abri o negócio na pandemia e já encarei as dificuldades da baixa do comércio, com o público reduzido além de ser novo no mercado buscando o reconhecimento".
E4	"Área administrativa".
E5	"Não saber liderar".
E6	"Não saber mais sobre o administrativo".
E7	"Citei acima"
E8	"Dificuldade de divulgação, de chegar as pessoas".
E9	"Pouco recurso para investir no início".
E10	"Vários, mas acho que o mais comum é a falta de conhecimento!".

ISSN 2178-6925

E11	“O fato das pessoas não se inteirar sobre a importância na saúde e bem estar delas”.
E12	“O principal fato, se dá pela questão da dificuldade de registro, especialmente por ser um produto alimentício. A busca pelo selo de liberação é muito constante, mas algo que depende do município, e que ainda não está sendo expedido. Essa seria uma abertura enorme para outros locais”.
E13	“Falta de recurso pra investir”.
E14	“Ganhar confiança dos clientes, realizar cadastro com fornecedores, produtos que não tinham na cidade”.
E15	“A maior dificuldade é captar e fidelizar clientes, e também comprar matérias primas com um preço bom aqui na região”.
E16	“Muitas pessoas desmotivando, foi nada fácil principalmente por causa da pandemia”.
E17	“As dificuldades que sempre encontrei, são mais que normais em qualquer negócio”.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Sobre a colaboração dos membros da família no negócio, identificou-se que a maioria tem o apoio da família, algumas o negócio é em conjunto com a família ou tem uma colaboração no negócio por familiares. Já nas atividades domésticas, percebeu-se que a maioria dos membros da família colabora, porém também existem casos em que as entrevistadas realizam quase todos os afazeres domésticos com pouca colaboração dos familiares. Nesses últimos casos, as entrevistadas relataram que existe, de fato, um sentimento de sobrecarga.

Por último, buscou-se identificar quais as dificuldades que as empreendedoras têm em separar a vida profissional da pessoal e de que forma elas buscam encontrar um equilíbrio. Foi possível constatar que a maioria das entrevistadas tem bastante dificuldade em encontrar um equilíbrio e que na maioria das vezes acabam misturando o profissional com o pessoal.

Pra quem é dono do próprio negócio é complicado porque sempre temos que estar à frente da empresa é isso inclui estar atento até fora do horário comercial. (Entrevistada E2).

ISSN 2178-6925

"Tenho dificuldades em dividir o tempo. Tento equilibrar sendo rigorosa com os horários de trabalho e de vida pessoal". (Entrevistada E8).

"Essa pergunta é muito difícil, até hoje procuro melhorar esta relação pessoal da profissional!" (Entrevistada E10).

Dessa maneira, as entrevistadas contribuem com o estudo realizado por Strobino (2009), pois de acordo com o autor tem-se maior dificuldade em separar o que é trabalho do que é vida pessoal em negócios menores.

Por fim, buscou-se identificar as principais dificuldades relacionadas à pandemia da COVID-19, foi possível constatar que a maioria das empreendedoras relatou a diminuição no número de clientes devido aos decretos e ficaram fechados por muito tempo, além das restrições da quantidade de pessoas, a subida das matérias primas e a renda baixa.

A pandemia afetou o negócio da maioria das empreendedoras, pois deu uma baixa no orçamento, afetou também a preocupação em não saber se vai dar conta de todos os compromissos, pela alta dos insumos, a dificuldade de emprego (pois se não tem emprego, o dinheiro acaba não rodando na cidade), agora até mesmo a alta da gasolina (já que também realizam entregas).

O trabalho feminino vem sendo conquistado ao longo do tempo. Não foi simples para as mulheres conseguirem seu lugar no mercado de trabalho. E com base no resultado da pesquisa é possível afirmar que o empreendedorismo feminino evoluindo, isso vem sendo visto no investimento na sua própria educação e assim facilitando a sua inserção no mercado do trabalho. Em contraposição as mulheres enfrentam o estresse de conciliar sua vida profissional e familiar. E por fim a sociedade em que vivemos as oportunidades e o acesso é difícil às mulheres. A forma de empreender tem mais haver com a capacidade de cada um independente do gênero.

5. Conclusão

Buscando identificar as principais dificuldades relatadas por empreendedoras femininas que atuam no da cidade de São João Evangelista, leste de Minas Gerais, observou-se pela pesquisa realizada que a maioria das entrevistadas ocupam a faixa etária dos 18 aos 29 anos, são solteiras, não possuem filhos e como grau de instrução possuem ensino médio completo. Além disso, em sua maioria faturam da empresa de 2 a 3,5 salários-mínimos como renda familiar. Os principais motivos relatados à abertura do negócio dizem respeito à necessidade de uma fonte de renda que o mercado não oferece em um nível satisfatório, e oportunidade para ingressar no mercado de trabalho.

No que se refere às dificuldades de gestão e desafios enfrentados, na maioria são evidenciados problemas como falta de preparo profissional, ganhar confiança dos clientes. Em relação à desvalorização da carreira profissional das empreendedoras, apenas sete mulheres alegaram sofrer preconceito pelo simples fato de serem mulheres e dez mulheres ainda afirmaram não sofrer nenhum tipo de preconceito. No entanto, foi possível perceber que mesmo havendo preconceito, a maioria ignora. As cargas horárias variam de empreendedora para empreendedora. Porém, 47,1% dedicam por semana 45 horas ou mais ao seu negócio. Em comparação com o âmbito nacional, pode-se observar que as empreendedoras da região são mais novas, possuem maior grau de instrução, faturam mais, e possuem uma jornada de trabalho maior.

Os dados encontrados por estudos realizados nos últimos anos no país apresentam resultados similares aos obtidos pela presente pesquisa. Um estudo realizado por Rocha (2018) caracterizar o perfil da mulher empreendedora do Distrito Federal, suas motivações e desafios ao iniciar e manter um negócio, mostrou que os principais desafios que envolvem a o empreendedorismo feminino estão relacionados à desvalorizações da mulher no mercado de trabalho e o sentimento de sobrecarga, corroborando com os dados do presente estudo. Sobre a motivação para empreender, o estudo de Campos et al. (2020) sugerem que a motivação das empreendedoras é pela busca da realização pessoal e profissional, com o apoio da família e amigos para a abertura de seu próprio negócio, corroborando com os dados obtidos pela presente pesquisa. Outros achados

ISSN 2178-6925

possuem similaridade, como situações de preconceitos envolvendo a faixa etária e o tempo de abertura do negócio.

Nesse sentido, o presente trabalho cumpriu seu propósito, uma vez que o objetivo proposto foi identificar as principais dificuldades relatadas por empreendedoras femininas que atuam no da cidade de São João Evangelista. Se essas mulheres são fortes? Os resultados indicam que a reposta é SIM. Sendo assim, este trabalho pode auxiliar no desenvolvimento de novas pesquisas relacionando ao empreendedorismo e gestão feminina. A limitação quanto à pesquisa se deu por conta a maioria das empreendedoras interessadas a participar do trabalho tem o tempo livre escasso, e o tempo de retorno para realizar as entrevistas ser muito grande. Sugere-se como pesquisas futuras a realização de novos estudos sobre os fatores de motivação para o empreendimento feminino na cidade de São João Evangelista, com detalhamento de todos os órgãos, estaduais e nacionais, que auxiliam as mulheres no empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades vivenciadas em histórias de vida. **VIII Encontro de Estudo Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Goiânia**, 2014. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/266.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2021.

BOLINA, L. **Empreendedorismo Feminino**: o papel da mulher no mundo dos negócios. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/empreendedorismo-feminino/. Acesso em: 30 jun. 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

BUTTNER, H.; MOORE, D.'Women's organizational exodus to entrepreneurship: selreported motivations and correlates with sucess. **Journal of Small Bussiness Management**, Jan. p.34-47, 1997.

Campos, p. c.; Jacyntho, S.; Santana, m. v. s.; Carvalho, L. S., Stefanelli, N. o. Empreendedorismo Feminino: os desafios das microempreendedorias em um município no interior do Estado de São Paulo. **XXII Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente (ENGEMA**). São Paulo, 2020.

CASTRO, J. C., BRAZ, A. F., FREITAS, D. M. (2019). **Empreendedorismo Feminino**: Um Estudo de Caso Realizado na Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa-MG. Empreendedorismo, Gestão E Negócios,

ISSN 2178-6925

515-542.
DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.
DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2012.
DRUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor**: Práticas e Princípios. São Paulo:
Cengage Learning, 2015.
GARCIA, L. S.; CONFORTO, E. **A inserção feminina no mercado de trabalho urbano brasileiro e renda familiar**. 2012. Disponível em: http://cdn.fee.tche.br/jornadas/2/H7-03.pdf. Acesso em: 26. jun. 2021.
Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2017). **Empreendedorismo no Brasil.** Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%c3%b3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 12 nov. 2021.
Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2019). **Empreendedorismo no Brasil.** Disponível em: https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf. Acesso em: 15 jun. 2021.
HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto
Alegre: Bookman, 2009. p. 662.
MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. **In: Encontro Nacional da XXIII ENANPAD, Anais**, Foz do Iguaçu, PR, 23 set., 1999.
MCCLELLAND, D. C. (1972). **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.
MCGOWAN, Pauric et al. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 24, n. 1-2, p. 53-72, 2012.
MINAYO, M. C.S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Editora Vozes Limitada, 2008.
MORAIS, S. **Mulheres empreendedoras no Brasil**: fatores que as levam a empreender. Disponível em: http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/empreendedorismo/mulheresempreendedoras-no-brasil-fatores-que-as-levam-a-empreender/85498/. Acesso em: 20 jun. 2021.
NATIVIDADE, D. R. D. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob
análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.
NETO, A. M; TANURE, B; ANDRADE J. Executivas: carreira, maternidade, amores e preconceitos. **RAE - Eletrônica**, EAESP, São Paulo, v. 9, n. 1, jan./jun. 2010.
ROCHA, G. T. **Empreendedorismo feminino**: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender no DF. 2018. 67 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração)—Universidade de Brasília, Brasília, 2018.
SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**. Disponível em:

ISSN 2178-6925

https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf. Acesso em: 15 jun. 2021.
STROBINO, M. R. C. **O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família**: Estudo de multicasos no setor da construção civil da cidade de Curitiba. 2009.
Vale, G. V., Reis, R. F., Corrêa, V. S. (2014). **Motivações para o Empreendedorismo**: Necessidade Versus Oportunidade? Revista de Administração Contemporânea, 311-327.