



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VI – POETA PINTO DO MONTEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E EXATAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

ANA BEATRIZ DE QUEIROZ FARIAS

**MULHERES DE NEGÓCIOS: OBSTÁCULOS E CONQUISTAS DAS
EMPREENDEDORAS DO MUNICÍPIO DE COXIXOLA-PB**

MONTEIRO

2019

ANA BEATRIZ DE QUEIROZ FARIAS

**MULHERES DE NEGÓCIOS: OBSTÁCULOS E CONQUISTAS DAS
EMPREENDEDORAS DO MUNICÍPIO DE COXIXOLA-PB**

Artigo apresentado à Universidade Estadual da Paraíba, como pré-requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Área de concentração: Empreendedorismo

Orientador: Prof. Me. Fábio Adriano Pereira da Silva

MONTEIRO

2019

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

F224m Farias, Ana Beatriz de Queiroz.
Mulheres de negócios [manuscrito] : obstáculos e conquistas das empreendedoras do município de Coxixola-PB / Ana Beatriz de Queiroz Farias. - 2019.
21 p. : il. colorido.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Humanas e Exatas, 2019.
"Orientação : Prof. Me. Fábio Adriano Pereira da Silva, Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCHE."
1. Empreendedorismo. 2. Município de Coxixola (PB). 3. Mulher empreendedora. I. Título

21. ed. CDD 658.11

ANA BEATRIZ DE QUEIROZ FARIAS

**MULHERES DE NEGÓCIOS: OBSTÁCULOS E CONQUISTAS DAS
EMPREENDEDORAS DO MUNICÍPIO DE COXIXOLA-PB.**

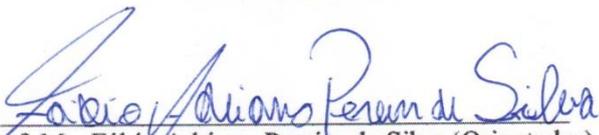
Artigo apresentado à Universidade Estadual da Paraíba, como pré-requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

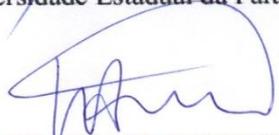
Área de concentração: Empreendedorismo

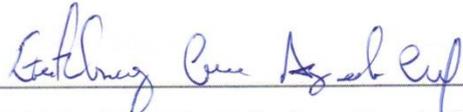
Orientador: Prof. Me. Fábio Adriano Pereira da Silva.

Aprovada em: 07/11/2019.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Me. Fábio Adriano Pereira da Silva (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Me. Wilton Alexandre de Melo
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Me. Guthemberg Cardoso Agra de Castro
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente, á Deus por ter me dado saúde e forças para superar as dificuldades que tive nesse percurso.

A minha família, em especial minha mãe, Audenice, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

Aos meus amigos que estiveram ao meu lado antes mesmo de iniciar nessa jornada, Alan, Sintia, Adriana, Nataly, Tomás, Julia, entre outros, que sempre permaneceram ao meu lado aconselhando e me motivando a seguir em frente.

Agradeço também as novas pessoas que entraram na minha vida graças a este curso, em especial a Tatiane Limeira a qual tenho um grande carinho e admiração.

A todos os professores que através de seus ensinamentos permitiram que eu pudesse estar concluindo este trabalho acadêmico, em especial ao meu orientador Fábio Adriano, por ter me guiado no decorrer deste projeto, me dando todo apoio necessário, obrigada pela paciência, dedicação e incentivo, você é um profissional e uma pessoa admirável.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, e da minha vida, o meu muito obrigado.

“A persistência é o caminho do êxito” (Charles Chaplin)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	05
2	METODOLOGIA.....	08
3	REFERENCIAL TEÓRICO	11
4	CAMPO DE ESTUDO : UM CENÁRIO ADEVERSO	14
5	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	15
6	CONCLUSÃO.....	16
7	REFERÊNCIAS.....	18

.....

Resumo

O presente artigo fez uma investigação sobre a atividade empreendedora da mulher de negócios do município de Coxixola-PB, cidade esta situada no Cariri Paraibano. Após o detalhamento metodológico e explicitação do embasamento teórico sobre o empreendedorismo, foi aplicada uma pesquisa de campo, delimitando a participação feminina. Procurou-se compreender a sua inserção nesta prática empreendedora. Através de uma pesquisa exploratória e explicativa, foram selecionadas as mulheres que adentraram nesta atividade empreendedora, e a utilização das mídias sociais para divulgação e propagação de seus produtos/serviços. A partir destes dados, foi possível compreender as práticas adotadas dentro deste nicho populacional tão reduzido para manutenção, continuidade, e expansão do seu comércio.

Palavras-chaves: Empreendedorismo, Mulher de negócios, Mídias Sociais.

Abstract

This article has investigated women's entrepreneurial activity of the businesswoman of the municipality of Coxixola-PB, city is located in Cariri Paraibano. After the methodological detailing and explanation of the theoretical basis on the entrepreneurship, a field research was applied, delimiting the female participation. We tried to understand its insertion in this entrepreneurial practice. Through an exploratory and explanatory research, were selected from the women who entered this entrepreneurial activity, and the use of social media for dissemination and propagation of your products / services. From these data, it was possible to understand the practices adopted inside this population niche so reduced for maintenance, continuity, and expansion of his commerce.

Keywords: entrepreneurship, businesswoman, social media.

INTRODUÇÃO

Durante muito tempo as mulheres vêm lutando para conseguir espaço na sociedade brasileira, tendo vista que esta sempre esteve alicerçada por um modelo patriarcal, afastando a mulher das profissões que renderiam lucros, cabia para mulher apenas o papel de esposa e mãe. Com o passar dos anos através das lutas feministas as mulheres conseguiram alguns avanços, como direito ao voto e sua inserção no mercado de trabalho, mesmo assim, ainda hoje é notória a desigualdade em detrimento de seu gênero.

No mercado de trabalho brasileiro, de forma geral, apesar do maior nível de escolaridade e de desempenhar as mesmas funções que os homens, as mulheres ainda recebem salários que podem ser até 50% menores. E se isso, por si só, já é absurdo, vale acrescentar que de acordo com uma projeção feita pelo Fórum Econômico Mundial, só haverá igualdade salarial no Brasil em aproximadamente 100 anos se o progresso atual for mantido” (SAMBATECH , 2019, p.1)

A indagação e inquietação que delineou o tema apoiou-se não apenas sobre a fonte empírica, mas também sobre questionamentos reais, pois não existe pesquisa sem problema, portanto. Busca-se o novo saber a partir de um problema apresentado sobre as dificuldades da mulher apresentada no local de pesquisa. Assim, focou-se nas respostas aos problemas e comprovações no campo estudado.

Apesar de tantos impasses, a mulher conseguiu grandes conquistas, que crescem diariamente, isto pode ser visivelmente reconhecido através do empreendedorismo que possibilita sua independência financeira.

Ao fazer uma revisão da bibliografia, pode-se perceber que a mulher empreendedora sente dificuldades e sofre preconceitos relacionados a diversos fatores, como por exemplo os históricos, que identificam o papel dela na sociedade ao longo do tempo. A mulher servia apenas para ser esposa, arrumar a casa, procriar e cuidar dos filhos e, se assim não fosse, era julgada como prostituta ou bruxa. A mulher, antes vista apenas como dona de casa e subordinada ao marido, conquistou, ao longo dos anos, espaço no mercado de trabalho e tem buscado, cada vez mais, se desenvolver e se realizar profissionalmente (LOIOLA, 2016, p.1).

O pioneirismo empreendedor, com efeito, antes do século XX revela-se através da criatividade e inovações sobre ideias concebidas, como aponta Maximiano (2011, p.24) “Por exemplo, a lâmpada de Thomas Edison, o Modelo T de Henry Ford, o telefone de Graham Bell, o software de Bill Gates e muitos outros [...] Sempre há espaço para a criatividade em ramos tradicionais de negócios”, revolucionando a sociedade com o surgimento de novas práticas de empreender. Na contemporaneidade este estilo, ganhou força devido às oscilações e incertezas econômicas, onde a pessoa teve que se reinventar para competir e gerir soluções de serviços e negócios que fossem viáveis de se manter.

O empreendedorismo no Brasil desponta-se a partir da década de 90, com o surgimento de importantes entidades organizadas:

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como O Sebrae e Sociedade Brasileira para Exportação do Software (Softex) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas (DORNELAS, 2018, p.15).

A definição do termo pode ser entendido como “[...] o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. A perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. (DORNELAS, 2018, p. 29). Em nosso país, a prática inicia-se entre as décadas de 1990 e 2000. Vários fatores favoreceram o interesse pelo tema: empresas pequenas e médias com pouco tempo de

existência, aumento do desemprego, economia instável, enquadramento aos padrões impostos pela globalização (DORNELAS, 2018, p.30).

Assim, foi necessária ampliar o horizonte para novos negócios, o que elevou o número de pequenas empresas, mas grande parte na informalidade. O governo federal abriu incentivo como o Programa Brasil Empreendedor, buscando capacitar milhões de empreendedores brasileiros e a projeção de planos de negócios e o Programa Empreendedor Individual, que tinha como meta diminuir a informalidade dos pequenos empreendedores. Segundo (DORNELAS, 2018), ressalta-se que os projetos formaram mais de 7 milhões de empreendedores.

Este ato, que diversas vezes se inicia de maneira informal como uma atividade paralela ou sem intenção, foi enxergado pela mulher com um nicho de mercado no qual ela tem participado ativamente:

Uma pesquisa do SEBRAE já mostra, por exemplo, que de 2001 a 2011, o número de mulheres empreendedoras cresceu 21%, enquanto o de homens cresceu apenas 9%. Além do mais, segundo outro estudo, da Serasa Experian, até 2016, 43% de todos os negócios no país já eram comandados por mulheres” (SAMBATECH, 2019. p.3).

Esse modelo de atividade cresce exponencialmente em todo o mundo, levando pessoas que tiveram ideias e *insights* simples, e muitas vezes desencorajadas, a colossais empresas com lucros astronômicos. Muitas outras iniciativas revolucionárias que migraram de um simples empreendimentos a negócios de grandes porte, como por exemplo, a mulher que mudou sua vida ao criar o esfregão autossecável (Joy: um nome de sucesso. Direção: David O. Russel, Produção: Joh Davis. Estados Unidos: Fox 2000 Pictures, 2015, 1 DVD). Outro exemplo, da Magazine Luiza, liderada pela Luiza Heleno Trajo com seu estilo de liderança competitivo:

Sob o comando de Luiza Helena Trajano, também conhecida como Dona Luízinha, o Magazine Luiza saiu do interior para ganhar a capital do Estado de São Paulo e também o Brasil. A rede, hoje, opera em 16 estados e, ao longo dos anos, comprou outras redes concorrentes para crescer. Entre as empresas adquiridas estão: as lojas Líder, de Campinas (SP); a Wanel, de Sorocaba (SP); as redes Arno, do Rio Grande do Sul; e Base, Kilar e Madol com lojas no Paraná em Santa Catarina (ENDEAVOR, 2019, p.2).

OBJETIVO GERAL

- Compreender como ocorreu a inserção da mulher nesta prática, de empreender, na cidade de Coxixola-PB;

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demonstrar as dificuldades enfrentadas nos empreendimentos;
- Analisar a utilização das redes sociais na propagação de seus negócios;
- Explicar o processo de lutas e conquistas adquiridas neste meio.

2 -METODOLOGIA

A escolha da pesquisa norteou-se pela linha descritiva exploratória/explicativa, onde a pesquisa descritiva apresenta-se como uma fase intermediária entre a exploratória e explicativa. Desse modo, foi utilizada esta metodologia por considerar efetivamente mais eficiente com questionários abertos dando maior liberdade de expressão e revelando maior aproximação das realidades sondadas. A seleção dos entrevistados seguiu um critério avaliativo que contribuiu para uma tabulação não somente quantitativa, sobretudo, qualitativa para alimentar resultados significativos, utilizando aportes teóricos como os estudos de pesquisas das ciências sociais aplicada de forma contextualizada (YIN, 2001) e utilizada em vários segmentos, assim como na pesquisa realizado.

No embasamento teórico procurou-se conhecer de forma aproximada, tendo como base a ideia sofisticada de pesquisa em atividade mais ampla e principalmente como requisito importante para a estrutura da produção do conhecimento científico:

Etimologicamente, a palavra ciência vem do latim Scientia, que significa saber, conhecimento. A ciência é representação dos questionamentos e curiosidades do ser humano, é a capacidade de interrogar ao invés de simplesmente aceitar, ou pelo menos de buscar uma justificativa esquematizada das realidades ao redor, nos diversos seguimentos, é conjunto de procedimentos relacionados, organizados e não aleatórios que norteia as ações do pesquisador naquilo que almeja estudar, investigar (ALMEIDA, 2016, p.2).

A pesquisa buscou nortear-se por uma função que fosse útil e contribuísse para a sociedade, sobretudo não apenas uma atividade cotidiana de um fim, mas interpretar os dados para produzir conhecimento sobre os processos dessas mulheres para a transformação de sua ação, diferente das pesquisas eleitorais, de opinião ou outras que intervêm apenas o bem de um grupo. Busca-se então, uma metodologia que contemple a integralidade do profissional:

Ao compreendermos a importância da Metodologia, identificamos que não existe um único método e sim uma multiplicidade de métodos que procuram atender as necessidades conforme o assunto e a finalidade da pesquisa, bem como as várias atividades das ciências. Pesquisar com método não implica ter uma atitude reprodutora, pelo contrário, é procurar cultivar um espírito crítico, reflexivo, amadurecido, contribuindo para o progresso da sociedade (ARAGÃO, 2017, p.10)

Estudos mostram que não existem métodos superiores aos outros, mas a escolha se faz de acordo com a finalidade para saber o mais apropriado (YIN, 1990). Nesta perspectiva procurou-se adotar uma linha que retratasse de forma mais aproximada à realidade das mulheres empreendedoras na cidade de Coxixola no Cariri Paraibano. Com muita cautela foi realizado o levantamento e recorte das profissionais que seriam objeto do estudo, deixando-as livres para seu discurso e monitorando cada fala, para assim, tecer uma malha que conecte o pensamento dessas.

O trabalho privilegiou a escolha dos conceitos e conhecimentos produzidos para que o estudo tivesse relevância social e que o esforço pudesse contribuir para a realidade das condições encontradas, sem contudo, desprezar o rigor científico organizado e técnico no caminho trilhado durante todo o processo de observação. Desta forma, três dimensões foram determinantes na pesquisa: as concepções teóricas, conjunto de técnicas, metodologia e criatividade do pesquisador na interpretação da pesquisa.

O planejamento e roteiro para a coleta de dados foi importante para registrar as observações em forma de diálogo e manuscrito, instrumentos importantes, para depois reorganizar os dados observados durante a entrevista dos depoimentos e registros dos sujeitos para a resposta dentro da problemática do estudo. Procurou-se minimizar o formalismo, numa entrevista semi-estruturada, dialogada e flexível.

Dentre as opções selecionadas para o gênero, a escolha se deu em virtude do descompasso de oportunidades da mulher em relação ao homem no cenário de negócios, mas que ao longo dos anos presencia-se a reação da mulher. A revista exame desta:

De acordo com o levantamento mundial Global Entrepreneurship Monitor 2017, que no Brasil é realizado em parceria com o Sebrae, mais de metade dos novos negócios abertos em 2016 foi fundada por mulheres. Elas são mais escolarizadas do que os homens empreendedores e atuam, principalmente, no setor de serviços. “A taxa de empreendimentos iniciados no país, desde 2007, oscila entre 47% e 54% para homens e mulheres. Em 2016, a taxa foi de 48,5% para homens e 51,5 % para mulheres”, afirma a especialista em empreendedorismo Hilka Machado, professora da Universidade do Oeste de Santa Catarina. Sinal de que o número de homens e mulheres interessados em empreender é proporcional há anos (Abril: O cenário do empreendedorismo no Brasil, 2019).

Outra linha considerada na configuração da pesquisa foi a de Hartley (1994), que defende uma pesquisa que busca não somente examinar os dados de forma pura ou descontextualizada, mas sim com os processos envolvidos e fenômenos imbricados. Por fim, explora-se as fases cruciais que montam a espinha dorsal de uma pesquisa, a saber: coleta

documental, observação, entrevista, questionário, testes, sociometria, análise de conteúdo e história de vida.

Através do instrumento de um questionário, foram articuladas 23 perguntas abertas que permitissem levantar vários aspectos, como condição social, familiar, financeira e perspectivas de investimentos nos seus negócios. Ambas norteadas pela tipologia exploratória, que permitiu a imersão nesse estudo de caso pouco conhecido, juntamente com a explicativa, que busca dar uma luz aos porquês dos fenômenos levantados. Com a mesma metodologia, procura-se dialogar com as questões que orbitam em torno dos indivíduos entrevistados e sua realidade social. Participaram das entrevistas 10 mulheres, a aplicação da pesquisa do questionário foi entre 01/09 a 20/10 e faixa etária entre 18 e 45 anos.

Outro fator que fez diferença na escolha da sistemática para a pesquisa sobre mulheres de negócios do município de Coxixola foi a crescente imersão da mulher no espaço empreendedor, pois além de haver uma insuficiência de oportunidade de empregos formais, a cidade ainda congrega maior parcela da população feminina, que vêm na atividade uma saída econômica para se manter. Este dado é real, mas que apesar dos avanços, dos movimentos femininos, ainda persiste barreiras a serem transpostas:

As conquistas são graduais, mas ainda existem barreiras a serem quebradas como, por exemplo:

- Baixa autoconfiança e crença em seu potencial empreendedor
- Falta de apoio de familiares
- Barreiras em um ambiente predominantemente masculino
- Discriminação de gênero
- Dupla jornada de trabalho das mulheres

Muito embora muita gente acredite que a questão do empreendedorismo feminino já tenha sido totalmente absorvida pela sociedade moderna, a verdade é que ainda existem muitos desafios e barreiras a serem vencidas (MULHERESEMPREENDEDORAS, 2019?).

De forma presencial, foi dialogado com cada mulher e sobre seus negócios, coletando os registros através do questionário. Durante o período descrito avançou-se através das diferentes faixas no intuito de compreender sua prática e desenvoltura comercial, social e econômica. Procurou-se não deixar escapar nuances fortes do traço feminino, como sua percepção aguçada nos detalhes e preocupação com a família. Para Maximiliano (2001, p.4): "Foram inseridas nas pesquisas questões para sondar as práticas cruciais que devem estar presente nos negócios dos empreendedores, como a preocupação com a formação contínua, assessoria, políticas de valor agregado, concorrência e ciência do quadro que a cerca".

Assim, a metodologia buscou comparar o perfil da mulher de negócio de Coxixola aos perfis universalmente consagrados:

O empreendedor, em essência, é a pessoa que tem capacidade de idealizar e realizar coisas novas. Pense em qualquer pessoa empreendedora que conheça e você identificará nela a capacidade de imaginar e fazer as coisas acontecerem. Outras pessoas, ao contrário, podem ser apenas criativas ou apenas implementadoras, sem a habilidade de combinar esses dois traços básicos do comportamento (MAXIMILIANO, 2011, p. 4),

Outra preocupação em delinear a pesquisa foi o poder aquisitivo e a forma de sujeição para o negócio funcionar, tendo em vista que a cidade possui uma economia baseada na caprino-cultura, renda dos aposentados e pensionistas. Visto que não proporciona muitas condições de circulação financeira. Cabe destacar que a cidade não possui nenhum banco e sim três correspondentes bancários. Mesmo num cenário tão adverso, observa-se também em outros países experiências que suplantaram estas limitações:

O fazendeiro americano não tinha virtualmente nenhum poder aquisitivo no começo do século XIX, portanto, ele não podia comprar maquinaria agrícola. Existiam dúzias de máquinas colhedoras no mercado, mas, por mais que as desejasse, o fazendeiro não poderia pegá-las. Então, um dos muitos inventores de colhedoras, CyrusMcCormick, inventou a compra à prestação. Isto permitiu ao fazendeiro pagar a colheita com seus ganhos futuros, em vez de economias passadas – e, de repente, o fazendeiro havia conseguido o “poder aquisitivo” para comprar equipamentos agrícolas (DRUCKER, 2011, p. 40).

Assim a metodologia parte do pressuposto que nem sempre é necessário acumular grande quantidade de recurso para empreender:

A inovação, de fato, cria um recurso. Não existe algo chamado “recurso” até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e assim o dote de valor econômico. Até então, cada planta é uma erva qualquer e cada mineral apenas uma outra rocha (DRUCKER, 2011, p. 39).

Assim, buscou-se valorizar todas as formas utilizadas para início do negócio, pois alguns começaram como atividade paralela na informalidade ou autônoma nas casas dos clientes até assumir e incorporar um formato de negócio convencional. com sua contabilidade ou estrutura administrativa estruturada.

Após a fase do levantamento foram selecionados os resultados confrontando o perfil da mulher empreendedora de pequeno porte em Coxixola.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

O aporte teórico fundamenta-se nos conceitos universais de empreendedorismo:

Kirzner (1973) propõe uma abordagem diferente. Para esse autor, 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 na ordem presente. Ambos, porém, são enfáticos ao afirmar que empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, indivíduo curioso e atento às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta (DORNELAS, 2018, p. 29)

Ainda balizando a conceito do espirito empreendedor, são descritos os desafios encontrados para os que se aventuram na atividade ‘Empreender é uma atividade “arriscada”, principalmente porque tão poucos assim chamados empreendedores sabem o que estão fazendo. Falta a eles a metodologia. Eles violam regras elementares e bem conhecidas’ (DRUCKER, 2011, p.38).

Dentro deste nicho, o viés da pesquisa busca enfocar o papel da mulher, seus enfreteamentos, assim como, e desempenho na missão. O paradigma da mulher empreendedora passa acolher além dos desafios do mercado competitivo considerar vertentes que requer uma atualização profissional e nuances do ofício do perfil empreendedor:

Com relação às influências, são classificadas em três níveis, sendo o primeiro de influências familiares, com maior força e convivência, o segundo de influências de atividade, como no exercício do trabalho e nos estudos, e a terceira força de influências criadas por cursos, feiras, congressos e demais atividades extracurriculares voltadas para o campo do empreendedorismo” (BARBOSA, Lucas Oliveira, 2016, p.12.).

Desta forma, verifica-se que diferentes estágios perpassam a maturação do empreendedor fazendo-o atingir diferentes níveis de formação. Verifica-se que a força familiar exerce influencia na tomada de decisão e que neste quesito, a mulher possui uma flexibilidade e percepção e com habilidades frente a estes desafios. Enveredar-se por um caminho de tanta coragem, mostra que a responsabilidade da mulher busca cumprir uma série de papéis imprescindíveis para esta profissional. São sacrifícios que a mulher lutar para sobrepujar estes sacrifícios:

Um empreendedor, no início do processo de criação de uma empresa, normalmente trabalha longas horas e, com frequência, sete dias por semana. Quase não há tempo para a família, diversão e reflexão pessoal. O empreendimento muitas vezes consome a vida do empreendedor. Isso geralmente resulta no prejuízo das relações familiares e em alto nível de tensão. O empreendedor deve se perguntar quanto está disposto a sacrificar para se tornar seu empreendimento um sucesso (MAXIMILIANO, 2011, p.6)

E notório que a mulher busca superar inúmeros desafios, além do embate na questão de gênero, as dificuldades peculiares ao ofício e o acúmulo de papéis que ela desenvolve na família. São estes e muitos outros aspectos que se revelam na pesquisa somada a uma realidade desafiadora de empreender numa pequena cidade com uma configuração econômica limitada e desafiadora. De igual modo, concebemos que o perfil do empreendedor possui características que vão além de um simples administrador. A distinção é desenhada ainda na abordagem de Dornelas (2018, p. 21) que reitera que “todo empreendedor necessariamente

deve ser um bom administrador para obter sucesso; no entanto, nem todo bom administrador é um empreendedor”.

O empreendedorismo praticado pela mulher, além de proporcionar a independência financeira para as mesmas, traz consigo um emponderamento e mais visibilidade sobre as questões relacionadas ao gênero feminino, vislumbrando com isto, uma nova visão para sociedade e uma nova expectativa de vida. O ingresso da mulher no campo de trabalho em muitas áreas do mercado tem mudado seu papel e reconhecimento.

Esse rompimento com uma visão retrógada e machista inseriu a mulher não apenas no mercado de trabalho, mas demonstra que a questão do gênero feminino, visto como um dilema passa por avanços não apenas no Brasil, mas em todo o mundo e os números de empresas criadas por mulher é cada vez crescente (LOIOLA, 2016).

Atualmente outro componente de grande influência para o aumento das vendas em geral, são as redes sociais, sobretudo o *instagram*, conforme apontado nesta pesquisa, que trás desenfreadamente a propaganda de todos os produtos, marcas e modelos, aproveitando o efeito das multidões:

Nesse cenário de papéis invertidos, alguns negócios se moveram na direção da multidão. Em vez de se retrair em um canto ou tentar comandar o espetáculo gritando as falas antigas, esses negócios se envolveram com o novo mercado e aproveitam os conselhos e ideias dos clientes para criar ou aperfeiçoar seus produtos e serviços. Esses negócios demonstram o que chamo de “empreendedorismo de multidões (GOOSEN, 2009, p. 6).

A possibilidade de o usuário tomar decisões de forma autônoma frente ao micro e ainda interagir para melhoria dos produtos e serviços diretamente com canais de respostas mais rápidas, tornam as redes sociais uma poderosa e atraente ferramenta empreendedora, conforme acrescenta o autor:

Para as empresas que conseguem dominar esse processo, o envolvimento da multidão se torna vantagem competitiva insuperável. Uma equipe de pesquisa altamente talentosa terá dificuldades em competir com uma rede distribuída de pessoas que contribuem apaixonadamente por uma causa (GOOSEN, 2009, p. 72).

Observou-se que o número de clientes são poucos, dividir a fatia das vendas diminui os lucros, o qual são disputado ombro a ombro. Com o uso das redes sociais, além de alcançar mais clientes, abre-se janelas para atingir outros espaços e maximizar as vendas.

A cidade abarca uma grande quantidade de idosos e uma nova geração com grande domínio das redes sociais. Ambos em sua maioria são locais. Os mais antigos são conquistados pelo elo do conhecimento familiar e confiança, enquanto os demais conseguem

ser magnetizados pela interação nas redes sociais. A peculiaridade dos hábitos e comportamentos locais conduziu um *modus operandi* de consumo e de comercialização.

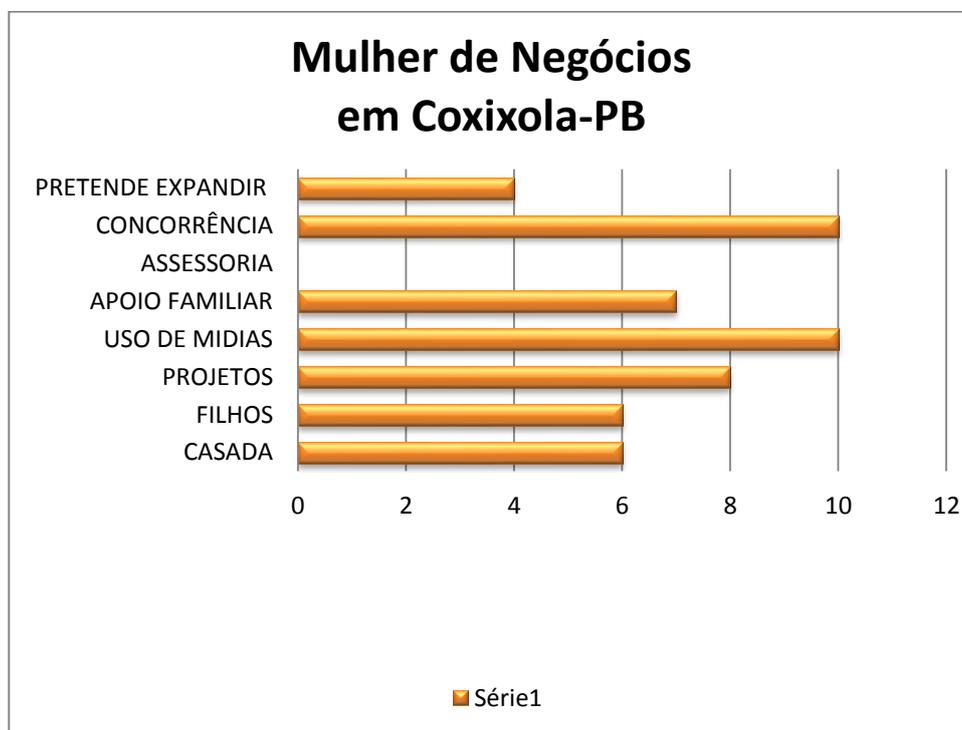
Em geral da cidade é aquecida pelas festas e transições políticas que especulam e projetam até mesmo novos empreendimentos, mas que após o período político a cidade retorna a um estado de inércia financeira, onde as empreendedoras se esforçam para vencer os desafios diários. Um medida que alavancou o trânsito de pessoas e fez com que as pessoas mudasse até seu posicionamento frente ao urbanização foi a chegada do asfalto. As ruas pavimentadas trouxeram juntos uma motivação para construção de novos negócios, que movimentou desde o setor de construção até o comércio em geral.

4 - CAMPO DE ESTUDO: UM CENÁRIO ADVERSO.

A cidade de Coxixola-PB é um município com aproximadamente 1800 habitantes, 119Km² metros quadrados, com 26 anos de existência. Sua economia é baseada na criação caprina, renda dos aposentados e pensionistas e funcionários públicos da prefeitura. Não existe nenhum mercado grande, com pequenas lojas em cada segmento.

O Cariri paraibano é uma expressão concreta de quadro de desigualdades sócio espaciais, que caracteriza a realidade brasileira. Nesta região se fazem presentes alguns dos recordes nacionais no que concerne ao analfabetismo; a mortalidade infantil; as famílias abaixo da linha da pobreza; falta de saneamento básico; ao desemprego e baixos salários e, para não sermos exaustivos, ao desrespeito aos direitos trabalhistas elementares. Aliado a esse precário quadro, reproduz-se historicamente um contexto hegemônico por formas de ação política e de gestão de Estado marcados pelo clientelismo, fisiologismo, patrimonialismo, nepotismo, e absoluta ausência de reconhecimento e estímulo ao exercício da cidadania plena, que atenda aos interesses da maioria da população.

5 - ANÁLISE DOS RESULTADOS



Na meta de oferecer uma tratativa adequada aos dados coletados, compilamos as respostas para decodificá-las numa visão qualitativa e quantitativa, destacando no gráfico os pontos de respostas objetivas. Assim, tornou-se evidente que, em alguns pontos, as opiniões convergiram, mostrando-se quase unânimes: a maioria das entrevistadas explicitaram que não procuraram um serviço de apoio especializado. No mesmo consenso atestaram que a cidade oferece uma circulação de clientes e de dinheiro muito irrisória e começaram com recursos próprios ou com apoio da família. Outros dois pontos que se coadunaram foi sobre o uso maciço das mídias sociais e a presença de concorrência como um fator de grande desafio a ser contornado.

Da amostra coletada, 4 optaram pelo empreendedorismo por necessidade financeira para manter-se. Do total das 10 entrevistadas, apenas 3 relataram que iniciou o negócio com um planejamento inicial. Sobre a realização profissional e projetos alcançados, a grande maioria mencionou que se sentem satisfeitas pelas conquistas alcançadas e/ou estão em via de concretizá-las.

Sobre o uso das redes sociais, 100% mencionaram que fazem uso dessas ferramentas para maximizarem as vendas.

O desejo de ampliar seus negócios para outras regiões se mostrou bem ínfimo, a maioria não deseja transpassar as barreiras do município nem esboçaram planejamento, talvez por ver o tímido desempenho local e lucro sem margem para investimento.

Sobre a questão feminina, houve uma dicotomia de opiniões onde um grupo viu-se a questão de gênero como facilitador e outro grupo como barreira inicial. Mas no que tange o reconhecimento da mulher hoje, expressam que houve um grande avanço e que há muitas políticas que a ajudam.

As mulheres entrevistadas apresentaram uma visão crítica sobre a realidade econômica local e a falta de uma maior intervenção governamental na área. Apontaram que a abertura de novos postos de empregos na cidade e a estimulação de projetos para atração de empresas para a cidade, traria muitos benefícios econômicos para a região. Enxergam essas medidas, como fatores importantes para a maior circulação financeira interna.

6- CONCLUSÃO

Para aprofundar a compreensão de como as mulheres empreendedoras do município de Coxixola-PB adquirem sucesso em seus negócios, aplicou-se uma metodologia de pesquisa que se mostrou eficiente para descrever a inserção da mulher na história do empreendedorismo, discutir a utilização das redes sociais para propagação de seus negócios e explicar o processo de lutas e conquistas adquiridas neste meio.

Embora tenham iniciado seus negócios de forma amadora, sem procurar uma ajuda especializada, não temeram adentrar e enfrentar os riscos inerentes à prática empreendedora.

Concluimos que cerca 40% das entrevistadas, abriram seus negócios por necessidade ou por desenvolver uma aptidão e oportunidade de negócio identificada. O desempenho e atuação da mulher desse município, revelou sua determinação e garra no empreendedorismo ao ser evidenciado que a maioria se mantém na mesma atividade há muitos anos.

A pesquisa serviu para reforçar que empreender exige coragem e ousadia, onde este aspecto se ressaltou nas mulheres ouvidas, pois mesmo num cenário totalmente

desestimulador e com poucas perspectivas, a superação da mulher trabalhadora foi preponderante para que ela pudesse vencer os obstáculos de uma dinâmica econômica-social desafiadora do sertão do Cariri Paraibano.

Referências

ALMEIDA, Nara Gabriela Nascimento de. **A importância da metodologia científica através do projeto de pesquisa para a construção da monografia.** 2016

ARAGÃO, José Wellington Marinho de. **Metodologia Científica.** / ARAGÃO, José Wellington Marinho de et al - Salvador: UFBA, Faculdade de Educação, Superintendência de Educação a Distância, 2017. 51 p.: i

BARBOSA, Lucas Oliveira, Costa, Túlio Vieira Bassi. **Perfil Empreendedor: Um estudo sobre as características do perfil empreendedor.** Volta Redonda/RJ, 2015, Disponível em: Disponível em <https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/6712/1/LUCAS%20OLIVEIRA%20BARBOSA.pdf>. Acessado em: 30 de outubro de 2019.

BOTELHO, Louise de Lira Roedel (EGC/UFSC); MORAES, Liege Viviane dos Santos de (EGC/UFSC); CUNHA, Cristiano José Castro de Almeida – orientador (EGC/UFSC). **Ascensão profissional feminina: um caminho bem mais tortuoso do que se imagina.** ST 25 - Perspectivas profissionais e gênero. Fazendo Gênero 8 - Corpo, Violência e Poder. Florianópolis, de 25 a 28 de agosto de 2008.

DORNELAS, José. Empreendedorismo. **Transformando ideias em negócios.** 7ª ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2018.

DRUCKER, Peter F.; tradução de Carlos Malferrari. **Introdução a Administração** – São Paulo :Cangage Learning, 2011.

GOOSSEN, Richard J. **e-Empreendedor : vencendo no mercado virtual corporativo.**; [tradução Sabine Alexandra Holler]. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

JOY: **um nome de sucesso.** Direção: David O. Russel, Produção: Joh Davis. Estados Unidos: Fox 2000 Pictures, 2015, 1 DVD

LOIOLA, Camila Coutinho. **Mulher empreendedora: Dificuldades e preconceitos.** Rio de Janeiro, 2016. 50p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/29910/29910.PDF> >. Acesso em: 10 de janeiro 2019.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa.** 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999. <https://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-feminino/>

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração para empreendedores.** 2ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2011.

SALOMÃO, Cíntia Simone; ESCRIVÃO FILHO, Edmundo. **Mulheres empreendedoras em pequenas empresas: análise dos estilos de aprendizagem e dos estilos de liderança**. 2011. Universidade de São Paulo, São Carlos, 2011. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18157/tde-08022012-110840/pt-br.php> >.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: procedimentos e métodos**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Apêndice

**MULHERES DE NEGÓCIOS: OBSTÁCULOS E CONQUISTAS DAS
EMPREENDEDORAS DO MUNICÍPIO DE COXIXOLA-PB**

1. Data: ___/___/_____
2. Responsável pela pesquisa: Ana Beatriz de Queiroz Farias
3. Idade: _____
4. Estado civil: _____
5. Se casada, se casou com quantos anos?
6. Filhos? Quantos?
7. Escolaridade:
8. Como ocorreu sua inserção no mercado de trabalho? Qual o ramo?
9. A quanto tempo abriu seu próprio negocio ?
10. Você começou a pensar neste empreendimento por necessidade ou oportunidade?
Fale sobre?
11. Para exercer esta atividade, começou com recursos financeiros próprios? De que forma foi obtido?
12. Quais as propostas e projetos que você utilizou para obter sucesso junto aos seus clientes?
13. Seus projetos foram concretizados?
14. Você teve apoio de sua família?
15. Faz uso das mídias sociais para divulgar seu negocio? Quais?
16. Procurou assessoria especializada? Quais?
17. Fale sobre os obstáculos ao abrir um negocio em uma cidade pequena?
18. Existe muita concorrência?
19. Você pensa em expandir seu negócio para outras regiões?
20. O seu gênero influenciou de forma positiva ou negativa ao abrir seu próprio negócio?
21. Como você vê a situação da mulher hoje no mercado de trabalho em termos de participação e políticas voltadas ao gênero feminino?
22. Existem mais mulheres que homens no Brasil, a mulher é responsável, em muitos casos, pela educação dos filhos, sustento da família e tem contribuição efetiva na sociedade, existe um dia internacional dedicado a ela. Em sua opinião, por que quando se trata do mercado de trabalho elas ainda são desvalorizadas?
23. Quais melhorias poderiam ser implantadas na sua cidade para facilitar o crescimento financeiro?