



UEPB
UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VI - POETA PINTO DO MONTEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E EXATAS-CCHE
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

RAFAELA SOUZA DA SILVA

**UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DE MULHERES EMPREENDEDORAS DA
CATEGORIA MEI SOBRE AS SUAS TRAJETÓRIAS NO RAMO DE VESTUÁRIO NA
CIDADE DE CAMALAÚ – PB NO ANO DE 2024: UM ESTUDO DE MULTICASOS**

MONTEIRO
2024

RAFAELA SOUZA DA SILVA

**UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DE MULHERES EMPREENDEDORAS DA
CATEGORIA MEI SOBRE AS SUAS TRAJETÓRIAS NO RAMO DE VESTUÁRIO NA
CIDADE DE CAMALAUÍ – PB NO ANO DE 2024: UM ESTUDO DE MULTICASOS**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Área de concentração: Contabilidade.

Orientadora: Prof. Ma. Mauricéia dos Santos Carvalho

**MONTEIRO
2024**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto em versão 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.

S586e Silva, Rafaela Souza da.

Um estudo sobre a percepção de mulheres empreendedoras da categoria MEI sobre as suas trajetórias no ramo de vestuário na cidade de Camalaú – PB no ano de 2024 [manuscrito] : um estudo de multicasos / Rafaela Souza da Silva. - 2024.

29 f.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Humanas e Exatas, 2024.

"Orientação : Prof. Ma. Mauricéia dos Santos Carvalho, Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCHE".

1. Empreendedorismo feminino. 2. Trajetória. 3. Setor de vestuário. 4. Microempreendedor individual. I. Título

21. ed. CDD 658.15

RAFAELA SOUZA DA SILVA

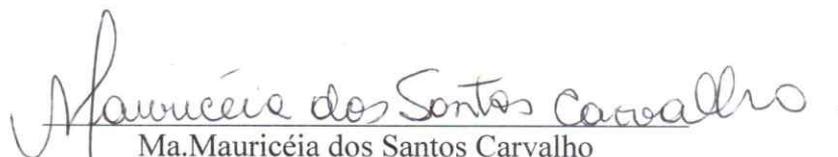
**UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DE MULHERES EMPREENDEDORAS DA
CATEGORIA MEI SOBRE AS SUAS TRAJETÓRIAS NO RAMO DE VESTUÁRIO
NA CIDADE DE CAMALAÚ – PB NO ANO DE 2024: UM ESTUDO DE
MULTICASOS**

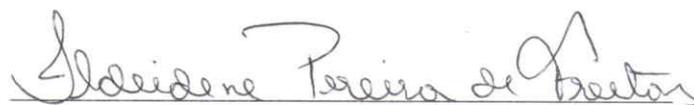
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

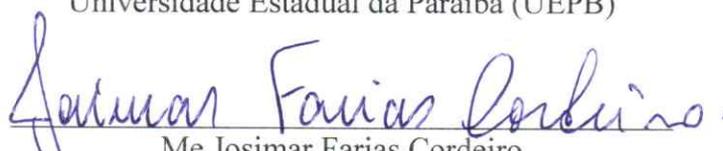
Área de concentração: Contabilidade.

Aprovada em: 19/11/2024.

BANCA EXAMINADORA


Ma. Mauricéia dos Santos Carvalho
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Ma. Ilceidene Pereira de Freitas
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Me. Josimar Farias Cordeiro
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A Deus, fonte de toda sabedoria e inspiração, que me deu forças para enfrentar cada desafio e esteve ao meu lado em cada etapa desta jornada, dedico essa conquista. Aos meus pais, cujo amor incondicional e apoio foram fundamentais em todos os momentos, minha mais profunda gratidão e reconhecimento.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	06
2	REFERENCIAL TEÓRICO	08
2.1	Empreendedorismo feminino: desafios e avanços	08
2.2	A gestão de um negócio e os comportamentos empreendedores	13
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	17
4.1	Perfil das mulheres	17
4.2	Motivos que levaram a empreender	18
4.3	Dificuldades encontradas	19
4.4	Conquistas e mudanças	20
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
	REFERÊNCIAS	21
	ANEXO I – QUESTIONÁRIO	27
	AGRADECIMENTOS	29

UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DE MULHERES EMPREENDEDORAS DA CATEGORIA MEI SOBRE AS SUAS TRAJETÓRIAS NO RAMO DE VESTUÁRIO NA CIDADE DE CAMALAUÍ – PB NO ANO DE 2024: UM ESTUDO DE MULTICASOS

A STUDY ON THE PERCEPTION OF WOMEN ENTREPRENEURS IN THE MEI CATEGORY REGARDING THEIR TRAJECTORIES IN THE CLOTHING SECTOR IN THE CITY OF CAMALAUÍ – PB IN 2024: A MULTI-CASE STUDY

Rafaela Souza da Silva¹

RESUMO

A pesquisa teve como objetivo identificar a percepção das mulheres empreendedoras da categoria MEI sobre as suas trajetórias no ramo de vestuário na cidade de Camalaú – PB. Com relação aos procedimentos metodológicos classificou-se no tocante ao problema com abordagem qualitativa, quanto aos objetivos classificou-se como descritivo e com relação aos procedimentos, como estudo de casos com aplicação de questionário com seis empreendedoras. Os dados evidenciaram que o perfil das mulheres empreendedoras no ramo de vestuário se caracteriza por fatores como faixa etária variada, nível educacional médio a superior, experiência prévia em áreas relacionadas ao comércio, e, muitos casos, a responsabilidade de conciliar a atividade empreendedora com as demandas familiares. Com relação aos motivos que levaram as mulheres a empreender, identificou-se que elas são motivadas por razões como busca por independência financeira, realização pessoal e a necessidade de contribuir para o orçamento familiar. Com relação às dificuldades encontradas durante o processo de abertura e na gestão do empreendimento constatou-se que enfrentaram desafios como acesso a créditos, burocracia excessiva, elevada carga tributária e dificuldades em conciliar o tempo entre o trabalho e a vida familiar. E no tocante às conquistas e mudanças que o processo de empreender trouxe para a vida dessas mulheres, observou-se que o empreendedorismo lhes proporcionou um maior senso de autonomia, fortalecimento da autoestima, desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais, e impacto positivo na qualidade de vida e no bem-estar de suas famílias.

Palavras chave: Mulheres Empreendedoras. Trajetória. Ramo Vestuário.

ABSTRACT

The research aimed to identify the perception of women entrepreneurs in the MEI (Individual Microentrepreneur) category regarding their trajectories in the clothing sector in the city of Camalaú, PB, Brazil. Regarding the methodological procedures, the study was classified as qualitative in terms of its approach to the problem, descriptive in terms of its objectives, and a case study in terms of its procedures, involving the application of a questionnaire with six entrepreneurs. The data revealed that the profile of women entrepreneurs in the clothing sector is characterized by factors such as varied age groups, educational levels ranging from secondary to higher education, prior experience in commerce-related areas, and, in many cases, the responsibility of balancing entrepreneurial activities with family demands. Concerning the reasons that led these women to undertake entrepreneurial ventures, it was identified that they are motivated by factors such as the pursuit of financial independence, personal fulfillment, and

¹ Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB.

the need to contribute to the family budget. As for the difficulties encountered during the process of starting and managing their businesses, challenges such as access to credit, excessive bureaucracy, high tax burdens, and difficulties in balancing work and family life were noted. Regarding the achievements and changes brought about by entrepreneurship in these women's lives, it was observed that entrepreneurship provided them with a greater sense of autonomy, enhanced self-esteem, the development of personal and professional skills, and a positive impact on their families quality of life and well-being.

Keywords: Women Entrepreneurs. Trajectory. Clothing Sector.

1 INTRODUÇÃO

O papel essencial dos empreendedores como agentes ativos na economia, não se limitando à provisão de mercadorias ou serviços, mas atuando como fontes de energia que assumem riscos e impulsionam o crescimento em uma economia em constante mudança. Esse perfil empreendedor é essencial para atender às demandas mutáveis da sociedade, auxiliando na expansão e na adaptação do mercado (Chiavenato, 2004).

De acordo com Dolabela (2006), o empreendedor é profundamente influenciado pelo ambiente em que vive, sendo um "ser social", moldado pela época e pelo local em que se insere. A atividade empreendedora, conforme ele aponta, é um fenômeno antigo, parte intrínseca da natureza humana, já que o impulso para inovar e criar é uma constante ao longo da história.

Dolabela (2006), também enfatiza o papel central do empreendedor no crescimento econômico e no desenvolvimento social, destacando que, por meio da inovação, os empreendedores conseguem dinamizar a economia, promovendo não apenas o avanço econômico, mas também impactando positivamente o tecido social. Em suma, o empreendedorismo é visto como um motor de transformação, tanto econômica quanto social, com impacto profundo e duradouro.

O empreendedor é visto como um agente que introduz inovações na sociedade, desafiando e rompendo com a ordem estabelecida. Devido aos riscos envolvidos nesse processo, quando essas inovações geram benefícios, o empreendedor deve ser recompensado, com o lucro sendo o retorno proveniente de seu empreendimento. (Schumpeter; Nichol, 1934).

Assim, a integração das mulheres no mercado de trabalho é algo relativamente recente, visto que o crescimento econômico da década de 70 representa um marco para a sociedade, pois favoreceu a entrada de novos trabalhadores, inclusive mulheres (Cabral, 1999). Porém, as mudanças significativas a respeito dos direitos civis femininos só vieram posteriormente, no qual a partir da CF/88 que as mulheres, após longas lutas por igualdade de gênero, conquistaram o direito à proteção no trabalho, licença maternidade, proibição de diferenças salariais e outras garantias fundamentais.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) 2024, o empreendedorismo feminino é definido pela participação das mulheres no âmbito do empreendedorismo, seja iniciando ou dirigindo empresas de qualquer tamanho, por contribuindo para a economia direta, como geração de empregos e crescimento do PIB. No que se refere representa um passo fundamental para a igualdade de gênero, proporcionando autonomia, fortalecimento e um importante meio de quebrar as barreiras sociais e econômicas que muitas vezes limitam as mulheres. Além disso, as mulheres empreendedoras trazem novas ideias, produtos e serviços para o mercado, abordando nichos inexplorados e atendendo às necessidades de grupos muitas vezes negligenciados pela indústria tradicional.

Conforme Machado *et. al* (2013), o microempreendedor individual (MEI) é o trabalhador autônomo que, ao se legalizar, passa a usufruir de diversos benefícios e vantagens oferecidos pelo programa voltado a esse tipo de empreendedor.

Neste sentido, a formalização do negócio é um passo essencial para quem deseja empreender, tornando fundamental o conhecimento das regras de enquadramento. O limite de faturamento anual para ser classificado como MEI é de R\$ 81 mil, o que representa uma média mensal de R\$ 6,75 mil. Se esse limite for ultrapassado, o empreendedor deve solicitar o desenquadramento e passar a atuar como Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP). O enquadramento como MEI, criado em 2008, teve o objetivo de formalizar a situação de muitos trabalhadores autônomos no Brasil, proporcionando benefícios como a obtenção de CNPJ, a possibilidade de emitir nota fiscal, uma carga tributária reduzida com isenção de impostos federais, direitos previdenciários como auxílio-doença e licença-maternidade, além de aumentar as chances de conseguir financiamentos em bancos públicos (Sebrae, 2024).

Inclusive, o microempreendedor individual (MEI) está dispensado da contabilidade formal e da manutenção de livros fiscais. No entanto, ele é obrigado a conservar todas as notas emitidas referentes à compra e venda de mercadorias, além de guardar os documentos relacionados ao seu empregado, para evitar erros na declaração anual de rendimentos (Chupel; Sobral; Barella, 2014).

No entanto, vale salientar que a utilização da contabilidade é essencial para empresas de qualquer porte, sejam pequenas ou grandes. A falta de uso das ferramentas contábeis tem contribuído para o aumento das falências entre empresas de menor porte (Marion, 2009).

Segundo Tonani (2011), no contexto do mundo globalizado, as empresas buscam não apenas produtividade, mas também qualidades essenciais, como boa adaptabilidade ao mercado instável e habilidade criativa. Essas características são cada vez mais encontradas nas lideranças femininas, que se destacam por trazer um diferencial nesse cenário. A presença feminina nas posições de liderança tem mostrado forte contribuição para o sucesso organizacional, ao combinar essas competências com uma gestão focada na inovação e na flexibilidade diante das mudanças econômicas e sociais.

De acordo com Vaz *et al.* (2015) a inserção em larga escala das mulheres no mundo do trabalho, em especial no mundo do empreendedorismo, trouxe mudanças significativas nos modos de se conceber as relações profissionais e as estratégias empresariais nas pequenas empresas, além de interferir nas formas de se perceber os clientes.

Conforme Pereira *et al.* (2023), muitas vezes, o que parece ser um fator motivacional para a criação e o desenvolvimento de um negócio acaba se tornando um obstáculo. Em 2015, por exemplo, enquanto 45% dos homens trabalhavam 40 horas ou mais, apenas 26% das mulheres o fizeram. Essa discrepância revela a forma discriminatória à qual as mulheres são submetidas no ambiente corporativo, evidenciando barreiras que dificultam seu acesso ao mercado. Além disso, o impasse em obter crédito e o tratamento desigual que algumas enfrentam configuram sérios entraves ao empreendedorismo feminino. Essas questões não apenas limitam as oportunidades de crescimento e sucesso das mulheres, mas também refletem uma cultura que ainda precisa evoluir para garantir igualdade de condições e reconhecimento no mundo dos negócios.

Da Silva Medeiros *et al.* (2019), mostra que, a cada ano, o número de mulheres que busca criar seu próprio negócio cresce de forma significativa, refletindo uma busca por maior independência financeira e oportunidades de alavancar a renda.

No Brasil, 63% das mulheres gerenciam sozinhas seus próprios negócios, o que coloca o país como o sétimo com maior número de mulheres empreendedoras. Entre os 52 milhões de empreendedores no Brasil, 30 milhões (48%) são mulheres. Esses dados são da pesquisa GEM - Global Entrepreneurship Monitor (2020), realizada pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ).

Para Amorim e Batista, (2012) empreender é uma tarefa que envolve tanto homens quanto mulheres, independentemente de classe social ou profissão. O que realmente importa é a disposição da pessoa em desejar, ser criativa, inovar, se motivar e assumir riscos.

Neste sentido, Degen e Mello (1989), destaca que "o empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles". Essa perspectiva ressalta que o empreendedorismo exige coragem e resiliência, qualidades essenciais para enfrentar os desafios que surgem ao longo do caminho.

Neste contexto, o estudo possui como problemática de pesquisa: Qual a percepção de mulheres empreendedoras da categoria MEI sobre suas trajetórias no ramo de vestuário da cidade de Camalaú-PB no ano de 2024?

Com relação aos objetivos, este estudo possui como objetivo geral: identificar a percepção de mulheres empreendedoras da categoria MEI sobre as suas trajetórias no ramo de vestuário na cidade de Camalaú – PB. Com objetivos específicos: caracterizar o perfil das mulheres; conhecer os motivos que levaram as mulheres a empreender no ramo de vestuário; identificar dificuldades encontradas por elas durante o processo de abertura e na gestão do empreendimento; apresentar as conquistas e mudanças que o processo de empreender trouxe para a vida dessas mulheres.

A justificativa do trabalho se dá pela necessidade de ampliar as discussões sobre o empreendedorismo feminino, a fim de contribuir para que cada vez mais mulheres possam liderar negócios e conquistar a sua independência financeira. Para além dos aspectos coletivos, pessoalmente, o objeto de estudo foi escolhido em virtude da atuação da autora como empreendedora.

Esta pesquisa se diferencia das existentes por concentrar-se em um segmento específico: o microempreendedorismo feminino. Ao focar nas microempreendedoras, o estudo destaca uma área ainda pouco explorada, em contraste com pesquisas que costumam abordar o empreendedorismo em grandes corporações ou *startups*. Além disso, oferece uma perspectiva prática, enriquecida pela experiência direta da autora como empreendedora, o que confere ao trabalho uma visão mais próxima da realidade e dos desafios vividos por essas mulheres na perspectiva local e regional. Ainda, contribui para os profissionais da área, para a academia e para a sociedade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir serão apresentados conceitos voltados para a crescente participação das mulheres no empreendedorismo, que aborda o empreendedorismo e as práticas empreendedoras femininas. Esse enfoque visa explorar como as mulheres estão cada vez mais recorrendo ao empreendedorismo como alternativa de inserção no mercado. Os tópicos abordados a seguir são: empreendedorismo feminino: desafios e avanços; mulher empreendedora no mercado de trabalho; e a gestão de um negócio e os comportamentos empreendedores.

2.1 Empreendedorismo feminino: desafios e avanços

O empreendedorismo é definido pela capacidade de identificar oportunidades e criar inovações em meio a condições de incerteza, assumindo os riscos associados a essas ações. O processo de empreender envolve persistência e visão de futuro, resultando em uma nova maneira de realizar um trabalho, seja por meio de um novo produto, serviço ou atividade, ou pela criação de um novo empreendimento. (Hisrich; Peters 2004).

O empreendedorismo se distingue pela habilidade de identificar oportunidades e de inovar, mesmo em situações de incerteza. Empreender exige uma atitude proativa e uma disposição para correr riscos, visto que o sucesso não é garantido. Além disso, a persistência e uma visão de futuro são essenciais, pois o caminho até a criação de algo novo ou a melhoria de um produto, serviço ou processo pode ser cheio de desafios. (Hisrich; Peters 2004).

A análise do empreendedorismo feminino tem ganhado relevância ao longo dos anos, uma vez que investiga as particularidades e desafios enfrentados pelas mulheres no mundo dos negócios. Pesquisadores como Moore e Buttner (1997) exploraram as características psicológicas e sociais das empreendedoras, destacando fatores como a motivação, a resiliência e as barreiras enfrentadas pelas mulheres no processo de empreender.

O conceito do "teto de vidro" (ou "glass ceiling") se refere a uma barreira invisível, mas real, que impede ou dificulta a ascensão das mulheres aos níveis mais altos de liderança, especialmente em ambientes empresariais e corporativos. Essa metáfora, introduzida por Morrison, White e Van Velsor (1987), é frequentemente usada para descrever as limitações estruturais, culturais e sociais que restringem o avanço das mulheres em posições de poder, mesmo que elas possuam as qualificações e competências necessárias.

De acordo com Camargo *et al.* (p. 109,2010):

O empreendedorismo pode ser compreendido como um processo de aprendizado contínuo, que envolve imaginação, criatividade, exploração do desconhecido e engajamento com novas oportunidades. De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2023/24), o Brasil mostrou uma participação significativa em atividades empreendedoras, mesmo após a pandemia, com 38% da população diretamente envolvida em algum tipo de empreendimento. A pesquisa ainda revelou que 22,6% dos homens e 14,7% das mulheres no país estão engajados nesse tipo de atividade.

Destaca-se que há uma diferença entre as passagens do estágio inicial do empreendedorismo para negócios estabelecidos que aponta para uma diferenciação entre os gêneros. Alguns fatores que fazem com que os negócios femininos não se estabeleçam são:

A pesquisa aponta que há uma maior concentração de mulheres em atividades como os serviços domésticos, onde a concorrência é geralmente elevada. Além disso, no passado, verificou-se que as mulheres eram mais motivadas a empreender por necessidade do que os homens, muitas vezes vendo o empreendedorismo como uma solução temporária para momentos de crise financeira familiar, mas abandonando a atividade quando a renda familiar melhorava. Outros fatores socioculturais, como o maior envolvimento das mulheres nas responsabilidades domésticas, também influenciam suas escolhas empreendedoras (GEM, 2019, p. 41).

Assim, faz-se notório o quanto as tarefas domésticas recaem sobre as mulheres, dificultando e muitas vezes impedindo as mesmas de iniciar um negócio, aprimorar conhecimento ou agir sob quaisquer motivações para empreender.

As diferenças nos valores e princípios morais cultivados por homens e mulheres frequentemente levam as mulheres a preferirem formatos organizacionais que se afastam do modelo tradicional, caracterizado pela estrutura burocrática e rigidez hierárquica. Essa preferência permite caracterizar o modelo feminino de gestão como um que valoriza mais os indivíduos como seres humanos, priorizando aspectos como a colaboração, o bem-estar e o desenvolvimento pessoal dentro das organizações (Robins; Coulter, 1998).

Munhoz (2000) afirma que um dos fatores de sucesso do empreendedorismo está relacionado à compreensão de que, de um modo geral, as mulheres desenvolvem um estilo único de gestão. Esse estilo é resultado de um aprendizado que começa na infância, envolvendo valores, comportamentos e interesses voltados para a cooperação e o estabelecimento de relacionamentos. Embora esse estilo de gestão seja frequentemente associado ao gênero feminino, não se deve radicalizar ao afirmar que ele é exclusivo das mulheres.

Desde então, o empreendedorismo tem se mostrado uma alternativa crucial para as mulheres brasileiras. De acordo com o programa GEM, que realizou sua primeira pesquisa no Brasil em 2000, o país se destaca no ranking mundial de empreendedorismo, com as mulheres

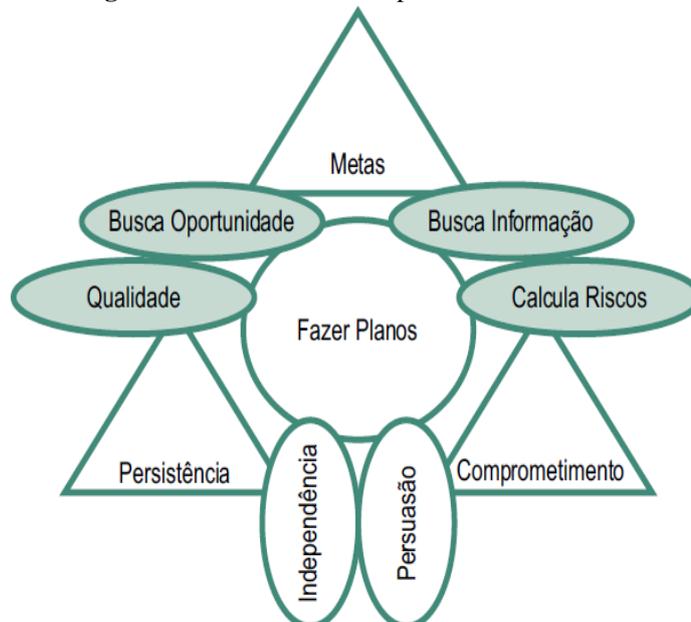
desempenhando um papel significativo nesse processo (GEM, 2015). Essa crescente participação não apenas reflete a busca por autonomia financeira, mas também evidencia a capacidade das mulheres de inovar e liderar em diversos setores da economia.

Em 2000, as mulheres já demonstravam uma participação significativa no processo empreendedor no Brasil (GEM, 2015). O país se destacava por apresentar uma maior equiparação na relação entre homens e mulheres envolvidos em atividades empreendedoras. Naquele período, para cada dois homens empreendendo, havia uma mulher na mesma situação, evidenciando um cenário de crescente inclusão feminina no empreendedorismo.

De acordo com a pesquisa GEM (2015), a crescente participação das mulheres no empreendedorismo no Brasil pode ser atribuída a vários fatores. Primeiramente, muitas mulheres começaram a assumir o papel de provedoras de suas famílias, o que as levou a buscar soluções para sustentar seus lares, reconhecendo o empreendedorismo como uma alternativa viável. Em segundo lugar, houve um aumento no nível de escolaridade das mulheres em comparação aos homens. O terceiro fator se refere às mudanças na estrutura familiar da sociedade brasileira, como a redução do número de filhos e os casamentos mais tardios, que possibilitaram uma maior inserção das mulheres no mercado de trabalho. Por fim, a literatura destaca a introdução de novos valores na sociedade, que facilitam o ingresso das mulheres no mercado.

É importante ressaltar que alguns estudos na área de empreendedorismo revelam características comuns nos perfis de empreendedores, indicando comportamentos e ações que fazem parte da gestão dos negócios. Em relação ao empreendedorismo feminino, autores como Zapalska (1997), O'Meally (2000), Machado (2000), Colette e Kennedy (2002), Silveira e Gouvêa, (2008), entre outros, analisam as semelhanças nas características das mulheres que lideram negócios. Para ilustrar essas características e comportamentos empreendedores, a figura a seguir é baseada na perspectiva de Cooley (1990), que sintetiza esses perfis.

Figura 1 - Características empreendedoras



Fonte: Lapolli e Franzoni (2012, p.123).

Na figura 1, as características das mulheres empreendedoras voltam-se para os comportamentos empreendedores que se entrelaçam, transmitindo a ideia de que são construídos de forma inter-relacionada e integrada.

Segundo o estudo de Montalvão *et al.* (2020), o papel da mulher empreendedora tem ganhado destaque nos dias atuais. Várias pesquisas têm se dedicado a explorar como as mulheres se inserem nas empresas e gerenciam as multitarefas do cotidiano feminino. Ser mãe, esposa, dona de casa e ainda decidir empreender revela o esforço diário das mulheres para conquistar seu espaço na sociedade. Essa realidade ressalta a importância de entender o que motiva as mulheres a criar e gerenciar seus próprios negócios, mesmo diante de desafios que são frequentemente considerados comuns ao universo feminino.

Conforme o estudo de Silva *et al.* (2021), historicamente, as mulheres enfrentaram grandes desafios, sendo frequentemente impedidas de se expressar e de trabalhar fora de casa devido ao machismo, que as forçava a abandonar seus sonhos em favor das responsabilidades domésticas. Mesmo ao tentarem lutar por voz e espaço, muitas vezes eram barradas e forçadas a permanecer fora do mercado de trabalho. Embora ainda existam obstáculos semelhantes, as mulheres demonstram uma determinação crescente na luta por seus direitos e pela igualdade. Elas se recusam a aceitar injustiças, buscando seu lugar no mercado de trabalho e no empreendedorismo, sem se restringirem aos papéis tradicionais de esposas e mães.

Navarro *et al.* (2018) ressalta que as mulheres empreendedoras enfrentam desafios diários, incluindo a necessidade de equilibrar as responsabilidades familiares com o trabalho, o desgaste físico e psicológico, e questões relacionadas à autoestima. Nesse cenário, o apoio familiar se mostra essencial para fortalecer a confiança e a determinação dessas mulheres. Além disso, conforme aponta Silva *et al.* (2016), é fundamental que as empreendedoras possuam conhecimento, adquirido tanto por meio da educação quanto por experiências profissionais anteriores, para garantir uma gestão mais eficiente de seus negócios.

Melo e Jesus (2018) afirmam que a figura da empreendedora é, simultaneamente, incomparável e histórica. Eles destacam que compreender e reconhecer a personalidade feminina ainda apresenta desafios. Nesse contexto, é evidente o envolvimento das mulheres em diversas áreas ao empreender. Assim, o estilo de empreendedorismo das mulheres brasileiras se destaca no cenário global, colocando o Brasil entre os principais países onde elas empreendem com maior intensidade.

Conforme Binotto *et al.* (2014), que citam Grzybovski, Boscarin e Migott (2002) e Lodi (1999), as mulheres empreendedoras apresentam características como humildade, estabilidade emocional, objetividade, auto renúncia, disposição para atuar em ambientes adversos e uma inteligência enriquecida pela intuição.

Além dessas características, França (2019) acrescenta que as mulheres empreendedoras adotam uma abordagem mais humanista, possuem visão sistêmica, são pacientes e persistentes nas negociações, têm habilidades de multitarefa, demonstram preocupação com o ambiente social, mantêm um espírito de cooperação e contribuem para a formação e desenvolvimento de outras empreendedoras.

Segundo Machado *et al.* (2003) as mulheres tendem a empreender mais por necessidade do que por oportunidade, e isso ocorre por diversos fatores, como busca de realização pessoal, insatisfação no emprego atual, mudanças na vida pessoal, como separação ou falecimento do cônjuge, além da necessidade de encontrar alternativas para sustentar a família ou garantir sua própria subsistência.

Nas últimas décadas, o papel desempenhado pelas mulheres à frente de micro e pequenas empresas tem despertado o interesse da academia, que busca compreender o crescimento do empreendedorismo feminino. A participação das mulheres nesses pequenos negócios têm gerado contribuições significativas nas esferas econômica e social, motivando discussões sobre os fatores que influenciam a gestão diferenciada das mulheres em comparação aos homens (Oliveira; Souza Neto, 2010; Gomes, 2003).

Embora alguns autores apontem semelhanças entre homens e mulheres empreendedores, as mulheres demonstram possuir características específicas, como

sensibilidade, versatilidade, flexibilidade, intuição, cooperação e atenção aos detalhes, além de se deixarem guiar pela intuição (Sina, 2005).

Conforme Hisrich e Peters (2004, p. 90):

o aumento expressivo de mulheres no mercado de trabalho gerou um novo campo de pesquisa voltado para investigar se as mulheres trabalhadoras, administradoras e empreendedoras se diferenciam de seus colegas homens. Embora empreendedores de ambos os sexos compartilham muitas características, incluindo aspectos de histórico e personalidade, ainda há diferenças significativas entre eles, especialmente no que se refere à motivação, ao ponto de partida e às habilidades que trazem para o mundo dos negócios.

Segundo dados do Sebrae (2022), as mulheres representam uma parcela significativa dos novos empreendedores no Brasil. De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor - GEM, o Brasil está entre os países com maior participação feminina no empreendedorismo. Apesar do aumento da participação das mulheres em diversos setores da sociedade, quando se trata de empreendedorismo, ainda há muitos obstáculos a serem vencidos.

De acordo com Machado *et al.* (2003), as mulheres empreendedoras conseguem combinar características tradicionalmente associadas ao masculino, como iniciativa, coragem e determinação, com características femininas, como cooperação, intuição e sensibilidade. Isso se dá pela tendência natural que as mulheres têm de lidar com múltiplos papéis, tanto no ambiente familiar quanto no profissional, além de sua habilidade em encontrar soluções criativas para situações inesperadas, mesmo quando enfrentam uma sobrecarga de atividades, conforme observado por Stolcke (1980).

Nassif *et al.* (2011) destacam que a atenção direcionada ao papel da mulher, especialmente das mulheres empreendedoras, tem aumentado em função de suas conquistas no mercado de trabalho. Esse interesse não se dá apenas pelas condições de trabalho que enfrentam, como a dupla jornada que envolve responsabilidades familiares, mas também pelos resultados e desempenhos significativos que elas alcançam em suas atividades profissionais.

A relevância das mulheres como empreendedoras para a sociedade se manifesta em diversos aspectos, como a contribuição econômica, ao gerar empregos tanto para si quanto para os outros. Além disso, destacam a importância do comportamento das mulheres na administração da dupla jornada, que se torna um exemplo social, e o aumento da autonomia feminina, uma conquista que, no passado, era considerada improvável e desnecessária (Amorim; Batista, 2012).

Segundo o estudo de Silva *et al.* (2021), com o crescimento constante do empreendedorismo, as mulheres estão conquistando seu espaço. Embora esse espaço ainda não seja equivalente ao dos homens, elas têm se reinventado, estabelecendo novos padrões e ampliando as oportunidades que percebem. Além disso, buscam assegurar que sua visibilidade seja evidente, mostrando em detalhes o esforço e a dedicação que investem para progredir.

Carter *et al.* (2001) afirmam que a entrada em massa das mulheres no mercado de trabalho, especialmente no setor empresarial, trouxe uma nova dinâmica para as relações profissionais, criando um ambiente mais desafiador. Essa mudança revela um cenário competitivo em que não há distinção entre homens e mulheres, refletindo um aumento da igualdade nas oportunidades. Os profissionais, independentemente de serem empreendedores ou não, enfrentam uma intensa concorrência que impulsiona a busca por competência e qualificação.

Pereira *et al.* (2005) afirmam que, independentemente dos motivos financeiros, das mudanças nos padrões culturais ou da busca por realização pessoal, as mulheres têm ingressado de forma consistente no mercado de trabalho. Eles destacam, ainda, que esse aumento na participação feminina não resultou em uma diminuição da discriminação.

Abramo (2000) destaca uma realidade preocupante ao afirmar que, apesar do aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho, as desigualdades profissionais continuam a existir. Ele observa que a concentração feminina em determinados setores e profissões agrava essas disparidades, sugerindo que a presença das mulheres no mercado não é suficiente para assegurar igualdade de oportunidades.

2.2 A gestão de um negócio e os comportamentos empreendedores

De acordo com Chiavenato (2004), um líder deve possuir habilidades que lhe permitam interpretar objetivos e missões, estabelecer prioridades, planejar e programar atividades em equipe, além de ter facilidade em resolver problemas e conflitos. Também é fundamental que o líder saiba delegar responsabilidades, pois essas qualidades são essenciais para sua formação e eficácia na liderança.

Para Munhoz (2000), as mulheres conquistaram o espaço anteriormente ocupado por homens nas corporações, destacando-se por três características fundamentais: poder de competição, habilidades de pensamento analítico ou estratégico, e uma postura positiva ou comportamento agressivo. Assis (2009) complementa essa perspectiva ao afirmar que, não há cargo que as mulheres não possam ocupar, pois elas já demonstraram ser tão competentes quanto os homens.

Schlickmann e Pizarro (2013) afirmam que a mulher executiva é reconhecida por sua competência técnica e gerencial. No entanto, ela frequentemente enfrenta e supera obstáculos profissionais ao conciliar sua carreira com as responsabilidades familiares, que incluem cuidar da casa, do esposo e dos filhos. Nesse contexto, as mulheres buscam valorização e igualdade de direitos em relação aos homens no mercado de trabalho. Além disso, elas se destacam no setor cooperativista, onde, como integrantes de famílias de associados, recebem informações valiosas que podem ser aplicadas na gestão dos negócios familiares.

Quanto à gestão de negócios femininos deve-se dizer que:

[...] a multiplicidade de papéis femininos não implica demandas incompatíveis por sua natureza; é fundamental entender que os papéis de gênero são socialmente construídos. Os processos de socialização delimitam espaços, expectativas e atividades que os membros da sociedade devem desempenhar. Nesse contexto, surge a percepção do que é inconciliável, refletindo a dicotomia do "ou isso ou aquilo", além do discurso de culpa que as mulheres internalizam durante o processo de socialização. Dessa forma, a condição da mulher contemporânea é marcada por uma falta de alternativas, levando-a a se sentir culpada tanto por trabalhar quanto por não trabalhar (Jonathan; Silva, 2007, p. 78).

Ao analisar a interface entre o mundo da família e o do trabalho, são feitas críticas relevantes às exigências da produção e à falta de questionamento sobre a organização do trabalho. Afirmam que a estrutura atual do trabalho gera impactos negativos na relação entre pais e filhos, além de afetar a vida familiar como um todo. Essa análise ressalta a necessidade de repensar como o ambiente de trabalho influencia as dinâmicas familiares e o bem-estar dos indivíduos (Mizrahi, 2004).

Barnett (2004) argumenta que a organização do trabalho e a estrutura familiar estão fundamentadas em mitos que ainda persistem em relação às diferenças de gênero. A ideia de que as mulheres possuem necessidades, inclinações e habilidades voltadas para cuidar e administrar o lar, enquanto os homens são vistos como mais aptos para atividades externas e para prover, cria uma armadilha. Dessa forma, homens e mulheres se tornam prisioneiros de expectativas e comportamentos associados a ideias sobre quem é o "trabalhador ideal" e quem

é a “dona de casa ideal”. Essa situação perpetua estereótipos que limitam as possibilidades de ambos os gêneros nas esferas do trabalho e da vida familiar.

Zarifian (1966) define competência como a capacidade de entender e lidar com diferentes situações, fundamentada em conhecimentos adquiridos, que se transforma conforme a diversidade das situações aumenta. Essa perspectiva destaca a importância da dimensão técnica da competência em informação, que envolve a mobilização de entendimentos prévios em resposta a situações específicas, vinculando-a a dimensões cognitiva e compreensiva.

Dessa forma, qualquer indivíduo tem a capacidade de desenvolver competências para o exercício profissional. No contexto do empreendedorismo, é fundamental que os comportamentos integrem conhecimentos e experiências para o crescimento e evolução do negócio. Estudos na área de empreendedorismo indicam que as mulheres tendem a possuir habilidades e competências sociais mais desenvolvidas, destacam-se na capacidade de avaliar riscos calculados e têm uma visão bastante positiva sobre o empreendedorismo (Lamolla, 2005, *apud* Silveira; Gouvêa, 2008).

Para Zampier *et al.* (2012, p. 109):

[...] as ações empreendedoras estão relacionadas às competências, pois englobam o senso de identificação de oportunidades, a habilidade de estabelecer relacionamentos em rede, as habilidades conceituais, a capacidade de gestão, a facilidade de leitura de cenários, o posicionamento em contextos conjunturais e o comprometimento tanto com os interesses individuais quanto com os da organização.

Assim, a competência empreendedora é compreendida como qualquer ação que envolva a identificação de oportunidades, a capacidade de gestão, a criação de uma rede de contatos, entre outros aspectos. Cooley (1990) classifica as competências empreendedoras em dez categorias analíticas, destacando elementos que se referem à gestão de negócios e pessoas, conforme ilustrado no quadro a seguir:

Quadro 1 - Competências empreendedoras

Categoria Analítica	Elementos de Análise
Busca de Oportunidade e iniciativa	Aproveitar oportunidades fora do comum para começar um novo negócio, obter financiamento, equipamentos terrenos, local de trabalho ou assistência. Fazer as coisas antes de solicitado, ou antes, forçado pelas circunstâncias.
Persistência	Agir diante de um obstáculo significativo. Agir repetidamente ou mudar para uma estratégia alternativa, a fim de enfrentar desafios ou superar obstáculos. Fazer sacrifícios pessoais ou despendar esforços extraordinários para completar tarefas.
Comprometimento	Juntar-se aos empregados ou colocar-se no lugar deles, se necessário, para terminar os trabalhos. Assumir responsabilidade pessoal pelo desempenho que visa a consecução de metas e objetivos. Esmerar-se em manter os clientes satisfeitos e colocar em primeiro lugar a boa vontade de longo prazo, acima do lucro de curto prazo.
Exigência de qualidade e Eficiência	Agir de maneira a fazer as coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência. Encontrar maneiras de fazer as coisas de forma melhor, mais rápida e/ou barata. Desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
Correr riscos calculados	Avaliar alternativas e calcular riscos deliberadamente. Agir para reduzir os riscos ou controlar os resultados. Colocar-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
Estabelecimento de metas	Estabelecer metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal. Definir objetivos de longo prazo, claros e específicos.

	Estabelecer metas de curto prazo mensuráveis.
Busca de informações	Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes. Investigar pessoalmente como fabricar produto ou como fornecer serviço. Consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Planejar dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos. Revisar os planos feitos baseando-se em informações sobre o desempenho real e em novas circunstâncias. Manter registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões.
Persuasão e rede de contatos	Utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros. Utilizar pessoas chaves como agentes de consecução dos seus próprios objetivos. Agir para desenvolver e manter relações comerciais.
Independência e Autoconfiança	Buscar autonomia em relação a normas e controles de outros. Manter seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores. Expressar confiança na sua própria capacidade de completar tarefas difíceis ou de enfrentar desafios.

Fonte: Cooley, 1990 *apud* (Zampier *et al.*, 2014).

A partir do quadro apresentado acima, é possível entender com mais profundidade as competências empreendedoras, frequentemente referidas como comportamentos empreendedores, influenciados pelos estudos pioneiros de McClelland (1961). Além disso, fatores sociais relacionados à construção de gênero indicam que, conforme os dados demonstram, as mulheres frequentemente se destacam na aquisição dessas competências empreendedoras. No próximo capítulo, apresentaremos a metodologia do trabalho e, em seguida, dados que elucidam esses aspectos de maneira mais detalhada.

De acordo com Almeida *et al.* (2017), o empreendedor é aquele que identifica e age sobre oportunidades desconhecidas, combinando os meios produtivos para promover o desenvolvimento econômico. Para isso, eles reconhecem dificuldades e incertezas, processam os elementos do contexto e tomam decisões com base no desempenho empresarial, conforme afirmam Wood *et al.* (2017).

Nos estudos de McClelland (1972), foram observados diferentes fatores que poderiam influenciar o sucesso empresarial, como negócios anteriores, ter familiares empresários, empregos anteriores e nível de escolaridade. No entanto, ele conclui que esses fatores não são os principais determinantes para o sucesso nos negócios. Em síntese, sugere que a classe social do indivíduo não é relevante para alcançar esse sucesso; o que realmente importa são suas competências pessoais e características de personalidade. Além disso, McClelland afirma que os motivos que levam alguém a empreender são de natureza psicológica, incluindo a capacidade de se relacionar e a motivação para realizar as atividades da melhor maneira, fatores essenciais para a formação de um empreendedor.

Amorim e Batista (2012) destacam que, de maneira geral, as mulheres possuem características naturais como sensibilidade, empatia, comprometimento e vontade de ajudar. Essas qualidades são fundamentais para o sucesso de uma mulher empreendedora, especialmente na área de serviços, onde facilitam o trabalho que demanda habilidades de relacionamento com clientes, colaboradores e comunidades. Isso possibilita um desenvolvimento diferenciado e inovador.

Degen (1989) menciona que as mulheres têm mais chances de sucesso ao empreender em áreas que lhes são familiares e agradáveis. Ele reforça a ideia de que, ao fazer o que se gosta, o trabalho se torna menos árduo, sugerindo que empreender em setores conhecidos, especialmente aqueles relacionados a hobbies, pode aumentar as oportunidades de êxito. Degen observa que "são raros os hobbies que não representam oportunidades", afirmando que essa é uma maneira agradável de desenvolver um negócio próprio.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa classificou-se metodologicamente quanto a sua problemática, objetivos e procedimentos que serão utilizados. No tocante ao problema, o estudo possui uma abordagem qualitativa. Quanto aos objetivos, o estudo classificou-se como descritivo. Com relação aos procedimentos, como estudo de casos com aplicação de questionário.

As pesquisas qualitativas visam oferecer uma compreensão mais profunda do problema, tornando-o mais claro ou ajudando na formulação de hipóteses. Seu principal objetivo é aprimorar ideias ou descobrir intuições. Além disso, seu planejamento é flexível, permitindo considerar diversos aspectos relacionados ao fato estudado (Gil, 2002).

Quanto aos objetivos, essa pesquisa caracterizou-se como descritiva e de estudo de casos, uma vez que tem como foco principal a descrição das características de uma determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis (Gil, 2002).

O estudo de caso, que é uma abordagem de pesquisa, que envolve a investigação profunda de um ou poucos objetos para possibilitar um conhecimento abrangente e detalhado, algo difícil de alcançar com outros métodos de pesquisa (Gil, 2002).

No tocante aos procedimentos classificou-se como de levantamento através da aplicação de questionário adaptado da pesquisa de Pereira (2023).

Esse estudo assim classificou-se por ter buscado identificar de forma qualitativa e descritiva a percepção das mulheres empreendedoras da categoria MEI (casos) sobre as suas trajetórias no ramo de vestuário na cidade de Camalaú – PB a partir da aplicação de questionário.

A escolha do grupo de mulheres se deve ao fato de que a autora deste trabalho é empreendedora, atua nesse setor, reside na mesma cidade e pela acessibilidade das respondentes em participarem da pesquisa.

A coleta de dados foi realizada mediante aplicação de questionário adaptado da pesquisa de Pereira (2023). O questionário contém 23 perguntas, sendo 10 fechadas e 13 abertas. O questionário foi dividido em 4 partes. A primeira destinou ao perfil de cada empreendedora; a segunda os motivos que levaram a empreender no ramo de vestuário; a terceira as dificuldades encontradas durante o processo de abertura e gestão do empreendimento; e a quarta as conquistas e mudanças que o processo de empreender proporcionou. O questionário foi aplicado de forma eletrônica através da plataforma Google Forms e disponibilizado na forma de um link, que foi enviado por meio do WhatsApp e por e-mail.

O questionário foi enviado a um total de 6 (seis) mulheres empreendedoras residentes na cidade de Camalaú-PB. A escolha do número de participantes foi por conveniência e com as mulheres que se disponibilizaram a participar da pesquisa.

Para interpretar adequadamente os dados deste estudo, é importante considerar o contexto socioeconômico e geográfico da cidade de Camalaú, onde ele foi realizado. Camalaú tem uma população de 6.085 habitantes, conforme o Censo de 2022 do IBGE, e está localizada no Cariri Ocidental, uma região de bioma caatinga. No que diz respeito aos dados sociodemográficos, a renda média dos trabalhadores locais equivale a 1,8 salários mínimos, e a renda per capita anual é de R\$11.845,53. A ausência de dados específicos sobre o gênero feminino, no entanto, representa uma limitação, pois esses dados poderiam oferecer conhecimentos essenciais sobre o impacto das condições locais no empreendedorismo feminino, contribuindo para uma análise mais aprofundada das experiências das mulheres que atuam como microempreendedoras individuais (MEI) no setor de vestuário.

Os dados coletados foram tabulados e analisados com o objetivo de identificar padrões, motivações e desafios enfrentados pelas empreendedoras. A tabulação foi realizada agrupando as respostas por categorias, como faixa etária, escolaridade, estado civil, presença de filhos, tempo de atuação no mercado, e tempo de atividade da empresa.

A análise dos dados utilizou uma abordagem descritiva, permitindo observar as principais características das entrevistadas, as motivações para empreender e os desafios mais recorrentes. As respostas foram organizadas conforme temas emergentes, como estabilidade financeira, planejamento e perseverança, o que facilitou a identificação de fatores comuns e de particularidades nas trajetórias dessas mulheres no empreendedorismo. Essa organização contribuiu para uma compreensão mais ampla dos elementos que moldam suas experiências e objetivos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A seguir, serão apresentados os resultados da pesquisa a partir de quatro blocos de análise: perfil das mulheres; motivos que levaram a empreender, dificuldades encontradas; e conquistas e mudanças.

4.1 Perfil das mulheres

O primeiro bloco apresentou o perfil das mulheres empreendedoras, constatou-se que ambas têm idades entre 20 e 50 anos e possuem escolaridade entre o ensino médio e o superior, embora não tenha sido identificada a formação específica de cada uma. No perfil cível, 66,7% são casadas, enquanto 33,3% estão entre casadas e divorciadas, sendo que a maioria tem filhos. Essas mulheres estão no mercado de empreendedorismo entre 5 e 10 anos, e suas empresas têm entre 2 e 9 anos de atividade.

Outro ponto relevante é que a maioria das respondentes demonstra conhecimento sobre as obrigações e benefícios do regime de Microempreendedor Individual (MEI), o que indica uma boa compreensão do funcionamento e das responsabilidades que o modelo impõe. Essa familiaridade pode ser um fator que contribui para a estabilidade e o crescimento de seus negócios, apesar dos desafios comuns ao setor e ao contexto regional.

A pesquisa revelou que as empreendedoras têm idades entre 20 e 50 anos, com muitas casadas e com filhos. Segundo Santos e Oliveira (2020) e Lima (2021), mulheres nessa faixa etária buscam no empreendedorismo uma forma de equilibrar trabalho e vida familiar, aproveitando a flexibilidade do negócio próprio. O nível educacional das participantes varia entre ensino médio e superior, alinhando-se à literatura (Freire & Souza, 2019; Rocha & Andrade, 2022), que destaca o desejo de crescimento e aprendizado contínuo entre mulheres empreendedoras no Brasil.

A maioria possui entre 5 e 10 anos de experiência no mercado, refletindo uma tendência observada por Costa e Pereira (2020), que aponta que muitas mulheres optam pelo empreendedorismo após experiências em empregos formais ou informais, buscando autonomia e realização profissional.

Embora estudos como os de Santos e Carvalho (2021) enfatizem as motivações econômicas, a pesquisa identificou uma gama de razões, incluindo a busca por realização pessoal e paixão pelo que fazem, sugerindo que as motivações são mais complexas do que a literatura tradicional sugere. Além disso, a pesquisa destacou a diversidade nas trajetórias de ingresso no empreendedorismo, como vendas diretas e apoio de redes familiares, contrastando com Almeida e Freitas (2021), que frequentemente apresentam essa transição de forma linear, do emprego convencional para o autoemprego, o que pode simplificar a realidade das experiências femininas.

Por fim, algumas respondentes expressaram interesse em desenvolver conhecimentos em áreas como *marketing* digital e finanças, evidenciando ambições de crescimento contínuo. Em contrapartida, estudos como o de Santos e Oliveira (2020) tendem a focar mais nos desafios,

sem explorar profundamente a proatividade e as aspirações de desenvolvimento das empreendedoras.

4.2 Motivos que levaram a empreender

O segundo bloco buscou evidenciar os motivos que levaram as mulheres a empreender, que revela uma variedade de motivações, tanto pessoais quanto econômicas. Muitas delas mencionaram a necessidade financeira como um fator crucial, destacando que as habilidades de comunicação desempenharam um papel importante, especialmente em vendas porta a porta.

Além disso, algumas viram o empreendedorismo como uma oportunidade para complementar a renda familiar, proporcionando uma fonte adicional de recursos. A independência financeira e o desejo de controlar o próprio tempo foram mencionados como aspectos importantes, pois o empreendedorismo oferece flexibilidade e a chance de desenvolvimento pessoal. Além disso, destacaram que empreender é uma paixão e uma vocação, algo essencial para suas vidas. Esses relatos mostram que o empreendedorismo, para essas mulheres, representa mais do que uma alternativa econômica, servindo como um caminho para o crescimento pessoal, autonomia e realização profissional.

As entrevistadas relataram diferentes caminhos para iniciar suas jornadas no empreendedorismo de vestuário. Algumas começaram vendendo de porta em porta ou através de contatos com amigas já inseridas no setor, o que facilitou a entrada no mercado. Outras optaram por investir o valor recebido após saírem de empregos em empresas privadas, utilizando esses recursos como capital inicial. Houve também quem preferisse vender em casa, aproveitando o espaço doméstico como ponto de partida. Uma das respondentes destacou o amor pela moda e o interesse em adquirir conhecimento na área, expressando que ter uma loja dedicada à moda feminina representa uma grande realização pessoal. Esses relatos revelam que o ingresso no setor variou entre estratégias pragmáticas e a busca pela concretização de um sonho profissional.

As respostas das respondentes sobre o suporte de profissionais ou entidades em suas jornadas empreendedoras variaram. Algumas afirmaram não ter recebido nenhum tipo de apoio, enquanto outras mencionaram o Sebrae como uma fonte de auxílio, ainda que uma delas tenha relatado que esse suporte foi limitado. Uma respondente lamentou a falta de incentivo por parte da gestão municipal, apontando uma carência de apoio ao empreendedorismo local. Essas respostas revelam que, embora existam algumas iniciativas de apoio, elas não são suficientes nem uniformemente distribuídas. Isso reflete a necessidade de um fortalecimento nas redes de suporte, tanto públicas quanto privadas, com ações mais inclusivas, específicas e direcionadas para atender às demandas das mulheres empreendedoras.

Estudos como o de Santos e Carvalho (2021) confirmam que a necessidade financeira e o desejo de independência são motivações comuns para mulheres no empreendedorismo, o que se alinha aos resultados da pesquisa, onde muitos participantes citaram esses fatores como motivadores principais. A pesquisa também reflete os achados de Lima (2021), que indicam que as mulheres buscam no empreendedorismo uma forma de adaptar o trabalho à sua rotina familiar, ressaltando a flexibilidade como uma das principais vantagens do trabalho autônomo.

Entretanto, diferentemente de muitos estudos que priorizam motivações econômicas e de independência (como os de Santos e Carvalho, 2021), a pesquisa identificou que algumas mulheres são motivadas pela paixão pelo que fazem, sugerindo que as motivações emocionais podem ser subestimadas na literatura existente. Enquanto Almeida e Freitas (2021) descrevem o empreendedorismo feminino como uma transição linear e financeiramente orientada, a pesquisa aponta que, para muitas mulheres, o ingresso no empreendedorismo é mais complexo, combinando pragmatismo e realização pessoal, com trajetórias diversas, incluindo vendas diretas e redes de contato.

4.3 Dificuldades encontradas

O terceiro bloco da análise consistiu em apresentar as dificuldades encontradas no início das atividades empreendedoras, que variam de acordo com o suporte recebido, seja por parte do Sebrae ou contadores. Algumas não encontraram grandes obstáculos, enquanto outras enfrentaram desafios nas vendas, como gerenciar recebimentos e divulgar produtos. A falta de conhecimento específico sobre empreendedorismo e a ausência de direcionamento claro foram mencionadas como barreiras significativas.

No processo de gestão, as empreendedoras lidam com problemas comuns, como a inadimplência de clientes, a necessidade de expandir seus negócios e a complexidade da liderança, que envolve gerenciar todos os aspectos sem uma renda fixa. A precificação dos produtos e a gestão solitária também foram destacadas como dificuldades, evidenciando a pressão que recai sobre uma única pessoa.

No tocante às abordagens ao planejamento de metas foram sinalizadas de forma variada. Algumas não fazem nenhum planejamento, enquanto outras estabelecem metas mensais e anuais, utilizando métodos como livros caixa ou análises de dados. A prática de registro financeiro e monitoramento do crescimento também difere entre as empreendedoras, com algumas adotando planilhas e outras métodos mais tradicionais, como cadernos, refletindo uma dependência de técnicas manuais.

Os principais obstáculos enfrentados incluem a inadimplência, a falta de incentivos, desafios na construção de pontos físicos e dificuldades com marketing digital. A manutenção da saúde financeira e a preocupação em “fazer sobrar” no final do mês também são comuns. Além disso, a concorrência desleal e a situação econômica desfavorável foram citadas como fatores que levam algumas a considerar a desistência.

Por outro lado, as empreendedoras expressaram desejos de melhoria, como investir em ar condicionados para o conforto dos clientes, se dedicar mais, estabelecer parcerias, e aprender sobre marketing digital. Algumas planejam ampliar seus espaços físicos e contratar ajuda para oferecer um serviço mais eficaz, evidenciando um desejo comum de crescimento e aprimoramento no empreendedorismo.

A pesquisa confirma que a inadimplência é um desafio recorrente para mulheres empreendedoras, em linha com Santos e Oliveira (2020), que destacam a instabilidade financeira como obstáculo central. Assim como Freire e Souza (2019) indicam, o acesso a suporte formal, como consultorias e redes de apoio, é limitado, sendo que algumas empreendedoras na pesquisa relatam falta de respaldo institucional, especialmente de organizações como o Sebrae. A dificuldade de gerenciar sozinha todos os aspectos do negócio, abordada por Lima (2021), também foi reforçada, com a pressão de lidar com operações e finanças sem uma rede de suporte.

Enquanto Oliveira e Santos (2020), relatam a falta de suporte como um problema generalizado, a pesquisa revelou experiências variadas: algumas mulheres relataram ter acesso a suporte, enquanto outras não perceberam nenhum. Isso sugere que a literatura pode não captar nuances específicas de cada contexto. A pesquisa também mostrou que algumas empreendedoras criaram soluções práticas e informais para a gestão, como métodos caseiros de controle financeiro, um aspecto menos abordado na literatura. Além disso, as respondentes destacaram a importância da resiliência e do planejamento, um tom de incentivo que é menos explorado em estudos como o de Almeida e Freitas (2021), que se concentram mais nos desafios do que nas estratégias de superação e motivação pessoal.

4.4 Conquistas e mudanças

O quarto bloco apresenta as mudanças e conquistas na vida das empreendedoras. Os dados evidenciaram que após iniciarem seus negócios obtiveram transformações significativas. Muitas relataram aprimorar suas habilidades de planejamento e definição de metas, além de destacar a oportunidade de conhecer novas pessoas e buscar um aumento na renda.

A estabilidade financeira foi mencionada como uma mudança importante, embora também tenha trazido novas responsabilidades. Uma empreendedora afirmou que se tornou mais determinada e disposta a perseguir seus sonhos, enquanto outras relataram ter conquistado um pouco de liberdade financeira, indicando uma nova perspectiva sobre suas vidas e objetivos.

As conquistas das empreendedoras após iniciarem seus negócios também refletem avanços diversos. Algumas destacaram a realização de objetivos, como a conquista do tão sonhado ponto físico, enquanto outras mencionaram a compra de itens essenciais para seus empreendimentos.

Embora algumas empreendedoras ainda estejam em desenvolvimento e não tenham alcançado grandes conquistas, elas têm planos de aumentar a lucratividade com a abertura de novos espaços. Uma delas indicou que em breve iniciará reformas tanto em seu novo espaço quanto em sua casa, e o pagamento das dívidas em dia foi citado como uma conquista significativa, refletindo um melhor controle financeiro.

As respostas sobre o que diriam a quem está iniciando ou pretende empreender transmitem mensagens de incentivo e realismo. Elas sugerem a importância de ter metas e foco, enfatizando que não desistir diante das dificuldades é fundamental. A perseverança e a força são vistas como essenciais para enfrentar os desafios do empreendedorismo. Além disso, as empreendedoras destacam que o planejamento é crucial e que assumir riscos pode ser parte de uma carreira bem-sucedida. Por fim, reiteram que, embora o caminho não seja fácil, a persistência e a coragem são fundamentais para alcançar os objetivos.

A pesquisa confirma que o empreendedorismo traz mudanças significativas para a vida das mulheres, corroborando estudos com os estudos de Freire e Souza (2019), que mostram que muitas empreendedoras relatam aprimoramento de habilidades e aumento da autoconfiança. O aumento da estabilidade financeira também está alinhado com a literatura, como observado por Santos e Carvalho (2021), que destacam melhorias nas condições financeiras. Além disso, a pesquisa, assim como Almeida e Freitas (2021), mostra que as empreendedoras valorizam a oportunidade de expandir suas redes de contatos, considerando isso um fator motivador crucial para o crescimento de seus negócios.

Embora a literatura menciona conquistas, a pesquisa revela uma diversidade de experiências e destaca a importância de conquistas pessoais, como a liberdade financeira, que nem sempre é abordada de forma individualizada em estudos anteriores. Isso sugere uma compreensão mais rica das conquistas das empreendedoras. Enquanto muitos estudos focam em empreendedores já estabelecidos, a pesquisa mostra que algumas mulheres ainda estão em fase de desenvolvimento e buscam melhorias, o que pode não ser suficientemente explorado em outras investigações, como a de Costa e Pereira (2020). Além disso, as empreendedoras compartilham mensagens de incentivo e realismo para iniciantes, enfatizando a importância do planejamento e da resiliência. Esse aspecto contrasta com a literatura, que frequentemente se concentra nas dificuldades enfrentadas, como em Lima (2021), sem dar espaço às aspirações e conselhos práticos das empreendedoras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo identificar a percepção de mulheres empreendedoras da categoria MEI sobre suas trajetórias no ramo de vestuário da cidade de Camalaú-PB no ano de 2024.

A partir dos dados, constatou-se que para o grupo de mulheres que participaram desse estudo encontram-se na faixa etária entre 20 e 50 anos, com escolaridade do ensino médio ao superior. A maioria é casada, tem filhos e possui entre 5 e 10 anos de experiência no mercado de empreendedorismo.

As motivações que as levaram a empreender incluem necessidades financeiras, busca por independência e paixão pelo trabalho. As trajetórias de ingresso no empreendedorismo refletem tanto o pragmatismo quanto a busca por realização pessoal.

As empreendedoras enfrentam diversos desafios, como inadimplência e falta de suporte adequado. Embora algumas tenham acesso a recursos como o Sebrae, muitas não recebem apoio significativo, evidenciando uma experiência desigual que pode prejudicar suas trajetórias. Esses obstáculos financeiros e institucionais não apenas dificultam o crescimento dos negócios, mas também afetam a confiança e motivação das mulheres, o que requer atenção e ação.

A pesquisa também revela que, após iniciar seus negócios, muitas mulheres vivenciam transformações significativas, incluindo aprimoramento de habilidades, maior estabilidade financeira e ampliação de redes de contatos. Essa evolução abrange não apenas o sucesso financeiro, mas também o desenvolvimento pessoal e profissional, aumentando a autoconfiança das empreendedoras. No entanto, algumas ainda buscam melhorias, ressaltando a necessidade de um suporte contínuo e acessível em suas jornadas.

A pesquisa apresenta limitações devido ao perfil do grupo pesquisado, o que restringe a diversidade das experiências capturadas e a generalização dos resultados, apontando para a necessidade de estudos mais amplos.

Para futuras investigações, recomenda-se a ampliação do estudo para incluir cidades circunvizinhas, permitindo uma análise mais ampla das dificuldades enfrentadas por mulheres no empreendedorismo. Além disso, a investigação do impacto de políticas públicas e programas de apoio ao empreendedorismo feminino é crucial para identificar iniciativas eficazes e aprimorá-las. A análise da evolução das empreendedoras ao longo do tempo, incluindo mudanças em suas motivações e conquistas, também é relevante para uma perspectiva dinâmica sobre o empreendedorismo feminino.

Essas direções de pesquisa não apenas enriqueceram a literatura existente, mas também forneceriam *insights* práticos para a formulação de políticas que apoiem o empreendedorismo feminino, contribuindo para um ambiente mais favorável em que as mulheres possam não apenas iniciar, mas também prosperar em seus negócios, promovendo a igualdade de gênero no espaço empresarial e gerando um impacto positivo na economia.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, L. A situação da mulher latino-americana. **O mercado de trabalho no**, 2000.

ALMEIDA, F. M.; VALADARES, J. L.; SEDIYAMA, G. A. S. A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados brasileiros. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 3, p. 466-494, 2017.

ALMEIDA, A.; FREITAS, B. Perfil e desafios das empreendedoras no Brasil. *Revista de Estudos de Gênero*, v. 10, n. 2, p. 245-261, 2021.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012.

BARNETT, R. C. Preface: Women and work: Where are we, where did we come from, and where are we going? **Journal of Social Issues**, v. 60, n. 4, p. 667-674, 2004.

BINOTTO, E. et al. Mulheres gestoras: Caracterizando seu perfil em cooperativas agrícolas. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, v. 1, n. 1, p. 23-33, 2014.

CABRAL, R. A integração das mulheres no mercado de trabalho: avanços e desafios. *Revista Brasileira de Sociologia*, v. 14, n. 2, p. 45-67, 1999.

CAMARGO, D. et al. O significado da atividade empreendedora: as práticas da mulher brasileira em 2008. **Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte 3Es2Ps**, p. 105, 2010.

CARTER, S. L.; ANDERSON, S.; SHAW, E. **Women's business ownership: A review of the academic, popular and internet literature**. 2001.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. Editora Manole, 2004.

CHUPEL, J. F.; SOBRAL, E.; BARELLA, L. A. A importância da contabilidade para microempreendedor individual. **Revista Eletrônica da Faculdade de Alta Floresta**, v. 3, n. 2, 2014.

COOLEY, L. Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. **Final Report. Contract No. DAN-5314-C-00-3074-00**. Washington: USAID, 1990.

COSTA, C.; PEREIRA, D. Trajetória profissional e empreendedorismo feminino. *Revista de Administração de Empresas*, v. 55, n. 4, p. 112-126, 2020.

DEGEN, R. J.; MELLO, A. A. A. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. 30ª ed. São Paulo: Cultura, 2006.

FRANÇA, M. O. **Empreendedorismo feminino em pauta**. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Artigo%20-%20Empreendedorismo%20Feminino.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2024.

FREIRE, F.; SOUZA, M. Educação e crescimento das mulheres empreendedoras. *Revista Brasileira de Gestão*, v. 12, n. 3, p. 289-307, 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Editora Atlas SA, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. *Empreendedorismo no Brasil: 2014*. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, 2015. Disponível em: https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/GEM_2014-Livro-Empreendedorismo-no-Brasil.pdf. Acesso em: 4 nov. 2024.

GOMES, A. F. et al. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA**, 2003.

GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIN, R.; MIGOTT, A. M. B. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. **Revista de administração Contemporânea**, v. 6, p. 185-207, 2002.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5ª edição, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Camalaú - PB: panorama**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/camalau/panorama>>. Acesso em: 25 out. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE (IBQP). **Empreendedorismo no Brasil: GEM 2019**. 2021. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 25 out. 2024.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. MR. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, p. 77-84, 2007.

LAPOLLI, E.; FRANZONI, A. M. **Vitrine de Talentos**. Florianópolis: Pandion, 2012.

LIMA, M. A busca pela independência financeira no empreendedorismo feminino. **Revista de Empreendedorismo e Inovação**, v. 8, n. 1, p. 199-215, 2021.

MACHADO, H. P. V.; BARROS, G. V. de; PALHANO, D. Y. M. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. **Anais EGEPE–3º Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresa**, p. 171-197, 2003.

MACHADO, H. P. V.; GAZOLA, S.; ANEZ, M. E. M. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, p. 177-200, 2013.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARION, J. C. **Contabilidade básica**. Atlas, 2009.

MCCLELLAND, D. C. *The achieving society*. Princeton, NJ: D. Van Norstrand Company. **Inc., 1961**, 1961.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva realização e progresso social**. Expressão e Cultura, 1972.

MELO, M. R. da S.; DE JESUS, D. L. N. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 6, n. 1, 2018.

MIZRAHI, B. G.. **A relação pais e filhos hoje: a parentalidade e as transformações no mundo do trabalho**. Edicoes Loyola, 2004.

MONTALVÃO, H. C. et al. Empreendedorismo feminino: estudo sobre as mulheres empreendedoras do ramo de confecções da cidade de Correntina–Bahia. **Revista Valore**, v. 5, p. 114-126, 2020.

MOORE, D. P.; BUTTNER, E. H. **Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.

MORRISON, A. M. Breaking the glass ceiling: Can women reach the top of America's largest corporations?. **Reading/Addison-Wesley**, 1987.

MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras. **Encontro Nacional de Empreendedorismo**, v. 1, p. 164-176, 2000.

NASSIF, V. M. J. et al. Mulheres empreendedoras: uma discussão sobre suas competências. **ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE**, 2011.

NAVARRO, Flora da Silva et al. Trajetória das microempreendedoras individuais na região metropolitana de Belém: crescimento pessoal, empoderamento feminino e a formalização de seus negócios. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 4, n. 1, p. 101-126, 2018.

OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e gestão feminina: uma análise do estilo gerencial de mulheres empreendedoras no município de São João Del-Rei, Minas Gerais. **Anais do Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD**, Florianópolis, SC, Brasil, v. 6, 2010.

ONozato, Erika; BASTOS, Paulo Alberto Junior; SOUZA, Simara Maria de; LARANGEIRAS, Vinicius. **Empreendedorismo no Brasil GEM 2019**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>. Acesso em: 26 jun. 2024.

PEREIRA, M. L. N. et al. Empreendedorismo feminino: percepção da categoria MEI atuante no ramo de vestuário na cidade de Passos-MG. **Observatório de la Economía Latinoamericana**, v. 21, n. 9, p. 14041-14064, 2023.

PEREIRA, R. S.; SANTOS, D. A. dos; BORGES, W. **A mulher no mercado de trabalho**. Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas. Universidade Federal do Maranhão. São Luís Maranhão, 2005.

ROBINS, S. P.; COULTER, M. Administração. 5. ed. Rio de Janeiro: PHB, 1998.

ROCHA, R.; ANDRADE, S. Mulheres e empreendedorismo no Brasil: características e desafios. **Revista de Estudos em Administração**, v. 15, n. 1, p. 23-39, 2022.

SANTOS, J.; CARVALHO, L. Flexibilidade e o papel do empreendedorismo na vida das mulheres. *Revista de Gênero e Sociedade*, v. 9, n. 2, p. 177-190, 2021.

SANTOS, L.; OLIVEIRA, G. O papel do empreendedorismo para mulheres entre 30 e 50 anos. *Revista de Ciências Sociais Aplicadas*, v. 7, n. 4, p. 58-72, 2020.

SCHLICKMANN, E.; PIZZARRO, D. A evolução da mulher no mercado de trabalho: uma abordagem sob a ótica da liderança. **Revista Borges**, v. 3, n. 1, p. 70-89, 2013.

SCHUMPETER, J. A.; NICHOL, A. J. Robinson's economics of imperfect competition. **Journal of political economy**, v. 42, n. 2, p. 249-259, 1934.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil: análise dos dados da pesquisa GEM 2020**. Brasília: Sebrae, 2021. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-RE-SEXO-v2.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **GEM 2022: recorte temático por sexo**. Brasília: Sebrae, 2023. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-2022>>.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?**

Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismo-feminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 23 out. 2024.

SILVA, P. M. M. da et al. A resiliência no empreendedorismo feminino. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, 2019.

SILVA, M. S.; LASSO, S. V.; MAINARDES, E. W. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

SILVA, E. J. F. R.; NUNES, J. L. S.; BORGES, S. Y. R. Inovação e Empreendedorismo Feminino: O Novo Normal. **Faculdade Itapuranga. Recuperado de <https://repositorio.faculdadeitapuranga.com.br/wp-content/uploads/2022/02/TCC-INOVACAO-E-EMPREENDEDORISMO-FEMININO-O-NOVO-NORMAL-1.pdf>**, 2021.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, 2008.

SINA, A. **Mulher e trabalho: o desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade**. Saraiva, 2005.

STOLCKE, V. Mulheres e trabalho. (Les femmes et le travail). **Estudos CEBRAP Sao Paulo**, n. 26, p. 81-117, 1980.

TONANI, A. V. Gestão feminina-um diferencial de liderança mito ou nova realidade. In: **Congresso Nacional de Excelência em Gestão**. 2011.

VAZ, V. H. da S.; TEIXEIRA, R. M.; OLAVE, M. E. L. Empreendedorismo social feminino e motivações para criar organizações sociais: estudo de casos múltiplos em Sergipe. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 3, p. 37-61, 2015.

WOOD, M. S.; WILLIAMS, D. W.; DROVER, W. Past as prologue: Entrepreneurial inaction decisions and subsequent action judgments. **Journal of Business Venturing**, v. 32, n. 1, p. 107-127, 2017.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W.; FERNANDES, B. H. Sedimentando as bases de um conceito: as competências empreendedoras. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, v. 1, n. 1, p. 101-130, 2012.

ZARIFIAN, P. A gestão da e pela competência. **Rio de Janeiro: Centro Internacional para Educação, Trabalho e Transferência de Tecnologia**, 1996.

ANEXO I
QUESTIONÁRIO

I- PERFIL

1. Faixa etária

<input type="checkbox"/> Menos de 20 anos	<input type="checkbox"/> De 36 a 40 anos
<input type="checkbox"/> De 20 a 25 anos	<input type="checkbox"/> De 41 a 45 anos
<input type="checkbox"/> De 26 a 30 anos	<input type="checkbox"/> De 46 a 50 anos
<input type="checkbox"/> De 31 a 35 anos	<input type="checkbox"/> Mais de 50 anos

2. Grau de Escolaridade

<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental	<input type="checkbox"/> Especialização
<input type="checkbox"/> Ensino Médio	<input type="checkbox"/> Mestrado
<input type="checkbox"/> Ensino Técnico	<input type="checkbox"/> Doutorado
<input type="checkbox"/> Superior	<input type="checkbox"/> _____

3. Formação

<input type="checkbox"/> Contabilidade	<input type="checkbox"/> Direito
<input type="checkbox"/> Administração	<input type="checkbox"/> Outros: _____
<input type="checkbox"/> Economia	

4. Estado civil

<input type="checkbox"/> Solteira	<input type="checkbox"/> Divorciada
<input type="checkbox"/> Casada	<input type="checkbox"/> Viúva

5. Possui filhos

<input type="checkbox"/> Sim	
<input type="checkbox"/> Não	

6. Quanto tempo empreende?

<input type="checkbox"/> Menos de 1 ano	<input type="checkbox"/> De 11 a 15 anos
<input type="checkbox"/> De 1 a 5 anos	<input type="checkbox"/> Mais de 15 anos
<input type="checkbox"/> De 6 a 10 anos	

7. Há quanto tempo a empresa está em atividade?

<input type="checkbox"/> Até 2 anos	<input type="checkbox"/> 5 a 9 anos
<input type="checkbox"/> 3 a 4 anos	<input type="checkbox"/> Acima de 10 anos

8. Você sabe quais as obrigações do MEI?

<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
------------------------------	------------------------------

9. Você sabe quais os benefícios de ser MEI?

<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
------------------------------	------------------------------

10. Você acompanha todas as mudanças que ocorrem com MEI?

<input type="checkbox"/> Sim	
<input type="checkbox"/> Não	

II - MOTIVOS QUE LEVARAM A EMPREENDER NO RAMO DE VESTUÁRIO

11. O que levou você a empreender? Como começou?
12. Como começou a empreender no ramo de vestuário?
13. Teve algum suporte de profissionais, ou entidades (Sebrae, Contador, outros)?

III - DIFICULDADES ENCONTRADAS DURANTE O PROCESSO DE ABERTURA E GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

14. Quais as dificuldades enfrentadas no início das atividades (processo de abertura)?
15. Quais as dificuldades enfrentadas no processo de gestão?
16. Você costuma realizar o planejamento de metas? Como faz?
17. Você tem o hábito de realizar registros financeiros e acompanhar o crescimento da empresa? Como realiza?
18. Quais as maiores dificuldades que você enfrenta para empreender?
19. Em algum momento você já pensou em desistir? O que leva você a pensar nessa possibilidade?
20. Existe algo que você deseja fazer para melhorar o seu negócio?

IV - CONQUISTAS E MUDANÇAS QUE O PROCESSO DE EMPREENDER PROPORCIONOU

21. O que mudou na sua vida após empreender?
22. Quais conquistas ocorreram?
23. O que você diria para quem está iniciando, ou, pretende empreender.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por sempre estar presente na minha vida e por me conceder a força, a saúde e a sabedoria necessárias para concluir esta etapa tão importante da minha vida. Sem sua orientação e bênçãos, este trabalho não teria sido possível.

Aos meus pais, Valderiana e José Ailtom, pelo amor incondicional e apoio inestimável ao longo de toda a minha trajetória. Vocês sempre foram meu alicerce e motivação.

Aos meus irmãos, Rafael e Daniel, por estarem sempre ao meu lado, me incentivando e acreditando nos meus sonhos.

Ao meu marido, Erick, por sua paciência, compreensão e amor constante, que foram fundamentais durante essa caminhada.

Aos meus amigos da graduação, Vanessa, Luane, Juliana, William e Paulo, por compartilharem comigo momentos de aprendizado e alegria, tornando essa jornada mais leve e divertida.

À minha orientadora, Mauricéia, por sua orientação e apoio dedicados, essenciais para a conclusão deste trabalho.

Aos meus professores que caminharam junto comigo nessa jornada expresso minha gratidão por todo aprendizado.

E, por fim, aos meus colegas de curso, que contribuíram para enriquecer essa experiência e torná-la ainda mais especial. Agradeço a todos que fizeram parte dessa trajetória!