



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS VII - GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

JANAYNA DE ASSIS ANTUNES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM DESTAQUE NA CIDADE DE PATOS-PB:
ESTUDO DE CASO**

**PATOS - PB
2019**

JANAYNA DE ASSIS ANTUNES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM DESTAQUE NA CIDADE DE PATOS-PB:
ESTUDO DE CASO**

Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração de Empresas, pelo Curso de Administração de Empresas da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB.

Orientadora: Prof.^a Dra. Carolina Coeli R. Batista de Araújo

PATOS - PB

2019

C627e Antunes, Janayna de Assis.
Empreendedorismo feminino em destaque na cidade de Patos - PB [manuscrito] : estudo de caso / Janayna de Assis Antunes. - 2019.
34 p.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2019.
"Orientação : Prof. Dr. Carolina Coeli Rodrigues Batista de Araújo , Coordenação do Curso de Administração - CCEA."
1. Empreendedorismo feminino. 2. Características empreendedoras. 3. Empreendedorismo. I. Título
21. ed. CDD 650.1

JANAYNA DE ASSIS ANTUNES

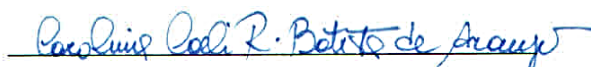
**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM DESTAQUE NA CIDADE DE
PATOS-PB: ESTUDO DE CASO**

Artigo apresentado ao Programa de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Área de concentração: Empreendedorismo.

Aprovada em: 06/06/2015.

BANCA EXAMINADORA



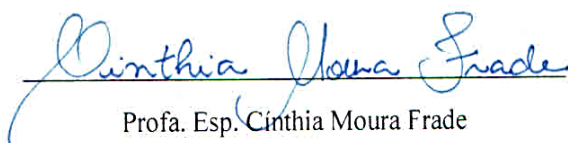
Profa. Dra. Carolina Coeli Rodrigues Batista de Araújo (Orientadora)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profa. Me. Eunice Ferreira Carvalho

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profa. Esp. Cinthia Moura Frade

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A todas as mulheres, por não desistirmos, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Dou início aos meus agradecimentos exaltando toda minha admiração pela minha mãe, que sempre travou inúmeras batalhas ao longo da sua vida pelos seus filhos, principalmente para que eu pudesse usufruir de oportunidades que não existiriam se não fosse por ela.

À minha irmã, Iara, que durante toda sua existência foi e ainda é a minha maior inspiração, me ensinou a ser tudo o que eu sou hoje e sempre vai estar comigo.

À minha outra irmã, Ionara, que me apoia e confia na minha capacidade.

E aos meus irmãos, Samuel, Maciel, Valtércio, e Anselmo, eu sou parte de vocês e vocês de mim, obrigada por enxergar o meu potencial e ter ajudado seja direta ou indiretamente nesse caminho que me trouxe até aqui. Vocês são minha base, essa vitória sempre foi mais nossa do que minha.

Ao meu namorado Hellison que, pacientemente, participou desse momento comigo, se fez presente todos os momentos de angústia e sempre me faz enxergar o melhor de mim.

Agradeço a todos os meus amigos, que me ensinam todos os dias que a vida também pode ser feita de muita coisa boa, mas nem é preciso tanto para poder sorrir. À Galerinha, que há muito tempo salva meu dia todos os dias e nem sabe. Especialmente à Ivana, Vic e Dayane, que estiveram mais presentes do que nunca e só me deram mais certeza de que eu tenho as melhores pessoas comigo, vocês são tudo.

À Yamille que desde quando foi minha professora, eu sabia que não ia ser só isso, e a partir de uma comunicação com olhares transformamos nossa relação numa das amizades mais maravilhosas que poderia imaginar, ela sabe que pode contar comigo pra qualquer coisa.

À minha orientadora, Carol que, aceitou me orientar e com seu pensamento crítico e conhecimento, me ajudou seguir nesse desafio que é trazer a visibilidade e representatividade das mulheres no âmbito administrativo. Já te disse e repito: você é uma mulher inspiradora.

Aos meus colegas de turma, Walyson, Emanuella, Josielle, Elson, Angélica, que principalmente, agora, depois de tudo o que passamos, são os que sempre ficarão na minha memória, vocês são o melhor presente que a universidade me proporcionou.

Por fim, agradeço imensamente a Deus, sem Ele nada disso seria possível.

Àqueles que perderam alguém, saibam que amar é eterno.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 10 |
| 2. CONCEITUANDO EMPREENDEDORISMO..... | 12 |
| 2.1 ANÁLISE HISTÓRICA DO EMPREENDEDORISMO..... | 13 |
| 2.2 O EMPREENDEDORISMO À BRASILEIRA..... | 15 |
| 3. A MULHER EMPREENDEDORA..... | 16 |
| 3.1 A MULHER NAS MALHAS DA HISTÓRIA..... | 17 |
| 3.2 O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL..... | 20 |
| 4. O CASO DO “CLÁ GALVÃO”..... | 21 |
| 4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO..... | 22 |
| 4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS..... | 22 |
| 4.3. ESTUDO DE CASO - ANÁLISE E DISCUSSÃO..... | 23 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 25 |
| REFERÊNCIAS..... | 27 |
| ANEXO - QUESTIONÁRIO..... | 29 |
| APÊNDICE - ENTREVISTA..... | 34 |

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM DESTAQUE NA CIDADE DE PATOS-PB: ESTUDO DE CASO

Janayna de Assis Antunes

E-mail: janayna.antunes@icloud.com

Universidade Estadual da Paraíba – UEPB

Patos, PB, Brasil.

RESUMO

O aumento do empreendedorismo feminino, levando em consideração as variáveis que colaboram com a prática dessa atividade, ainda é uma questão de suma importância para o levantamento de reflexões sobre como o tema é abordado. Neste sentido, o presente artigo retrata a questão do empreendedorismo feminino como forma de empoderamento da mulher e imposição da mesma no ambiente corporativo ao abordar o processo histórico do empreendedorismo feminino e trazê-lo para a realidade de Patos-PB, onde é possível evidenciar uma empreendedora de grande destaque e sua importância socioeconômica na cidade. Desse modo, o objetivo da pesquisa consistiu em analisar e compreender as motivações da empreendedora a adentrar nesse meio, bem como evidenciar a importância do empreendedorismo feminino para sociedade em geral, e provocar uma reflexão sobre a mudança do papel da mulher meio dos negócios. Nesse sentido, realizou-se um estudo de caso com Rafaelly Nogueira Galvão, proprietária de três empreendimentos na cidade de Patos-PB. A pesquisa foi do tipo descritiva com uma abordagem qualitativa. A coleta dos dados foi por meio de um questionário e uma entrevista realizada junto à empreendedora. Os resultados apresentaram grande impacto positivo sobre o empreendedorismo por oportunidade, e como isso pode ser diretamente proporcional ao desenvolvimento econômico e dos negócios. O empoderamento feminino dá-se pelo reconhecimento da capacidade da mulher empreendedora ao desenvolver um papel de liderança sobre o seu negócio. O estudo fundamentou-se, sobretudo nas teorizações de Dornelas (2007), Schumpeter (1982) e Dolabela (1999), nomes de destaque nessa área.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino, empoderamento, mercado de trabalho.

ABSTRACT

The rise in female entrepreneurship, taking into account the variables that contribute to the practice of this activity, is still a matter of paramount importance for the consideration of reflections on how the theme is approached. Accordingly, the present article portrays the issue of female entrepreneurship as a form of empowerment for women and the imposition of women

in the corporate environment when approaching the historical process of female entrepreneurship and brings it to the reality of Patos-PB, where it is possible to evidence a female entrepreneur of great prominence and her social-economic importance in the city. Thus, the objective of the research was to analyze and understand the motivations of the entrepreneur to immerse in this environment, as well as to highlight the importance of female entrepreneurship for society in general, and provoke a reflection on the changing role of women in the world of business. Therefore, a case study was conducted with Rafaelly Nogueira Galvão, owner of three business establishments in the city of Patos-PB. The research was descriptive with a qualitative approach. The data was collected through a questionnaire and an interview with the female entrepreneur. The results had a great positive impact on entrepreneurship by opportunity, and how this can be directly proportional to economic and business development. Women's empowerment comes from recognizing the ability of the entrepreneurial woman to play a leading role in her business. The study was based mainly on the theorems of Dornelas (2007), Schumpeter (1982) and Dolabela (1999), leading names in this area.

Keywords: Female entrepreneurship, empowerment, labor market.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está conquistando, cada vez mais, espaço no mercado de trabalho, sua visibilidade no âmbito econômico está aumentando desde a sua difusão no Brasil nos anos 90. Por consequência, há percepção por parte do governo de sua importância social e econômica. Esta importância advém das próprias características do empreendedorismo como: a inovação, independência financeira, participação ativa na sociedade, na economia do país e o fato de trazer autonomia às pessoas, tornando-as empregadores. Assim como o empreendedorismo, a vida das mulheres nos últimos 30 anos passou por grandes mudanças, sua capacidade, conhecimentos, inteligência, começaram a ser reconhecidas. Portanto, através do empreendedorismo feminino, as mulheres puderam adquirir uma liberdade e empoderamento, que as tornaram uma parcela importante não só na economia, mas na sociedade como um todo, inspirando e explorando suas competências em qualquer área que desejar atuar.

De acordo com um programa de pesquisa chamado *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* que analisa e distribui dados relacionados ao empreendedorismo desde o ano de 1999 e possui o intuito de avaliar o comportamento das variáveis relacionadas ao empreendedorismo no Brasil, levantando informações sobre os indicadores e fatores intervenientes nessa dinâmica.

Através desse mecanismo pode-se levantar no ano de 2017 que as mulheres empreendedoras somaram 8% da população do Brasil e esse número tende a crescer cada vez mais.

Ademais, a pesquisa em questão aborda a definição do empreendedorismo feminino, os elementos fundamentais nessa área e o aprimoramento que ocorreu com a finalidade de capacitar e auxiliar o ambiente corporativo para a mulher ao longo do tempo. Dessa maneira, o presente estudo possui como principais objetivos uma compreensão histórica da questão do empoderamento feminino no mercado de trabalho, levando-a como base, para observar a realidade das mulheres empreendedoras no município de Patos-PB com foco na empreendedora Rafaelly Nogueira Galvão, que possui grande destaque da cidade sendo proprietária e participando efetivamente como diretora em sua loja de roupas e acessórios, as Lojas Surya, que atualmente possui três filiais no município.

A presente pesquisa pretende provocar uma discussão a respeito do empreendedorismo feminino como forma de empoderamento da mulher no mercado de trabalho, bem como, um meio para a obtenção de sua independência financeira e a realização pessoal sobre a capacidade da mulher na liderança de uma organização. Ao observar que o empreendedorismo feminino está crescendo com o passar dos anos, sendo assim compreender e aprofundar questões relacionadas a este tema é importante.

A pertinência surge do fato de entender o motivo pelo qual estas mulheres buscam enfrentar um ambiente ainda dominado pelo gênero masculino levando em consideração todo o processo histórico de empoderamento da mulher.

Com auxílio dos órgãos GEM, SEBRAE e ITAÚ, a revista EXAME levantou os seguintes dados em dezembro de 2017: cerca de 5,693 milhões da população feminina do Brasil é empreendedora, 15,9% dessas mulheres está localizado na região do Nordeste, e está chamando atenção com relação à capacitação e preparação das mesmas para o ambiente empreendedor.

A importância desta pesquisa para o município de Patos, PB, está atrelada à forma como o mercado comercial poderá auxiliar ao aquecimento da economia local, com o crescimento da área empreendedora, ao abrir um debate em torno do tema, ao provocar por meio desta discussão o estudo de mecanismos para novas formas de apoio à prática dessa atividade. Tendo em vista que, o crescimento nesta área será benéfico não só para as empreendedoras, mas sim, para o mercado de trabalho em geral.

Portanto, o objetivo da pesquisa consistiu em analisar e compreender as motivações da empreendedora a adentrar nesse meio, bem como evidenciar a importância do empreendedorismo feminino para sociedade em geral, e provocar uma reflexão sobre a mudança do papel da mulher meio dos negócios ao entender o processo histórico do empoderamento feminino no mercado de trabalho, trazendo como base para observar e analisar as motivações da mulher empreendedora em destaque no município de Patos-PB.

2. CONCEITUANDO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo foi bem difundido e estudado ao longo dos anos, e está diretamente atrelado ao crescimento e aquecimento da economia de cada região, dessa maneira a importância de se compreender seu o conceito se dá através da forma como o mercado comercial poderá auxiliar o crescimento na área. Com isso, ao levantar um debate em torno do tema, novas formas de apoio à prática dessa atividade sejam observadas, expandidas, gerando o incentivo e o aprofundamento do conhecimento nesse sentido, tendo em vista que, o aumento de empreendedores pode ser benéfico para o mercado de trabalho em geral.

Segundo Schumpeter (1982, p.60), “o empresário é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”; no caso através dessa definição encontramos a inovação como uma das características principais do empreendedorismo.

Já para Dolabela (1999, p.43), empreendedor pode ser atribuído a quem se “dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc”; nesse sentido, as oportunidades quando bem utilizadas, podem trazer para o empreendedor grandes realizações e conseqüentemente o benefício financeiro através do planejamento e crescimento econômico.

Para Barreto (1998, p.190), “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”; empreender por necessidade tornou-se umas das características principais do empreendedorismo pelo fato da utilização de, muitas vezes últimos, meios econômicos para obtenção de subsistências devido à posição de grande dificuldade

financeira no qual o ser humano se encontra e é preciso a criação de uma possibilidade para melhorar essa situação.

Segundo Dornelas (2008, p.23), “empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”; ao levantar mais uma características sobre o empreendedorismo, identificar uma possibilidade da criação de um negócio pode ser considerado uma habilidade altamente importante nesta área, principalmente quando o empreendedor em questão busca mecanismos através do conhecimento para planejamento das suas ideias e assim transformar a oportunidade em uma possibilidade real de um negócio ativo e enriquecedor.

Para as mulheres, o empreendedorismo torna-se muito mais do que uma forma de gerar renda e suprir suas necessidades, criar o seu próprio negócio tem uma relevância atrelada à satisfação pessoal enquanto empreendedora, e também enquanto consumidoras. A dificuldade enfrentada quando se fala de desigualdade de gênero é só mais um dos grandes desafios para as mulheres empreendedoras.

Com os objetivos mais amplos, a recompensa financeira e a realização profissional ligada à sua satisfação pessoal são consequências de motivações que colaboraram no processo desde criação do próprio negócio, e que podem também estar ligados à necessidade do bem estar da sua família e à valorização do seu trabalho, preocupando-se e enfrentando diariamente problemas que afetam de maneira geral, toda a sociedade há muitos anos.

2.1 ANÁLISE HISTÓRICA DO EMPREENDEDORISMO

Como já mencionado, Dornelas (2008, p.23) afirma que o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. No Brasil, o empreendedorismo teve destaque no final da década de 1990, diante disso muitas organizações, a maioria delas em grandes cidades, percorreu períodos econômicos de difícil estabilidade e uma das alternativas para manter-se no mercado foi reduzir custos, e uma das consequências disto foi o aumento de desemprego.

A partir desse aumento, os ex-funcionários buscaram mecanismos para ganhar dinheiro abrindo novos negócios, alguns sem experiência no ramo e decidindo utilizar economias pessoais, arriscando o que tinha para conseguir suprir suas necessidades. Acarretou-se que em um dado momento esses ex-funcionários tornaram-se patrões passaram a gerar emprego e por

consequência renda que por sua vez aquece a economia; porém, por não possuir experiência e conhecimento para calcular os ricos, a mortalidade dessas pequenas empresas acontece em seus primeiros anos de atividade. Através do auxílio do Governo Federal, houve a criação de um programa chamado Brasil Empreendedor, instituído em 1999, que capacita esses empreendedores e aumenta a sua chance de permanência no mercado.

Por conseguinte, conceituar empreendedorismo e empreendedor ainda é um pouco complicado; a forma como o empreendedorismo se encontra aos passar dos anos faz com que ele se caracterize de diversas maneiras. Ao levar em consideração a difusão do empreendedorismo no país levantam-se duas categorias: o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade, que a partir das análises do GEM ficou muito mais claro de se observar.

O empreendedorismo por necessidade é definido quando o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. Nesse caso, esses negócios costumam ser criados informalmente, não são planejados de forma adequada e muitos fracassam bastante rápido, não gerando desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios (DORNELAS, 2008, p.13).

Ao longo do tempo, a capacitação passou a tornar esses cidadãos em profissionais da área, a elaboração de planos de negócios foi aumentando a busca de geração de recursos. Segundo Dornelas (2008, p.2), alguns dados devem chamar atenção no que diz respeito à evolução do empreendedorismo no Brasil:

Dados publicados pelo Sebrae em 2005 no Boletim Estatístico das Micro e Pequenas Empresas mostram que, em conjunto, as micro e pequenas empresas responderam, em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais, por 37,2% dos empregos totais e por 26% da massa salarial. O número de microempresas no Brasil, entre 1996 e 2002, evoluiu de 2.956.749 para 4.605.607, com crescimento acumulado de 55,8%, passando a participação percentual no total de empresas de 93,2%, em 1996 para 93,6% em 2002. O número total de pessoas ocupadas nas microempresas passou de 6.878.964 para 9.967.201, com crescimento de 44,9% entre os dois anos, elevando a participação percentual no total de ocupações nas empresas de 31,8% para 36,2%. DORNELAS, 2008, (p. 2).

É perceptível que o empreendedorismo foi de grande importância não só para o país, mas também para as pessoas perceberem a capacidade de autonomia, e valorizem ainda mais o conhecimento dentro da área.

A partir disto, é possível levantar o empreendedorismo por oportunidade, que segundo Dornelas (2008, p.13), caracteriza o empreendedor visionário que sabe onde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico, com forte correlação entre os dois fatores. O qual este possui grandes chances de crescimento por meio da utilização dos mecanismos que o auxiliam e o conhecimento adquirido através deles.

Ainda de acordo com Dornelas (2008, p.13), no Brasil, até 2002, o índice de empreendedorismo de oportunidade era inferior ao índice de empreendedorismo de necessidade, mas nos últimos anos tem-se percebido uma melhora e até reversão desta tendência. Como exemplo, em 2010, para cada empreendedor de necessidade havia 2,1 empreendedores de oportunidade no Brasil, ou seja, mais de 68% dos empreendedores no país empreendem por oportunidade.

Espera-se que com o passar dos anos surjam mais oportunidades para aqueles que buscam foco nessa área, e esses números possam destacar mudanças positivas no cenário econômico e no desenvolvimento do país.

2.2 O EMPREENDEDORISMO À BRASILEIRA

Dornelas (2008, p.1) afirma que o empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) foram criadas. Devido ao ambiente político e econômico do país, antes disso não era possível falar de empreendedorismo, ainda não havia tanta influência no mercado.

Com o passar dos anos e o crescimento nessa área aumentando, diversos programas de apoio, de pesquisas foram sendo criados, até então, certas expressões como “plano de negócios” não eram reconhecidas por pequenos empresários.

Em seu livro, *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*, Dornelas (2001) apresenta algumas ações desenvolvidas para o ensino de empreendedorismo que proporcionam o desenvolvimento das empresas e agregam valor ao conhecimento dos empresários como: os programas SOFTEX; o Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços

(GENESIS); o Empretec; o Jovem Empreendedor do Sebrae; o programa Brasil Empreendedor, do governo Federal; entre outros.

Contudo, o Brasil passa a se destacar nessa área em uma pesquisa feita pelo GEM em 2000 ao colocar o país com melhor relação entre número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total da população: 1 em cada 8 adultos, ultrapassando países de primeiro mundo como Estados Unidos.

Ao analisar o empreendedorismo em um contexto nacional em 2017, o GEM levanta dados extremamente pertinentes, que provocam a observação acerca do desenvolvimento socioeconômico do país. De acordo com esta pesquisa levanta-se o perfil dos empreendedores por gênero:

Na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), em 2017, a Taxa Total de Empreendedores chegou a 36,4% das pessoas. A Taxa Total de Empreendedores chegou a 37,9% no grupo dos homens e a 35,0% no grupo das mulheres. Portanto, no cômputo geral, os homens são proporcionalmente mais empreendedores que as mulheres. Porém isso é devido graças às taxas de “Empreendedores Estabelecidos”, onde são mais altas no caso dos empreendedores masculinos. Apenas no caso dos “Empreendedores Novos” (com até 3,5 anos) e, por conseguinte, dos “Empreendedores Iniciais”, a taxa feminina indica uma superação a masculina, o que indica que, entre 2014 e 2016, possivelmente ocorreu um movimento mais forte de entrada de mulheres na atividade empreendedora (GEM, 2017, p.5).

A partir dos dados acima apresentados é possível visualizar que o número de mulheres no ramo do empreendedorismo está em crescimento, isso é perceptível quando se observa o destaque entre as mulheres adentrando o meio corporativo com empresas relativamente novas no mercado. Esse crescimento tende a levantar a questão da influência da vida social das mesmas que escolheram adentrar este caminho, bem como, observar a questão dos mecanismos que influenciam, orientam e capacitam estas mulheres a se manterem no mercado.

3. A MULHER EMPREENDEDORA

A mulher enfrenta desafios diários há muito tempo, muitas vezes vítimas de uma sociedade preconceituosa que as discrimina definindo a sua capacidade como inferior baseando-se apenas no seu gênero e limitando sua posição social no que diz respeito ao lar, e o seu papel como mãe e esposa.

Desse modo, entender de fato o que leva a mulher a enfrentar um meio, ainda, dominado pelos homens, e em muitos casos passar por grandes constrangimentos, é uma questão de suma relevância, levando-se em consideração principalmente a atual conjuntura política e social que o país está passando, como também o crescimento do empreendedorismo desde os anos 90.

No Brasil, a necessidade ainda é uma característica que possui grande influência nessa tomada de decisão, porém, Anderson e Woodcock (1996, p.67), observam que questões como: a sobrevivência, a insatisfação com a liderança masculina, descoberta de um nicho de mercado, satisfação em fazer as próprias decisões entre outras; podem ser considerados como fatores cruciais para tomada de decisão de abrir um negócio próprio.

Contudo, o empreendedorismo feminino está começando a ser enxergado de maneira que possui grande influência econômica, social e política para o país. Grandes empresas, como o Banco Itaú, por exemplo, passou a incentivar mulheres empreendedoras a se capacitarem e melhorarem seus negócios com a criação do programa Itaú Mulher Empreendedora, no qual acredita que “as mulheres constroem a cada dia um mundo mais humano, colaborativo e inclusivo”. Segundo o programa, “investir em mulheres é investir na transformação das comunidades e no desenvolvimento econômico e social do país”.

Com isso, pode-se perceber que a mulher empreendedora está passando por um processo de grande mudança e ascensão no país, a sua importância está diretamente atrelada à igualdade de gênero, a inspiração para o surgimento de novos empreendimentos liderados pelas mulheres, e conseqüentemente melhoria na geração de empregos e renda da população como um todo.

Quando se fala em desenvolvimento econômico, é necessário observar o que está em destaque na atualidade, e através disso, diminuir as barreiras que dificultam esse processo, nesse caso, fala-se do empreendedorismo feminino como forma de crescimento e desenvolvimento do país, pois as mulheres empreendedoras estão se tornando agentes ampliadores do impacto positivo na economia. Além de inspirar e promover uma igualdade de gênero congruente com o meio em que estão inseridas.

3.1 A MULHER NAS MALHAS DA HISTÓRIA

Um dos momentos cruciais que inseriu a mulher no mercado de trabalho foi a ocorrência da Revolução Industrial, que por meio da atividade fabril, as mulheres foram deixando de

cumprir apenas o papel de “dona do lar”. A necessidade de complementação da renda familiar fez com que muitas delas fossem introduzidas no trabalho remunerado de maneira forçada, sendo obrigadas a desempenhar tarefas penosas e de baixa remuneração (GIRÃO, 2001 p.18).

Outro momento que pode ser citado também foi a Revolução Russa em 1917: um dos eventos ocorridos no século XX que aumentou a participação da mulher no mercado de trabalho com intuito de igualdade de gênero nesse meio.

A Segunda Guerra Mundial pode ser retratada como um momento de maior relevância para inserção da mulher no mercado de trabalho, pois na época a contratação dessas mulheres era imprescindível tanto pela necessidade das empresas, como também a necessidade de muitas mulheres que se tornaram “chefe de família” após a perda de seus maridos na guerra, visto que os países mais envolvidos com a guerra sofrem essas consequências de forma mais abrangente. Nesse sentido, Raposo e Astoni (2007, p.36) afirmam que:

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36).

A escritora Simone de Beauvoir, em 1949, trouxe à tona, através do seu livro *O Segundo Sexo*, raízes da opressão vivida pelas mulheres e como isso afeta no desenvolvimento psicológico de cada uma, ao dificultar a compreensão das capacidades de si mesmas, assim como sua interferência na sociedade além do ambiente familiar.

O direito ao voto somente lhe foi concedido após 1930; na família, sua submissão diante do elemento masculino esteve consolidada no Código Civil, desde 1916; e seu caminho ao trabalho coletivo foi sempre obstruído, fosse por sua dependência familiar, fosse pelas várias peças legais que restringiam seu acesso ao mercado de trabalho. (CAMARGO et al, 2008, p.111).

A citação anterior provoca uma reflexão sobre de como a mulher sempre esteve ligada, submetida, submissa a uma imagem masculina de autoridade, seja da família através do pai, o marido, ou através de legislações do Estado; o caminho que a mulher ainda percorre é sucedido de um esforço extremo e que ainda não cessou, por tanto cada conquista que leve a mulher a uma posição de liberdade e independência, é levada em consideração.

Isso afeta diretamente na questão do empoderamento dessas mulheres, e apesar do ambiente corporativo, principalmente, ainda sofrer grandes reflexos desse tipo de pensamento, o número de empreendedoras do país está crescendo e, conseqüentemente, a busca pela igualdade de gênero nesse sentido também.

Atualmente, com a facilidade ao acesso a informações, os programas de incentivos de bancos, e até mesmo do governo federal, bem como também as necessidades enfrentadas, as mulheres estão cada vez mais buscando conhecimentos e se capacitando para melhoria da sua organização e suprimentos das suas necessidades; viabilizando e criando oportunidades de se manter no mercado de trabalho.

Ao trazer o empreendedorismo feminino como foco, é necessário, antes de tudo, compreender a trajetória das mulheres na conjuntura socioeconômica do país. As mulheres possuem um passado de servidão, desde sempre foram vistas e preparadas para servir, seja ao pai, aos irmãos, e em seguida ao marido, sobretudo ao gênero masculino, no mercado de trabalho não foi diferente.

A partir do surgimento da necessidade em que a mulher se encontrou como “chefe de família” os empregos que eram dispostos para elas sempre foram seguindo a área da prestação de serviços, como diz a Márcia Tiburi (2018, p.15) “todas deverão acreditar que isso é natural e que uma menina ao nascer já vem com uma potência codificada em seu próprio DNA, uma predisposição para a servidão”.

Visto que isso vem desde os primórdios do patriarcado, as mulheres sempre precisam se impor e se esforçar muito mais para permanecer em um lugar decente no ambiente trabalhista, até porque sua jornada de trabalho muitas vezes não terminava fora de casa, muitas possuem até hoje duas, três e até quatro jornadas de trabalho, apenas um sendo (desigualmente) remunerado; o que levanta a questão do esforço extremo para conseguir alcançar seus objetivos.

Raposo e Astoni (2007, p. 36-37) afirmam que:

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina. (RAPOSO; ASTONI 2007, p. 36-37).

Com isso, as autoras retratam uma evolução considerável da participação das mulheres no mercado de trabalho, muito embora que a desigualdade de gênero esteja presente desde sempre, as mulheres conseguiram se integrar e imergir em vários setores e categorias do mundo dos negócios, desenvolvendo várias capacidades que elas mesmas não acreditavam ter competência.

3.2 O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Segundo Raposo e Astoni (2007, p.36), o empreendedorismo do gênero se configura como importante iniciativa da classe na busca por seus direitos de independência. Com isso, o crescimento do empreendedorismo feminino é apenas um reflexo da busca pela independência financeira e também da luta pela garantia dos direitos da mulher como trabalhadora.

No contexto brasileiro, Penna (*apud* CAMARGO *et al*, 2008, p.111) aponta que “o reconhecimento da cidadania feminina constitui sempre processo mais longo que o da masculina”. Com esta afirmação, percebe-se o porquê da necessidade de criação de programas específicos para capacitação das mulheres empreendedoras.

Há muito tempo a capacidade das mulheres é questionada, e esse tipo de pensamento, infelizmente ainda está enraizado numa parte da população (principalmente masculina), torna a trajetória da mulher no mercado de trabalho bem mais difícil, por isso, através do empreendedorismo, a mulher aprende a ter uma visão de futuro que vai além da sua própria vida, ao inspirar e despertar um olhar otimista como líder de uma organização.

A igualdade de gênero ainda não é uma realidade, e no empreendedorismo ainda está em processo de aceitação, desse modo, é analisado, através de pesquisas pelo GEM em parceria com o SEBRAE o Banco Itaú, que se houvesse de fato uma igualdade de gênero, o PIB mundial poderia aumentar em US\$12 trilhões até 2020, isso R\$850 milhões somente no Brasil, números que poderiam impactar positivamente a economia mundial e favorecer a todos.

Conforme já citado na introdução, a população brasileira é composta de 5.693 milhões de empreendedoras, 8% da população brasileira, ou seja, a luta pela igualdade de gênero possui diversas possibilidades de resultados positivos, o aquecimento da economia é só um deles e a luta que as mulheres enfrentam no ambiente corporativo, vem de muito antes da Revolução Feminista de 1969, na qual mulheres queimaram peças íntimas em praça pública (Raposo e Astoni 2007, p.36).

Baseando-se nesses dados, constata-se que o papel da mulher no mercado de trabalho vai além do fato de ela está trabalhando apenas para si. É necessário entender que a igualdade de gênero faz ligação constantemente entre o mundo da mulher “dona de casa” e a mulher no trabalho.

É através do empreendedorismo que podemos perceber a importância da discussão sobre como o feminismo pode ter ajudado a imposição das mulheres nesse meio, pois este é um movimento que defende a igualdade dos direitos entre homens e mulheres.

Diante dessas evidências, algumas organizações, como o já citado Banco Itaú, passaram a enxergar a mulher empreendedora como agente de desenvolvimento que provocam a ampliação do impacto positivo na economia, à vista disso, o Itaú criou o programa Itaú Mulher Empreendedora que possui o objetivo de capacitar, inspirar e conectar mulheres empreendedoras com o objetivo de melhorar o desenvolvimento dos seus negócios.

Esse tipo de motivação e incentivo provoca uma reflexão otimista e esperançosa de que a mulher está sendo reconhecida pelo seu esforço diário e enfatiza a importância do papel da igualdade de gênero como forma de empoderamento da mulher empreendedora reafirmando o cargo de liderança que a mesma possui e ainda valorizando o seu desempenho ao realizar o devido reconhecimento.

4. O CASO DO “CLÁ GALVÃO”

A presente pesquisa tem como foco um empreendimento composto por 15 lojas ao todo, divididas entre Paraíba e Pernambuco, a Loja Surya começou assim como a maioria das empresas, informal e na própria casa da família.

As lojas são distribuídas entre a família Galvão através de cidades, sendo assim: Terezandrea Galvão, com as lojas de São José do Egito-PE e Arcoverde-PE; Cleide Rejane Galvão, com as lojas de Custódia-PE e Tuparetama-PE; Terezandrea e Gisélia Galvão com a de Afogados da Ingazeira-PE; Augusto César Galvão com as lojas de Serra Talhada-PE e Monteiro-PB; Maria Augusta Galvão com a de Carpina-PE; Maria Rejanina Galvão com as lojas de Pesqueira-PE e Tabira-PE; Alexandra Galvão com a loja de Salgueiro-PE, Rafaelly Galvão com as lojas de Pombal-PB e Patos-PB.

A família Galvão está constantemente buscando a expansão dos seus negócios, desta maneira, quando um familiar se mostra observando e demonstra interesse na possibilidade de

abertura de uma loja em outra cidade, o restante da família respeita a escolha e aquela cidade em questão torna-se indisponível para os demais.

Há mais de 10 anos no mercado, a Loja Surya possui grande influência socioeconômica na cidade de Patos-PB e consegue se destacar entre as demais lojas por trazer sempre a inovação como objetivo principal, além de acompanhar constantemente o desenvolvimento das tecnologias atuais, através do uso do Instagram® e influenciadores digitais como diferencial competitivo.

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A decisão para empreender na cidade de Patos-PB surgiu após uma oportunidade de negócio entre a família. A primeira loja na cidade foi fundada por Alexandra Galvão, que um tempo depois decidiu vender a loja, percebendo uma oportunidade, sua irmã, Rafaelly Galvão, que havia se formado em Odontologia, resolveu comprar a loja de continuar dando seguimento ao comércio da família.

Através de conhecimentos empíricos, e uma característica pessoal de organização, Rafaelly Galvão conseguiu estabilidade no mercado e enxergou a possibilidade de expansão do empreendimento na cidade.

Visto que não é profissional na área, ela buscou através da experiência com as demais lojas, o investimento necessário para abertura de novos empreendimentos e também expansão dos existentes sem perder o objetivo central de estar se mantendo atualizada com o meio da moda e permanecer com preços acessíveis.

Atualmente, a empreendedora possui três lojas na cidade de Patos-PB e comanda mais de 20 colaboradores, dentre eles, 90% são mulheres, oferece plano de cargos e carreiras onde os colaboradores que se destacam possuem chances de crescimento na empresa, além de ofertar cursos para aperfeiçoamento do trabalho interno.

4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho teve como objetivo analisar e compreender teoricamente temas relevantes sobre o empreendedorismo feminino, definições, análise histórica, características, e

seus tipos, baseados na evolução do seu conceito através de bibliografias disponíveis sobre o tema.

Quanto aos objetivos, apresentados de forma descritiva, e o método adotado foi estudo de caso que de acordo com Gil (2002, p. 54) o estudo de caso “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos”.

A pesquisa caracteriza-se de forma qualitativa, pois evidencia e descrevem sensações, motivações, informações que foram apresentadas, pela empreendedora de destaque na cidade de Patos-PB, como conteúdo a ser analisado.

No que diz respeito à coleta de dados, foi utilizado um questionário para análise do perfil socioeconômico da empresa, o perfil da empreendedora, e realizou-se também uma entrevista para auxílio na compreensão das informações apresentadas de modo que se pode aprofundar o conhecimento sobre a organização. A entrevista ocorreu no dia 11 de maio de 2019, e a entrevistada foi Rafaelly Nogueira Galvão, proprietária das Lojas Surya no município de Patos-PB.

4.3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A empresa em destaque é uma organização familiar, do ramo da moda, localizada na cidade de Patos-PB, denominada Lojas Surya, é um estabelecimento que comercializa roupas e acessórios, fundada pela empresária Alexandra Galvão, que vendeu para a irmã Rafaelly Galvão, sendo esta a proprietária atual. O estímulo para abertura do negócio partiu da visão de um potencial na cidade, visto que, o processo baseou-se no sucesso das lojas de outros familiares.

Rafaelly Galvão, bacharel em Odontologia, possuía consultório e atuava em sua profissão, ao surgir a oportunidade da compra do negócio da irmã, ela e o atual esposo, observaram o grande potencial de melhoria dos negócios. Apesar de não ter a intenção inicial de continuar no ramo da família, mas com o conhecimento empírico na área, a empreendedora conseguiu estabelecer a empresa na cidade, abrindo um caminho para a expansão do negócio.

Como desde o início, através de grandes investimentos sob uma perspectiva da experiência, a oportunidade para expansão da empresa no município surgiu devido à crise econômica onde a receita da organização passou a diminuir de forma drástica. Sem calcular os

riscos, mas através apenas da vivência, a empresária Rafaelly decidiu arriscar e investir no aumento do tamanho da loja, bem como também na capacitação dos seus colaboradores e melhoria do ambiente de trabalho tanto interno, entre eles, como externo, entre os clientes.

O tipo de gestão realizado por ela passou por algumas mudanças e adaptações ao longo do tempo, e com a abertura de novas lojas, a mesma enxergou uma necessidade na atenção direta com os clientes, com isso, elegeu a melhor vendedora de cada loja uma gerente, para que assim os problemas do dia-a-dia fossem resolvidos de imediato. Através de hierarquia, Rafaelly encontra-se na posição de direção geral, em seguida possui uma gerente financeira, logo após as gerentes de loja, caixas e vendedoras, sendo assim divididas todos os colaboradores. A empresária informou que pretende contratar profissionais da área de administração para melhor distribuição dos cargos, mas permanecerá com a divisão hierárquica.

Hoje as Lojas Surya são vistas como ponto de referência para demais empresários do ramo, e possuem grande destaque na cidade de Patos-PB devido ao seu maior diferencial, que consiste em trazer o mundo da moda, e das blogueiras, para realidade da população com preço acessível a todos e o melhor acolhimento dos seus clientes mediante o atendimento. Utilizando o marketing digital ao seu favor, a empresária possui uma mídia muito forte, consegue permanecer com clientela fiel e leva o seu diferencial competitivo para o lar de cada um dos seus clientes, devido a isso, a difusão da marca alcança grandes proporções e demonstra grande importância econômica para município, tornando a cidade um polo importante no quesito vestuário e moda.

A empreendedora Rafaelly é, segundo o conceito de Dornelas, aquela empreendedora que aprende a empreender e lida com o inesperado “é normalmente uma pessoa que, quando mesmo esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar o negócio próprio” (DORNELAS, 2007, p.12). A partir do estudo realizado, permanecer no negócio da família não é apenas uma questão de interesse, a mesma, demonstra grande influência da experiência vivida ao longo do tempo e com esse conhecimento empírico na área, ela conseguiu uma ascensão e permanência no mercado, além do crescimento constante do seu empreendimento.

Analisando as informações da empreendedora, suas características confirmam os estudos apontados nesse artigo: casada, entre 25-29 anos, sem filhos, possuiu empreendimento anterior, é graduada em curso superior, está disposta a aprender cada vez mais sobre o ramo em que atua e dispõe forte preocupação e interesse em manter uma boa relação com sua equipe de

colaboradores, além de inspirar o crescimento profissional dos mesmos dentro e fora da empresa. Nesse contexto, Rafaelly se mantém arriscando através de mudanças e aplicando em sua empresa os conhecimentos adquiridos por ela através de cursos do SEBRAE e também de encontros realizados com outros empresários, a fim de permanecer ativa e atualizada sobre as condições do mercado de trabalho.

A empreendedora apresenta consciência da sua posição de destaque no mercado, com pouco mais de 20 colaboradores, a mesma observa que a sua influência socioeconômica no município tem grande importância, são pelo menos 20 pessoas que também são consumidoras e através da renda obtida no seu empreendimento, aquecem a economia local e provoca o giro da moeda na cidade de Patos-PB, além disso, promove para seus colaboradores treinamentos e capacitações, melhorando as condições do ambiente interno no qual é refletido diretamente no externo.

Diante da sua posição, Rafaelly apresenta preocupação com o ambiente econômico atual da cidade, que está passando por momentos de grandes dificuldades na prefeitura, isso afeta a todos de um modo geral, mas está diretamente atrelado ao seu empreendimento, pois a demanda de produtos em certas épocas do ano pode chegar a triplicar sua receita, necessitando de mais contratações e assim gerando cada vez mais renda. A mesma está acompanhando e aproveitando todas as chances que o mercado apresenta, arriscando e seguindo o seu conhecimento através da sua experiência no ramo.

Para Rafaelly, ser uma empreendedora e está num ambiente corporativo ainda majoritariamente masculino não teve tanta influência, pois com as mudanças relacionadas a igualdade de gênero a sua capacidade de gerir um empreendimento não foi de fato questionada, e isso pode está ligado a questão da mesma atuar num ramo definido pela sociedade como feminino por ser da moda.

Com tudo, a sua relevância e influência inspira mulheres a enxergarem no empreendedorismo uma maneira de se destacarem por suas capacidades pessoais e conhecimentos, além de se tornarem financeiramente independentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se que o empreendedorismo pode ser a opção que nunca fecha suas portas, desde o empreender informalmente até observar e agarrar uma oportunidade assumindo riscos

calculados é por meio dele que muitas mulheres consegue inserção no mercado de trabalho e mediante a ele que o desenvolvimento econômico pode impactar positivamente toda uma população.

Atualmente, o crescimento do número de mulheres empresárias e empreendedoras está em constante crescimento, no decorrer disso é notável a grande necessidade de atenção para o que leva a essas mulheres a assumirem um papel de liderança numa organização. Desse modo, o objetivo geral dessa pesquisa consistiu em analisar e compreender os fatores motivacionais para a tomada da decisão de empreender levando-se em consideração fatores históricos que refletem há muito tempo na sociedade.

Vale salientar que a empreendedora por oportunidade, vislumbrou e buscou percorrer o caminho que já estava presente desde a sua infância, alcançou objetivos arriscando de forma totalmente prática e com o conhecimento adquirido ao logo do tempo alinhando as experiências anteriores de trabalho.

Por suposto, outro ponto importante na pesquisa está ao observar que atualmente o papel da mulher empreendedora vem se destacando mais e mais, e conforme apontado por Rafaelly mediante a entrevista, a sua capacidade e conhecimento nesta área foram cruciais para se tornar uma empreendedora de destaque na cidade de Patos-PB, bem como, o seu papel como líder de uma organização passa a inspirar e transmitir para as demais mulheres que o empoderamento feminino está diretamente atrelado a diversos âmbitos da vida.

Por fim, o desenvolvimento desta pesquisa permitiu um olhar sobre as motivações, limitações e dificuldades, mas também sobre os aspectos positivos que o empoderamento feminino através do empreendedorismo pode proporcionar a todas aquelas que possuem o desejo de uma sociedade igualitária e desenvolvida, onde as oportunidades sejam disposta sem limitação de gênero.

Como sugestão pode-se levantar um debate sobre o tema em torno averiguação dos pontos positivos no que diz respeito ao empreendedorismo feminino, enfatizando os mecanismos que estão sendo proporcionados para capacitação e aperfeiçoamento daquelas que buscam melhoria intelectual na área, e conseqüentemente nos seus negócios.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, A. H., & Woodcock, P. **Effective entrepreneurship: a skills and activity based approach**. Oxford, UK/Cambridge, MA: Blackwell Publishers Ltd, 1996.
- BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo. Educação Brasileira**, Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: fatos e mitos**. / Simone de Beauvoir; tradução Sérgio Milliet. - 3 ed. - Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016
- CAMARGO, D.et al. **O significado da atividade empreendedora: as práticas da mulher brasileira em 2008**. 2008.
- CONTENT, A. B. **O cenário do empreendedorismo feminino no Brasil**, EXAME, abr/2017. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/negocios/o-cenario-do-empendedorismo-feminino-no-brasil/>> Acesso em: 20 set. 2018.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, cap.1-4, 1999.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier, Brasil, 2008.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. – São Paulo: Atlas, 2002.
- GIRÃO, I. C. C. **Representações sociais de gênero: suporte para as novas formas de organização do trabalho**. 2001. 130f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.
- IBPQ - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. Global Entrepreneurship Monitor – GEM, **Análise dos resultados do GEM 2017 por gênero**. mar/2018. Disponível em <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/08/GEM-An%C3%A1lise-por-genero-2017.pdf>> Acesso em: 28 abr. 2019.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 2000.

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

SCHUMPTER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TIBURI, Márcia. **Feminismo em comum: para todas, todes e todos.** Rio de Janeiro, Rosa dos Tempos, 2018.

ANEXO – QUESTIONÁRIO

Olá, meu nome é Janayna de Assis Antunes, sou estudante do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e gostaria de fazer uma pesquisa rápida com a senhora destinada ao meu Trabalho de Conclusão de Curso que tem como objetivo **Analisar e compreender as motivações da mulher empreendedora a enfrentar o ambiente corporativo na cidade de Patos, levando em consideração as variáveis que colaboram com a prática dessa atividade**. Agradeço antecipadamente a participação.

PERFIL SÓCIOECONÔMICO:

Idade da empreendedora:

- 18-24 anos
- 25-29 anos
- 30-34 anos
- 34-40 anos
- Acima de 40 anos

Estado Civil:

- Solteira
- Casada
- Divorciada
- Viúva
- Outro

Tem filhos?

- Sim. Quantos?
- Não

Grau de Escolaridade:

- Ensino Fundamental;
- Ensino Médio Incompleto;
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo;
- Pós Graduada

Tempo de existência da empresa:

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

Número de lojas:

Número de colaboradores (excluindo a senhora):

- Até 1 funcionário
- De 2 a 4 funcionários
- De 5 a 7 funcionários
- de 7 a 10 funcionários
- Acima de 10 funcionários. Quantos? _____

Qual a sua empresa e qual tipo de atividade do negócio?

PERFIL EMPREENDEDOR:

Levando em consideração a sua experiência empreendedora, marque a opção que mais se adequa a sua realidade:

Empreendedorismo é:

- uma oportunidade de negócios
- oportunidade de liberdade financeira
- necessidade de crescimento pessoal
- uma alternativa de sobrevivência.

O empreendedorismo feminino tem crescido bastante nos últimos anos. Por qual motivo abaixo você acredita nisso?

- abertura de mercado de trabalho para a mulher
- por conta da criatividade que o gênero feminino dispõe
- atualmente, existe mais condições favoráveis para a mulher
- pela falta de emprego ofertado no mercado

O principal motivo que me levou a abrir o meu negócio foi:

- seguir a tradição familiar, pois meus pais ou parentes são empreendedores
- pela flexibilidade de estabelecer meu próprio horário
- por falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho
- por realização profissional

Como você acha que está o mercado hoje para a atividade empreendedora:

- há boas condições de mercado para a implantação de um negócio empreendedor
- não está favorável, quem diz a situação é a criatividade

- há uma forte concorrência proporcionando pouco tempo de sobrevivência das empresas
- o mercado exige cada vez profissionais mais preparados.

Assinale aqui as dificuldades encontradas no início do seu investimento no empreendedorismo:

- preconceito de gênero
- restrição financeira
- ideia incompatível com o momento
- público distante
- capital de giro
- conhecimento do negócio

Quanto aos problemas, marque aqueles que afligem o mercado empreendedor:

- modismo
- falta de investimento em maior estrutura do negócio
- falta de criatividade na continuação do projeto inicial
- falta de expectativas no comércio
- altos impostos e encargos pagos no país

Em sua opinião, de que maneira o mercado empreendedor feminino tem colaborado no comércio do município de Patos-PB:

- na circulação do capital
- como exemplo de empreendedorismo que vem dando certo
- como exemplo de criatividade
- a partir da motivação que tem levado a outras mulheres a investir nesse ramo;
- gerando mais empregos.

Que resultados foram obtidos com os investimentos no comércio empreendedor:

- lucro esperado
- ideia que deu certo
- fomentou a participação da mulher no comércio
- facilitou a expansão da iniciativa feminina

O principal fator que contribui para o crescimento do empreendedorismo feminino é:

- Independência Financeira
- Melhoria de vida para a família
- Satisfação Pessoal
- Necessidade de ter um emprego

Com o crescimento do Empreendedorismo feminino nota-se a importância delas no mercado empreendedor. Marque em seu ponto de vista a melhor afirmativa.

- Possibilidade de mais emprego.
- Crescimento da cidade.
- Melhoria na qualidade de vida.
- realização profissional

APÊNDICE – ENTREVISTA

1. Como surgiram as Lojas Surya? Conte-me um pouco da história da criação do empreendimento.
2. Desta forma, qual foi o principal fator motivacional na tomada de decisão de tornar-se empreendedora?
3. Segundo Fillion (pesquisador da área), a mulher empreendedora desempenha o papel de aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação. Gostaria de saber se houve e como se deu o processo de avaliação dos riscos no que se refere à abertura de uma loja de roupas em Patos-PB.
4. O estilo de liderança pode ser um fator determinante para o sucesso contundente de uma empresa. Como você descreveria o seu estilo de liderança? Houve resistência por parte dos colaboradores por você ser uma mulher?
5. Sabe-se que toda e qualquer empresa possui algum tipo de relação no mundo corporativo. Como se dá a sua relação com outras empresas? Ocorreu algum tipo de preconceito relacionado ao fato da Loja Surya ser liderado por uma mulher?
6. O seu empreendimento sofreu dificuldades relacionadas ao seu cargo de liderança por você ser do gênero feminino? Se sim, quais foram?
7. Em sua opinião, quais as principais habilidades gerenciais que um dirigente deve ter? Essas habilidades possuem diferenças em detrimento do gênero do (a) empreendedor (a)?
8. Você consegue observar-se como uma empreendedora de destaque na cidade de Patos-PB, e perceber que o seu empreendimento possui grande influência socioeconômica no município?
9. Atualmente, vivencia-se um cenário caótico no âmbito econômico do país. Em especial, na cidade de Patos que passa por uma fase política emblemática. De que modo você procura minimizar os riscos e tolerar as incertezas da economia?

10. A discussão sobre a diferenciação entre as características femininas e as masculinas no ambiente de trabalho é alvo de muito debate. De um modo geral, as organizações estão impregnadas de valores masculinos. Afinal de contas, apesar das oportunidades que vêm surgindo, a maioria das empresas ainda é um ambiente majoritariamente masculino. Como você avalia a influência do movimento da igualdade de gênero levando em consideração o meio corporativo?