



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

**BEATRIZ DE MORAIS SILVA**

**ANÁLISE DOS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO  
SETOR AUTOMOTIVO NA CIDADE DE PATOS - PB.**

**PATOS - PB  
2023**

BEATRIZ DE MORAIS SILVA

**ANÁLISE DOS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO  
SETOR AUTOMOTIVO NA CIDADE DE PATOS - PB.**

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

**Área de concentração:** Empreendedorismo

**Orientador:** Prof. Me. Amanda Maria de Jesus

**PATOS - PB**

**2023**

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

S586a Silva, Beatriz de Morais.  
Análise dos desafios do empreendedorismo feminino no setor automotivo na cidade de Patos - PB [manuscrito] / Beatriz de Morais Silva. - 2023.  
27 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Profa. Ma. Amanda Maria de Jesus, Coordenação do Curso de Administração - CCEA. "

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Desafios. 4. Setor automotivo. I. Título

21. ed. CDD 650.1

BEATRIZ DE MORAIS SILVA

ANÁLISE DOS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO  
SETOR AUTOMOTIVO NA CIDADE DE PATOS - PB.

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

**Área de concentração:** Empreendedorismo

Aprovada em 30/11/2023

**BANCA EXAMINADORA**

*Amanda Maria de Jesus*

---

Prof. Me. Amanda Maria de Jesus (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Documento assinado digitalmente



BRUNA CORDEIRO DE SOUSA  
Data: 05/12/2023 21:25:18-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Me. Bruna Cordeiro de Sousa  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Documento assinado digitalmente



MARY DAYANE SOUZA SILVA  
Data: 06/12/2023 17:04:00-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Dra. Mary Dayane Souza Silva  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, que permitiu que os meus planos coincidissem com os dEle para minha vida, por me manter firme e persistente durante a realização desse trabalho e ao longo da minha jornada acadêmica.

A minha mãe Socorro, que é minha base, alicerce e maior motivação para tudo o que realizo. Ao meu namorado Alam, pela força, apoio e incentivo durante a realização desse trabalho, e por impulsionar o meu crescimento pessoal e profissional.

Gratidão imensa, a minha orientadora Amanda, por todo auxílio e disponibilidade, para me ajudar na construção desse trabalho.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
2	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	11
2.1	Empreendedorismo .....	11
2.1.1	Processo Empreendedor .....	13
2.2	A importancia da mulher no mercado de trabalho.....	14
2.3	Desafios enfrentados pelas líderes femininas nas organizações.....	15
3	<b>METODOLOGIA</b> .....	18
4	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	20
5	<b>CONCLUSÃO</b> .....	23
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	25
	<b>APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS</b> .....	28

## **ANÁLISE DOS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO SETOR AUTOMOTIVO NA CIDADE DE PATOS - PB.**

Beatriz de Moraes Silva<sup>1</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo apresenta pesquisa realizada sobre o tema empreendedorismo feminino no sertão da Paraíba, mais precisamente na cidade de Patos, com as empreendedoras do setor automotivo. O estudo teve por objetivo analisar o empreendedorismo feminino no setor automotivo e identificar os desafios enfrentados por elas nessa área. Dessa forma, buscou-se obter dados por meio de entrevistas aplicadas com essas empreendedoras. A pesquisa pode ser classificada como de abordagem qualitativa, com objetivos exploratórios, desenvolvida através de um estudo de campo, visando conhecer o campo do empreendedorismo feminino no setor automotivo na cidade de Patos-PB. Buscou-se coletar dados das empreendedoras visando conhecer a histórias dessas mulheres, que caminhos e desafios as levaram a vida de empreendedoras neste ramo. A partir das análises dessa pesquisa, visou-se obter dados para localizar e tentar apresentar soluções que favoreçam o desenvolvimento do empreendedorismo feminino na cidade de Patos, apontando ações que possibilitem a solução de alguns dos obstáculos desse mercado, identificando as dificuldades do empreendedorismo feminino, nas quais podemos destacar os preconceitos ainda enraizados na sociedade. Portanto, se conclui que é necessária uma análise, e a adoção de políticas que favoreça a conscientização e ações com condições igualitárias para o empreendedorismo feminino.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Desafios. Setor automotivo.



## **ANALYSIS OF THE CHALLENGES OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE AUTOMOTIVE SECTOR IN THE CITY OF PATOS - PB.**

### **ABSTRACT**

This article presents research carried out on the topic of female entrepreneurship in the backlands of Paraíba, more precisely in the city of Patos, with female entrepreneurs in the automotive sector. The study aimed to analyze female entrepreneurship in the automotive sector and identify the challenges they face in this area. Thus, we sought to obtain data through interviews with these entrepreneurs. The research can be classified as a qualitative approach, with exploratory objectives, developed through a field study, aiming to understand the field of female entrepreneurship in the automotive sector in the city of Patos-PB. We sought to collect data from entrepreneurs in order to learn about the stories of these women, what paths and challenges led them to become entrepreneurs in this field. Based on the analysis of this research, the aim was to obtain data to locate and try to present solutions that favor the development of female entrepreneurship in the city of Patos, pointing out actions that enable the solution of some of the obstacles in this market, identifying the difficulties of female entrepreneurship, in which we can highlight the prejudices still rooted in society. Therefore, it is concluded that an analysis is necessary, and the adoption of policies that promote awareness and actions with equal conditions for female entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Challenges. Automotive sector.

## 1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que a força do trabalho feminino vem conquistando mais espaço no mercado. A inserção do feminismo foi marcada por dificuldades e desigualdades, e durante o decorrer do tempo, a mulher começou a lutar contra os preconceitos e as discriminações, e até os dias atuais seguem lutando para conseguir espaço de igualdade entre os sexos.

O empreendedorismo foi uma atividade estritamente masculina até algumas décadas atrás, quando surgiu o fenômeno de feminização do trabalho. Segundo Fernandes, Campos e Silva (2013), esse fenômeno foi um dos principais fatores que possibilitaram o surgimento e desenvolvimento do empreendedorismo feminino no mundo dos negócios.

O primeiro e grande impulso recebido pelo empreendedorismo feminino foi dado pelos Estados Unidos nos anos de 1980. Antes da década de 80, havia uma limitação ao acesso à educação sobre gestão empresarial e ao capital de investidores. A partir de então, o desenvolvimento do empreendedorismo feminino passou por duas gerações: a primeira geração de empreendedoras era constituída por mulheres com um tipo de formação liberal influenciada pela área artística, sem base em finanças, marketing e operações e pouca experiência em negócio empresarial (MACHADO, 2012). A segunda geração de mulheres empreendedoras teve início na década de 1980, avançando no campo dominado pelos homens, expandindo sobre setores financeiros, de construção, de seguros. E nos dias atuais, as mulheres seguem explorando áreas que são vistas de forma predominantemente masculinas, como o ramo de automóveis.

Segundo a Automotive Business, o setor automotivo é um dos maiores setores do mercado, ele move a economia e impacta diretamente todos os outros. Também conhecido como indústria automotiva, ele faz parte do mercado e toda a indústria funciona como uma cadeia de produção, cheia de subsetores. Um subsetor depende do outro para criar o produto final que é o carro, como um efeito dominó. O número de mulheres na gestão e atuantes neste ramo cresceu nos últimos anos, mas ainda está longe da equidade, uma vez que elas ocupam um percentual ainda inferior aos homens. No segmento automotivo ainda existem preconceitos enraizados, tendo

em vista que sempre foi um nicho culturalmente masculino. A presença feminina no mercado automotivo é de extrema importância em vários aspectos, um deles é acabar com os estigmas que muitas delas ainda enfrentam, além disso, a representatividade feminina, que funciona como uma poderosa ferramenta de transformação social, essas mulheres trazem uma perspectiva valiosa para o segmento, para além dos estereótipos de cordialidade e diplomacia.

Nesse contexto, observa-se que não há uma grande conscientização dentro das organizações a respeito da participação da mulher no mercado de trabalho. Assim, se faz relevante reconhecer que a equidade de gênero e o alcance desse espaço para as mulheres ainda é um desafio, visto que por mais de um século esse segmento foi dominado por homens. Logo, é necessário compreender: Quais os desafios enfrentados por essas mulheres para empreender no setor automotivo?

Dessa forma, o objetivo geral deste artigo busca verificar os desafios do empreendedorismo no setor automotivo e por sequência, os objetivos específicos estão voltados para identificar as características dessas empreendedoras, compreender a motivação para o desenvolvimento do negócio e demonstrar a forma como estas mulheres lidam com as barreiras e dificuldades que encontram. O número de mulheres empreendedoras progrediu consideravelmente nos últimos anos, apesar disso, mesmo em meio a inúmeras dificuldades, as mulheres continuam lutando por mais oportunidades de crescimento, e principalmente respeito profissional e social.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Empreendedorismo**

Empreendedorismo é o principal estudo direcionado ao aperfeiçoamento de oportunidades e à criação de novos negócios para a capitalização. O empreendedorismo tende suprir as necessidades dos consumidores e empreendedores e daqueles que pretende ser um empreendedor. De acordo com Drucker (1974), empreendedorismo é: prática; visão de mercado; evolução, e diz ainda:

“Trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro,

transformando-se em um negócio diferente”. [...] Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática. (DRUKER, 1974: p25).

Segundo o autor, ser empreendedor é ter sua própria prática e visão de futuro, para que seus sonhos se realizem, sempre inovar e desenvolver novos negócios. O empresário busca a inovação através do empreendedorismo que é essencial na sociedade, preocupando-se em transformar conhecimentos em novos produtos.

A inovação, os perigos e a criação de riquezas foram aperfeiçoados, no estudo da criação de novos empreendimentos (HISRICH; PETERS, 2004).

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

De acordo com esses autores, os empreendimentos são uma alta probabilidade de risco, afirmam que "o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudança na estrutura do negócio e da sociedade". (HISRICH; PETERS, 2004, p. 33).

Com o passar dos anos o empreendedor foi evoluindo e tornando-se mais complexo, a partir de sua originalidade na Idade Média. O método de empreender foi ampliado não com a ocupação, mas sim com os conceitos atrelados a pessoa. Chiavenato (2005), afirma que no mundo dos negócios os empreendedores são os heróis populares. Ser empreendedor é saber lidar com os desafios, é satisfazer aos gostos dos clientes, estar preparado com as mudanças do mercado, e saber inovar constantemente.

O estudo anual realizado pelo GEM - Global Entrepreneurship Monitor fez surgir duas definições gerais de empreendedorismo, de acordo com Dornelas (2008): o empreendedorismo de oportunidade e o empreendedorismo de necessidade. O primeiro caracteriza-se como oportunidade, segundo Dornelas (2008, p. 13), que consiste por o empreendedor “saber aonde quer chegar, criar uma empresa com planejamento prévio, ter em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visar à geração de lucros, empregos e riqueza”. A segunda definição é o

empreendedorismo de necessidade, caracterizado pela falta de opção e alternativas de trabalho, o que faz com que impulse o cidadão a buscar o próprio sustento e o da sua família no estabelecimento de atividades profissionais “por conta própria”.

### 2.1.1 Processo Empreendedor

Segundo Dornelas (2008, p. 24) a decisão de tornar-se empreendedor ocorre devido a diversos fatores que podem ser externos, ambientais, sociais, aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores, que são críticos para o surgimento e o crescimento de uma nova empresa. O processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores favorece o início de um novo negócio. Quando se pensa em inovação, a semente do processo empreendedor remete-se naturalmente ao termo inovação tecnológica. Nesse caso, existem algumas especificidades que devem ser entendidas para que o processo empreendedor ligado a empresas de base tecnológica seja entendido. As inovações tecnológicas têm sido o diferencial do desenvolvimento mundial. E o desenvolvimento econômico é dependente de quatro fatores críticos, que devem ser analisados, para então se entender o processo empreendedor (Figura 1).

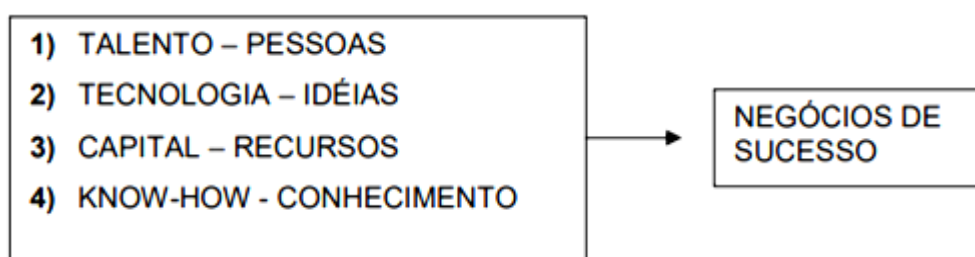


Figura 1 Fatores críticos para o desenvolvimento econômico (Smilor & Gill, 1986)

Fonte: Dornelas, 2008.

O talento empreendedor é fruto da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas que fazem acontecer. Onde existe este talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. Mas talento sem idéias é como uma semente sem água. Quando o talento se une à tecnologia e as pessoas têm boas idéias viáveis, o processo empreendedor está prestes a ocorrer. Mas, falta ainda uma peça essencial para que o negócio vire realidade: o capital. O componente fundamental é o know – how, ou seja, o conhecimento e a habilidade de fazer

convergir em um mesmo ambiente o talento, a tecnologia e o capital que fazem a empresa crescer, (Tornatzky et al., 1996) citado por Dornelas (2008, p. 26).

Segundo Dertouzos (1999), citado por Dornelas (2008, p.26), a inovação tecnológica possui quatro pilares, os quais estão de acordo com os fatores anteriormente apresentados: Investimento de capital de risco, Infra – estrutura de alta tecnologia, Idéias criativas e Cultura empreendedora focada na paixão pelo negócio.

Ainda segundo Dertouzos, citado por Dornelas (2008, p. 26), esses quatro ingredientes são raros, pois, em sua concepção, primeiro vem a paixão pelo negócio e depois o dinheiro, o que contradiz a corrente de análise econômica, a qual pressupõe que deve haver um mercado consumidor e conseqüentemente possibilidades de lucro com o negócio. Diante dessas considerações, pode-se então entender as fases do processo empreendedor: 1. Identificar e avaliar a oportunidade; 2. desenvolver o plano de negócios; 3. determinar e captar os recursos necessários; 4. gerenciar a empresa criada. Embora as fases sejam apresentadas de forma sequencial, nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte. Por exemplo, ao se identificar e avaliar uma oportunidade, o empreendedor deve ter em mente o tipo de negócio que deseja criar.

## **2.2 A Importância da Mulher no Mercado de Trabalho**

Uma grande mudança vem sendo percebida na sociedade com o aumento do empreendedorismo feminino, as mulheres estão conquistando dia a dia seu espaço e ocupando posições que antes eram direcionadas apenas aos homens. A participação da mulher no mercado de trabalho, vem mostrando que são capazes de desempenhar diversos papéis e lidar com responsabilidades e tarefas. A maioria das mulheres possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar, sendo essas uma das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso.

No setor automotivo, essas características facilitam o trabalho, que requer facilidade de relacionamento, possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador. Visto que, torna-se um grande avanço em relação aos homens, a

eficiência das mulheres é ótima para o sucesso do empreendimento. Embora, ainda quando se trate de salários, a mulher continua em desvantagem, como mostra uma pesquisa feita pelo (IBGE 2008), na qual as mulheres estudaram mais que os homens, 59,9% delas estudaram onze anos ou mais, contra 51,9% deles, mesmo ocupando as mesmas funções, elas ganham simplesmente, 40% a menos que eles.

Para Lages, apesar de a escolaridade das mulheres ser comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e remuneração tendem a ser inferiores e ainda, podem ser consideradas limitadas as oportunidades de inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando estas mais restritas a alguns setores do mercado. (LAGES, 2008, p. 3).

No entanto, a mulher não deixa de ser melhor ou incapaz no seu trabalho, com muita determinação e sensibilidade ela derruba tabus para ocupar seu espaço no meio empresarial.

### **2.3 Desafios Enfrentados Pelas Líderes Femininas nas Organizações**

A liderança pode ser definida como um relacionamento, um processo de ajuda mútua entre o líder e os seguidores. Pode-se dizer que não depende apenas do líder, pois deve haver uma influência mútua entre as expectativas e os objetivos que ambos devem seguir. As organizações são moldadas de acordo com quem as lideram, tornando assim, os princípios básicos comuns a toda a organização, em que são utilizados os valores e crenças que guiam para estabelecer metas e adequar um comportamento padrão dentro da organização.

"O estilo de liderança é um conjunto de comportamentos que representa a orientação de como se comportar com os subordinados" (FONSECA, 2013, p. 50). Para este fim, a liderança é caracterizada por três estilos diferentes: liderança autocrática, na qual o líder é rígido e intrusivo; liderança liberal, na qual o líder deixa cada um à sua própria sorte; e liderança democrática, na qual o líder participa, aconselha e orienta o grupo. Para Chiavenato (2006, p.18-19): "A liderança é necessária em todos os tipos de organização humana, seja nas empresas, seja em cada um de seus departamentos. Ela é essencial em todas as funções da Administração: o administrador precisa conhecer a natureza humana e saber conduzir as pessoas, isto é, liderar".

Desse modo, levando em consideração as características das mulheres no

processo de liderança, em um estudo sobre o comportamento organizacional, Robbins (2009) expõe que há diferença no estilo das negociações entre mulheres e homens. Para Araújo (2009), o estilo democrático é mais utilizado por lideranças femininas, onde as estratégias e os objetivos são definidos por suas lideranças e seus seguidores, de maneira democrática. Eagly e Carli (2007), por sua vez, apontam que, enquanto que os homens superam as mulheres nos aspectos de liderança transacional, com ações corretivas e disciplinares, as líderes femininas se destacaram como mais na liderança transformacional, principalmente quando se trata de dar apoio e encorajamento aos subordinados.

Robbins (2009) cita: um estereótipo comum define as mulheres como mais cooperativas, agradáveis e voltadas para o relacionamento nas negociações. Tais características não se restringem ao ambiente interno da organização, uma característica intrínseca da mulher é a sua preocupação com os outros em sua relação com os colaboradores, até fornecedores e clientes. Assim, ao adotarem um estilo mais participativo e colaborativo em relação aos homens, as mulheres procuram formas de projetar autoridade sem depender de ações autocráticas (EAGLY E CARLI, 2007). O estudo de Tonani (2011) coloca em questão características femininas hoje bem aproveitadas nas organizações. A mulher aumentou sua participação no mercado de trabalho, utilizando da sua capacidade de administrar conflitos, ser empática, gerir pessoas com mais responsabilidade emocional e de persuasão, dentre outros inúmeros pontos positivos e necessários no nosso contexto atual (TONANI, 2011).

Por outro lado, Hryniewicz e Vianna (2018) apontam que apesar das importantes conquistas das mulheres perante o mercado de trabalho, as desigualdades históricas de gênero ainda persistem se levarmos em conta que as mulheres ainda são minorias quando mencionamos cargos de alta gerência e posições executivas. O papel da mulher na liderança das organizações ainda apresenta alguns desafios e o maior desafio é mostrar para essas mulheres que vale a pena assumir um papel de liderança.

Nesse contexto, Eagly e Carli (2007) acreditam que labirinto é a metáfora ideal para o que as mulheres enfrentam em seus empreendimentos profissionais:

A passagem por um labirinto não é simples ou direta, mas requer persistência, consciência do próprio progresso e uma análise cuidadosa dos



quebra-cabeças que temos pela frente. É esse significado que pretendemos transmitir. Para as mulheres que aspiram à liderança de topo, os caminhos existem, mas são cheios de voltas e reviravoltas, inesperadas e esperadas. Como todos os labirintos têm uma rota viável para o centro, entende-se que os objetivos são alcançáveis. A metáfora reconhece obstáculos, mas não é desencorajadora. (EAGLY e CARLI, 2007, p. 03)

Ao longo dos anos, as mulheres enfrentaram grandes dificuldades para inserir-se no mercado de trabalho, como ausência de equidade na participação, nas posições ocupadas e a desigualdade na remuneração em relação aos homens. Traduzindo assim, como uma realidade de indicadores de discriminação, o que demonstra a necessidade de discutir dentro das organizações o pensamento político de inserção e fortalecimento da mulher na sociedade, na economia e no desenvolvimento das organizações. (MEDEIROS, 2014).

Complementando esse entendimento, segundo Rossi (2014) existe algumas razões para o cenário ser ainda tão desfavorável às mulheres, alguns especialistas apontam que as empresas têm grandes culpas, pois desestimulam as executivas a buscar a ascensão na carreira, são poucas as companhias que adotam políticas que estimulem as profissionais a conciliar demandas pessoais e profissionais, utilizando, por exemplo, de flexibilidade no horário de trabalho e licença-maternidade estendida.

Temóteo (2013), aponta que o machismo e o preconceito são os principais motivos que dificultam o poder das mulheres nas empresas, onde um grande problema é o de alguns homens dizerem que ficam constrangidos quando liderados por uma mulher.

Complementando este pensamento, Eagly e Carli (2007) apresentam cinco obstáculos que as mulheres enfrentam quando se trata de cargos em posições de liderança:

- Vestígios de preconceito: homens com maiores benefícios salariais e progressões mais rápidas de carreira em relação às mulheres.
- Resistência à liderança feminina: por trás da discriminação está um conjunto de associações mentais compartilhadas sobre mulheres, homens e líderes. Onde mulheres e homens são colocados com características diferentes, remetendo ao papel masculino o de liderança.

- Questões de estilos de liderança: o papel de líder está mais associado aos homens que as mulheres, onde as líderes femininas buscam constantemente um estilo de liderar apropriado e eficaz, onde as mulheres buscam um perfil mais participativo e colaborativo do que os homens.
- Exigências da vida familiar: embora os homens participem cada vez mais da vida doméstica, a maior parte desta responsabilidade recai sobre a mulher. Tornando assim as mulheres em desvantagens com relação às horas trabalhadas por ano, os anos de experiência e diminuindo assim, o progresso em sua carreira.
- Subinvestimento em capital social: o capital social se acumula de partes "não essenciais" do trabalho, mas que são extremamente essenciais para o desempenho habilidoso das tarefas gerenciais. E mesmo com tempo suficiente, as mulheres podem sentir dificuldades em se beneficiar dessas redes informais se forem uma pequena minoria.

De maneira complementar a estes obstáculos, Hryniewicz e Vianna (2018), citam ainda a maternidade e discutem o fato de mulheres sem filhos sofrerem menos preconceito. Ao falar em gravidez e trabalho, Sandberg (2013) relata o fato de as mulheres, muitas vezes, planejarem antecipadamente este momento em suas vidas, o que pode ocasionar em pequenas decisões ao longo da carreira que afetarão seu futuro profissional, ou seja, fazem sacrifícios ao longo deste processo a fim de suprir as necessidades de ter uma família.

Por fim, considerando todo este cenário de desafios, conforme Eagly e Carli (2007), mulheres e homens precisam compartilhar da liderança de forma igualitária, com maior entendimento do que impede a liderança com equilíbrio de gênero e as mulheres, em especial, compreendam as barreiras que enfrentarão em seu caminho profissional, tomando decisões acertadas para chegar a sua realização profissional.

### **3 METODOLOGIA**

Essa seção tem como finalidade mostrar através de uma pesquisa de caráter exploratório, os procedimentos metodológicos para se construir os resultados e discussões deste artigo.

De acordo com Gil (2002) a pesquisa exploratória tem como finalidade proporcionar maior aproximação com o problema, onde seu planejamento é flexível abrangendo os mais variados aspectos com relação ao que se busca estudar, na maioria dos casos a pesquisa de caráter exploratório pode assumir forma de um estudo de caso. Já as pesquisas descritivas se propõem a pesquisar dados e levantar opiniões, atitudes e crenças de um determinado lugar, onde busca descrever as características de um grupo, utilizando-se de técnicas como coleta de dados, questionário, entre outros para obter os resultados que se pretende estudar (GIL, 2002).

As abordagens de pesquisas podem ser classificadas como: Qualitativa, Quantitativa e Mista. Neste artigo foi escolhida a abordagem de caráter qualitativo, que segundo Oliveira (2011), as informações coletadas através desse método são de caráter descritivo, a entrevista deve ser feita através do contato direto entre o pesquisador e o entrevistado.

A pesquisa pode ser classificada como estudo de campo, onde procura-se muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população segundo determinadas variáveis, o estudo de campo apresenta muito maior flexibilidade. (GIL, 2008.)

Para essa amostra não estatística, foram realizadas entrevistas com três empreendedoras, para entender e encontrar divergências e singularidades entre elas, e identificar os desafios da realidade de cada uma delas. O sujeito de pesquisa foi determinado por conveniência, pois constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. (GIL, 2008.)

Os dados desta pesquisa serão coletados por meio de entrevistas que seguem um roteiro semiestruturado, que consiste em um modelo de entrevista flexível, ou seja, possui um roteiro prévio. Desse modo, Gil (2002) destaca que a entrevista semiestruturada, permite que o entrevistador retome a questão original ao perceber desvios, ao passo que o entrevistado tem a liberdade de falar abertamente sobre o assunto elencado.

A entrevista foi direcionada ao público-alvo do estudo, na busca por entendimento sobre os obstáculos do empreendedorismo feminino no setor automotivo. A ideia foi conhecer as percepções que cada empreendedora tem, que

caminhos e decisões precisaram tomar para conquistar o seu negócio e os desafios que elas enfrentam no seu dia a dia.

Após envio de convites, para a confirmação desses encontros foram entrevistadas três empreendedoras, em diferentes estágios de vida e tempo de empreendimento, as entrevistas foram realizadas duas presencialmente e uma por meio de comunicação na modalidade online, devido a indisponibilidade de tempo da mesma para entrevista presencial.

O tratamento dos dados se deu por meio de uma análise interpretativa, sendo transcrito apenas os trechos mais importantes para formulação da análise, destacados e analisado individualmente. Ao fim do processo de coleta e análise de dados se buscou identificar se os dados obtidos contribuem na construção de uma resposta a problemática desse estudo. A partir das análises dessa pesquisa, visa-se obter dados para localizar e compreender os desafios na atuação desse mercado, e tentar contribuir com soluções que favoreçam estas mulheres no empreendedorismo feminino neste ramo na cidade de Patos, apontando determinadas ações que possibilitem a solução de alguns dos obstáculos neste setor.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Neste capítulo será feita a discussão acerca dos resultados encontrados. Nesta pesquisa foram entrevistadas 3 empreendedoras do ramo automotivo, todas elas atuavam em concessionárias, que são empresas de grande porte na cidade de Patos-PB.

Constatou-se que este mercado na cidade de Patos-PB, abrange empreendedoras com faixa etária distintas, abrangendo de 28 a 31 anos, bem como mais de 50 anos. Verificou-se ainda que todas elas têm grau de escolaridade superior completo, duas das três empreendedoras são solteiras e sem filhos. Sobre o início da trajetória como empreendedoras, 2 entre as 3 começaram a empreender porque herdaram a diretoria da empresa, a terceira entrevistada por decisão de empreender nesta área junto com seu esposo.

Duas entrevistadas, que fazem parte da mesma empresa, informam que, ser empreendedor é entender a necessidade das pessoas, o que move, o que motiva as

peças a quererem algo. Elas se consideram além de empreendedoras, também vendedoras, pois quando se empreende algo, você vai vender algo para alguém, se faz necessário entender e saber se tem público para atuar. Apontam também, que são empreendedoras por oportunidade e explicam que obtinham a opção de seguirem suas carreiras profissionais, mas optaram por empreender, identificaram a oportunidade e foram por este caminho, visando crescimento. A terceira entrevistada, também se caracteriza como uma empreendedora por oportunidade, optou por empreender neste setor, por acreditar ser um mercado com potencial de crescimento e também pela paixão por carros, sendo algo que realmente gostaria de fazer. Ela afirma que se sente uma empreendedora e que para ser empreendedor é necessário gostar do que faz e entender o que deseja alcançar.

No aspecto de desafios e dificuldades, por serem mulheres no setor que atuam, as entrevistadas relatam que são intituladas como pessoas que não entendem o que estão fazendo, sem competências por serem muito femininas, afirmam que o maior entrave que dificulta o trabalho delas neste ramo, muitas vezes é a falta de credibilidade, ainda voltada ao gênero e destacam que as oportunidades e obstáculos para homens e mulheres não são as mesmas. Ressaltam algumas dificuldades e obstáculos enfrentados por elas: tentativas de prejudicar a gestão das mesmas na empresa, críticas, comparações, desvalorização, descrença das outras pessoas no negócio, diferença no reconhecimento, na forma de tratamento e o machismo ainda presente.

As empreendedoras mostram que são capazes de desenvolver diversos papéis, embora o preconceito ainda exista, mesmo sendo sócia ou diretora, existe diferenciações e machismos, elas convivem com isso no dia a dia, mas é somente uma barreira que elas passam por cima. Desse modo, o relato das entrevistadas corrobora com o estudo de Eagly e Carli (2007), que apresentam alguns obstáculos que as mulheres enfrentam quando se trata de cargos em posições de liderança. Além disso, vai de encontro com o pensamento de Temóteo (2013), onde aponta que o machismo e o preconceito são os principais motivos que dificultam o poder das mulheres nas empresas.

As empreendedoras afirmam que, a característica mais importante em um líder é ter humanidade, que antes de tomar qualquer decisão necessária, se colocam no lugar para melhor compreensão da situação, também destacam que um líder deve

conhecer sua equipe, ser um exemplo e que deve ajudar a equipe a alcançar seus objetivos, mostrando o caminho certo a ser seguido, acompanhando e sendo um facilitador. Confirmando assim, o pensamento do autor Araújo (2009), onde menciona que o estilo democrático é mais utilizado por lideranças femininas, onde as estratégias e os objetivos são definidos por suas lideranças e seus seguidores, de maneira democrática e também de acordo com Eagly e Carli (2007), pois apontam que as líderes femininas se destacam mais na liderança transformacional, principalmente quando se trata de dar apoio e encorajamento aos subordinados. Ainda sobre liderança, as entrevistadas ressaltam sentir dificuldade em liderar uma equipe que tem mais homens, pois notam a diferença na aceitação e também no tratamento, como não ser ouvida quando direciona alguma "ordem" ou quando são interpretadas de maneira equivocada pelos homens quando apenas estão sendo educadas, por esta razão precisam adotar uma postura mais séria, em alguns momentos.

As entrevistadas afirmam que se fez e faz necessário muito estudo, preparação constante e conferem sempre com seus funcionários o desempenho, a opinião deles sobre o funcionamento e atuação, em reuniões feitas mensalmente. Uma delas pontua que não tinha experiência na área, mas buscou conhecimentos e constantemente se atualiza para manter a empresa. Conclui que sempre verifica com os funcionários o andamento dos trabalhos, para saber o que estão achando e que gosta de mantê-los sempre perto.

Com os dados iniciais podemos observar que o empreendedorismo surgiu na vida dessas mulheres em diferentes momentos da vida, porém todas viram a oportunidade e decidiram enfrentar. Segundo alguns autores existem diferentes tipos de capital humano para identificar oportunidade onde há três tipos de conhecimentos: o de mercado; as maneiras para atender os mercados; e, os problemas dos clientes. Esses conhecimentos direcionam a identificar as oportunidades que cada empreendedor encontra ao longo da vida. (FREITAS, TEXEIRA; SHADE).

Com as entrevistas, as empreendedoras explicaram que enfrentam algumas dificuldades e entraves por serem mulheres em cargos de liderança neste tipo de segmento, que buscaram e constantemente buscam conhecimento para levar os seus negócios, mas que tudo o que acontece requer uma maior dedicação e persistência diante dos obstáculos. Todas as entrevistadas afirmam que se sentem empreendedoras e que para ser um empreendedor é importante entender as

necessidades das pessoas e também gostar do que faz.

De acordo com dados obtidos das entrevistadas, as três empreendedoras apresentam similaridades quanto ao perfil de líder, prezando pelo bem estar do funcionário e da empresa, para que todos saiam ganhando, e fazem uma liderança na qual os liderados podem participar, opinando e sugerindo mudanças. Também se percebe que são exemplos que influenciam não só em palavras, e isso é muito válido, pois todos andam para o mesmo objetivo, caracterizando-as como líderes democráticas. Além disso, essas mulheres, afirmam que apesar dos obstáculos que sofrem no ramo que atuam por serem mulheres, amam empreender e que não imaginam fazer outra coisa. Que sempre buscam se capacitar e conhecer mais do mundo do seu negócio, para sempre se atualizar. O empreendedorismo feminino tem um grande potencial, tanto que vem crescendo de forma significativa nos últimos anos, porém ainda falta estímulos, valorização e a capacitação necessária e igualitária.

## **5 CONCLUSÃO**

Diante da história da mulher, toda sua luta social em busca de ocupar e conquistar seu espaço, esse artigo propôs estudar os desafios ainda enfrentados por mulheres que empreendem no setor automotivo.

As mulheres vêm conseguindo cada vez mais ocupar seu espaço dentro do empreendedorismo, ganhando visibilidade pouco a pouco, apesar dessas conquistas se darem aos poucos. Sendo assim, este artigo trouxe respostas enquanto a forma como essas mulheres enxergam o empreendedorismo, se elas se sentem empreendedoras, a forma como essas mulheres lideram suas equipes, se elas sofrem algum preconceito e dificuldade por serem mulheres atuando em um setor predominantemente masculino e qual o estilo de liderança utilizado por elas.

As análises e resultados desse artigo mostraram que todas elas encontram dificuldades por serem mulheres atuando nesta área, que sofrem preconceitos e que muitas vezes sua capacidade, quanto empreendedora, é questionada, por esta razão. Essas empreendedoras se caracterizam como empreendedoras por oportunidade, diante das opções que obtinham de seguir suas carreiras profissionais de formação, mas optaram por empreender e são líderes democráticas, pois priorizam ser compreensivas, mais humanas diante a tomada de decisões, que existe satisfação

em empreender neste ramo e se identificam com o ramo que atuam, que gostam do que fazem, o que é uma motivação para levar os negócios adiante.

Diante disso, se pode concluir que as empreendedoras da cidade de Patos-PB, percebem os obstáculos para empreender nessa área, sendo os principais: críticas, comparações, desvalorização, diferença no reconhecimento, na forma de tratamento e o machismo ainda muito presente. Identificam que alguns desses entraves são fruto do tradicionalismo que ainda há enraizado na sociedade, não só relacionado aos homens, mas também mulheres, principalmente nas cidades de interior. Isso dificulta o crescimento e avanço dessas mulheres que precisam a todo momento, até mesmo, provar o quão capazes são de fazer o seu negócio acontecer.

Com essa pesquisa, espera-se ter contribuído para essa área tão promissora, alvo ainda de poucos estudos. Sendo assim, essa pesquisa vem aprofundar o conhecimento sobre o perfil das mulheres empreendedoras e seus principais desafios. Além disso, servir como subsídio para formulação de futuras políticas públicas na área do empreendedorismo feminino.

Como sugestões para pesquisas futuras, pode ser feita uma análise das motivações do empreendedorismo feminino em áreas e ramos específicos, como este, ou ainda, relacionar características empreendedoras relatadas nesta pesquisa comparando o estilo de gestão feminina com o masculino no empreendedorismo e também realizar uma análise histórica das dificuldades encontradas pelas mulheres no meio empreendedor.



## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Luis César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional.** – 2. Ed. – São Paulo: Atlas, 2009.

<https://automotivebusiness.com.br/pt/posts/diversidade/onde-estao-as-mulheres-do-setor-automotivo-entenda-a-participacao-delas-em-numeros/> <Acesso em: 23/08/2023.>

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública.** 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 3.ed. Rio de Janeiro:Elsevier, 2008.

Drucker, Peter Ferdinand.(1974). **Gestão: Tarefas, Responsabilidades, Práticas.** Nova York, NY: Harper & Row.

EAGLY, Alice; CARLI, Linda. **Women and the labyrinth of leadership.** Harvard Business Review, v. 85, n. 9, p. 62-71, 2007.

FERNANDES, J. A. T.; CAMPOS, F. de; SILVA, M. O. da. (2013). Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, junho de 2013. Disponível em url: <http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>. Acesso em 15/08/2023.

FONSECA, Lucia Helena Fonseca. **O líder nas organizações e evolução da liderança feminina**, 2013. Revista Semana Acadêmica. Disponível em. Acesso em: 21/10/2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4. ed São paulo, Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo-5**. Bookman Editora, 2004.

HRYNIEWICZ, Lygia Gonçalves Costa; VIANNA, Maria Amorim. **Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais**. Cad. EBAPE.BR, vol.16, n.3, 2018. <https://doi.org/10.1590/1679-395174876>

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em 20/09/2023.

<https://kostalbrasil.com.br/blog/4/dia-internacional-da-mulher-a-contribuicao-da-mulher-no-setor-automotivo> <Acesso em: 23/08/2023.>

LAGES, Sônia Regina Corrêa. (2008). **Mulheres na Encruzilhada – encontros e desencontros no discurso de mulheres possuídas pela entidade da Pomba-gira Cigana na Umbanda**. Tese de Doutorado, Instituto de Psicologia, Programa Eicos – Estudos de Comunidades e Ecologia Social, UFRJ, Rio de Janeiro

MACHADO, Fábio Braz. Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes. **XXXVI Encontro do ANPAD**. Rio de Janeiro/RJ – 22 a 26 de setembro de 2012.

MEDEIROS, Adriana Silva. **Liderança feminina nas organizações: discursos**

**sobre a trajetória de vida e de carreira de executivas** / por Adriana Silva Medeiros.  
– Porto Alegre, 2014

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração** UFG, 2011.

<https://www.reparacaoautomotiva.com.br/2023/03/22/as-mulheres-no-setorautomotivo/> <Acesso em: 23/08/2023.>

ROBBINS, Stephen Paul. **Fundamentos do comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

ROSSI, Lucas. **Mulheres ainda são poucas e sem poder nas empresas**. 2014.  
<https://exame.abril.com.br/revista-exame/poucas-e-sem-poder/>. Acesso em 20/09/2023.

SANDBERG, S.; SCOVELL, N. **Faça acontecer: mulheres, trabalho e a vontade de liderar**. 1.ed. Trad. por Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 2013

TEMÓTEO, Antônio. **Machismo e preconceito atrapalham mulheres dentro de empresas**. Correio Braziliense: 2013.

TONANI, Adriana Venturim. **Gestão feminina: um diferencial de liderança mito ou nova realidade**. VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. 2011.

## APÊNDICE A – ROTEIRO

### **1º Bloco: Perfil sócio demográfico do entrevistado:**

1. Naturalidade:
2. Grau de escolaridade:
3. Profissão:
4. Idade:
5. Estado civil:
6. Filhos:

### **2º Bloco: Compreendendo a história**

1. Fale um pouco sobre a história de sua vida.
2. Pra você, o que significa ser empreendedor?
3. Você se considera empreendedora? Por quê?
4. Você se considera uma empreendedora por oportunidade ou por necessidade?
5. Que tipos de habilidades e conhecimentos você precisa para administrar seu negócio?

### **3º Bloco: Identificando desafios enfrentados por estas mulheres e estilo de liderança utilizado por elas.**

1. Qual a principal motivação que te levou a atuar neste setor?
2. Sente algum tipo de resistência ou dificuldade por ser uma mulher empreendendo neste ramo? Quais?
3. De que forma hoje você avalia a gestão dos seus colaboradores?
4. Quais as características que você considera como mais importantes em um líder?
5. Quais os critérios que você utiliza para a sua tomada de decisão?
6. Existem desafios que já precisou enfrentar por ser mulher em um cargo de liderança? Como lida com essas situações?

7. Acredita que existe diferença na forma de liderar entre homens e mulheres?
8. Considera o seu modo de liderar eficaz? Porquê? Há algum aspecto que ainda pode ou deve melhorar?
9. Existe alguma ferramenta para avaliar seu desempenho? Quais?
10. O seu negócio reflete quem você é (seus valores pessoais, por exemplo)?  
Gosta do que faz?
11. Que mensagem gostaria de passar para as mulheres que estão iniciando o seu próprio negócio ou que desejam atuar/atuam no setor automotivo?