

EMPREENDEDORISMO FEMININO: o caminho percorrido pelas empreendedoras da cidade de Formiga – MG

Sanja Batista Galoneti; Anderson Alves Santos

RESUMO

A presença feminina no mercado de trabalho ao longo do tempo trouxe uma mudança de paradigma em relação ao gênero. A evolução deste conceito que antes se definia apenas pelas características biológicas de cada sexo, hoje é determinado pelas diferenças vividas na sociedade por cada sexo, a interpretação que estes tomam da sociedade e suas atividades produtivas. Este trabalho tem como objetivo descrever o caminho percorrido por mulheres empreendedoras da cidade de Formiga – MG. A pesquisa foi realizada com abordagem qualitativa. Os procedimentos técnicos utilizados foram pesquisas bibliográficas e estudo de caso. Os resultados obtidos revelaram que as mulheres empreendedoras hoje, não apresentam dificuldades pela questão de gênero, mas sim dificuldades com os problemas comuns ao gerenciar uma empresa.

PALAVRAS- CHAVE: empreendedorismo, gênero, trabalho, mulheres.

1 INTRODUÇÃO

Para uma melhor compreensão do papel da mulher na sociedade atualmente é essencial compreender o contexto histórico e a evolução de sua função com o passar do tempo.

As mulheres buscaram igualdade entre os gêneros em especial na década de 1970, em que os movimentos feministas tiveram destaque e o objetivo era a igualdade no contexto organizacional, o salário equitativo, igualdade dos estudos e a não separação e escassez do trabalho feminino. No entanto, é importante ressaltar que mesmo com todos os direitos identitários e o papel social da mulher conquistado, ainda não foram realizadas todas as rupturas possíveis e desejadas para se chegar a uma relação igualitária de gênero (SOUZA JÚNIOR; BENEVENUTO, 2012).

Diante deste cenário é perceptível a atuação cada vez maior de mulheres ocupando cargos de liderança em empresas e a criação de micro e pequenas empresas por elas, que assim, criam uma maneira de prosseguimento no mercado além de gerar novos empregos e riquezas, essenciais para o desenvolvimento do país. Como destaca Beauvoir (1967, apud

SOUZA JÚNIOR; BENEVENUTO, 2012, p. 4): “graças ao trabalho, a mulher diminuiu a distância que a separa do homem; só o trabalho pode garantir a real liberdade”.

As atuais empreendedoras, que antes realizavam as tradicionais tarefas de cuidar da casa e dos filhos, hoje concorrem de igual para igual com os homens e, mesmo assim não deixam de cumprir o papel de mãe e esposa. Tudo isso foi conquistado pela inserção feminina desde a década de 1970 na luta por seus interesses.

Levando-se em conta o crescimento do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho, é grande o interesse pelas dificuldades enfrentadas pelas mulheres na gestão de seus negócios, dificuldades estas relacionadas à questão de gênero, além dos obstáculos ao abrir seus negócios. Para a melhor compreensão destes fatores, este estudo procurou responder a seguinte questão: qual o caminho percorrido por mulheres de Formiga até se tornarem empreendedoras?

O objetivo deste estudo foi descrever quais as dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras da cidade de Formiga – MG, situada na região sudeste de Minas Gerais. Em especial o estudo buscou detalhar os fatores de gênero que influenciam o trabalho de empreendedoras e elencar dificuldades e apoios no percurso empreendedor da mulher formiguense. A pesquisa tomou, como base de dados, a Câmara da Mulher Empreendedora de Formiga – MG.

A Câmara da Mulher Empreendedora de Formiga – MG foi uma organização não governamental, com gestão administrativa e financeira própria, com vistas a integrar, incentivar e desenvolver o lado empresarial, social e políticos da mulher através do desenvolvimento e/ou apoio a projetos, eventos, campanhas, etc. Sua criação foi deliberada pela diretoria da Associação Comercial e Industrial de Formiga – ACIF, em 02 de agosto de 2005, com autonomia e gestão de funcionamento deliberada em 08 de Fevereiro de 2007.

A Câmara contava com um número ilimitado de associadas que eram admitidas, a juízo da diretoria, dentre pessoas idôneas que tinham interesse direto ou indireto no empreendedorismo, assim, mediante convite de algum membro ou mesmo manifestando sua vontade, mulheres integravam a Câmara da Mulher Empreendedora. Dentre seus direitos estavam: participar de todas as atividades da Câmara; propor a criação e tomar parte em comissões e grupos de trabalho; apresentar propostas, programas e projetos pessoais, de ação empreendedora, para crescimento individual ou coletivo; acesso a todos os livros de natureza contábil e financeira, bem como a todos os planos, relatórios e prestação de contas; votar e ser votado para cargos eletivos.

Consistiram nos objetivos da Câmara da Mulher Empreendedora de Formiga – MG: Integrar, incentivar e desenvolver o lado empresarial da Mulher criando e/ou apoiando projetos pessoais que visassem o empreendedorismo da associada da Câmara; Promover cursos, seminários, palestras, debates, para aprimorar as atividades a serem exercidas; Buscar o aprimoramento permanente nas relações entre empresa, governo e instituições de ensino e pesquisa; Elaborar projetos, firmar convênios e outras formas de parcerias com órgãos e entidades públicas e privadas financiadoras de recursos e, ou serviços na área de assistência social, para atendimento às necessidades de seus beneficiários; Estimular a participação da mulher no ambiente empresarial, defendendo e reivindicando melhoria para a economia municipal, estadual e nacional, dentro de princípios éticos, com vistas à paz e justiça social; Promover eventos e arrecadar doações para manutenção dos trabalhos da entidade e estimular a participação da Mulher na assistência social, defendendo e reivindicando melhoria nas condições de vida dos moradores da cidade de Formiga.

2 REFERENCIALTEÓRICO

Para responder aos objetivos propostos por este estudo faz-se necessário conhecer a história da mulher no mercado de trabalho e do empreendedorismo.

2.1 A inserção da mulher no mercado de trabalho Brasileiro

A inserção da mulher no mercado de trabalho deu-se pela necessidade de sua contribuição nos serviços ligados ao ganho financeiro familiar, com início na Revolução Industrial, absorvendo a mão de obra feminina pelas indústrias com o intuito de baratear os salários e por ser uma classe operária mais obediente (BAYLÃO; SCHETTINO 2014).

Hobsbawn (2000) evidenciou a aceleração e o crescimento do trabalho pelo complexo de transformações sociais e econômicas ocorridas nessa ocasião. Primeiramente foi industrializada a produção de algodão aumentando a importação das regiões tropicais e subtropicais que forneciam essa matéria prima. A indústria de algodão necessitava de mão de obra e esta devia ser barata. Por esse requisito fez-se necessário à contratação de crianças e mulheres na indústria têxtil inglesa que utilizavam a renda obtida como forma de complementar a renda da família. Para Perrot (2005, apud, RODRIGUES et al. 2015) as mulheres trabalhadoras eram acostumadas a obedecer e consideradas dóceis pelos patrões. Suas tentativas de greve não obtinham sucesso pela pouca aprovação feminina e menos ainda masculina.

No Brasil, segundo censo de 1890, as operárias estrangeiras representavam 34% do total de operários, geralmente empregadas na indústria têxtil, enquanto em 1894 na cidade de São Paulo elas representavam 67,62% do total de operários e em 1901 49,95% sem contar as crianças operárias do sexo feminino (RODRIGUES, 2015).

No século XIX com o desenvolvimento da tecnologia, muitas mulheres foram transferidas para fábricas. Diante desta maior participação feminina no mercado, leis passaram a beneficiá-las. Na Constituição de 32, ficou estabelecida a igualdade salarial para trabalhos de igual valor, sem distinção de sexo; vedou-se o trabalho feminino de 22h as 5h, passou a ser proibido despedir mulheres grávidas e criou-se a licença para mulheres grávidas durante oito semanas, quatro antes do parto e quatro depois do parto (PROBST, 2003).

Ainda conforme a autora acima, o alarmante é que mesmo após a inserção de leis para beneficiar o trabalho feminino, algumas formas de exploração não foram extintas. Ainda neste período, perduraram jornadas de trabalho de 14 a 16 horas por dia, salários continuaram baixos, as trabalhadoras se encontravam em condições prejudiciais à saúde, além de cumprirem obrigações a mais das que lhes eram possíveis. Uma das justificativas utilizadas para explicar a diferença salarial para homens e mulheres na execução do mesmo serviço, estava no fato de que, o salário do homem, também sustentava a mulher, sendo assim desnecessário um salário igualitário para elas.

Apesar dos obstáculos enfrentados no século XIX, as mulheres mostraram que seu potencial ia além de serviços de casa e assim, foram ganhando destaque no mercado de trabalho. Como confirmam os dados do Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE), em 2003 os empregos para mulheres cresceram em todas as faixas etárias. O gráfico abaixo demonstra este crescimento de mulheres economicamente ativas (População Economicamente Ativa, PEA feminino) e suas respectivas faixas etárias em 2003.

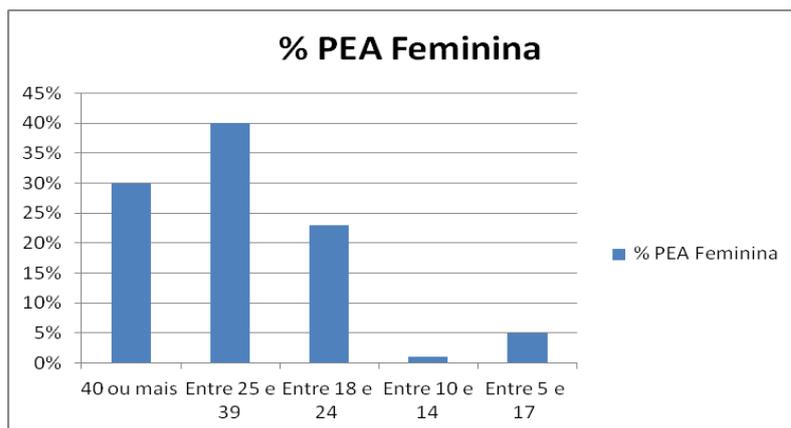


Figura 1 – PEA feminino 2003

Fonte: Dados da pesquisa, baseado no SEADE, 2003.

A força de trabalho feminina no Brasil representa 41% da força de trabalho, porém, apenas 24% se encontram ocupando cargos de gerência, ou seja, a diferença de gêneros ainda é um fator seletivo no mercado de trabalho. A questão que não é levada em conta é que as mulheres, além da tensão vivida no trabalho ainda passam pelos serviços domésticos, onde mesmo que o homem as ajude, instintivamente elas têm mais dedicação (PROBST, 2003).

A participação de mulheres em cargos de liderança cresceu ao longo do tempo, cerca de 5% de 1990 para 2000. O alarmante é que mesmo com essa aceitação da mulher em diversas funções no mercado, as mulheres brasileiras ainda recebem em média 71% do salário masculino (PROBST, 2003).

Considerando as relações de gêneros influenciadoras de assimetrias entre o trabalho feminino e masculino, é importante discutir as relações entre os sexos feminino e masculino, considerando que ambos os sexos têm igual capacidade de desenvolvimento.

2.2 A divisão sexual do trabalho

De acordo com Stancki (2003), a divisão social do trabalho, que consiste no processo em que as atividades de produção e reprodução podem ser especializadas, diferenciadas e desempenhadas por diferentes pessoas, pode ocorrer por meio da divisão das atividades de produção de bens e serviços de acordo com o sexo das pessoas que a realizam, ou seja, a divisão sexual do trabalho.

Hirata; Kergoat (2007) tomam como divisão sexual do trabalho a forma de separação do trabalho social resultante das relações sociais entre os sexos. A divisão dá significação

imediate aos homens pela área produtiva e à mulher o papel reprodutivo e, ao mesmo tempo, o papel masculino tem maior valor social agregado.

As sociedades contemporâneas foram classificando funções específicas de acordo com as individualidades apresentadas por cada gênero. No período colonial e imperial a mulher se encontrava em uma posição de obediência e ausência de direitos econômicos sociais e políticos (RODRIGUES, 2014).

A divisão do trabalho nas organizações também indica a divisão por gêneros. Neste sentido, Hirata e Kergoat (2007), destacam que trabalhos estáveis e com vínculo de trabalho formal, geralmente ligados a cargos de gerência, em grande maioria têm ocupação masculina já os trabalhos de menos responsabilidade são destinados às mulheres.

DeGraff e Anker (2004) asseguram que as teorias que explicam a desigualdade de gênero no mercado podem ser divididas em três grupos: 1) neoclássica; 2) segmentação do trabalho; e 3) teorias de gênero/feministas. Segundo o mesmo autor no primeiro grupo dá-se ênfase ao capital humano, a produtividade no mercado de trabalho e a racionalidade nas tomadas de decisões, o segundo defende que os mercados de trabalho estão limitados por fatores institucionais e outros que tornam o mercado segmentado de algumas formas, o último grupo, destaca as variáveis do trabalho fora do mercado e as razões por que as mulheres têm desvantagens na sociedade e, conseqüentemente, no mercado de trabalho. Ele ainda identifica outro tipo de segmentação de trabalho, a teoria da discriminação estatística. Nessa teoria, os empregadores têm o poderio de agir racionalmente na discriminação de grupos de trabalhadores considerados menos produtivos.

Ainda conforme DeGraff e Anker (2004) as mulheres por natureza ocupam uma posição subordinada. A elas cabe o papel de cuidar dos trabalhos domésticos e dos filhos, e o homem assume o papel de provedores.

Para Yannoulas (2002), a incorporação diferenciada pelos gêneros no mercado de trabalho é nomeada segmentação ou segregação dos mercados de trabalho baseada em gênero. A segmentação atribui atividades de setores específicos para mulheres com baixa ocupação na estrutura de produção. Estereótipos criados ao redor do gênero masculino e feminino são encarregados de conceder atributos aos sexos que influenciam as competências ligadas aos cargos (JONATHAN; SILVA, 2007).

Por meio das definições de segregação vertical e horizontal analisam-se outras características sobre segregação citada por Hirata; Kergoat (2007). A primeira retrata o distanciamento das trabalhadoras mulheres de cargos de chefia, determinados geralmente pela falta de qualificação feminina, resistência de comando masculino e descontinuidade de

carreiras. A divisão horizontal de trabalho, segundo Yannoulas (2002), uniu o trabalho feminino remunerado onde trabalhadoras do sexo feminino concentram-se em certo setor.

Ainda de acordo com Yannoulas (2002), quando o trabalho feminino é remunerado ele está em uma divisão vertical do trabalho e se encontram em desvantagem em relação aos homens, que tem mais chances de promoções a cargos superiores que a mulher, fenômeno conceituado como “teto de vidro”. Segundo Silva et al. (2011), o conceito “teto de vidro” procura compreender a razão pela qual há o crescimento na carreira profissional feminina até certo ponto e logo, estabilizam justamente pela discriminação existente na divisão sexual do trabalho.

A divisão de gêneros no trabalho ressalta as diferenças entre homens e mulheres no mercado, diferenças estas encontradas, por exemplo, na remuneração desigual conforme o gênero (RODRIGUES, 2014).

2.3 A história do empreendedorismo

A palavra “empreendedor” surgiu da expressão francesa “entrepreneur” que significa alguém que assume riscos e foi utilizada a primeira vez em 1725 por Richard Cantillon, economista irlandês conhecido como o grande teórico da economia (DANTAS, 2008).

Jean-Baptiste Say em 1814, utilizou a palavra como forma de caracterizar uma pessoa que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade para outro mais elevado. Say destacou a importância do empreendedor para o bom funcionamento do sistema econômico além da sua importância para a evolução da teoria econômica. Para o autor o empreendedorismo é o quarto fator de produção acompanhado dos três outros fatores: trabalho, terra e capital (DANTAS, 2008).

Outros autores também criaram sua própria definição para o termo, conforme mencionado por Dantas (2008): o economista austríaco Menger (1891) o definiu como “aquele que antecipa necessidades futuras.”; o norte-americano Knight (1921) ressaltou que “o que distingue o empreendedor é a capacidade de lidar com a incerteza” e assim a classificou nos seguintes tipos: Risco, Ambiguidade e Incerteza Verdadeira. O primeiro é calculado estatisticamente; a ambiguidade é mais difícil de fazer uma precisão estaticamente por haver falta de clareza; e a incerteza verdadeira ou incerteza knightiana, a mais complexa pela impossibilidade de estimar estatisticamente.

Dolabela (1999) e Fillion (1999), creem que empreendedores detém comportamento e personalidade que as difere das outras pessoas. Para eles o empreendedor é dotado de

perseverança e tenacidade, aprendem com os erros e criam a intuição como consequência do vasto conhecimento pela área em que atuam.

Schumpeter (1950, apud DANTAS, 2008) estudou o impacto que o empreendedorismo trazia para a economia. Para ele, o indivíduo que é capaz de transformar uma ideia em uma invenção de sucesso, é caracterizado como empreendedor, cujo objetivo é a “destruição criativa”, ou seja, introduzir novos produtos ou serviços em substituição aos que eram utilizados.

Vidal e Santos Filho (2003) destacam que estudos mais aprofundados sobre o comportamento empreendedor realizados por órgãos internacionais como a Agência para o Desenvolvimento Internacional das Nações Unidas (USAID), a *Management Systems International* (MSI) e a *McBeer & Company*, empresa de consultoria de *McClelland*, conseguiram identificar características comuns do perfil empreendedor. Algumas delas são: iniciativa; capacidade de encontrar novas oportunidades; importância à qualidade; persistência; cálculo dos riscos que correm; pesquisa de fontes de informação; definição metas; planejamento e monitoramento; comprometimento; facilidade de persuasão e desenvolvimento e boas redes de relacionamento.

Segundo Teixeira et al. (2011) não existe comprovações científicas do padrão de comportamento do um empreendedor. No entanto nada se perde ao conhecer as características comuns entre eles, isso acrescenta no conhecimento sobre a natureza humana.

Diante dessas características nota-se que no cenário brasileiro, as mulheres vêm tendo cada vez maior relevância e participação na atividade empreendedora.

2.4 A mulher empreendedora

Segundo Teixeira et al. (2011) a atuação de mulheres empreendedoras nos últimos anos vem crescendo em todo o mundo, fato este que fica claro quando se analisa o aumento de pequenas e médias empresas no mundo, geridas por mulheres . Para Gimenez et al. (2000) o empreendedorismo feminino tem destaque nos últimos anos principalmente pela participação na geração de empregos e riquezas, características que atraem o interesse da sociedade, governos, pesquisadores e estudiosos.

Variados trabalhos surgiram a fim de compreender as diferenças entre homens e mulheres na atuação em empreendimentos. Alguns dos estudos pesquisaram o motivo de abertura de uma empresa por mulher; a compreensão do gênero no empreendedorismo; as

particularidades comportamentais e pessoais da mulher diante de negócios além de pesquisas com intuito de conhecer o perfil da empreendedora (TEIXEIRA et al., 2011).

Vontade de realização pessoal, busca pela independência, análise de oportunidade de mercado, dificuldade de ascender na carreira em outras empresas, necessidade de sobrevivência e conciliação de trabalho e família são motivos citados por estudiosos como Cromie e Hayes (1988), Gimenez et al. (2000), Hisrich (1989), Moore e Buttner (1997) e Still e Timms (1998) para explicar a mulher empreendedora (TEIXEIRA et al., 2011).

Machado (2003) apontou uma forma particular de gerir nas empreendedoras, elas combinam características masculinas como a coragem, determinação e iniciativa com as características que ele considera femininas, a sensibilidade, cooperação e intuição. Segundo os mesmos autores, ainda com o crescente número de mulheres atuando em negócios eles ainda não têm uma justificativa para as diferenças de gêneros. É notado por este autor em seus estudos a existência de modelos de empreendimento nas famílias de mulheres empreendedoras. O empreendimento de pessoas mais próximas ou familiares é fator determinante do papel empreendedor, devido ao aprendizado cognitivo e afetivo que esta relação proporciona havendo assim uma reprodução e assimilação ao modelo empreendedor que a pessoa teve acesso.

Segundo Teixeira et al. (2011) foram realizados outros estudos por Jonathan (2003), Takahashi, Graeff e Teixeira (2006), Machado (1999) e Fontana (1996), para compreender melhor a influência do gênero no empreendedorismo. O objetivo era obter explicações para características semelhantes e diferentes em empresas gerenciadas por empreendedoras e por empreendedores.

3 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos se referem à tipologia de pesquisa adotada, como estas foram definidas o tipo de amostragem e quem e quantos foram os investigados. Lakatos e Marconi (2003) destacam que não há ciência sem emprego de métodos científicos. Assim, nota-se que a forma metodológica é de grande importância, pois é dessa forma que os dados são coletados, estipulados e analisados.

O presente estudo teve como objetivo identificar o caminho percorrido por mulheres empreendedoras de Formiga – MG, partindo da ideia de que as mulheres passaram por algumas dificuldades para concretizar seus empreendimentos. Para isto, este estudo foi realizado na abordagem qualitativa. Para Godoy (1995) nessa abordagem um fenômeno deve

ser analisado de forma integrada. Para isso o pesquisador foi a campo a fim de colher as informações necessárias das perspectivas das pessoas envolvidas dando atenção a todas as opiniões relevantes. Diversas foram as informações coletadas e analisadas para interpretar a dinâmica do fenômeno.

Em se tratando dos procedimentos técnicos utilizados neste estudo, as modalidades adotadas pesquisa bibliográfica e estudo de caso. A pesquisa bibliográfica, como destaca Gil (2002), tem um grande alcance de informações e permite utilizar dados de diversas publicações, ajudando na construção ou na melhor definição dos conceitos relacionados ao estudo. Para Lima; Miotto (2007, p.38), “pesquisa bibliográfica implica em um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo, e que, por isso, não pode ser aleatório”. Segundo Pizzani et al. (2012) esse tipo pesquisa possibilita descobrir o que já foi produzido cientificamente em uma determinada área do conhecimento, impulsionando o aprendizado, o amadurecimento, os avanços e as novas descobertas nas diferentes áreas do conhecimento.

No estudo de caso é possível agrupar grande número de informações detalhadas através de diferentes formas de pesquisa cujo objetivo é assimilar a totalidade de uma circunstância e relatar a complexidade de um caso, além de permitir a penetrabilidade na realidade social ao contrário da análise estatística.

O tipo de pesquisa utilizado quanto ao objetivo do estudo, trata-se de uma pesquisa descritiva que, segundo Gerhardt e Silveira (2009, p. 35), “objetiva gerar conhecimentos para a aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”. Esse tipo de pesquisa descreve a realidade, onde a intenção não é intervir nesta, mas sim relatar os casos de forma a partilhar experiências (ARAGÃO, 2011). Ainda segundo Gil (2002) as pesquisas descritivas têm como principal objetivo descrever as características marcantes de determinada população ou fenômeno.

Os sujeitos do estudo foram mulheres empreendedoras da cidade, que compunham a Câmara de Mulheres Empreendedoras de Formiga. Primeiramente foi escolhida uma delas para iniciar a primeira entrevista. Em seguida, para selecionar as próximas entrevistadas utilizou-se o método da “Bola de Neve”.

O método de coleta de dados foi realizado pelo *snowball*, também conhecido como *snowboll sampling* (“Bola de Neve”). Esta técnica segundo Baldin; Munhoz (2011) é uma forma de amostra não probabilística usada em pesquisas sociais em que os primeiros participantes do estudo fazem indicação de novos participantes e assim por diante, até que se alcance o ponto de saturação. Este ponto é atingido quando os novos entrevistados passam a

repetir respostas já obtidas anteriormente sem acrescentar informações relevantes ao estudo. A técnica “bola de neve” propõe que o passo seguinte às indicações dos primeiros participantes do estudo, é solicitar a estes informações acerca de outros membros da população de interesse dos membros para a pesquisa.

A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas, que foram realizadas com as mulheres empreendedoras de Formiga. Tratou-se da tentativa de ter maior objetividade a uma atitude que conta com exemplos variados da pesquisa com textos. De acordo com Moraes (1999) é uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de documentos e textos que auxilia a reinterpretar mensagens e compreender o conteúdo além de uma leitura comum. A entrevista realizada neste trabalho foi dividida nos seguintes tópicos: Trajetória profissional, Apoio, Como conciliar tarefas, Preconceito por Gênero, Realização profissional, Dificuldades enfrentadas e Conselhos para mulheres que desejam empreender.

Os dados coletados nas entrevistas foram analisados por meio da análise de conteúdo. Considerando a análise de conteúdo como método, ela se torna um conjunto de técnicas de análise das comunicações por meio de procedimento sistemático das mensagens (BARDIN, 2009). Segundo Rocha; Deusdará (2005) esse tipo de análise é conceituado como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que considera muito o rigor do método, como maneira de não se perder na heterogeneidade de seu objeto.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com o objetivo de caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras que compuseram a Câmara das Mulheres Empreendedoras de Formiga, descrever suas trajetórias profissionais, as dificuldades enfrentadas em suas carreiras, como conciliaram a multiplicidade de papéis ocupados e as diferenças notadas na gestão por homens e mulheres foram realizadas entrevistas com sete empreendedoras de Formiga – MG.

As mulheres entrevistadas trabalham atualmente nas áreas de *buffet*, vestuário, comércio calçadista, artes visuais, turismo e organização não governamental no entanto, já trabalharam atuando em outras áreas.

A faixa etária das entrevistadas é de 52 a 58 anos, sendo todas casadas e com filhos. De acordo com a idade, é notável que estas mulheres traçassem seus caminhos profissionais em uma época em que o trabalho e escolaridade feminina já tinham aceitação, o que justifica todas as entrevistadas terem cursos, profissionais ou não, em suas áreas de atuação.

Ao se tratar do número de filhos todas possuem de 2 a 3 filhos. Esse perfil demonstra a difícil tarefa de criar filhos conciliando com a trajetória profissional.

Conciliar a vida profissional, social, e ser presente em casa não é uma tarefa fácil, no entanto isso não é considerado uma barreira para as mulheres empreendedoras. A primeira entrevistada diz que isso é possível, pois a mulher consegue se desdobrar pra conseguir administrar todas as tarefas diárias. A segunda entrevistada disse ser mais tímida então não sai muito, em seu tempo livre prefere estar com a família. As outras entrevistadas disseram que quando suas filhas eram menores teve o apoio de uma babá e que o marido sempre a ajudou no serviço. Uma das empreendedoras da área de vestuário afirmou que *“a mulher sabe administrar todas as obrigações diárias. Ela tem sensibilidade para planejar bem suas obrigações”*. É notável que para conciliar as tarefas que uma mulher desempenha em casa, na família e no trabalho é necessário planejamento e organização.

Na sua atuação profissional, as empreendedoras entrevistadas disseram algumas coisas que as estressam. Duas delas falaram que os funcionários são o principal motivo de seu estresse. Primeiramente por não poder confiar ou por ter que falar mais de uma vez. As outras entrevistadas responderam que o tempo corrido para fazer as coisas e depender de outras pessoas para realizar algum serviço.

Diante das diferentes áreas de atuação das empreendedoras, todas sentem orgulho do caminho percorrido profissionalmente. Segundo a entrevistada da área de turismo *“nada mais satisfatório do que fazer o que se ama, sentir que todos os desafios passados valeram a pena”*.

A trajetória profissional das empreendedoras não se baseou apenas em uma experiência profissional. Todas as entrevistadas já trabalharam em áreas diferentes das que atuam hoje, como colaboradoras, proprietárias ou sócias, como é o caso de uma das pesquisadas: *“Por alguns anos tive uma loja de roupas infantis, a loja dava muito certo, porém resolvi seguir naquilo que era minha paixão, a culinária. Recebi o apoio da Câmara e abrir minha própria empresa”*.

Na trajetória profissional das empreendedoras algumas dificuldades foram enfrentadas. Dentre as mais citadas está falta de mão de obra qualificada e de confiança. Elas disseram que achar funcionário qualificado e confiável hoje é raro. Uma delas disse que para trabalhar aos finais de semana é mais difícil ainda *“encontrar profissionais qualificados que estão dispostos a trabalhar aos finais de semana é minha maior dificuldade”*. Para outra entrevistada a principal dificuldade encontrada foi o deslocamento. Por um tempo trabalhou em outra cidade e tinha que ficar indo e voltando todos os dias, o que para ela trazia grande

desgaste. Duas entrevistadas citaram a dificuldade financeira como maior desafio durante a trajetória profissional. Uma delas no sentido de passar por dificuldades financeiras no início de sua carreira, pois além de bancar os estudos tinha que sustentar dois filhos. Já outra entrevistada diz que a dificuldade que presencia em sua trajetória profissional é cuidar do financeiro da empresa, principalmente no que se refere às cargas tributárias. A última entrevistada que trabalha com artes visuais, disse que sentiu dificuldade pela falta de apoio intelectual da administração pública da cidade. Nota-se que as dificuldades por elas enfrentadas não se relacionam diretamente ao gênero e sim dificuldades empresarias.

Ao serem questionadas sobre o apoio dos maridos e dos filhos, todas responderam que nunca faltou este apoio, como mencionado pela fala de uma das respondentes e que representa as outras respostas: *“Meu marido está comigo em todas as minhas decisões, me apoia sempre. Meus filhos sempre cooperam. Eu digo que trabalhamos em parceria”*. A base familiar apresentou em todos os casos um dos grandes incentivos para seguirem com seus empreendimentos.

Em se tratando do preconceito por gênero, todas as entrevistadas disseram não ter sofrido esse preconceito. Uma das empreendedoras considera o Brasil como um país machista, porém no mundo empreendedor ela considera esse preconceito existente apenas para aquelas que o permitem. Para outra entrevistada o preconceito vai da postura que a mulher toma, ela diz que nunca sofreu preconceito na área profissional nem por ser negra nem por ser mulher: *“Sou uma gestora mulher e negra e digo pra você, nunca sofri preconceito por isso”*. O restante das entrevistadas discorrerem que a partir do momento que a mulher nota que sua ideia tem fundamento, não há fatores de gênero que as impeçam. Nenhuma delas sofreu preconceito por gênero em sua trajetória profissional.

Entre as entrevistadas, 85% das mulheres se sentem realizadas profissionalmente, estas demonstram muito amor por aquilo que fazem e ainda têm muitas vontades e projetos a serem realizados: *“Sim me sinto muito realizada, mas meus desejos não param por aqui”*. A mulher que não se sente realizada sofreu frustrações no decorrer de sua carreira, pois não se deu chance para empreender no que realmente lhe dava prazer, porém tem vontade de abrir um negócio na área que tem afinidade. As que se sentem realizadas descreveram com muito orgulho seus atuais empreendimentos.

Ao serem questionadas sobre os planos futuros, cinco empreendedoras demonstraram grande interesse em expandir seus negócios e colocar em prática novos projetos, como exemplificado por uma das entrevistadas: *“Desejo aumentar a empresa, comprar equipamentos novos e continuar em busca de inovações”*. Uma das empreendedoras se diz

com ideias, mas diz que por sua idade, algumas limitações a impede. Já outra discorre sobre sua vontade em tentar um novo projeto, porém diz que exige um investimento financeiro o qual ela não possui ainda.

O entendimento delas sobre ser bem-sucedida é bem parecido. Para duas entrevistadas primeiramente ser bem-sucedida é estar feliz com o que se faz, conseguir manter financeiramente a família e obter lucros para a empresa. A segunda entrevistada acredita que ver o trabalho ter aceitação da população juntamente com sua satisfação pessoal, é ser bem-sucedida. Outra empreendedora diz se sentir bem-sucedida quando consegue desempenhar bem toda função a qual se propõe. Para as outras três entrevistadas significa trabalhar com aquilo que as faz feliz, conseguir sua independência financeira para realizar seus sonhos a partir de sua vocação. Como diz a profissional da área de turismo “*Ser bem sucedida pra mim é realizar meus sonhos a partir do meu trabalho*”. É notável que a felicidade para as empreendedoras é atributo chave para se sentirem bem-sucedidas.

Ao serem questionadas sobre a diferença da gestão por empreendedores do gênero masculino e feminino, as mulheres não notam diferenças na capacidade de gestão e sim nas habilidades de cada um. A primeira entrevistada considera que o homem toma atitudes baseadas na razão enquanto a mulher na emoção. A segunda entrevistada diz que mulheres têm mais visão, são mais detalhistas e atenciosas, um diferencial positivo na gestão de um negócio. Outra empreendedora diz que mulheres e homens possuem as mesmas capacidades de gestão. Os dois gêneros são muito competentes, a diferença consiste no conhecimento e na formação de cada um. As outras entrevistadas veem muitas qualidades na gestão feminina. Para elas, a mulher é mais humanizada, mais ética e observadora. São mais exigentes e corretas. Já o homem é considerado por elas mais engessados, em determinadas funções, porém consideram os dois perfis complementares. Percebe-se que a capacidade da mulher em lidar com várias coisas ao mesmo tempo no seu dia a dia, é um grande diferencial percebido em suas ações ao gerir uma empresa.

As empreendedoras responderam perguntas a respeito do que pode impedir o crescimento profissional de uma mulher; e duas das empreendedoras responderam que o medo e a timidez foram um dos principais fatores notados por elas. A falta de estrutura familiar e o medo de arriscar financeiramente foram citados por uma das entrevistadas como obstáculo para que muitas mulheres levassem suas ideias à diante. O restante das entrevistadas afirmou que apenas a própria mulher pode se impedir de crescer profissionalmente, como cita a empreendedora da área de artes visuais: “*O que impede o crescimento é a própria mulher não perceber suas potencialidades e que têm condições de*

conciliar seu tempo". Segundo elas, algumas mulheres são inseguras e sem planejamento ou colocam em mente que não são capazes ou, ainda, que as atividades diárias ocupam muito seu tempo.

Para a mulher que deseja empreender, a primeira entrevistada aconselha a nunca desistir do seu sonho, colocar em prática sua ideia seja no ramo que for. Outra entrevistada entende que a persistência é essencial, pois como tudo na vida, empreender também tem suas dificuldades. Outra entrevistada aconselha a mulher a buscar ajuda de quem já empreende ou em locais como CDL ou SEBRAE. O restante das empreendedoras deixou claro que a mulher deve sair dos serviços de casa, buscar sua independência se informar, buscar cursos, e o máximo de informação para se sentir segura ao empreender.

5 CONCLUSÃO

A partir dos conceitos teóricos estudados anteriormente, o trabalho buscou entender como foi a trajetória profissional de mulheres empreendedoras da cidade de Formiga – MG, evidenciando em especial as dificuldades enfrentadas durante esta trajetória e se estas dificuldades tiveram influência do gênero. O que se observou foi que os fatores de gênero não influenciaram o empreendedorismo de nenhuma delas, ou seja, nos empreendimentos não há segmentação ou segregação dos mercados como citado por Yannoulas (2002). As dificuldades enfrentadas estavam ligadas a problemas comuns ao administrar uma empresa, como dificuldade em encontrar funcionários qualificados e de confiança, administração financeira, tempo para realizar suas atividades pessoais e depender de outras pessoas.

Foi notado que a multiplicidade de papéis no universo feminino ocupados por essas mulheres (mãe, esposa, profissional, etc.) não as impediram de buscarem a concretização de seus sonhos e de seus empreendimentos, confirmando assim uma das razões pela qual o empreendedorismo tem destaque nos últimos anos, como citou Gimenez, et al. (2000). Para as entrevistadas, a mulher, por conseguir desempenhar tantas funções, é mais atenta, humanizada e exigente ao gerir empresas.

Diante da forma particular de gerir das empreendedoras, que unem características masculinas e femininas como citado por Machado (2003), é possível concluir com os resultados obtidos com este trabalho que os fatores de gênero hoje, não influenciam a trajetória profissional da mulher. A realização profissional e pessoal dela depende exclusivamente da sua coragem e determinação em encontrar sua vocação e, com planejamento, ir em busca de seus sonhos.

REFERÊNCIAS

- ARAGÃO, Júlio. **Introdução aos estudos quantitativos utilizados em pesquisas científicas**. Revista Práxis, Rio de Janeiro, ago 2011. Disponível em: <<http://web.unifoa.edu.br/praxis/numeros/06/59.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2016.
- BALDIN, N.; MUNHOZ, E.B.; **Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária**. Congresso Nacional da Educação, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2011. Disponível em: <http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2016
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- BAYLÃO, A. L. S.; SCHETTINO, E. M. O. **A Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho Brasileiro**. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro, 2014.
- BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: a experiência vivida**. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967. v.6, 500 p.
- CAPPELLE, M.C.A.; SILVA, A.L.; VILAS BOAS, L.H.B.; BRITO, M.J.. **Representações das relações de gênero no espaço organizacional público**. Revista de Administração Pública, v. 36, n. 2, 2002. p.253-276.
- DEGRAFF, D.S., ANKER, R. **Gênero, Mercados de Trabalho e o Trabalho das Mulheres**, São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/outraspub/Demographicas2/demographicas2artigo4_163a197.pdf> Acesso em: 02 jun. 2016.
- DOLABELA, F. **O ensino de empreendedorismo: Panorama brasileiro: Um projeto para o Brasil**. Conferência proferida no Seminário “A Universidade Formando Empreendedores”, CNI-IEL, Brasília, 27 de maio de 1999.
- DANTAS, Edmundo. **Empreendedorismo e Intra-Empreendedorismo: é preciso aprender a voar com os pés no chão**, 2008. Disponível em:<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/dantas-edmundo-empreendedorismo.pdf>>Acesso em 31 jun. 2016.
- DEGRAFF, D.; ANKER, R. **Gênero, mercado de trabalho e trabalho das mulheres**. Gênero nos estudos de população. Campinas, ABEP, v. 2, p. 163-197, 2004.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999. Disponível em: <http://200.232.30.99/busca/artigo.asp?num_artigo=102>. Acesso em: 10 jun. 2016.
- GERHARDT; SILVEIRA. **Métodos de Pesquisa**, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>> Acesso em: 15 de jun. 2016.
- GIL, Antônio. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo, 2002. Disponível em: <https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2016.

GIMENEZ, F. A. P.; MACHADO, V.P. H.; GOMES, V.; TEIXEIRA, M. C.; SEGAE, L.; ALESSI, F. P.; GARCIA, M. B.; SCHUH, C. A.; GIACOMELLI, M.; PELISSON, C.; ALIGLERI, L. A.; KUROSU, C. M.; RIBEIRO, D. Z.; COSTA, G. K.; SILVA, J. S.; NETO, L. M. F.; ALIGLERI, L. M.; VIEIRA, S. F. **Gênero e empreendedorismo: um estudo comparativo no Paraná.** In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 1., 2000, Maringá. Anais : PPA/UEM-UEL, 2000. CDROM. Disponível em: <<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/maringa/EMP2000-17.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2016

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades.** RAE - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.pdf>> Acesso em: 15 de jun. 2016.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Daniele. **Novas configurações da divisão sexual do trabalho.** Cadernos de Pesquisa, v. 37, n. 132, p. 595-609, 2007. Disponível em: <<http://sciELO.br/pdf/cp/v37n132/a0537132>>. Acesso em 30 jun. 2016

HOBSBAWM, E. J. **Da Revolução Industrial inglesa ao imperialismo.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

JONATHAN, E.G.; SILVA, T.M.R **Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes.** Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v19n1/a11v19n1.pdf>>. Acesso em: 04 jun.2016.

LIMA; MIOTO. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica.** Florianópolis, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rk/v10nspe/a0410spe.pdf> >. Acesso em: 27 jun. 2016.

MACHADO, H. P. V.; ST-CRY, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. **O processo de criação de empresas por mulheres.** RAE-Eletrônica, v. 2, n. 2, jul./dez. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/raeel/v2n2/v2n2a07>>. Acesso em 20 jun. 2016.

MARCONI, MARINA DE ANDRADE; LAKATOS, EVA MARIA. **Fundamentos de metodologia científica** 1 - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003. Disponível em: <http://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india>. Acesso em: 5 jul. 2016.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo.** Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: <http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html > Acesso em 18 de jun. 2016

PIZZANI, Luciana; SILVA, Rosemary; BELLO Suzelei; HAYASHI, Maria. **A arte da pesquisa bibliográfica na busca pelo conhecimento.** Rev. Dig. Bibl. Ci. Inf., Campinas, v.10, n.1, p.53-66, jul./dez. 2012 – Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/brapci/repositorio/2015/12/pdf_f62f0beea2_0000012591.pdf> Acesso em: 28 jun. 2016.

PROBST, Elisiana. **A evolução da mulher no mercado de trabalho,** 2003. Disponível em: <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2016.

RAGO, M. **Trabalho Feminino e sexualidade**. In: PRIORI, M. Del (Org.). História das mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 1997. p. 578 a 606.

ROCHA; DEUSDARÁ.. **Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-106X200500020_0010> Acesso em: 27 jun. 2016.

RODRIGUES, Marina. **A voz das mulheres: Um estudo das relações de gênero em uma empresa mineradora de Arcos/MG**, 2014. Disponível em: <<http://www.escavador.com/sobre/11087707/marina-marques-rodrigues>> Acesso em: 29 jun. 2016.

RODRIGUES, P. J.; MILANI D.R.C; CASTRO, L.L.O; CELESTE FILHO, M. **O trabalho feminino durante a revolução industrial**, 2015. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/xiisemanada_mulher11189/o-trabalho-feminino_paulo-jorge-rodrigues.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2016

SOUZA JÚNIOR, R. C.; BENEVENUTO, M. A. D. R. **Economia solidária e gênero: um estudo com mulheres empreendedoras**. Disponível em: <http://www.brasilcooperativo.coop.br/downloads/Gecom/ebpc/II_EBPC_Junior.pdf>. Acesso em: 5 maio 2016

FUNDAÇÃO SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS (SEADE) **Mulher e Trabalho**, 2003, São Paulo. Disponível em : < <http://www.seade.gov.br/produtos/mulher-e-trabalho/?periodo=mtrab-2003>> Acesso em: 01 jun 2016.

SILVA, G.R.; ROCHA, C.D.; SÉ, V.A; FLORIANO, V.A.S.; MELO, F.A.O. **O fenômeno teto de vidro na ascensão a posição hierárquica das mulheres no mercado formal: Barreiras**. VI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: < <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/38320405.pdf>>. Acesso em: 07 de jun. 2016.

STANCKI, Nanci. **Divisão sexual do trabalho: a sua constante reprodução**. São Paulo, 2003. Disponível em: <http://www.pucsp.br/eitt/downloads/eitt2003_nancistancki.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2016.

TEIXEIRA, R.M.; DUCCI, N.P.; SARRASSINI, N.; MUNHÊ, V.P. **Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso**, 2011. Revista de Gestão da USP. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722>>. Acesso em 1 jul. 2016.

VIDAL, F. A. B.; SANTOS FILHO, J. L. **Comportamento empreendedor do gerente proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia. Anais... Atibaia: ANPAD, 2003. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2003/ECE/2003_ECE860.pdf>. Acesso em: 1 jul. 2016.

YANNOULAS, S.C. **Dossiê: Políticas públicas e relações de gênero no mercado de trabalho**. Brasília: CFEMEA, FIG/CIDA, 2002. Disponível em: <<https://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/imagem/2043.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2016.