CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

LUANA MAYARA DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE? UMA PESQUISA DE OPINIÃO NA CIDADE DE BARBALHA-CE

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2019

LUANA MAYARA DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE? UMA PESQUISA DE OPINIÃO NA CIDADE DE BARBALHA-CE

Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo Cientifico, apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração de Empresas do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio, em cumprimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharel.

Orientadora: Prof. Me. Joyce da Silva Albuquerque

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2019

EMPREENDEDORISMO FEMININO: NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE? UMA PESQUISA DE OPINIÃO NA CIDADE DE BARBALHA-CE

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração de Empresas do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio como exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas.

Data da Apresentação _____/_____/_____

BANCA EXAMINADORA

Assinatura:_____
Orientador (TITULAÇÃO E NOME COMPLETO)

Assinatura:_____
Membro: (TITULAÇÃO E NOME COMPLETO/ SIGLA DA INSTITUIÇÃO)

Assinatura:_____
Membro: (TITULAÇÃO E NOME COMPLETO/ SIGLA DA INSTITUIÇÃO)

JUAZEIRO DO NORTE - CE
2019

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 05
2 REFERENCIAL TEÓRICO 06
2.1 EMPREENDEDORISMO 06
2.2 A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO COMO EMPREENDEDORA 09
2.2.1 Desafios e Preconceitos.....10
2.3 EMPREENDEDORISMOS POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE.....12
3 METODOLOGIA.....13
4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS.....14
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....19
REFERÊNCIAS.....20
APÊNDICE.....24

EMPREENDEDORISMO FEMININO: NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE? UMA PESQUISA DE OPINIÃO NA CIDADE DE BARBALHA-CE

Luana Mayara da Silva[1]
Joyce da Silva Albuquerque[2]

RESUMO

O empreendedorismo feminino diz respeito a negócios idealizados e administrados por mulheres, o que vem alcançando destaque a cada dia na sociedade. O presente trabalho buscou identificar se o empreendedorismo feminino é motivado por necessidade ou oportunidade, evidenciar as principais dificuldades que as mulheres encontram para se tornarem empreendedoras e expor a percepção dos entrevistados sobre as vantagens de uma mulher empreender em relação a obter uma colocação no mercado. Para desenvolvimento do trabalho foram utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica e a pesquisa de opinião que é uma forma de coleta de dados onde é aplicado um questionário a pessoas que se encontram no ambiente no momento da pesquisa. A pesquisa foi feita através de cinco perguntas aplicadas a cento e oitenta e nove pessoas no Centro, em Barbalha-CE. Em vista dos aspectos observados, entende-se que para a população pesquisada o empreendedorismo feminino é na sua maior parcela motivado pela necessidade de sobrevivência, tendo em vista o cenário de alta taxa de desemprego no Brasil, foi possível concluir também que a maior dificuldade encontrada pelas mulheres para empreender é a falta de recursos financeiros e a maior vantagem em relação a uma colocação no mercado é obter sua independência financeira.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Oportunidade. Necessidade.

ABSTRACT

Female entrepreneurship refers to businesses that are idealized and administered by women, which is becoming increasingly important in society. The present study sought to identify whether female entrepreneurship is motivated by necessity or opportunity, to highlight the main difficulties that women encounter in becoming entrepreneurs and to expose the interviewees' perception of the advantages of a woman to undertake in order to obtain a market place. For the development of the work we used the techniques of bibliographic research and opinion research that is a form of data collection where a questionnaire is applied to people who are in the environment at the moment of the research. The research was done through five questions applied to one hundred and eighty-nine people in the Centro, in Barbalha-CE. In view of the observed aspects, it is understood that for the researched population, female entrepreneurship is the largest portion motivated by the need for survival, considering the scenario of high unemployment rate in Brazil, it was also possible to conclude that the greatest difficulty found by women to undertake is the lack of financial resources and the biggest advantage in relation to a placement in the market is to obtain their financial independence.

Key words: Female entrepreneurship. Opportunity. Need.

[1]Graduanda do Curso de Administração de Empresas do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio/ UNILEÃO. E-mail: ml.mayaraluan@gmail.com
[2] Professora orientadora do curso de Administração de Empresas do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio/ UNILEÃO. E-mail: joycea_20@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino é um assunto que vem ganhando cada vez mais espaço na sociedade econômica. Esse conceito diz respeito aos negócios que são criados e geridos por mulheres, que podem ser considerados como qualquer ação empreendedora realizada especialmente por mulheres. Através do empreendedorismo feminino alguns estudos hoje nos mostram que as mulheres quando empreendem, elas buscam não somente o lucro, mas também a satisfação pessoal e principalmente independência no trabalho.

Nesse sentindo Frota et al, (2016), ressalta que grande parte das mulheres tem optado por abrir seu próprio negócio seja ele motivado por oportunidades ou buscado por necessidades.

Segundo o site Empreender Mulher, (2015) – Rede de Colaboração Feminina, entende-se que empreendedoras por necessidades são aquelas que iniciam um empreendimento autônomo, por não possui melhores opções de trabalho, e necessariamente precisam abrir seu próprio negócio, a fim de gerarem renda para si ou para a família. Já as empreendedoras por oportunidades, mesmo tendo alternativas e condições de melhores empregos optam iniciarem um novo negócio, para aumento de sua renda ou até mesmo pelo fato de independência no trabalho.

De acordo com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), (2017), nos últimos dois anos, o empreendedorismo feminino tem gerado um crescimento significativo no mundo. Muitas mulheres usam a sua criatividade e (ou) motivação para conduzirem seu próprio negócio.

Diante deste cenário, é relevante que se conheça os fatores que motivam as mulheres a encararem desafios e riscos para construírem seu próprio negócio.

Esse trabalho tem como principal objetivo identificar por meio de pesquisa de opinião se o empreendedorismo feminino é motivado por necessidade ou oportunidade. E como especifico: Caracterizar empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade. Identificar na visão dos entrevistados as principais dificuldades que as mulheres encontram para se tornarem empreendedoras; verificar a percepção dos entrevistados sobre as vantagens de uma mulher empreender em relação a uma colocação no mercado.

Dessa forma a pesquisa apresentada traz uma forte contribuição tanto para o pesquisador, quanto para o meio acadêmico e comunidade em geral, no sentido de melhor explorar a temática em questão, proporcionando e aprofundando conhecimento sobre o crescimento do empreendedorismo feminino. O trabalho ainda se torna extremamente relevante

para o mercado, pois por meio das informações aqui dispostas as empreendedoras poderão aprofundar seu conhecimento sobre o assunto e colocar técnicas e estratégias descritas, melhorando assim o potencial e o sucesso do seu negócio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo o GEM (Global *Entrepreneurship* Monitor), (2010), o empreendedorismo é definido como qualquer tentativa de criar um novo negócio, como exemplo uma atividade autônoma ou simplesmente a expansão de um negócio que já existe, sendo uma atitude individual ou em grupo.

O surgimento do empreendedorismo surgiu através das diversas transformações que o mundo passou, onde surgiram no século XX maior parte das invenções por pessoas que possuíam uma visão de inovação futura. Essas pessoas são chamadas empreendedores, pois são pessoas que fazem acontecer, tendo a atitude de transformar uma ideia em realidade. O ato de empreender pode ser ensinado e aprendido, pois de acordo com o desejo de empreender o tipo de negócio e estratégias para alcançar bons resultados podem ser estudados, gerando melhores empresários e melhoras empresas (DORNELAS, 2012).

O empreendedorismo no Brasil se popularizou e começou a crescer a partir da década de 90 quando aconteceu a abertura da economia, o que possibilitou a criação de órgãos voltados ao assunto como por exemplo o SEBRAE, que é um órgão responsável por dá suporte para que empreendedores iniciem suas empresas através de consultorias de negócios (GEM, 2010).

Para Dornelas (2012), a motivação para abrir um novo negócio pode surgir do aumento do desemprego, tendo em vista que essas pessoas iniciam o seu empreendimento sem experiência no ramo, podendo ainda serem motivados pelo avanço e popularização da internet que estimula jovens a empreenderem ou melhorarem o que já existe na família.

Frota (2016), afirma que atualmente o empreendedorismo está entre os principais assuntos discutidos no mundo dos negócios. A ideia de ter o próprio negócio vem acompanhada de uma série de expectativas de recompensa.

O indivíduo empreendedor é o que consegue enxergar oportunidades e tem a ousadia e criatividade de iniciar o negócio para obter rendimento sobre elas, tendo ciência dos riscos, sendo eles previamente calculados (DORNELAS, 2008).

Segundo Dornelas (2005), existem pelo menos oito tipos de empreendedores como mostra o quadro 1.

Quadro 1: Tipos de empreendedores

Tipo de empreendedor	Descrição
O Empreendedor Nato (Mitológico)	Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começaram do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas.
O Empreendedor que Aprende (Inesperado)	É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio.
O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios)	É aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação.
Empreendedor Corporativo	São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados, assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia.
Empreendedor Social	Tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Tem um grande desejo de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas.
Empreendedor por Necessidade	É aquele que cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Geralmente se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro.
Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)	O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de dar continuidade ao legado de sua família. O desafio do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido.
O "Normal" (Planejado)	É o empreendedor que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas. Esse empreendedor tem grandes chances de ser bem sucedido devido ao planejamento de suas atividades.

Fonte: Dornelas (2005)

O empreendedor age através de ideais que o impulsionam, a ideia inicial de um negócio pode surgir simplesmente do sonho de ter o próprio negócio com a esperança de uma melhor renda e destaque no mercado, objetivando atingir metas para continuar o seu negócio (SEBRAE, 2014).

Elias (2001), afirma que o empreendedor deve apresentar características básicas para que o seu negócio atinja o sucesso. Para o autor essas características são, as necessidades, o conhecimento, as habilidades e os valores:

a) Estabelecer metas bem definidas e mensuráveis;

b) Buscar informações de clientes e fornecedores e também de concorrentes;.

c) Trabalhar seguindo um planejamento;

d) Possuir iniciativa aproveitando as oportunidades;

e) Priorizar a qualidade e eficácia do produto ou serviço;

f) Saber calcular os riscos procurando reduzi-los e melhorar os resultados;

g) Se manter persistente estando disposto a repetir ou mudar de estratégia;

h) Manter o comprometimento, sendo responsável com as obrigações;

i) Saber manter uma rede de contatos;

j) Manter a autoconfiança.

O atual cenário econômico e social tem grande influência na alta taxa de empreendedores que surgem todos os anos. Assim a base do empreendedorismo é a mudança, a transformação, onde o indivíduo usa sua criatividade para surpreender o mercado atraindo adeptos com produtos e serviços inovadores, assumindo assim um comportamento proativo, onde no aproveitamento de uma oportunidade ou por necessidade de sobrevivência o indivíduo realiza a abertura de uma empresa buscando o próprio futuro e consequentemente gerando renda (SEBRAE, 2014).

Segundo a OIT (Organização Internacional do Trabalho), (2019) em relatório sobre “Perspectivas do Emprego e Questões Sociais de 2019” estima-se que a taxa de desemprego de 12,5% em 2018 cairá para 12,2% em 2019 e 11,7% para 2020. Dados esses que revelam que cada vez mais o Brasileiro irá buscar empreender desde um negócio básico como venda de alimentos na rua para sua sobrevivência, ou algo mais elaborado e competitivo.

Outro fator que ajudou no crescimento da taxa de empreendedorismo no Brasil foi a criação do Programa Empreendedor Individual, que foi instituído pela Lei Complementar nº 128/2008 que alterou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei complementar nº 123/2006), que teve por objetivo permitir aos empreendedores saírem da informalidade. A Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 também influenciaram esse crescimento, por serem eventos de grande porte, estimulando a criação e desenvolvimento de negócios no pais.

Com todos esses fatores que influenciaram o crescimento do empreendedorismo no Brasil, as mulheres também ingressaram nesse meio em busca de suprir suas necessidades financeiras e sua realização profissional. (SEBRAE, 2019).

2.2 A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO BRASILEIRO COMO EMPREENDEDORA

De acordo com Hoffmann e Leone (2004), a partir da primeira Revolução Industrial, por motivos de necessidade, as fábricas buscaram a mulher para trabalhar, com o objetivo de reduzir os custos com mão de obra, pelo fato da cultura de que a mulher não tinha lugar fora de casa ainda prevalecer, dando a entender a inferioridade da mulher ao homem até mesmo na execução do trabalho e consequentemente na remuneração.

As mulheres de classes menos privilegiadas eram mais exploradas do que as demais, por demonstrarem maior necessidade de obter recursos para suas famílias e com isso se submetiam com maior facilidade a condições de trabalhos cada vez mais desumanas (GUIRALDELLI, 2007).

No Brasil, a partir de 1939, foi notável a maior participação da mulher no mercado de trabalho, pois durante a segunda Guerra Mundial, muitos homens se dedicaram ao serviço militar e a mão de obra feminina pretendia suprir essa ausência (FALCÃO, 2001).

Schlickmann e Pizarro (2013), ressaltam que em 1940 a participação da mulher se deu em decorrência da industrialização e do aumento do número de empresas, especificadamente dos ramos siderúrgico, petrolífero, químico e automobilístico. Esse processo atraiu a produção para fora do lar. Em seguida as tecnologias e o surgimento de capitais estrangeiras no Brasil trouxeram a modernização das cidades, o que alavancou mudanças sociais e o modo de pensar das pessoas.

Com muita luta as mulheres adquiriram incentivos e apoio, e gradativamente, foram ganhando espaço no mercado de trabalho. Uma vez que começaram a investir em escolaridade, o que influenciou positivamente, facilitando a inserção mercadológica da mulher. Mesmo a mulher obtendo qualificação e lugar no mercado, a desigualdade ainda atinge aspectos importantes, como não ocupar cargos de gerência, fato que no Brasil é frequente, homens ocupando esses cargos e também a desigualdade salarial, que de acordo com o IBGE (2018), as mulheres recebem em média, 76,5% do rendimento dos homens.

Para comprovar a conquista de espaço das mulheres no mercado, a Agência Sebrae de Notícias (2019), afirma que o aumento do empreendedorismo feminino tem sido considerável a cada ano. Os mais novos empreendimentos têm sido de mulheres, esse fato é justificado pelas motivações que levam tantas mulheres buscarem o empreendedorismo, um deles é a obtenção da independência financeira, o que compreende um dos aspectos da luta feminina por igualdade ou até mesmo apenas uma renda extra.

Outro órgão que acompanha o desenvolvimento da mulher no mercado de trabalha é SEBRAE, de acordo com O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Espírito Santo (SEBRAE ES, 2019), em 2017 e 2018, o índice de mulheres empreendedoras que possuem a maior renda da família teve um aumento de 7%, chegando a 45%, o que demonstra que a atividade de empreender tem garantido a mulher ter destaque na sua parcela da renda familiar. O número de mulheres que tinham em suas famílias a maior renda sendo a do esposo teve uma queda 49% para 41%.

O fato da mulher está alcançando destaque como empreendedora demonstra a sua capacidade de ocupar espaços que a sociedade por muito tempo julgou não ser possível. Esse avanço no país influencia e alavanca a luta feminina por igualdade social. Pois a partir dos resultados aqui apresentados, é notável a evolução na forma como a sociedade olha para a mulher como empreendedora ou como simples trabalhadora.

Atualmente a mulher ocupa mesmo que em uma escala menor que os homens cargos como Presidência da República, diretoria de grandes empresas e representação de órgãos governamentais assim como cargos da política, o que representa para as mulheres uma significativa vitória tendo em vista o início da inserção da mulher no mercado de trabalho, que foi marcado por dificuldades. Porém dia a dia as mulheres lutam por seus direitos e se qualificação e investem em si para conquistarem o posicionamento social que almejam, pois a sociedade Brasileira ainda possui um posicionamento machista em relação as mulheres no mercado de trabalho, o que faz as mulheres enfrentarem grandes desafios e preconceitos ao decidirem empreender.

2.2.1 Desafios e Preconceitos

O núcleo de Estudos da Mulher e Relações Sociais de Gênero, da Universidade de São Paulo (NEMGE) destaca preconceito como uma opinião determinada de maneira antecipada que acaba afetando as relações interpessoais (USP-NEMGE, 1996). Na mesma linha de

pensamento, Queiroz (1995), afirma que o preconceito é um conceito preliminar, sem preocupação de que os fatos sejam apurados e contrariam o julgamento de quem o fez.

Para Cramer et al (2012), as mulheres têm a necessidade de estarem diariamente provando para a sociedade que são capazes de administrar seus negócios, só assim conseguem conquistar espaço como empreendedoras. No quadro 2 é apresentado algumas barreiras e desafios enfrentados pelas mulheres que resolvem empreender.

Quadro 2: Barreiras do Empreendedorismo Feminino

• Ausência de modelos de empreendedoras;	• Dificuldades de obter confiança de clientes e fornecedores;
• Falta de treinamento adequado;	• Falta de tempo pra si;
• Divisão desvantajosa de tarefas domésticas;	• Problemas culturais que afetam seu desempenho;
• Dominação social dos homens na área de negócios;	• Dificuldade de auto-confiança e aceitação;
• Falta de suporte afetivo e social;	• Dificuldade para atuar no mercado;
• Dificuldades para conseguir financiamentos;	• Acesso a rede e falta de mentores;
• Obrigação versus Desejo;	• Tamanho das empresas.
• Trabalho versus Família;	

Fonte: Silva (2007, p. 49).

Dentre as muitas dificuldades encontradas pelas mulheres quando decidem empreender, Machado (2002) afirma que a falta de apoio familiar, de amigos e também a dificuldade de concessão de empréstimos financeiros pelos bancos são os aspectos mais indicados pelas mulheres quanto ao desafio de empreender. Em seguida são apontados a falta de confiança por parte de clientes e fornecedores, o que deixa evidencia uma sociedade predominantemente machista.

Tendo em vista a dificuldade da mulher em conseguir recursos para montar seu negócio através de bancos, Machado et al (2003) verificaram que no Brasil, Canadá e França, a principal fonte de recurso para a mulher conseguir empreender vem de economias pessoais e empréstimos feitos a amigos e familiares. O relatório da GEM (2010) afirma que a dificuldade que as mulheres têm para acessar recursos financeiros, humano e capital social é maior em relação aos homens. No mesmo relatório é apontado que 25% das mulheres acreditam serem tratadas de formas diferentes dos homens por instituições financeiras.

Mesmo enfrentando diversos desafios e preconceitos as mulheres decidem empreender na maioria das vezes pela necessidade de sobrevivência, levando em conta o desemprego que

assombra o Brasil, e o cenário onde muitas mulheres ajudam a renda familiar. (LEMES; PISA, 2010). Por outro lado, resolvem empreender pelas oportunidades que são vistas no mercado através do olhar empreendedor (DOLABELA, 2006).

2.3 EMPREENDEDORISMOS POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE

Sabe-se que a oportunidade é um dos aspectos que influencia muitas pessoas ao empreendedorismo, porém não é em todos os casos que isso ocorre, pois atualmente percebe-se que a maioria dos negócios tem iniciado por necessidade.

Lemes e Pisa (2010, p.9) afirmam que: “O empreendedorismo gerado por necessidade decorre da ausência de outras oportunidades de emprego, ou pelo menos de oportunidades dignas, direcionando os indivíduos para a criação do próprio negócio, uma vez que não lhes resta alternativa”.

A atual taxa de desemprego no país é um dos grandes responsáveis por diversas pessoas iniciarem atividades empreendedoras, pois por falta de opção de trabalho fixo e digno, a necessidade induz a atitude de criar algo que traga renda, não apenas se tratando de negócios bem elaborados, mas considerando diversos ambulantes que são vistos nas ruas do país com venda de itens básicos e também na oferta de serviços. Trazendo o contexto para o empreendedorismo feminino, a necessidade da mulher está na maioria das vezes atrelada a baixa escolaridade e também a posição de chefe de família que ela ocupa o que é comum, mulheres que são responsáveis pelo sustento integral da família.

Birley & Westhead (1993) apud Lezana & Tonelli (2004), buscaram descobrir quais as necessidades que motivam os empreendedores, para tal pesquisa foram entrevistados em 11 países mais de mil empresários. Os resultados da pesquisa, foram as seguintes necessidades:

- Aprovação: os empresários buscam conquistar posições altas na sociedade através da aprovação de seus comportamentos, sendo respeitados e reconhecidos por amigos e familiares; - Independência: os empreendedores desejam independência para terem flexibilidade na vida pessoa e profissional e autonomia para gerir o seu tempo;
- Desenvolvimento pessoal: um novo empreendimento é ideal para que o empreendedor cresça desenvolvendo suas habilidades através de inúmeras situações, transformando suas ideias em produtos e mantendo um aprendizado diariamente;

- Segurança: o empreendedor tem a expectativa que sua empresa trará rendimentos para que ele mantenha junta com a família uma vida digna;
- Auto realização: o empreendedor tem a necessidade de melhorar a sua performance pessoal através do desenvolvimento de seu potencial e da superação de seus limites.

Já o empreendedorismo por oportunidade surge através de ideias inovadores e da identificação e exploração do mercado, sendo esse empreendedor aquele que observa o mercado com um certo conhecimento prévio e não tem medo de arriscar no que aposta, tendo em mente os possíveis riscos e perdas. Essas oportunidades estão diretamente ligadas aos avanços tecnológicos e mudança de preferência do cliente de acordo com as tendências do mercado.

Segundo Dolabela (2006), é necessário ideias e oportunidades para o surgimento de um empreendimento, tendo diferença entre os dois. A ideia é o que proporciona rentabilidade e a oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor. Aidar (2007), afirma que nem sempre as inovações vêm das ideias, mas das oportunidades. Oportunidade pode ser comparada a atividades que exigem investimentos de recursos escassos acreditando no retorno futuro.

É necessário ao empreendedor um amadurecimento de suas ideias antes de transformá-las em uma oportunidade de negócio, levando em consideração a importância de ter metas preestabelecidas e de analisar as suas competências e qual o seu conhecimento na área. Assim é possível colocar no mercado produtos e serviços que tenham real importância para os clientes o que são oportunidades sólidas de negócios.

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada a partir de revisão bibliográfica que segundo Cervo e Bervian (2005), a pesquisa bibliográfica surge através de estudos sobre obras já publicadas sobre o tema. A pesquisa é caracterizada quanto a abordagem como quantitativa, que segundo Fonseca (2002), ela se difere da pesquisa qualitativa, pois seus resultados podem ser quantificados, sendo centrada na objetividade e recorrendo à linguagem matemática para descrever as causas de fenômenos e as relações entre variáveis.

Quanto aos objetivos a pesquisa é descritiva segundo a classificação de Gil (2007), que afirma que a pesquisa descritiva tem o intuito de descrever as características de uma população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Vergara (2004),

explica que esse tipo de pesquisa expõe as características de determinada população ou fenômeno e cita como exemplo a pesquisa de opinião.

A amostragem utilizada para escolha dessa amostra foi a não-probabilísticas por conveniência, onde são selecionadas através da conveniência para o pesquisador, sendo muito uteis para pesquisas exploratórias e não permitindo a generalização (BUSSAB, 2002).

A pesquisa foi realizada através de um questionário composto de cinco perguntas via *Google Forms* que é uma ferramenta do *Google* onde questionários são gerados e ao finalizar os dados são apresentados em forma de gráficos ou relatórios de acordo com a escolha do usuário. Devido a forma como foi coletado os dados, por meio de abordagem direta aos transeuntes que se encontravam no centro da cidade de Barbalha-CE, foram aplicados na ocasião cento e oitenta e nove questionários respondidos via link por meio de *tablet* disponibilizado aos respondentes.

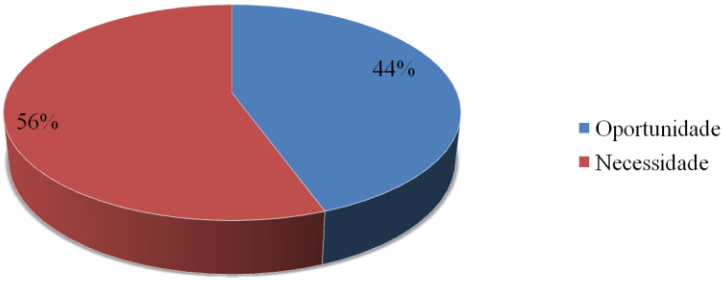
A análise de dados foi feita por meio de estatística descritiva simples. A estatística descritiva tem o objetivo de resumir valores da mesma natureza, permitindo uma visão global da variação desses valores, onde podem ser organizados e descritos por meio de tabelas, gráficos e medidas descritivas (GUEDES et al., 2015).

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Neste tópico é apresentada a descrição e análise dos dados coletados por meio de questionários aplicados para 189 pessoas de ambos os sexos no Centro da Cidade, em Barbalha-CE. Inicialmente, os resultados foram organizados por gráficos ilustrativos seguidos por comentários explicativos que permitem a compreensão dos dados e as conclusões quanto aos objetivos deste estudo.

A primeira pergunta teve por objetivo compreender na percepção dos pesquisados se o empreendedorismo feminino é motivado por oportunidade ou necessidade, conforme exposto no gráfico abaixo:

Gráfico 1: O empreendedorismo feminino é motivado por oportunidade ou necessidade.

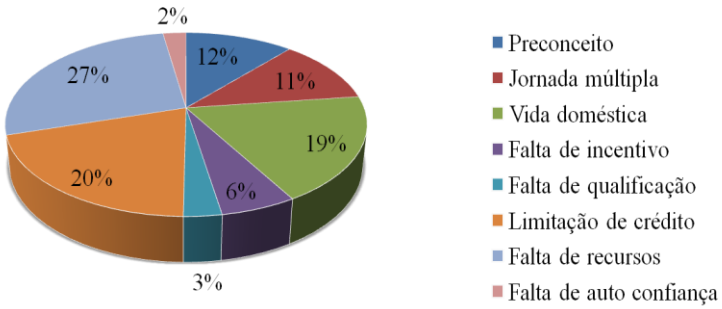


Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

O gráfico 1 evidencia a motivação de muitas mulheres estarem entrando no mundo dos negócios através do empreendedorismo. A pesquisa apontou que 56% dos pesquisados acreditam que a necessidade é a maior motivação para que as mulheres deixem de buscar emprego no mercado para empreender ou até mesmo deixarem a rotina de apenas dona de casa para ajudar o cônjuge com as despesas familiares, tendo em vista o momento atual de desemprego no Brasil, que de acordo com o relatório do GEM (2015) entre empreender por necessidade ou oportunidade, as mulheres têm empreendido mais pela necessidade. Para outros 44% dos pesquisados a motivação das mulheres para buscarem o empreendedorismo é a oportunidade. Para o SEBRAE (2014), o empreendedor tem surgido através da necessidade de sobrevivência, protagonizando o próprio futuro e gerando renda.

A segunda pergunta teve por objetivo compreender na percepção dos pesquisados as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres para se tornarem empreendedoras, conforme exposto no gráfico abaixo:

Gráfico 2: Principais dificuldades enfretadas pelas mulheres para se tornarem empreendedoras.

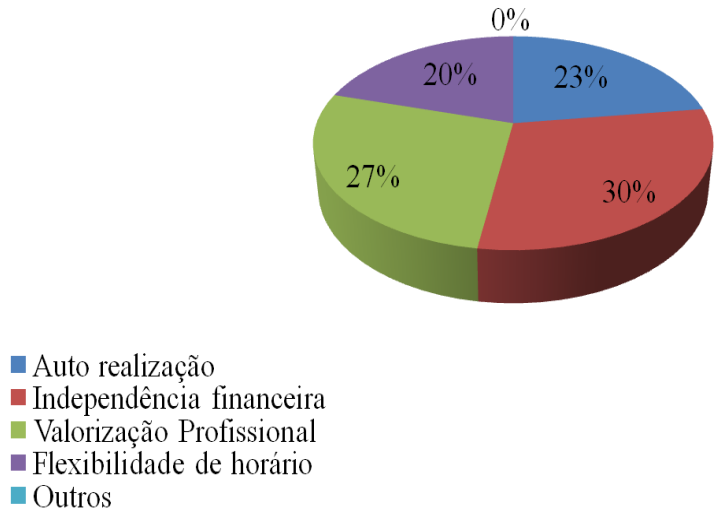


Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Como apresentado no gráfico 2, 27% aponta a falta de recursos como a principal dificuldade do empreendedorismo feminino, pois a maioria tem uma ideia madura para o negócio, mas não possuem recursos suficientes para que essa ideia saia do papel, 20% apontam a limitação de crédito, 19% apontam a vida doméstica, pois a mulher ainda é vista como a principal responsável pelas tarefas do lar, 12% apontam o preconceito por julgarem que a postura da mulher em se dedicar não apenas ao lar, 11% apontam a jornada múltipla, 6% a falta de incentivo familiar, 3% a falta de qualificação e 2% a falta de autoconfiança. A amostra é coerente com a afirmação de Machado (2002), que as mulheres indicam que as maiores críticas em relação ao empreendedorismo estão relacionadas a falta de apoio familiar, falta de concessão de empréstimos e também a falta de confiança das pessoas gerando um certo preconceito o que é reflexo de uma sociedade predominante machista.

O objetivo da terceira pergunta foi compreender na percepção dos pesquisados as vantagens de uma mulher empreender em relação a uma colocação no mercado comum, conforme exposto no gráfico abaixo:

Gráfico 3: Vantagens de uma mulher empreender em relação a uma colocação no mercado comum.



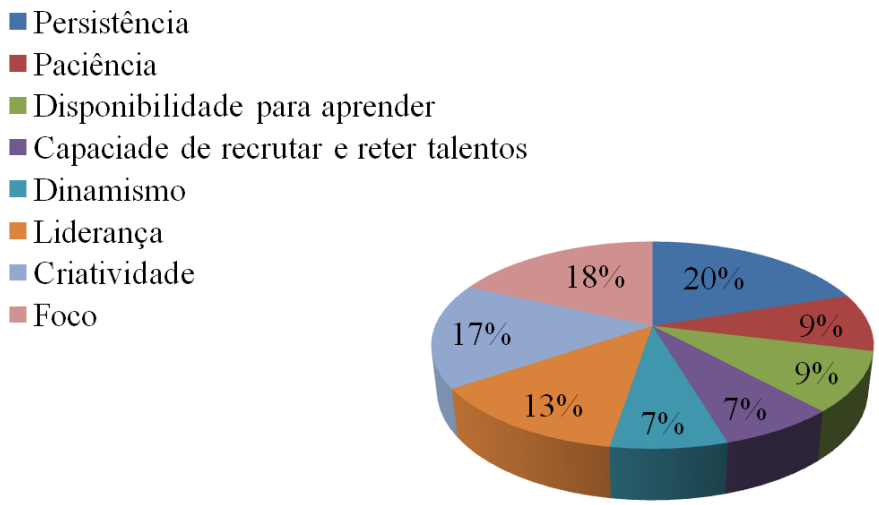
Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

As mulheres que buscam empreender alcançam vantagens em relação ao mercado de trabalho comum, tendo em vista que no Brasil ainda é mantido um cenário onde a maior parte dos cargos de destaque e liderança são ocupados por homens. Dentre as vantagens de a mulher empreender em relação a buscar uma colocação no mercado, a opinião dos pesquisados é exposta no 3, onde 30% apontam a independência financeira como a principal vantagem, o que é afirmada pela necessidade de obter melhor renda para sobrevivência, 27%

apontam a valorização profissional, pois no empreendedorismo quem empreende é protagonista do seu próprio negócio, 23% apontam a auto realização, pois estarão trabalhando exclusivamente para o seu crescimento e realização como profissional e 20% a flexibilidade de horário que é importante para as mulheres por possuírem obrigações familiares. Segundo Chiavenato (2008), as pessoas desejam ter seu próprio negócio com diversas expectativas pessoais para usufruir de vantagens como o desejo de obter a independência financeira e também o desejo de ser seu próprio patrão, a autonomia para controlar seu próprio tempo e a necessidade de realização profissional.

O objetivo da quarta pergunta foi compreender a percepção dos pesquisados em relação às características e habilidades para se tornar uma empreendedora de sucesso, conforme exposto no gráfico 4:

Gráfico 4: Características e habilidades para se tornar uma empreendedora de sucesso.



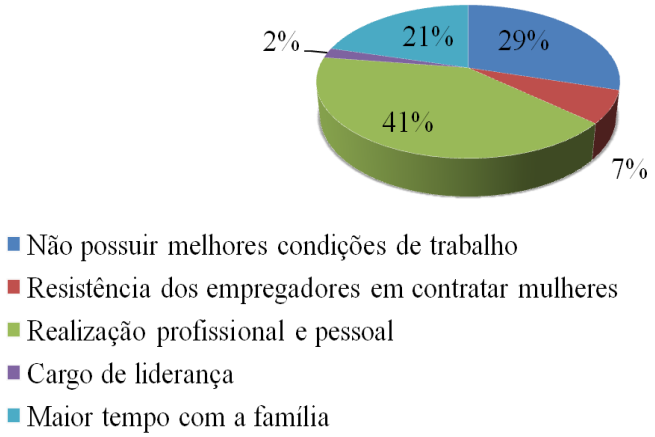
Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Como apresentado no gráfico 4, a persistência é considerada como a característica e habilidade mais importante para obter sucesso no empreendimento, pois foi apontada por 20% dos pesquisados pelo fato de o mercado ser altamente dinâmico e exigir o aperfeiçoamento seja do produto ou prestação de serviço para ocupar uma posição de destaque no mercado ou simplesmente a permanência nele, para 18% dos pesquisados manter o foco é o mais importante, por ser indispensável que a empreendedora tenha clareza de como deseja atuar e que proporções almeja atingir com o seu negócio, 17% apontam a criatividade, 13% apontam a liderança, 9% a disponibilidade para aprender e a paciência e 7% apontam o dinamismo e a

capacidade de recrutar e reter talentos. De acordo com o que foi demonstrado na pesquisa, Elias (2001), afirma que o empreendedor deve apresentar características essenciais para ter um empreendimento de sucesso. Dentre essas características o autor cita, insistir em possuir uma rede de clientes, em manter a qualidade dos produtos ou serviços, trabalhar com foco baseado em metas e tendo sempre um planejamento, ter iniciativa através da liderança e comprometimento.

O objetivo da pergunta cinco foi compreender a percepção dos pesquisados em relação ao principal fator que leva as mulheres a iniciarem seu negócio próprio, conforme apresentado no gráfico 5:

Gráfico 5 - Principal fator que leva as mulheres a iniciarem seu negócio próprio.



Fonte: Dados da Pesquisa (2019).

Juntamente com a necessidade de sobrevivência, alguns fatores específicos levam as mulheres a empreender. Como apresentado no gráfico 5, 41% apontam a realização profissional como o principal fator para as mulheres buscarem empreender, para 29% dos pesquisados o fato de as mulheres não possuírem melhores condições de trabalho as leva ao empreendedorismo, 21% apontam a busca por maior tempo com a família, uma vez que a mulher além de trabalhar fora possui suas atividades domesticas, 7% apontam a resistência dos empregadores em contratar mulheres reafirmando a cultura machista que ainda impera no país e 2% apontam que as mulheres buscam cargos de liderança e por isso desistem do mercado comum para iniciarem o seu próprio negócio. Os dados apresentados são coerentes com a afirmação de Machado et al (2003), onde dizem que as mulheres criam suas empresas

por diversas razões e o desejo da realização pessoal, a independência e dificuldade em crescer profissionalmente em outras empresas estão entre elas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista das informações apresentadas, percebe-se o aumento do interesse das mulheres em possuir seu próprio negócio e a luta que é mantida para obter lugar no mercado. No decorrer da pesquisa foi possível perceber o grande impacto que o empreendedorismo feminino vem causando na economia brasileira, um empreendedorismo que surge em maior parte por necessidade de sobrevivência diante da alta taxa de desemprego que acometeu o país, aliado a busca das mulheres pela realização profissional e pessoal.

Os resultados obtidos pela pesquisa apontam a necessidade como a maior motivação de as mulheres optarem pelo empreendedorismo, sendo o principal fator a busca pela realização profissional e pessoal e juntamente com a falta de condições favoráveis de trabalho para as mulheres, uma vez que os homens ainda possuem vantagens em relação ao sexo feminino no mercado de trabalho comum. Dentre as características de uma empreendedora de sucesso a população pesquisada julga a persistência como um aspecto principal em um empreendimento, e quanto as vantagens de empreender ao invés de buscar uma colocação no mercado a realização profissional foi apontada como principal.

De acordo com a pesquisa, uma das principais dificuldades enfrentadas para o início do negócio próprio por mulheres é a falta de recursos aliado a limitação de crédito, o que interfere muitos negócios de saírem do papel, sendo também a vida doméstica um fator que dificulta o início do empreendimento, pois a responsabilidade do cuidado com casa e filhos ainda é atribuída integralmente a mulher na maioria dos casos.

Os objetivos propostos pelo trabalho foram atingidos através da coleta de dados que possibilitou identificar através da percepção da população pesquisada se o empreendedorismo feminino é motivado por necessidade ou oportunidade, evidenciando as principais dificuldades que as mulheres encontram para se tornarem empreendedoras e as vantagens de uma mulher empreender em relação a obter uma colocação no mercado.

Além das análises aqui apresentadas, o estudo sobre o tema poderá ser continuado por meio da realização de mais pesquisas abordando a importância social do empreendedorismo feminino, tendo em vista a luta que as mulheres enfrentam desde que iniciaram o trabalho fora do lar.

REFERÊNCIAS

AIDAR, M. M. **Empreendedorismo:** Coleção Debates em Administração. São Paulo: Thompson, 2007. 168p

BIRLEY, S.; WESTHEAD, P. **A Comparison of new businesses established by "novice" and "habitual" founders in Great Britain**. International Small Business Journal 12:38–60, 1993

BUSSAB, WO; Morettin, PA. **Estatística básica.** São Paulo: Saraiva, 2002. 526 p. [Cap. 1 e 10].

CRAMER, Luciana; et al. **Representações Femininas da Ação Empreendedora:** uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios, (2012).

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica.** 5 ed. São Paulo: Pearson, 2005.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. ISBN 9788502067448.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa.** São Paulo: Cultura, 2006. 304p.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática:** mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 2ª ed. Rio de Janeiro. Campus, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ELIAS, N. **Estudos sobre a gênese da profissão naval:** cavalheiros e tarpaulins. Mana, v. 7, n. 89, p.116, 2001.

EMPREENDER MULHER, **Empreendedorismo Feminino.** Disponível: <http://www.empreendermulher.com/empreendedorismo-feminino/empreendedorismo-feminino/> Acesso em: 17 ago. 2017.

FALCÃO, Juliana. **Elas realmente não fogem à luta.** Disponível em: <http://carreiras.empregos.com.br/carreira/administracao/comportamento/090301-historico_mulher.shtm.> Acesso em: 12 nov. 2017.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FROTA, E.R.**O Empreendedorismo Feminino e sua presença nas MPE´S.** São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=O+Empreendedorismo+Feminino+e+sua+presen%C3%A7a+nas+MPES.> Acesso em: 11 out. 2017.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil.** 2010. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf> Acesso em: 24 maio. 2019.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil.** 2015. Disponível em <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf> Acesso em: 24 maio. 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUEDES, T.; MARTINS, A.B.T. e ACORSI, C.R.L. **Estatística descritiva.** Disponível em: <http://www.each.usp.br/rvicente/Guedes_etal_Estatistica_Descritiva.pdf.> Acesso em: 24 maio. 2019.

GUIRALDELLI, Reginaldo. **Presença feminina no mundo do trabalho:** História e Atualidade. Revista de Estudos do Trabalho. Ano I – Número I -2007.

HOFFMANN, R., LEONE, E. T. **Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade da renda domiciliar per capta no Brasil:** 1981-2002. Revista Nova Economia, Belo Horizonte, 14 (2), 35-58, maio-agosto, 2004.

IBGE. 2018. Disponível em < https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23923-em-2018-mulher-recebia-79-5-do-rendimento-do-homem> Acesso em: 24 abr. 2019.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa, 1949 – **Administrando micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LEI COMPLEMENTAR 128/2018. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/lc128_2008.htm> Acesso em: 15 maio. 2019.

MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná.** Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Florianópolis: UFSC, 2002.

MACHADO, H. V.; ST CYR, L.; MIONE. A.; ALVES, M. C. M. **O processo de criação de empresas por mulheres.** RAE-eletrônica. V. 2, n. 2, 2003.

OIT. 2019. Disponível em < https://www.sindeprestem.com.br/noticias-e-midia/fatos-e-noticias/3432-14-02-2019-oit-projeta-reducao-lenta-da-taxa-de-desemprego-no-brasil-em-2019-e-2020-valor-economico> Acesso em 15 maio. 2019.

QUEIROZ, Renato da Silva. **Não vi e não gostei:** O fenômeno do preconceito. 3.ed. São Paulo: Moderna, 1995.

SCHLICKMANN, Eugênia; PIZARRO, Daniella. **A evolução da mulher no trabalho:** uma abordagem sob a ótica da liderança. Julho de 2013. Revista Borges. ISSN 2179-4308, VOL. 03, N. 01

SEBRAE- ES. 2019. Disponível em:<https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empreendedoras/noticia/2019/03/mulheres-sao-maioria-entre-novos-empreendedores.html> Acesso em: 15 mar. 2019.

SEBRAE. 2019. Disponível em:<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/os-desafios-do-empreendedorismo-feminino,138d7f773bffa610VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=estadual&codUf=16> Acesso em: 29 maio. 2019.

SEBRAE. **Portal Sebrae.** 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Cen%C3%A1rio%20Econ%C3%B4mico%20Social%20out%202014.pdf.> Acesso em: 15 mar. 2019.

SEBRAE, 2017. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.** Empretec. Disponível em: <http://www.sebraemais.com.br/solucoes/empretec.> Acesso em: 22 nov. 2018.

SILVA, R. R. **Mulheres empreendedoras**: das dificuldades as conquistas no mundo dos negócios.
Disponível em: <http://www.administradores.com.br/ resources/files/ modules/academics/acadêmica 663 2 01002281825025400.pdf>. Acesso em 15 de Abril de 2019.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - NEMGE/CECAE (1996). **Ensino e educação como igualdade de gênero na infância e na adolescência**: guia prático para educadores e educadoras. São Paulo: NEMGE/CECAE.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

1. Em sua opinião o empreendedorismo feminino é motivado por oportunidade ou por necessidade?

( ) Oportunidade

( ) Necessidade

2. Em sua opinião quais as principais dificuldades que as mulheres encontram para se tornarem empreendedoras?

( ) Preconceito

( ) Jornada múltipla

( ) Vida doméstica

( ) Falta de incentivo familiar

( ) Falta de qualificação

( ) Limitação de crédito

( ) Falta de recursos

( ) Falta de autoconfiança

3. Em sua opinião quais as vantagens de uma mulher empreender em relação a uma colocação no mercado comum?

( ) Auto realização

( ) Independência financeira

( ) Valorização Profissional

( ) Flexibilidade de horário

( ) Outros

4. Em sua opinião, quais as características e habilidades para se tornar uma empreendedora de sucesso?

( ) Persistência

( ) Paciência

( ) Disponibilidade para apreender

( ) Capacidade de recrutar e reter talentos

( ) Dinamismo
( ) Liderança
( ) Criatividade
( ) Foco

05. Em sua opinião qual o principal fator que levam as mulheres a iniciarem seu próprio negócio?
( ) Não possuir melhores condições de trabalho
( ) Resistência dos empregadores em contratar mulheres
( ) Realização profissional e pessoal
( ) Cargo de liderança
( ) Maior tempo com a família