

**ESPAÇO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO SOBRE
EMPREENDEDORISMO FEMININO
WOMEN'S SPACE IN THE LABOR MARKET: A STUDY ON FEMALE
ENTREPRENEURSHIP**

Jéssica Wendling¹

Prof.^a Dra. Luciane Pereira Viana ²

RESUMO

Apesar do aumento da participação das mulheres nos postos de trabalho e da redução da disparidade salarial média entre os gêneros, elas ainda enfrentam uma grande dificuldade de serem remuneradas e reconhecidas em comparação aos homens. Esta desigualdade no âmbito do trabalho traz para a mulher, a ideia de que ter o seu negócio próprio se torne atraente, já que, possibilita bem-estar psicológico, a oportunidade de guiar sua própria carreira e alcançar o sucesso de forma autônoma. Este estudo tem como objetivo identificar as experiências das empreendedoras do Vale do Rio dos Sinos e os principais fatores de motivação destas mulheres para redirecionar sua carreira ao empreendedorismo; respondendo à pergunta: quais as experiências das empreendedoras do Vale do Rio dos Sinos e os principais fatores de motivação destas mulheres para redirecionar sua carreira ao empreendedorismo? No presente artigo utilizou-se a pesquisa Survey, de investigação quantitativa com uma amostra de 42 empreendedoras do Vale do Rio dos Sinos/RS. As principais referências utilizadas foram Anderson e Woodcock (1996), Beauvoir (1970), Diniz (2004), Jonathan (2001), Jonathan (2005), Rocha-Coutinho (2003), entre outros. Esta investigação permitiu identificar que para as mulheres, o mercado empreendedor possibilita criar um negócio a qual elas se identificam e possam progredir profissionalmente, além de, afirmar os seus próprios valores e estilo de vida.

Palavras-chave: Mulher; Gênero; Mundo do Trabalho; Empreendedorismo Feminino; Negócios.

ABSTRACT

Despite the increased participation of women in jobs and the reduction of the average gender pay gap, they still face great difficulty in being paid and recognized compared to men. This inequality in the scope of work brings to women the idea that having their own business

¹ Especialista em Gestão de Pessoas e Liderança Colaborativa. Bacharel em Administração.

² Prof.^a Orientadora – Dra em Diversidade Cultural e Inclusão Social. Bacharel em Administração.

becomes attractive, since it enables psychological well-being, the opportunity to guide their own career and achieve success independently. This study aims to identify the experiences of entrepreneur women in the Vale do Rio dos Sinos and the main motivating factors of these women to redirect their career to entrepreneurship; answering the question: what are the experiences of entrepreneur women in the Vale do Rio dos Sinos and the main motivating factors for these women to redirect their career to entrepreneurship? In this article, a survey of quantitative investigation with a sample of 42 entrepreneur women from Vale do Rio dos Sinos / RS was utilized. The main references used were Anderson and Woodcock (1996), Beauvoir (1970), Diniz (2004), Jonathan (2001), Jonathan (2005), Rocha-Coutinho (2003), among others. This investigation made it possible to identify that for women, the entrepreneurial market makes it possible to create a business that they identify with and progress professionally, in addition to affirming their own values and lifestyle.

Keywords: Women; Gender; Labor Market; Female Entrepreneurship; Business.

INTRODUÇÃO

Segundo Beauvoir (1970) o homem nunca reconheceu a mulher como semelhante a ele por não partilhar as mesmas maneiras de pensar e agir, uma vez que a mulher fora conservada na perspectiva de pertencer a um grupo identitário diferente, permanecendo submissa à vontade do homem. A autora também complementa que a sociedade sempre foi masculina, o poder político sempre esteve nas mãos dos homens. Uma colocação como essa, em voga há 50 anos, permanece ainda tão reconhecida atualmente?

No século XIX a mulher dividia-se entre a atividade doméstica e produtiva. Muitas trabalhando como costureiras, lavadeiras, cozinheiras e algumas, ainda tinham como trabalho comercializar o próprio corpo, como faziam as amas de leite e as prostitutas (MARUANI, 2003). Com a Revolução Industrial houve mudanças na atividade econômica, neste período as frentes de luta feminista apareceram, reivindicando a participação feminina nos meios de trabalho.

Hobsbawm (2003) afirma que foi a partir do capitalismo industrial, com a ausência de homens nas fábricas e a necessidade crescente de mão de obra, que as indústrias acabam inserindo as mulheres em atividades, antes feitas apenas pelo sexo masculino, quebrando, mesmo que involuntariamente, uma barreira rumo ao reconhecimento feminino, sendo então

percebida. Iniciou-se assim a mudança do padrão da sociedade, dando a mulher um papel a mais em suas funções, pois ela deixa de ser apenas filha, esposa e mãe, e passa a ser trabalhadora.

Infelizmente, a supremacia do homem foi colocada como um direito no decorrer da história e tal condição ainda é cultuada. Porém, os avanços das lutas em prol das mulheres vêm ganhando cada vez mais força e destaque. Assim, esta pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de identificar as experiências das empreendedoras do Vale do Rio dos Sinos e os principais fatores de motivação destas mulheres para redirecionar sua carreira ao empreendedorismo e, tem como pergunta central: quais as experiências das empreendedoras do Vale do Rio dos Sinos e os principais fatores de motivação destas mulheres para redirecionar sua carreira ao empreendedorismo?

Como metodologia optou-se pela pesquisa descritiva, qualitativa, sendo utilizada o *survey*, com questionário composto de 11 questões abertas e fechadas, aplicado com 42 empreendedoras do Vale do Rio dos Sinos, com idade média de 40 anos, atuando em diferentes setores do mercado, seja no comércio ou serviço. A pesquisa foi realizada nos meses de abril e maio de 2020. E o referencial teórico conta com Anderson e Woodcock (1996), Beauvoir (1970), Diniz (2004), Jonathan (2001), Jonathan (2005), Rocha-Coutinho (2003), entre outros.

Este artigo é composto por seis capítulos, sendo o primeiro esta introdução, o segundo a multiplicidade de papéis na vida da mulher, o terceiro a atuação da mulher nas empresas e no empreendedorismo, seguido do quarto capítulo pela metodologia, o quinto a análise dos resultados da pesquisa e por fim a conclusão do estudo.

MULTIPLICIDADE DE PAPÉIS NA VIDA DA MULHER

Os estudos dos efeitos em múltiplos papéis das mulheres foram surgindo a medida em que elas foram ingressando no mercado de trabalho em posições antes só ocupadas pelos homens, assumindo assim, mais uma atividade na sociedade (ALMEIDA & KESSLER, 1998; GOVE & TUDOR, 1973).

Segundo pesquisas publicadas por Diniz (2004), o acúmulo de atividades desempenhadas pela mulher constituiu um importante fator de liberdade, mas também de risco. Por um lado, o trabalho remunerado possibilitou autonomia e permitiu à mulher uma maior participação no consumo de bens e de serviços. Por outro lado, o excesso de atividades culminou numa maior vulnerabilidade da sua saúde, especialmente a saúde mental. Nessas

pesquisas, Diniz (2004) aponta três fatores principais de vulnerabilidade para a mulher atual: o empobrecimento da população feminina, a violência, e as múltiplas jornadas de trabalho. Esse acúmulo de atividades representa riscos e prejuízos, e é fruto dos estereótipos e papéis atribuídos à mulher (COUTO-OLIVEIRA, 2007).

Segundo Jablonski (1996) e Rocha-Coutinho (2003), a denominada *dupla jornada*, que diz respeito a um acúmulo de tarefas, gera conflitos, problemas e estresse nas mulheres. Nesta perspectiva, a mulher devido aos processos de socialização contemporâneos ou é culpada por trabalhar ou é culpada por deixar de fazê-lo para se dedicar ao lar e à família. De acordo com Rocha-Coutinho (2003, p. 57), embora se encontre um número expressivo de mulheres no mercado de trabalho, a mulher moderna, independentemente de sua condição socioeconômica, “ainda oscila muito entre os dois modelos femininos a que esteve exposta: a “boa” mãe, que sobrepõe a família a qualquer outra atividade [...], e a profissional, competente e independente”.

Por sua vez, Barnett (2004) argumenta que tanto a organização do trabalho quanto a da família repousam em mitos, ainda hoje existentes, relativos à diferença entre os gêneros. A ideia de que as mulheres têm inclinações e capacidades para cuidar e se ocupar do lar, concomitante aos homens que têm habilidades para atividades fora do lar e para prover. Homens e mulheres se tornam aprisionados em expectativas e comportamentos vinculados a ideais em relação a ao trabalhador ideal e a dona de casa ideal. Nesta linha, Rocha-Coutinho (2003, p. 54) afirma: “parece, assim, que, ainda hoje, é na interseção carreira-família que vão se configurar os maiores impasses enfrentados interna e externamente por grande parte das mulheres em seu percurso singular”.

Contudo, ante à construção social das posições de gênero, pode-se dizer que, diante de certas condições, a multiplicidade de papéis é vivenciada como algo enriquecedor, sem contradição e estresse. Por exemplo, Cherlin (2001) e Vandewater, Ostrove e Stewart (1997) mostram que mulheres trabalhadoras possuem graus mais elevados de bem-estar e estão mais satisfeitas do que aquelas que não trabalham. Assim, uma vida cheia de ocupações, contemplando trabalho e maternidade, proporcionam satisfação e sentimentos de realização (CHERLIN, 2001). Portanto, de acordo com Tiedge (2004), transitar paralelamente nos espaços público e privado tem consequências positivas e pode ser gratificante e não um fardo, um fator de desgastes e de culpa.

A necessidade de desempenhar múltiplos papéis, também é uma das dificuldades encontradas pela comunidade feminina ao empreender. As empreendedoras se esforçam para cumprir suas responsabilidades com o cuidado com a casa, dos filhos e dos negócios. Linehan

(2000) indica que há pouco suporte encontrado com a família, que transforma essa atividade em uma caminhada solitária. Nos gráficos 1 e 2, pode-se ver um levantamento dos *posts* realizado de janeiro de 2019 a janeiro de 2020, nas redes sociais Instagram e Twitter, com #empreendedorismofeminino em comparação com #empreendedorismo:

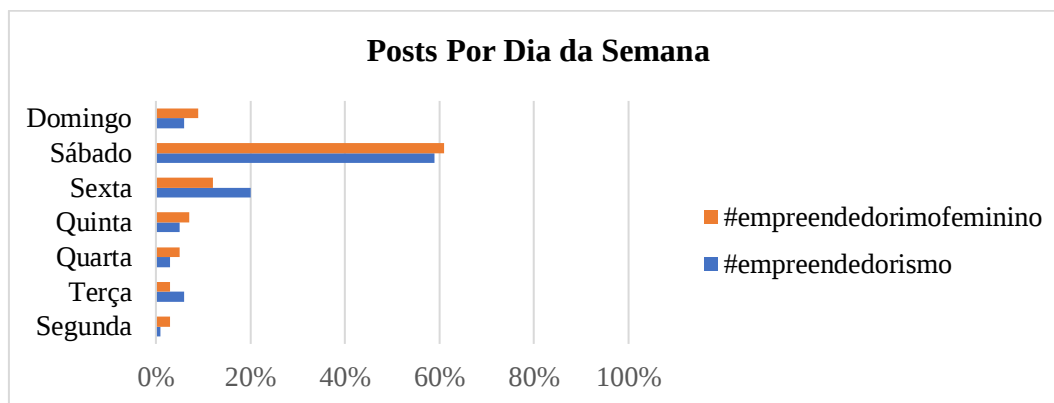


Gráfico 1: Posts Por Dia da Semana

Fonte: Desenvolvido pelas autoras (2020) com base nos dados <https://www.social-searcher.com> (2020)



Gráfico 2: Posts Por Horário

Fonte: Desenvolvido pelas autoras (2020) com base nos dados <https://www.social-searcher.com> (2020)

Percebe-se nestes dois gráficos que o assunto empreendedorismo feminino, possui mais *posts* aos sábados, nos horários entre 22:00hrs e 24:00hrs, ou seja, horário que muitas mulheres possuem livre de toda a carga de atividades semanais para se dedicar ao assunto. Atividades essas que, muitas vezes, são divididas entre o trabalho, os cuidados com a casa e família e sua formação acadêmica. E, de acordo com estudos de Jonathan (2001) e de Rocha-Coutinho (2003) as empreendedoras e executivas atribuem importância à realização profissional, à maternidade, ao relacionamento afetivo estável com um par, bem como ao tempo dedicado a si mesmas. Elas parecem abandonar a ideia de que o sucesso em uma dimensão da vida signifique, necessariamente, fracasso nas demais.

ATUAÇÃO DA MULHER NAS EMPRESAS E NO EMPREENDEDORISMO

No que tange a participação do sexo feminino no mercado de trabalho brasileiro, de acordo com pesquisa do IBGE (2018), encontra-se em torno de 46% da ocupação formal. Segundo a ONU MULHERES (2016), entre as 500 maiores empresas do mundo, menos de 5% possuem CEOs mulheres. No Brasil, conforme o IBGE (2018), 60,9% dos cargos gerenciais (públicos ou privados) eram ocupados por homens em 2016. Neste ano, o rendimento médio mensal dos homens era de R\$2.306; o das mulheres, R\$1.764. É somente no que diz respeito à escolaridade que as mulheres alcançam posição de destaque: cerca de 60%, segundo o IBGE (2018), das mulheres ocupadas cursaram, pelo menos, o ensino médio. Apesar disto, o sexo feminino tem rendimento médio 25% inferior entre os rendimentos de homens e de mulheres que possuem um grau maior de escolaridade.

Percebe-se também que há pouca discussão e pesquisa acadêmica em cerca da significância e atuação da mulher nos negócios. Por exemplo, a ANPAD (Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração), em seu Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho, de 2009 até 2017, possui apenas 25 publicações que tratam da discussão de gênero, oportunidades e desafios de carreira para a mulher, em um número significativo de trabalhos apresentados.

A rede social LinkedIn apresentou uma pesquisa, no ano de 2018, que trata do levantamento de diferença de gênero. O estudo foi baseado nos bilhões de dados produzidos pelos mais de 640 milhões de usuários da rede em 200 países. Dentre os elementos apresentados, o perfil do homem tem 13% mais chances de receber a atenção de um recrutador do que o de uma mulher. O relatório do LinkedIn (2018) também mostra que as mulheres precisam preencher 100% dos requisitos destinados para a vaga de emprego para despertarem a atenção dos recrutadores, enquanto os homens precisam chegar apenas no índice de 60% das exigências. Uma das conclusões desse estudo é que até mesmo em países europeus como França, Espanha e Itália, que possuem altas taxas de participação feminina na força de trabalho, encontram-se diferenças consideráveis quando se fala em cargos de liderança. O caso mais emblemático é o das italianas, que preenchem 45% das posições no mercado de trabalho, mas apenas 26% dos cargos de liderança.

No Brasil, reforçando essa falta de espaço para as mulheres atuarem como gestoras no mundo corporativo, um levantamento da Sodexo Benefícios e Incentivos no Brasil (2017) revela que 53% das mulheres consideram que as empresas em que trabalham não oferecem

meios para ampliar a promoção feminina a cargos de gestão. Essas estatísticas mostram que ainda há grande diferenciação no valor do trabalho da mulher perante o do homem. Mesmo todo o empenho feminino em qualificação e destaque, a condição de mulher parece vir acompanhada de discriminação, principalmente, às questões salariais, oportunidades e posição de liderança dentro das empresas.

Entende-se de que a participação feminina no universo produtivo é inferiorizada: o trabalho da mulher, mesmo sendo idêntico ao realizado por um homem tem, em muitas organizações e no campo acadêmico, menor relevância. Para Kanan (2010), apesar do grande número de mulheres nas empresas, os cargos de liderança ocupados por elas não são expressivos, isso devido a atos discriminatórios ou sexistas, mostrando que o preconceito pelo simples fato de ser mulher ainda existe.

Infelizmente, apesar de todas as lutas femininas por espaço, a realidade é que em diversos setores, as mulheres ainda têm tido dificuldade em alcançar cargos de liderança e significância dentro das corporações. Percebe-se então, que, ao montarem seus próprios negócios, as mulheres podem ser suas próprias chefes e minimizam as barreiras para evoluir no mercado de trabalho. De acordo com o relatório do GEM (Global Entrepreneurship Monitor), no ano de 2018 o índice de empreendedorismo feminino aumentou 6,6%, quando comparada aos mesmos 50 países que participaram da pesquisa em 2017. As empreendedoras no Brasil representam, em números absolutos, cerca de 23,8 milhões de mulheres.

Para Ferreira & Nogueira (2013), o desempenho das mulheres em atividades empreendedoras se consolidou nos últimos anos no Brasil. Segundo os autores, em 2005, 11,8% dos homens eram empreendedores no Brasil e 10,8% das mulheres também ocupavam essa atividade, o que fez com que o Brasil ficasse 6º lugar no ranking mundial de países empreendedores. O SEBRAE (2019) mostra que o Brasil tem a 7ª posição mundial de mulheres entre os empreendedores iniciais. Porém, de acordo com essa mesma instituição, em cada 10 empreendedoras, 3,9 se consolidam donas do negócio, porque, há uma desistência maior por parte das mulheres em sustentar o empreendimento. Empreender para elas, não tem sido uma tarefa fácil.

Dentre as motivações que levavam as mulheres a empreender, segundo Anderson e Woodcock (1996) eram: sobrevivência, insatisfação com a liderança masculina, descoberta de um nicho de mercado, satisfação em fazer as próprias decisões, percepção do desafio que, em combinação com o prazer e o contentamento associados, constitui o fator principal. Mais de 20 anos depois será que continuam as mesmas motivações? Gomes, Guerra & Vieira (2011)

também buscaram compreender como as mulheres percebem as motivações que as levaram ao empreendedorismo. Eles, citam a realização pessoal, a percepção de uma oportunidade de mercado, a dificuldade de ascensão na carreira, a necessidade de sobrevivência e por último a possibilidade de conciliar trabalho e família.

Em relação às empreendedoras, pesquisas têm demonstrado que elas buscam autorrealização pessoal através da criação e do comando de seus próprios negócios (JONATHAN, 2001; MOORE & BUTTNER, 1997). Levantou-se, também, que estratégias desenvolvidas por empreendedoras com filhos adolescentes são eficazes tanto para satisfazer suas próprias emoções quanto para satisfazer as necessidades de seus filhos (SHINDHUTTE, MORRIS & BRENNAN, 2001), apontando a conciliação das demandas profissionais, familiares e pessoais.

No contexto brasileiro, Jonathan (2001) observa que as empreendedoras almejam intensamente estabelecer um ponto de equilíbrio entre as demandas profissionais e familiares e parecem alcançar tal equilíbrio na medida em que percebem e afirmam que trabalho e família se ajudam e se beneficiam mutuamente. Por outro lado, trabalho, filhos e respeito próprio se constituem como fontes de altos e semelhantes índices de satisfação das empreendedoras brasileiras, indicando que os espaços profissional, familiar e pessoal contribuem de maneira equilibrada para o bem-estar psicológico destas mulheres (JONATHAN, 2005).

Destacando as características da liderança feminina, Brush (1998) justifica que as empreendedoras tendem a adotar uma forma singular de manejar com diferentes recursos organizacionais. No contexto brasileiro, segundo Machado (2002), o comportamento gerencial feminino se caracteriza por: 1) ter objetivos definidos e amplos, entre eles segurança e satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, ética do cuidar e responsabilidade social; 2) manter as estruturas organizacionais simples, informais, horizontais e descentralizadas, dando ênfase à cooperação, à integração e aos relacionamentos interpessoais; 3) adotar estratégias inovadoras em busca de qualidade e da satisfação de todos os envolvidos; 4) empregar muitas mulheres; 5) exercer uma liderança interativa e cooperativa, facilitando a adoção de um processo decisório participativo.

Em relação aos efeitos do empreendedorismo na vida das mulheres, verifica-se que as donas de seus negócios, apresentam maiores índices de satisfação do que as executivas. De acordo com Korn/Ferry International (2001), as principais fontes desta diferenciação na satisfação, remetem ao ritmo de trabalho, à quantidade mínima de interferência de terceiros e

aos interesses pessoais satisfeitos. Pode-se argumentar, então, que a satisfação das empreendedoras se deve ao fato de poder atuar com autonomia e ter poder de decisão.

METODOLOGIA

Neste estudo escolheu-se a pesquisa qualitativa e o método descritivo (PRODANOV & FREITAS, 2013). A técnica de pesquisa e coleta de dados foi feita através de levantamento *survey*, que para Prodanov & Freitas (2013) propõe a interrogação direta de pessoas. O estudo foi realizado com uma amostra não probabilística por conveniência constituída de 42 empreendedoras do Vale do Rio dos Sinos, com idade média de 40 anos, atuando em diferentes setores do mercado, seja no comércio ou serviço. A pesquisa foi realizada no período de 05 de maio a 21 de maio de 2020. Os questionários foram enviados pelas mídias sociais, através do Google Formulários, ferramenta para criação de pesquisas on-line.

As empreendedoras preencheram um questionário fundamentado em um roteiro com 11 questões abertas e fechadas. Informações sobre a idade, escolaridade e maternidade, atividade realizada antes de ter o próprio negócio e suas motivações ao empreendedorismo, bem como as vantagens e desvantagens de ser empresária, foram os focos principais dos dados relatados no presente trabalho. Outra temática discutida, foi a questão de discriminação de gênero, fato muito debatido na atualidade e que mereceu atenção neste estudo.

Esse artigo também contemplou a técnica de coleta de dados bibliográfica que conforme citado por Prodanov & Freitas (2013) é elaborada a partir de materiais já publicados. Utilizaram-se referencial teórico como IBGE (2018), SEBRAE (2019), Kanan (2010), Gomes, Guerra & Vieira (2011), Rocha-Coutinho (2003), entre outros. Tanto as respostas da pesquisa quanto os levantamentos bibliográficos colaboraram para a análise de conteúdo (BARDIN, 2011). Foram definidas as categorias: experiências e motivações que permitiram a inferência de conhecimentos. Na próxima seção, será apresentado os resultados e as discussões com as respostas das empreendedoras.

ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Inicialmente, são descritos os dados que compõem o perfil das empreendedoras e de seus empreendimentos. Em seguida, são apresentadas as informações obtidas na análise das entrevistas em relação às motivações das empreendedoras e as experiências de ter seu próprio negócio e, após, o questionamento sobre discriminação de gênero.

O maior percentual de idade entre as empreendedoras entrevistadas foi entre 41 a 50 anos, com 31% da amostra. Seguido pelas faixas de idade de 31 a 40 anos, que representaram 29% e de 21 a 30 anos que simbolizam 24% do total. Mulheres de 51 a 60 anos traduziram 14% das empreendedoras e, acima de 60 anos, 2%. Não foi evidenciado nesta pesquisa, respondentes menores que 20 anos de idade.

Observa-se que 48% das respondentes possui o Ensino Superior Completo, já 21% correspondem as mulheres com Ensino Médio, 14% possui a formação em Pós Graduação/MBA, 12% o título de Mestrado e 5% das mulheres o Ensino Superior Incompleto. Essa análise é reforçada pelo IBGE (2018), que salienta que as mulheres ocupam posição de destaque no que diz respeito à escolaridade: cerca de 60%, das trabalhadoras cursaram, pelo menos, o ensino médio.

Em relação ao estado civil das respondedoras, verificou-se que 45% delas são solteiras, 31% casadas e 24% separadas ou divorciadas. Sendo que 55% das empreendedoras que responderam à pesquisa, são mães. Através dos resultados desta pesquisa, descobre-se que ser casada e ter filhos não impede a mulher de estar ativamente ocupada com a condução de seus empreendimentos. Jonathan (2001) ilustra que o cenário ideal para as empreendedoras é estabelecer a harmonia entre as demandas profissionais e familiares e parecem alcançar isso, na medida em que percebem e afirmam que trabalho e família se ajudam e se beneficiam mutuamente.

No tocante a profissão desempenhada antes das entrevistadas se tornarem empreendedoras, observou-se que, 38% delas realizava atividades administrativas e financeiras, 12% atuava no ramo do marketing, 10% em moda e beleza, seguido também em 10% em ocupações comerciais, 7% das mulheres atuavam na educação e iguais 7% em atividades relacionadas a medicina e saúde. O restante das respondentes, 5% trabalhavam como bancárias, 2% no funcionalismo público, 2% no ramo de pet shop e do mesmo modo 2% no ramo gastronômico. Além disso, identificou-se que 5% das respondentes sempre atuaram como empreendedoras, desde o início de sua carreira profissional.

Evidenciou-se nas respostas que nenhuma das mulheres exercia cargo de liderança, o que chama atenção, pois, pelo perfil das mulheres entrevistadas, sua maioria tem ensino superior completo e 76% está acima de 31 anos. Fato que corrobora o exposto que cargos de liderança ocupados pelas mulheres não são expressivos, devido a atos discriminatórios ou sexistas, mostrando que o preconceito pelo simples fato de ser mulher ainda existe (KANAN, 2010).

Com referência ao ramo de atividade escolhido pelas mulheres para empreender, os que mais obtiveram destaque foram os setores de comércio e serviços (31%), seguido por moda e beleza (29%) e logo atrás, atividades relacionadas a saúde (17%). Outros negócios que também foram a preferência das empreendedoras, foi a gastronomia (7%), produção de eventos (7%), marketing (5%), pet shop e fotografia (2% cada).

No tocante às motivações da escolha do ramo de atuação das empreendedoras, o motivo mais frequentemente mencionado pelas mulheres para empreender é a busca de autorrealização. Com uma postura proativa, as empreendedoras desejam melhorar seu potencial pessoal e profissional. O empreendimento próprio surge como algo desafiador, prazeroso, no qual podem firmar seus próprios valores que permite exercer sua capacidade de decisão. No quadro 1, a questão é ilustrada com algumas das respostas para a pergunta “*O que motivou a escolha dessa atividade empreendedora?*”.

<i>“Amo ver minhas clientes sentirem-se poderosas”.</i>
<i>“Por gostar muito do trabalho, e por me sentir bem fazendo o que eu faço”.</i>
<i>“A busca por algo que me fizesse acordar animada para trabalhar e viver”.</i>
<i>“Depois de me aposentar como professora, não queria ficar parada e tentei me aventurar em outra carreira”.</i>
<i>“Transformação o resultado final”.</i>
<i>“O Pole Dance foi a atividade física pela qual me apaixonei. Mudei de cidade e não havia aulas de pole nesse novo lugar. Não encontrei trabalho na minha área de formação, gastronomia, então me capacitei para abrir um estúdio de Pole Dance e não ficar sem essa atividade que tanto amo”.</i>
<i>“Paixão por fotografia e vontade de mostrar para o mundo o meu olhar sobre a arte de ser humano”.</i>
<i>“Ajudar as pessoas a adquirir o autoconhecimento”.</i>
<i>“Paixão pela área e muita vontade de transformar vidas”.</i>
<i>“Necessidade de evoluir, liberdade”.</i>
<i>“Oferecer qualidade de vida e bem estar as pessoas”.</i>
<i>“O contato com diversos tipos de pessoas, a leveza do trabalho, poder se divertir trabalhando”.</i>
<i>“Realização do sonho das pessoas”.</i>

Quadro 1: O que motivou a escolha dessa atividade empreendedora? – desafios e prazer

Fonte: Desenvolvido pelas autoras (2020)

Outro importante motivo para ser empreendedora é a busca de independência e/ou estabilidade financeira. Como dizem as empreendedoras, elas ativamente buscam uma melhoria das condições de vida, conforme quadro 2.

<i>“A vontade de ser dona da minha própria fonte de renda”.</i>
<i>“Agregar mais uma fonte de renda”!</i>

<i>“Primeiramente liberdade financeira. O nicho de moda da minha empresa é evangélico, assim como eu. Mas eu sempre gostei de me vestir bem e na moda, então criei uma marca de moda evangélica com roupas do meu gosto”.</i>
<i>“Ter uma renda extra com algo que de fazer”.</i>
<i>“Ter meu salário e horários”.</i>
<i>“Minha liberdade de trabalho”.</i>
<i>“Independente lucro e satisfação”.</i>
<i>“Liberdade de ação.”</i>
<i>“Ter mais tempo pra minha filha”.</i>
<i>“Não depender de marido, kkkk”.</i>

Quadro 2: O que motivou a escolha dessa atividade empreendedora? – independência

Fonte: Desenvolvido pelas autoras (2020)

Verificou-se que a descoberta de um novo nicho e a chance de ingressar em um mercado pouco explorado foi da mesma forma, incentivo para algumas empreendedoras (quadro 3).

<i>“Sempre quis trabalhar por algo meu, ter flexibilidade de horários e fazer o que realmente amo. Outra motivação foi perceber a falta desse nicho no mercado”.</i>
<i>“Mercado carente neste setor”.</i>
<i>“A necessidade de uma opção saudável e sem aditivos químicos para temperar a minha comida oferecer aos outros”.</i>

Quadro 3: O que motivou a escolha dessa atividade empreendedora? – novo nicho

Fonte: Desenvolvido pelas autoras (2020)

Pode-se confirmar que as respostas das empreendedoras pesquisadas não alteraram ao longo destes anos, sendo que as motivações que levavam as mulheres a empreender segundo Anderson e Woodcock (1996) eram: sobrevivência, insatisfação com a liderança masculina, descoberta de um nicho de mercado, satisfação em fazer as próprias decisões, percepção do desafio que, em combinação com o prazer e o contentamento associados, constitui o fator principal. Esses desejos surgiram em muitas das respostas apresentadas, assim como os ilustrados por Gomes, Guerra & Vieira (2011), que citam que a realização pessoal, a percepção de uma oportunidade de mercado, a dificuldade de ascensão na carreira, a necessidade de sobrevivência e por último a possibilidade de conciliar trabalho e família são os estímulos que movem as empreendedoras na criação de suas atividades.

Outra pergunta que foi objeto do questionário foi *“Há quanto tempo tem o teu negócio?”*, com ela, observou-se que o período médio que as mulheres pesquisadas estão com seus negócios próprios é bastante maduro, 8,6 anos. Esse dado supera as estatísticas apresentadas pelo SEBRAE (2019) que mostra que no Brasil em cada 10 empreendedoras, 3,9 se consolidam donas do negócio, porque, há uma desistência maior por parte das mulheres em sustentar o empreendimento.

No quadro 4 observa-se alguns relatos das mulheres em relação as suas experiências, primeiramente as vantagens na criação e condução de seus próprios empreendimentos.

<i>“Faço meu próprio horário, tendo mais tempo com minha filha”.</i>
<i>“Poder fazer o horário de atendimento. Sem precisar seguir horário comercial”.</i>
<i>“Flexibilidade de horários, criar e desfazer regras, aprendizagens, responsabilidade é minha e o retorno é meu também. Disciplina e liberdade”.</i>
<i>“Acredito que a principal vantagem seja autonomia. A possibilidade de realizar todas atividades de acordo com meu ritmo de trabalho, adequando as minhas necessidades pessoais, criando uma rotina e assim, administrando melhor o meu tempo. Trabalhar com o que realmente amo também gera uma grande motivação”.</i>
<i>“Fazer meu próprio horário, usar a minha criatividade e fazer o que realmente gosto”.</i>
<i>“Horário flexível, desenvolvimento e criação e trabalhar com o que eu gosto”.</i>
<i>“Flexibilidade do tempo entre o negócio e a família (principalmente quando se tem filho pequeno)... Ter uma ideia e colocar em prática”.</i>
<i>“Colocar em prática um propósito e um modelo de negócios em que acredito, bem como a possibilidade de oferecer mais suporte à família”.</i>
<i>“Poder administrar melhor e não tem patrão”.</i>
<i>“gerencio o meu tempo e lidero pessoas que se identificam com a filosofia de trabalho da empresa”.</i>
<i>“Independência, crescimento, ajudar outras pessoas”.</i>

Quadro 4: Quais as vantagens de ter o próprio negócio?

Fonte: Desenvolvido pelas autoras (2020)

Com esses relatos, nota-se que a figura da família, o tempo flexível, o gosto pela atividade e a liberdade em administrar o negócio de acordo com suas crenças e padrões, delineou os pontos fortes de ser empreendedora. Jonathan (2005) atesta esses sentimentos afirmando que trabalho, filhos e respeito próprio se constituem como fontes de altos índices de satisfação das empreendedoras brasileiras, indicando que os espaços profissional, familiar e pessoal contribuem de maneira equilibrada para o bem-estar psicológico destas mulheres. Em relação a maneira como as empresárias conduzem o seu negócio, Machado (2002) expõe que o comportamento gerencial feminino se caracteriza por ter objetivos definidos e amplos, entre eles segurança e satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, ética do cuidar e responsabilidade social.

Pode-se ver no quadro 5 algumas descrições das desvantagens e incertezas de ser empreendedora de acordo com as mulheres pesquisadas.

<i>“Não ter benefícios de um trabalhador com vínculo empregatícios”.</i>
<i>“Insegurança”.</i>
<i>“Com certeza a instabilidade financeira. A responsabilidade também aumenta, assim como os riscos. Você se torna totalmente responsável por todas as áreas da empresa”.</i>
<i>A instabilidade financeira</i>

<i>“Ser empreendedora requer otimismo e disciplina. O salário ou pró-labore varia, a segurança financeira não existe. É preciso ter disciplina com as finanças para não se perder na gestão e ficar no vermelho. Não temos 13º salário, fundo de garantia ou qualquer outro direito trabalhista. A preocupação constante em atrair novos clientes, resolver burocracias diversas. Na atual situação, precisei me reinventar, iniciando outro empreendimento para poder ter renda. De qualquer maneira, acredito que as vantagens sobrepõem às desvantagens”!</i>
<i>“Instabilidade nas vendas, não ter renda fixa ou qualquer auxílio”.</i>
<i>“Insegurança nos tributos. Insegurança nas políticas públicas que já estão melhorando muito”.</i>
<i>“Ter que lidar sozinha com um caixa volátil e não conseguir ter uma renda fixa mensal”.</i>
<i>“A incerteza do retorno financeiro, que nunca é fixo; o descrédito de pessoas próximas de você; a falta de horário de expediente “normal””.</i>
<i>“Trabalhar 24 horas”.</i>
<i>“Ser a única responsável pela resolução dos problemas. Trabalhar muito além da carga horária normal.”</i>
<i>“Estar sozinha”.</i>

Quadro 5: Quais as desvantagens de ter o próprio negócio?

Fonte: Desenvolvido pelas autoras (2020)

Muitas empreendedoras revelaram sua preocupação com as finanças, já que os ganhos variam com as condições econômicas do país, bem como com a carga de trabalho e responsabilidades por terem seu negócio próprio. Gimenez (2010) exemplifica o evidenciado afirmando que as mulheres enfrentam maiores empecilhos no acesso a fontes de financiamento e Brush (1998) explica que as empreendedoras, para conciliar todas as suas atividades, tendem a adotar uma forma singular de gerenciar utilizando-se de diferentes recursos organizacionais.

Notou-se que, por mais difícil e incerta a caminhada, com medos e preocupações, as empreendedoras expressaram sentimentos de clara conquista e vitória. Como observado anteriormente ao destacarem as vantagens de seu negócio. Elas assumem uma postura assertiva, percebendo-se como vencedoras e satisfeitas com o caminho que foi escolhido.

Por fim, a última questão convida a análise da discriminação de gênero. Observa-se que 36% das respondentes já sofreu algum tipo de distinção em relação ao seu gênero no ambiente de trabalho e 64% não teve essa diferenciação. A Sodexo Benefícios e Incentivos no Brasil (2017) ressalta essa questão de gênero mostrando em um levantamento realizado, que ainda há grande diferenciação no valor do trabalho da mulher perante o do homem, pois 53% das mulheres consideram que as empresas em que trabalham não oferecem meios para ampliar a promoção feminina a cargos de gestão.

De forma ampla, pode-se analisar que é bastante significativo que quase 40% das mulheres ainda precisam lidar com problemas em relação ao fato de simplesmente serem mulheres.

CONCLUSÃO

Durante muito tempo, acreditou-se que a mulher deveria exclusivamente cuidar de casa e dos filhos e que, então, ela não tinha capacidade para executar nenhuma outra tarefa que não fosse relacionada ao lar e a maternidade. Porém, com o tempo, e graças às reivindicações de grupos, essa situação foi se modificando e a mulher foi conquistando seu espaço em outros cenários.

O presente estudo revelou que as mulheres, quando empreendem, são motivadas por grande satisfação decorrente do fato de que o negócio próprio é algo com que se identificam, se dedicam com paixão e que lhes possibilita criar e afirmar seus próprios valores, na medida em que há autonomia, independência e liberdade para ter iniciativa e desenvolver ideias.

No campo da atividade empreendedora, alguns fatores geram insatisfação nas mulheres que são, principalmente, a insegurança em relação ao retorno financeiro e o cenário econômico. Também, observou-se que a discriminação de gênero é uma fonte de mal-estar que ainda atinge algumas empreendedoras. Entretanto, a postura otimista e afirmativa observada nas empreendedoras, faz entender que o exercício do empreendedorismo, apoiado em autonomia e poder de decisão, coloca as mulheres em condição de transformar os pontos fracos da trajetória em desafios capazes de gerar felicidade e sentimento de realização.

No cenário atual, é importante, portanto, que as empreendedoras tenham noção dos desafios para entrar neste mercado e ajam de modo a superá-los. Assumindo assim, um papel de protagonismo e de liderança de forma igualitária aos homens. Além disso, é extremamente relevante que essas mulheres busquem apoio, o compartilhamento de experiências, conhecimento em que possam se apoiar.

Apesar das barreiras encontradas, o mercado empreendedor para as mulheres é um movimento importante, pois abre oportunidades e visibilidade para a discussão de outras questões relacionadas ao universo feminino, principalmente no que tange aos debates de gênero.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, D. M. & KESSLER, R. C. (1998). Everyday stressors and gender differences in daily distress. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75 (3), 670-680.

- ANDERSON, A. H., & WOODCOCK, P. (1996). *Effective entrepreneurship: a skills and activity based approach*. Oxford, UK/Cambridge, MA: Blackwell Publishers Ltd.
- ANPAD (Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração). *Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR)*. Acesso em 25 fev. 2020, em http://www.anpad.org.br/eventos.php?cod_evento=16
- BARDIN, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- BARNETT, R. C. (2004). Preface: Women and work: Where are we, where did we come from, and where are we going? *Journal of Social Issues*, 60(4), 667-674.
- BEAUVOIR, S. de. (1970). *O Segundo Sexo – Livro 1: Fatos e Mitos*. 4ª Edição. São Paulo: Difusão Europeia do Livro.
- BRUSH, C. G. (1998). A resource perspective on women's entrepreneurship: research, relevance and recognition. *Proceedings of the organization for economic cooperation and development conference on women entrepreneurs in small and medium-sized enterprises*. Paris, France.
- COUTO-OLIVEIRA, V. 2007. *Vida de mulher: gênero, pobreza, saúde mental e resiliência*. Brasília, DF. Dissertação de mestrado. Universidade de Brasília, 275 p.
- CHERLIN, A. J. (2001). *Public and private families: an introduction* (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- DINIZ, G. 2004. Mulher, trabalho e saúde mental. In: W. CODO (eds.), *O trabalho enlouquece? Um encontro entre a clínica e o trabalho*. Petrópolis, Vozes, p. 105-138.
- FERREIRA, J. M., & NOGUEIRA, E. E. S. (2013). Mulheres e suas histórias: Razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(4), 398-417.
- GIMENEZ, F. A. P. *Trajetórias empresariais femininas: estudo comparativo entre empreendedoras e sucessoras de empresas familiares*. Projeto de Pesquisa CNPQ, 2010. Curitiba, Paraná, Brasil.
- GOMES, D. T; GUERRA, P. V. & VIEIRA, B. N. (2011). O Desafio do Empreendedorismo Feminino. In: *Anais do Encontro da ANPAD*. 35. Rio de Janeiro.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Executivo 2018. Acesso em 26 fev. 2020, em <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>
- HOBBSAWM, E. J. *Da revolução industrial inglesa ao imperialismo*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). (2018). *Estatísticas de Gênero. Indicadores sociais das mulheres no Brasil*. Acesso em 17 fev. 2020, em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf
- JABLONSKI, B. (1996). Papéis conjugais: conflito e transição. *Relação amorosa, casamento, separação e terapia de casal, Coletâneas da ANPEPP*, 113-123.
- JONATHAN, E. G. (2001). Mulheres empreendedoras: Quebrando alguns tabus. In *Anais do III Encontro Nacional de Empreendedorismo – ENENPRE* [CD-ROM]. Florianópolis, SC: Editora da Universidade Federal de Santa Catarina.
- JONATHAN, E. G. (2005). Mulheres empreendedoras: Medos, conquistas e qualidade de vida. *Psicologia em Estudo*, Maringá, 10(3), 373-382.

KANAN, L. A. *Poder e liderança de mulheres nas organizações de trabalho*. Revista O&S, Salvador, v. 17, n. 53, art. 1, p. 243-257, abr-jun, 2010. Acesso em 17 fev. 2020, em <http://www.scielo.br/pdf/osoc/v17n53/01.pdf>.

KORN/FERRY INTERNATIONAL. (2001). What women want in business: a survey of executives and entrepreneurs. Acesso em 01 mar. 2020, em http://www.kornferryinstitute.com/files/pdf1/What_Women_Want_in_Business1.pdf

LINEHAN, M. M. *Senior Female International Managers*. Great Britain: Ashgate, 2000.

LINKEDIN (2018). Gender Insights Report. How women find jobs differently. Acesso em 01 mar. 2020, em <https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/talent-solutions-lodestone/body/pdf/Gender-Insights-Report.pdf>

MACHADO, H. V. (2002). *Identidade empreendedora de mulheres no Paraná*. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina.

MARUANI, M. Introdução. In: MARUANI, Margaret e HIRATA, Helena (Orgs.). *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. Tradução de Clevis Rapkiewicz. São Paulo: SENAC, 2003.

MOORE, D. P., & BUTTNER, E. H. (1997). *Women entrepreneurs: moving beyond the glass ceiling*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

ONU Mulheres Brasil. (2016). *Relatório Final Quantitativo*. Pesquisa Eles por Elas 2016. Acesso em 17 fev. 2020, em http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Relatorio_ONU_ElesporElas_PesquisaQuantitativa2016.pdf

PRODANOV, C.; FREITAS, E. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROCHA-COUTINHO, M. L. (2003). Quando o executivo é uma dama: a mulher, a carreira e as relações familiares. In: Féres-Carneiro, T. (org.). *Família e casal: arranjos e demandas contemporâneas* (pp. 57-77). Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio/Loyola.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). (2019). *Empreendedorismo Feminino no Brasil*. Acesso em 25 fev. 2020, em https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf

SODEXO Benefícios e Incentivos no Brasil (2017). *Sala de Imprensa*. Acesso em 01 mar. 2020, em <https://www.sodexobeneficios.com.br/institucional/sala-de-imprensa-sodexo/institucional/mulheres-tem-acesso-limitado-a-cargos-de-gestao-e-pedem-planos-para-conciliar-trabalho-e-vida-pessoal.htm>

SHINDHUTTE, M., MORRIS, M., & BRENNAN, C. (2001). Female entrepreneurs and their children: Implications for family life, career aspirations and entrepreneurial perceptions. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Center for Entrepreneurial Studies/Babson College. Acesso em 25 maio 2020, em <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/IV/IVF/IVF/iv-f.htm>.

TIEDGE, L. B. (2004). Processes of change in work/home incompatibilities: employed mothers 1986-1999. *Journal of Social Issues*, 60 (4), 787-800.

VANDEWATER, E. A., OSTROVE, J. M., & STEWART, A. J (1997). Predicting women's well being in midlife: the importance of personality development and social role involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72 (5), 1147-1160.