

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

ESTER ALMEIDA REIS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PERFIL
DAS EMPREENDEDORAS DE VIÇOSA-MG.**

**VIÇOSA - MG
2022**

ESTER ALMEIDA REIS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PERFIL
DAS EMPREENDEDORAS DE VIÇOSA-MG.**

Relatório final, apresentado à
Universidade Federal de Viçosa, como
parte das exigências para obtenção do
título de bacharel em Cooperativismo.

Orientador: Alan Ferreira de Freitas

Banca avaliadora: Mestranda Jéssica Suzana Magalhães Cardoso
Doutorando Samuel Soares da Silva

**VIÇOSA - MG
2022**

RESUMO

O presente artigo estuda o empreendedorismo feminino. Temática relevante visto que o número de empreendimentos liderados por mulheres no Brasil representa 34% do total (*GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR*, 2019). Nesse contexto, o campo temático ainda é pouco explorado e possibilita que muitos recortes de pesquisa sejam feitos. O objetivo deste trabalho é por meio de um estudo de caso analisar o perfil de empreendedoras da cidade de Viçosa-MG e observar se a motivação do seu empreendimento configura-se como empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade. A pesquisa conta com uma revisão bibliográfica e tem como base os relatórios divulgados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) nos anos de 2019 a 2021. Entre os resultados foi constatado que aproximadamente 60% das questões analisadas neste trabalho seguem a tendência dos dados nacionais. Conclui-se que as mulheres empreendedoras de Viçosa-MG enfrentam dificuldades para conciliar família, filhos e atividades domésticas com a gestão de seu negócio. Além disso, foi possível constatar que 70% empreendem por necessidade.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino, empreendedorismo por necessidade e oportunidade, empreendedorismo e gênero.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	6
2.1. Empreendedorismo por oportunidade x necessidade.....	6
2.2. Empreendedorismo e gênero: com foco no feminino.....	8
3. METODOLOGIA.....	11
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	12
4.1. Perfil das empreendedoras.....	12
4.2. Tipo de empreendimento.....	15
4.3. Conflito Trabalho-Família.....	17
5. CONCLUSÃO.....	18
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	20

1. INTRODUÇÃO

No Brasil existem cerca de 10,1 milhões de empreendimentos liderados por mulheres, o que representa 34% desses negócios, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD, 2020). Tratando-se do número de empreendedoras, são cerca de 30 milhões de mulheres, fazendo com que o Brasil ocupe a sétima posição no ranking de países com o maior número de mulheres empreendedoras (GEM, 2021).

Como base para pesquisas relacionadas ao empreendedorismo, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) se apresentam como organizações de referência no âmbito global e nacional, respectivamente. O GEM é o maior órgão de pesquisa voltada para o empreendedorismo do mundo e lançou sua última publicação em novembro de 2021. Já o SEBRAE é uma entidade privada sem fins lucrativos que visa estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte (SEBRAE, 2022).

A diferença de gênero no empreendedorismo acentua para as mulheres muitas dificuldades de se estabelecerem no mercado, gerenciar negócios e mantê-los sustentáveis. A diferença também está presente nos motivos que levam as mulheres a empreender. Segundo Venâncio et al., (2019), a mulher empreende pela dificuldade de entrar no mercado de trabalho e pelas dificuldades que elas enfrentam mesmo inseridas no mercado de trabalho, como preconceitos e diferença salarial em relação aos homens pelo simples fato de ser mulher.

Segundo dados do Sebrae e do GEM (2021) os empreendimentos geridos por homens são mais estabilizados, ou seja, duram mais tempo, isso pode ser explicado pelo fato de as mulheres empreenderem mais por necessidade e assumirem o negócio com menos experiências e, sobretudo, por acabarem desistindo do trabalho devido a pressão imposta pela sociedade de que a mulher deve priorizar o cuidado dos filhos e da família. Muitas mulheres são “obrigadas” a desistirem de empreender por falta de tempo, o que pode levar muitas mulheres a se sentirem culpadas por estarem dividindo seu tempo de dedicação entre carreira, filhos e família.

Esse contexto sinaliza para um caminho adverso e complexo do empreendedorismo feminino. Nesse sentido, o presente trabalho teve por objetivo analisar o perfil de empreendedoras da cidade de Viçosa-MG, considerando o tipo de empreendedorismo (empreendedorismo por oportunidade x empreendedorismo por

necessidade) As empreendedoras selecionadas em Viçosa são uma ilustração empírica para esta pesquisa e ajudam a sinalizar a questão de fundo que são os desafios do empreendedorismo feminino.

Para agregar as análises da pesquisa, o estudo também teve foco em um levantamento bibliográfico e análises dos relatórios do GEM e do SEBRAE. Ressalta-se que, será considerado empreendedor ou empreendedora a pessoa que cria um negócio ou presta um serviço de forma autônoma, essa pessoa não necessariamente possui um CNPJ.

A importância do estudo se dá a relevância do tema, visto que muitos recortes de pesquisa ainda não foram feitos, além da falta de políticas públicas e incentivos ao empreendedorismo feminino no país (NATIVIDADE, 2019). Espera-se que o estudo sirva de aparato para novas pesquisas que possam contribuir para a criação de projetos e fomento a mulheres empreendedoras.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Empreendedorismo por oportunidade x necessidade

Existem várias vertentes acerca da definição do termo empreendedorismo, trazidas por diferentes autores. Dentre elas, há uma que entende empreendedorismo como a ação de inovar, criar um novo negócio para alcançar novos mercados e outra que o trata como uma habilidade ligada à criatividade, entre outros aspectos comportamentais Gomes (2005 apud VENÂNCIO, 2019, p.34). Atualmente se fala muito das habilidades importantes para o mercado de trabalho e na liderança de negócios. O empreendedorismo, do ponto de vista comportamental, é com certeza uma habilidade importante para a sobrevivência nesses mercados, considerando que empreender é estar aberto às mudanças.

Outra definição do conceito é feita pelo SEBRAE (2021), que diz que “o termo empreendedorismo se refere a habilidade que um empreendedor tem para solucionar problemas, gerar oportunidades, criar soluções e investir na criação de ideias relevantes para seu público e sociedade”. Serão apresentados dois tipos de empreendedorismo existente e observa-se que o viés definido pelo SEBRAE relaciona-se a um deles, o chamado empreendedorismo por oportunidade.

A partir do entendimento de quem é a pessoa que empreende, da perspectiva conceitual, é importante analisar a motivação do empreendimento, ou seja, o que levou a pessoa a criar um novo negócio. O GEM elenca quatro motivações para suas análises: o aumento de riqueza, tradição familiar, para gerar mudança no mundo e a falta de empregos. Ao entender melhor as motivações, é possível perceber qual tipo de empreendedorismo: por oportunidade ou por necessidade.

Considerando duas das motivações para criação de negócios citadas pelo GEM, a motivação “aumento de riqueza” e a motivação “falta de emprego”, pode-se realizar uma correlação entre motivação e tipo de empreendedorismo. O aumento da riqueza configura-se como empreendedorismo por oportunidade, já que a pessoa enxerga uma oportunidade de negócio e quer melhorar sua condição financeira, e a falta de emprego, onde ela precisa gerar renda para sobreviver, configura-se como empreendedorismo por necessidade.

Para este trabalho, consideramos empreendedorismo por oportunidade quando a pessoa que está empreendendo observa no mercado uma lacuna que ainda não foi preenchida ou um setor com tendência de crescimento, analisa as possibilidades, faz um planejamento, tem fontes de crédito e decide então abrir um negócio para aproveitar tal oportunidade, para mudar sua área de atuação ou melhorar sua condição financeira conforme Dornelas (2016 apud PESSOTI, 2022). Ou seja, esse empreendimento não é responsável por suprir as necessidades básicas de sobrevivência dessa pessoa, ele pode apenas melhorar uma condição financeira que já garante uma segurança e estabilidade.

No empreendedorismo por necessidade, a atividade empreendedora é um meio de sobrevivência quando não existem outras possibilidades de geração de renda, sendo essa situação consequência do desemprego ou como no caso de muitas mulheres a única forma de conciliar trabalho com responsabilidades domésticas, questões familiares e a maternidade (VENÂNCIO et al., 2019). No Brasil, 76,8% dos empreendimentos são por necessidade, uma tendência dos países em desenvolvimento (GEM, 2021).

O fato de a maior parte dos empreendimentos ser por necessidade explica o evento da vida curta dos negócios brasileiros, são poucos os negócios estabelecidos, apenas 10% dos empreendimentos geram lucro ou se pagam por 3,5 anos ou mais (GEM, 2021). Isso porque “[...]sem o planejamento adequado e inovações que o mercado pede conforme o tempo, e a quantidade de concorrentes, essas empresas

não conseguem se manter no mercado por muito tempo (CÂNDIDO; BARBOSA; LEITE, p.5).

A grande disparidade entre o número de negócios criados ou em fase inicial para os empreendimentos estáveis, com mais de 3,5 anos, pode ser explicada pelo tipo de empreendimento (FERREIRA et al., 2012). Os empreendimentos por oportunidade, que são os em menor número no país, são motivados pela vontade de evoluir financeiramente e tem planejamento, fonte de financiamento, acompanham a mudança e inovação do mercado, pois seus gestores têm conhecimento sobre as tendências econômicas, esses negócios conseguem sobreviver por mais tempo. Já os empreendimentos por necessidade não têm nenhuma dessas características, são uma solução impulsiva para sobreviver, geralmente em momentos de crise. Por esse motivo são descontinuados quando surge uma oportunidade que garante maior estabilidade financeira, como um emprego formal, e não conseguem lidar com situações não previstas devido à falta de planejamento e pouco conhecimento em gestão (VENÂNCIO et al., 2019).

2.2. Empreendedorismo e gênero: com foco no feminino

Antes de adentrar na temática principal dessa sessão é importante esclarecer os termos envolvidos na observação, salientando assim a distinção entre sexo e gênero. Segundo Calás e Smircich (1999 apud PESSOTI, 2022, p.16) “Sexo” é a definição biológica do indivíduo (macho e fêmea) ao passo que “gênero” é aquele construído socialmente, ou seja, decorre da vivência e socialização”.

A partir dessa definição, é percebido uma grande diferença na execução da atividade empreendedora quando consideramos gênero como um fator de análise, em vários estudos e pesquisas fica evidente que a mulher enfrenta questões que tornam o processo de abrir e manter um negócio mais difícil pelo simples fato de ser mulher. Já que a grande maioria das mulheres são responsáveis por atividades domésticas, cuidados com a família e idosos, além da maternidade (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Tendo em vista as dificuldades enfrentadas pelas mulheres, constata-se que para elas a atividade empreendedora é mais complexa. Porém, muitas mulheres conseguem lidar com todos os percalços e ter sucesso em seus empreendimentos (SEBRAE, 2019). Por outro lado, as referências utilizadas mostram muitas diferenças entre os empreendimentos femininos e aqueles guiados por homens. Uma dessas constatações se relaciona ao tipo de empreendimento, visto na seção anterior.

Segundo o GEM (2021), no Brasil as mulheres empreendem mais por necessidade que os homens.

Além da diferença do tipo de empreendimento, as atividades econômicas nas quais estão situados os empreendimentos de mulheres são distintas daquelas em que se enquadram os empreendimentos de homens. As mulheres estão presentes de forma mais significativa na prestação de serviços e comercialização de artigos de vestuários, trabalhos culturais e socialmente tidos como “tipicamente femininos” (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016, p.46). Enquanto isso, observa-se uma presença maior dos homens empreendendo em atividades relacionadas à tecnologia e à inovação, um mercado que atualmente ganha destaque e tem uma enorme tendência de crescimento, sendo atividades mais rentáveis do que as atividades exercidas pela maior parte das mulheres (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

As mulheres se arriscam menos ao empreender, considerando negócios que vão além do varejo, e não se arriscam em mercados como o da tecnologia, pois não se sentem capazes para gerir o negócio, mesmo tendo um nível de escolaridade maior do que o dos homens empreendedores (GEM, 2021). Do mesmo modo que uma grande parte dessas mulheres tem dependentes financeiros, como filhos e outros familiares, além da escassez de tempo para dedicação ao empreendimento, advinda da multiplicidade de tarefas exercida pelas mesmas. Quando consideramos que as mulheres dividem o tempo entre atividades profissionais, domésticas e familiares, esses fatores agravam ainda mais a baixa incidência de mulheres em empreendimentos de maior risco (AMORIM; BATISTA, 2012).

Todavia existe uma carência em relação a políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo feminino. Até o ano de 2021, em âmbito nacional, a ação com maior visibilidade era “Prêmio Mulher de Negócios” do SEBRAE, esse prêmio não tem nenhuma vertente no sentido de capacitação para gerirem seus negócios, além de maior acesso ao crédito, sendo assim, não suficiente em garantir uma maior equidade de gênero no empreendedorismo.

Para aumentar a inserção de mulheres empreendedoras, em 2022, simbolicamente no dia 08 de março (Dia Internacional da Mulher) foi que o Governo Federal do Brasil anunciou a criação da Estratégia Nacional de Empreendedorismo Feminino “Brasil pra Elas”, que “é uma política pública de fortalecimento do empreendedorismo feminino como instrumento de desenvolvimento econômico e social do País”. Entretanto, pelo fato de ter sido só um anúncio e a política ainda não

estar sendo executada, não é possível analisar se a iniciativa cumpre com os objetivos.

Tendo em vista os desafios enfrentados pela influência do gênero na atividade empreendedora, faz-se necessário reportar também sobre o perfil da empreendedora brasileira. Segundo o SEBRAE, em 2021, 34% dos donos de negócios no Brasil são mulheres, número que já foi maior em 2019, 34,8%, sofreu uma queda devido a pandemia, mas voltou a se estabelecer no último semestre de 2021 (SEBRAE, 2021).

Como consequência das questões relacionadas a gênero, expostas anteriormente, as mulheres empreendem mais por necessidades e seus empreendimentos têm uma alta taxa de mortalidade (GEM, 2019). Isso se dá por vários fatores como a falta de conhecimento técnico e planejamento, a falta de tempo e o conflito trabalho-família, onde muitas vezes a mulher se sente culpada por dedicar parte do seu tempo em uma atividade que não seja cuidar dos filhos e manter o bem estar de sua família (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Amorim e Batista (2012) evidenciam que a necessidade financeira é grande impulsionadora do empreendedorismo feminino, confirmando os dados apresentados neste trabalho. Os autores mapearam mais de 90 trabalhos bibliográficos diferentes sobre empreendedorismo feminino, organizando numa sequência cronológica os estudos realizados. O que se percebe é que o espaço que as mulheres ocupam hoje foi conquistado a passos lentos.

Outro dado interessante é o perfil da empreendedora brasileira, definido pelo GEM, no ano de 2021, mostra que essa mulher empreende por necessidade, visto que a principal motivação é a falta de empregos, a taxa de negócios estabelecidos, com mais de 3,5 anos, é menor se comparado ao dos homens e a maior razão para a descontinuação dos empreendimentos femininos é a falta de financiamento, ou seja, o difícil acesso ao crédito. Além disso, a empreendedora brasileira exporta mais que o empreendedor, mas ainda atua pouco no segmento de tecnologia.

Entretanto, os dados levantados pela pesquisa do GEM realizada em 2021, não apresentam informações referentes à questão racial ou presença de mulheres *trans* entre o grupo de pessoas entrevistadas. Segundo Natividade (2009), às questões étnico-racial e de transversalidade de gênero são pouco apresentadas em pesquisas, o que representa um problema, devido ao fato de que essas questões permeiam a realidade de mulheres de maior vulnerabilidade e dados específicos sobre o assunto são importantes para implementação de políticas públicas nessa temática.

3. METODOLOGIA

Considerando que o estudo teve como objetivo observar as características das mulheres empreendedoras em uma cidade e entender se elas empreendem por oportunidade ou necessidade, a pesquisa é classificada como descritiva. Ainda de acordo com Gil (2002, p. 42), “[...] as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Tendo em vista o objetivo proposto, foram utilizadas para confecção deste trabalho, mais de uma técnica de pesquisa. O estudo tem abordagem de natureza qualitativa, a qual é utilizada quando “a subjetividade do sujeito não pode ser traduzida em números”, não sendo necessário uso de técnicas estatísticas. Além disso, o pesquisador é indispensável pois é responsável pela “[...] interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados” (DA SILVA; MENEZES, 2005, p.20).

Inicialmente foi realizada uma revisão bibliográfica que é definida por Gil (2002, p.44) como uma pesquisa “[...] desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.”, tipificando a pesquisa como exploratória, que segundo o autor “[...]têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema”.

Além dessas características, podemos definir o trabalho como um estudo de caso que, segundo Ventura (2007, p. 385) “[...] é um meio de organizar os dados, preservando do objeto estudado o seu caráter unitário. Considera a unidade como um todo, incluindo o seu desenvolvimento (pessoal, família, conjunto de relações ou processos etc.)”. Em seguida, o autor conclui a definição de estudo de caso dizendo que o mesmo “Visa à investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações. ”

A pesquisa consiste em um estudo de caso realizado na cidade de Viçosa-MG. Para a coleta dos dados primários, foram aplicados questionários semiestruturados em formato on-line com questões abertas e fechadas (Google Forms) destinados às empreendedoras da cidade de Viçosa no mês de fevereiro de 2022. A escolha das voluntárias foi feita com atenção à diversidade e através de indicações, foram selecionadas 10 mulheres que participaram ou participam de alguma ação sobre empreendedorismo da cidade de Viçosa, o número de entrevistadas teve em vista

viabilizar uma análise mais cuidadosa das questões abertas que compunham o formulário.

O questionário foi composto de 14 perguntas, as quais seguem uma construção lógica buscando-se abranger questões específicas como idade e local de trabalho, mas o foco foram questões mais abstratas e amplas, buscando mais detalhes nas respostas, como o que motivou o início do empreendimento, os dados foram complicados, separados em três sessões na análise dos resultados. Neste primeiro estudo, optou-se por entrevistar um menor número de mulheres através de questões abertas para que fosse possível analisar respostas mais longas e detalhadas, tendo a expectativa de que em novos trabalhos seja inserida uma amostra maior e se analise respostas mais específicas através de questões fechadas.

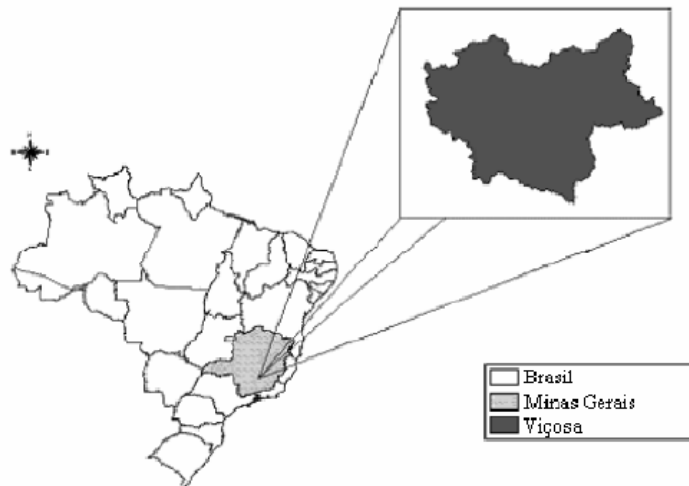
Localizada no sudeste do país, no estado de Minas Gerais, a cidade de Viçosa tem cerca de 79.910 habitantes, fica a 225 km da capital Belo Horizonte e sedia a Universidade Federal de Viçosa (UFV). A escolha da cidade para realização da pesquisa se deu ao fato de Viçosa ser uma cidade universitária, o que sinaliza que a cidade possui uma dinâmica singular, possuindo algumas instituições e iniciativas de incentivo e apoio ao empreendedorismo, como o Parque Tecnológico, o SEBRAE, a Câmara das mulheres empreendedoras, dentre outras. Desta forma, devido às peculiaridades da cidade, Viçosa parece ser um ambiente propício ao empreendedorismo, sobretudo o feminino, e a pesquisa almeja contribuir para o desenvolvimento desse ambiente empreendedor.

4. RESULTADOS DISCUSSÃO

4.1. Perfil das empreendedoras

Tendo em vista os objetivos deste trabalho, a partir das entrevistas realizadas com as mulheres empreendedoras da cidade de Viçosa-MG, cuja localização é apresentada na Figura 1, foi possível traçar um perfil para essas mulheres, bem como o modo como elas lidam com as diversas funções que desempenham e as dificuldades do conflito trabalho-família discutido por (TEIXEIRA;BOMFIM, 2016).

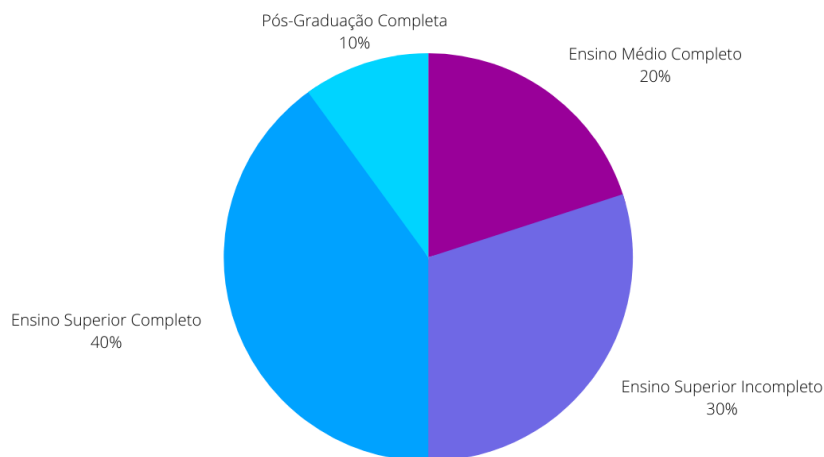
Figura 1. Localização de Viçosa-MG



Fonte: MAROTTA, S. G, et al, 2007.

As mulheres entrevistadas têm de 20 a 46 anos, sendo 90% na faixa etária de 30 a 46 anos, duas mulheres eram negras Outro dado importante com relação ao perfil dessas mulheres é a escolaridade, como mostra a figura 2, 80% delas estão cursando o ensino superior ou já concluíram (soma de ensino superior incompleto, ensino superior completo e pós-graduação).

Figura 2. Grau de escolaridade das entrevistadas.

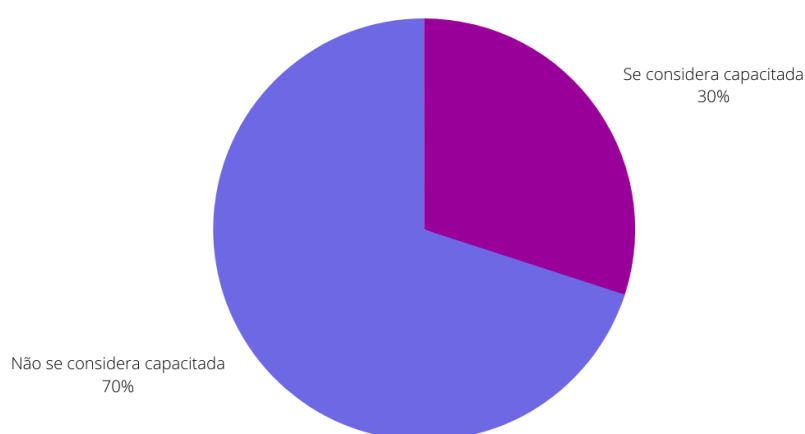


Fonte: Elaboração própria, 2022.

A pesquisa seguiu a tendência dos dados apresentados pelo SEBRAE (2019), na qual, em relação aos homens, as mulheres têm um nível de escolaridade consideravelmente mais elevado.

Um fator muito positivo é que as mulheres que apresentam maior nível de escolaridade e dizem se sentir capacitadas para gerenciar o negócio, segundo o relatório do SEBRAE sobre empreendedorismo feminino de 2019. Nas entrevistas com as empreendedoras de Viçosa o resultado alcançado foi praticamente o mesmo, visto que 70% das mulheres entrevistadas disseram que se sentem capacitadas para gerir o empreendimento, como demonstrado na Figura 3. Este fato pode ser explicado por essas mulheres estarem em uma cidade universitária onde existe uma articulação ativa no ecossistema de inovação e várias ações da casa do empresário.

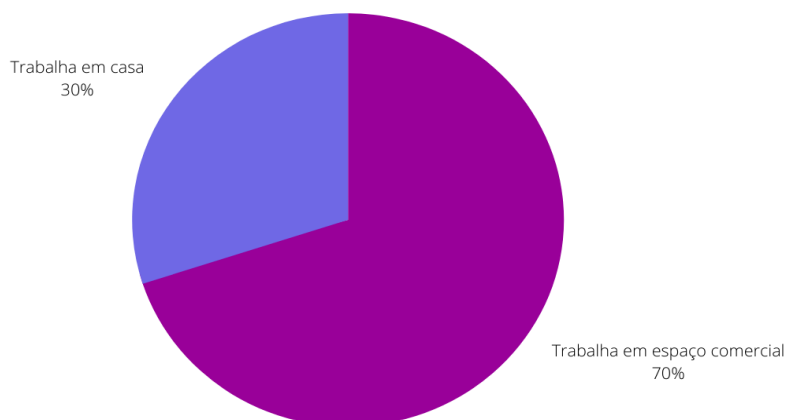
Figura 3. Gráfico sobre a capacidade de gestão do empreendimento.



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Outra característica da mulher empreendedora no Brasil é com relação ao local de trabalho, assim como no relatório do SEBRAE sobre empreendedorismo lançado em 2019, a maior parte das empreendedoras, 70%, que participaram da pesquisa não trabalham em casa como mostra a Figura 4, 7 das 10 mulheres empreendedoras de Viçosa que foram entrevistadas, trabalham em um espaço comercial e também vendem pela internet. Apenas duas mulheres que exercem a atividade empreendedora de casa, também tem empregos além do negócio e nesses empregos elas trabalham fora da residência.

Figura 4. Local de trabalho das entrevistadas.



Fonte: Elaboração própria, 2022.

4.2. Tipo de empreendimento

Em uma das questões respondidas pelas mulheres empreendedoras, elas foram indagadas sobre os motivos pelos quais começaram a empreender e a partir das respostas foi percebido que 70% dos empreendedores são por necessidade, como mostra o Quadro 1. Nesse caso, a motivação foi identificada através de uma questão aberta onde as mulheres respondiam sobre o contexto e motivação na criação do negócio.

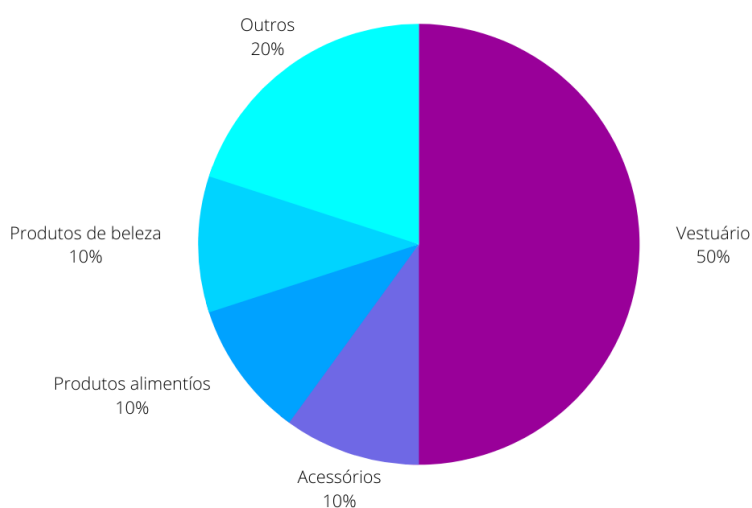
Quadro 1. Tipo de empreendimento.

Entrevistadas	Motivação	Tipo de empreendimento
E1	Complementar renda baixa	Necessidade
E2	Dificuldade financeira / Relacionamento abusivo	Necessidade
E3	Desemprego	Necessidade
E4	Autonomia	Oportunidade
E5	Tradição familiar	Oportunidade
E6	Complementar renda baixa	Necessidade
E7	Flexibilidade de tempo	Oportunidade
E8	Desemprego	Necessidade
E9	Desemprego	Necessidade
E10	Desemprego	Necessidade

Fonte: Elaboração própria, 2022

Sobre os setores de atuação, os empreendedores majoritariamente são de varejo, relacionados a vestuário, acessórios, produtos de beleza e alimentícios, apenas dois empreendimentos não seguem essa tendência, sendo que uma das empreendedoras entrevistada tem uma academia e outra trabalha com produtos de papelaria personalizada (Figura 5). Esses resultados vão de encontro com os dados apresentados pelo GEM, que mostra que as mulheres não empreendem muito em tecnologia, são 12,5% das mulheres contra 24,5% dos homens quando o assunto são empreendimentos relacionados à inovação e tecnologia no Brasil (GEM, 2021).

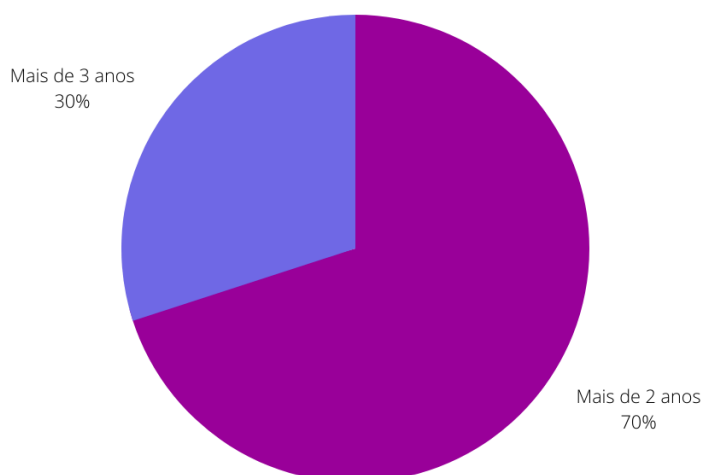
Figura 5. Gráfico sobre o tipo de produto ou serviço comercializado.



Fonte: Elaboração própria, 2022

As respostas sobre o tempo de existência do empreendimento surpreenderam, não condizem com o que o relatório do GEM (Figura 6). O último mostrou que a maior parte dos empreendimentos guiados por mulheres estão em fase inicial. Mas nas entrevistas realizadas para esse trabalho, 70% dos empreendimentos têm mais de três anos, ou seja, são negócios estabelecidos, o GEM mostrou que no Brasil a maioria dos empreendimentos femininos estão em fase inicial, destoando da realidade das entrevistadas nessa ocasião.

Figura 6. Gráfico sobre o tempo de existência do empreendimento.



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Quando perguntadas sobre os planos futuros para o empreendimento, muitas têm expectativa de crescimento. Nenhuma prevê que o negócio seja descontinuado, segundo o GEM, a maioria dos empreendimentos femininos descontinuados são por falta de financiamento, isso é explicado pela dificuldade de acesso ao crédito enfrentada pelas mulheres.

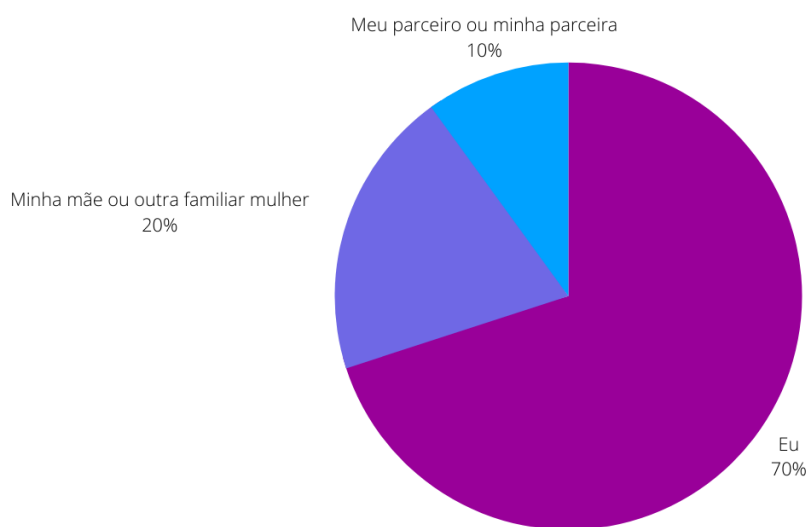
4.3. Conflito Trabalho-Família

Quando o tema foi maternidade, 40% das mulheres responderam ter filhos e todas relataram que ser mãe e empreender é um grande desafio. Um fato interessante é que duas delas têm a maternidade por trás da motivação do empreendimento, ou seja, começaram a empreender pós-maternidade pois era o único jeito de conciliar a nova realidade com uma atividade rentável. Além disso, quando perguntado para as mulheres que são mães sobre suas perspectivas para o futuro, a expectativa de crescimento do negócio está diretamente ligada à vontade de oferecer uma qualidade de vida para os filhos.

Ainda sobre maternidade, até mesmo as mulheres que não são mães compreendem os desafios dessa dupla jornada e dizem ter medo de não conseguir, no futuro, conciliar a gestão do negócio e a maternidade. Já que 70% das mulheres entrevistadas são responsáveis pelas atividades domésticas (Figura 7) e a dificuldade relatada por maior parte das mulheres em conciliar o empreendimento e a família é a falta de tempo, ou seja, mesmo as mulheres que não são mães são responsáveis

pelas atividades domésticas e já enfrentam dificuldades para conciliar suas responsabilidades, por isso temem que a possibilidade de uma maternidade possa ser um fator que impeça gerir o negócio e até mesmo causar a descontinuidade do negócio.

Figura 7. Responsabilidade pelas atividades domésticas.



Fonte: Elaboração própria, 2022.

As mulheres que fizeram parte da entrevista ainda relataram começar a trabalhar desde muito cedo, e desde o início da vida profissional tiveram que conciliar mais de uma atividade, como estudo e trabalho e posteriormente a família, mais uma consequência do conflito trabalho-família.

5. CONCLUSÃO

A partir das referências bibliográficas utilizadas e do questionário aplicado, foi possível concluir que 70% das empreendedoras de Viçosa-MG começaram a empreender por necessidade, visto que a necessidade de renda e a pouca oferta de trabalho foram as principais motivações citadas nas entrevistas, sendo assim, maior número de empreendimentos femininos por necessidade do que que por necessidade.

Fica explícito que o conflito trabalho-família é fator que dificulta a atividade empreendedora das mulheres, visto que elas são as principais responsáveis pelas atividades domésticas e cuidados e educação dos filhos, tarefas que de forma isolada

já demandam muito tempo, quando realizadas de forma conjunta exigem um nível de dedicação muito alto dessas mulheres.

A maternidade é um fator que tanto pode ser motivação para atividade empreendedora, as mulheres podem começar a empreender após terem filhos e precisarem de uma maior flexibilidade de horário e local de trabalho, além da falta de emprego, quanto é um fator que as mulheres temem causar risco de descontinuação do empreendimento. Vale ressaltar que até quando a maternidade é motivação para a atividade empreendedora ela também pode ser um fator que favorece a dupla jornada de trabalho.

Existe uma carência muito grande de políticas públicas no país que auxiliem as mulheres empreendedoras a exercerem suas atividades, seja em mais facilidade de acesso ao crédito, cursos de capacitação sobre a gestão do negócio, ou assistência para educação de qualidade dos filhos (NATIVIDADE, 2009). Também não é possível identificar se as mulheres *trans* foram contabilizadas nas pesquisas do SEBRAE e do GEM e quais as dificuldades enfrentadas por elas. Uma maior efetividade das políticas públicas para o auxílio das mulheres na atividade empreendedora, poderia elevar a presença de empreendimentos femininos em uma maior diversidade de setores.

A amostra utilizada para esse trabalho seguiu a tendência dos dados nacionais apresentados pelo GEM 2021 e o Relatório Sobre Empreendedorismo Feminino publicado pelo SEBRAE em (2019).

A partir disso fica evidente a necessidade de novos estudos com a temática do empreendedorismo feminino, que abordem recortes interseccionais. Para compreender com mais clareza quem são as mulheres que empreendem e quais seus desafios, novas ações podem ser propostas com objetivo de mitigar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres apenas pelo fato de serem mulheres.

Empreendedorismo feminino significa liberdade e independência, que salvam muitas mulheres de situações de risco e violência.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-13, 2012.

BRASIL. **Brasil pra Elas**. [S. l.], 8 mar. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/brasil-para-elas/saiba-mais>. Acesso em: 12 mar. 2022.

CÂNDIDO, Jefferson Dantas; BARBOSA, José Facundo; LEITE, Maria Luciana Santiago. O PAPEL DA UNIVERSIDADE DE FORTALEZA E DO BANCO DO NORDESTE DO BRASIL NO PROGRAMA ALUNO HOJE, EMPREENDEDOR AMANHÃ—EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE OU POR OPORTUNIDADE?.

DA SILVA, Edna Lucia; MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. **UFSC**. Florianópolis, 4a. edição, v. 123, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando ideias em negócios. **Rio de**, 2005.

FERREIRA, Luis Fernando Filardi et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gestão & Produção**, v. 19, p. 811-823, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. GEM 2020/2021 GLOBAL REPORT. 2021. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>. Acesso em: 17 mar. 2022.

GIL, A .C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pnadca/tabelas>. Acesso em: 20 de fev. 2022.

MAROTTA, S. G; ANDRADE, O. J. R.; GONÇALVES, P. R; ASSIS, C. L.; CALIJURI, L. M; SILVA, C. M. **Proposta de equacionamento do tráfego de veículos de carga. Estudo de Caso: Viçosa-MG.** XXIII Congresso Brasileiro de Cartografia, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Giuliano-Marotta/publication/260596240_Proposta_de_equacionamento_do_trafego_de_veiculos_de_carga_Estudo_de_caso_Vicosa-MG/links/00463531b48745a331000000/Proposta-de-equacionamento-do-trafego-de-veiculos-de-carga-Estudo-de-caso-Vicosa-MG.pdf. Acesso em: 15 de fev. 2022.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

PESSOTI, Priscila Cristina da Costa de *et al.* **Da maternidade ao ageempreendedorismo: uma escolha ou uma sentença.** 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, SEBRAE. Empreendedorismo e inovação. 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/empreendedorismo-e-inovacao,a680ce1f53b9d710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 mar. 2022.

____SEBRAE. **Empreendedorismo feminino dá sinais de lenta recuperação [S. l.],** 7 mar. 2022. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/empreendedorismo-feminino-da-sinas-de-lenta-recuperacao,6ef3ddb17e56f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 mar. 2022.

____SEBRAE. **Prêmio Sebrae Mulheres de Negócio.** 2017. Disponível em: <http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br/>. Acesso em: 12 mar. 2022.

____SEBRAE. **O que é o Sebrae.** 2022. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20o%20Sebrae%3F%20O%20Servi%C3%A7o%20Br

asileiro,Desde%201972%2C%20trabalha%20para%20estimular%20o%20empreendedorismo%20e. Acesso em: 13 mar. 2022.

____SEBRAE. **Sebrae celebra conquistas das mulheres à frente de pequenos negócios.** [S. l.], 7 mar. 2022. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/sebrae-celebra-conquistas-das-mulheres-a-frente-de-pequenos-negocios,2242a1e61266f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 mar. 2022.

SISTEMA OCEPAR. **Mulheres lideram 10,1 milhões de empreendimentos no Brasil.** [S. l.], 8 mar. 2022. Disponível em: <https://www.paranacooperativo.coop.br/PPC/index.php/sistema-ocepar/comunicacao/2011-12-07-11-06-29/ultimas-noticias/139505-sebrae-mulheres-lideram-101-milhoes-de-empreendimentos-no-brasil>. Acesso em: 12 mar. 2022.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

VENÂNCIO, Karen Brunetti *et al.* **A inserção da mulher no mercado de trabalho e empreendedorismo feminino no Brasil.** 2019 Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) - Instituto de Economia e Relações Internacionais, Universidade Federal de Uberlândia, [S. l.], 2019.

VENTURA, M. M. O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa [The Case Study as a Research Mode]. **Revista SOCERJ** [Internet]. Set/out de 2007. 20 (5): 383-6.