



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
UNIDADE ACADÊMICA DE SERRA TALHADA
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

JANINNE DA SILVA GOMES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO E SEUS DESAFIOS: UM ESTUDO COM
EMPREENDEDORAS ORIUNDAS DO SERTÃO DO BAIXO PAJEÚ
PERNAMBUCANO.**

SERRA TALHADA - PE

2022

JANINNE DA SILVA GOMES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO E SEUS DESAFIOS: UM
ESTUDO COM EMPREENDEDORAS ORIUNDAS DO SERTÃO DO
BAIXO PAJEÚ PERNAMBUCANO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Unidade Acadêmica de Serra Talhada da Universidade Federal Rural de Pernambuco como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof.Dr.Danúzio Weliton Gomes da Silva.

SERRA TALHADA - PE

2022

EMPREENDEDORISMO FEMININO E SEUS DESAFIOS: UM ESTUDO COM EMPREENDEDORAS ORIUNDAS DO SERTÃO DO BAIXO PAJEÚ PERNAMBUCANO.

Janinne da Silva Gomes

janinnegomes26@gmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de Serra Talhada, Curso de Bacharelado em Administração

Danúzio Weliton Gomes da Silva

danuzioweliton@hotmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de Serra Talhada, Curso de Bacharelado em Administração

RESUMO

Diante da trajetória ascendente do empreendedorismo feminino nos últimos anos, intensifica-se a importância de estudos que contribuam a cerca do tema e possibilitem visualizar aspectos relacionados a sua trajetória e desafios enfrentados no negócio. Em vista disso, a presente pesquisa tem como objetivo analisar as principais dificuldades apresentadas por mulheres empreendedoras residentes nas cidades de Triunfo e Serra Talhada, localizadas no sertão do baixo pajeú em Pernambuco. Como recurso metodológico para alcance dos resultados, utilizou-se da pesquisa qualitativa e exploratória, coletando-se os dados por meio de roteiro semiestruturado de entrevista aplicado a dez mulheres empreendedoras de diferentes ramos de negócio. Notou-se na decorrência do estudo que, apesar da evolução ao longo dos anos, muitos são os entraves enfrentados pelas mulheres empresárias, estando estes relacionados principalmente à conciliação da dupla jornada de trabalho, decorrente da divisão entre maternidade, tarefas domésticas e carreira profissional, defrontando-se ainda, com a persistente desigualdade de gênero presente no âmbito empresarial.

Palavras-chave: Mulher, empreendedorismo feminino e mercado.

ABSTRACT

Given the women's entrepreneurship upwards track in the past years, it intensifies the importance of studies that contribute to the subject and make it possible to picture aspects related to its trajectory and challenges faced in the business. Hence, the following study aims to analyze the major difficulties shown by Triunfo and Serra Talhada enterprising women, both located in Sertão do Baixo Pajeú in Pernambuco. As a methodological approach for reaching results, qualitative and exploratory research was used, collecting data through a semi-structured interview script applied along with ten women entrepreneurs from different business segments. It was noticed in the study outcome, notwithstanding the progress over the years, that many are the obstacles faced by female entrepreneurs, as in relation to double working day conciliation ensuing from the split between motherhood, domestic tasks, and professional career, yet facing the persistent gender inequality present in the business environment.

Keywords: woman, female entrepreneurship, market.

1 INTRODUÇÃO

Iniciando pela origem e etimologia da palavra, a literatura nos apresenta que o termo *entrepreneur*, correspondente à tradução brasileira de empreendedor, tenha sido utilizado pela primeira vez na língua francesa no início do século XVI para remeter a homens que eram envolvidos em coordenações de operações militares (CRUZ; 2005, p.22). No entanto, remetendo ao sentido que conhecemos hoje, o ponta pé inicial para o novo significado do empreendedorismo só veio acontecer no ano de 1912, com a publicação da obra *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*, escrita por um dos mais famosos economistas do mundo, Joseph Alois Schumpeter.

São variadas as definições do que é o empreendedorismo, mas juntas todas seguem uma mesma vertente. “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.” (VALENCIANO; BARBOZA, 2005, p. 2) Diferente do que muito se pensa, o empreendedorismo pode emergir em qualquer realidade. Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, “o empreendedorismo é um fator essencial da saúde e da riqueza da sociedade, e um formidável motor do crescimento econômico.” (GEM, 2019, p. 21)

Através do empreendedorismo, mulheres que antes não sabiam como se inserir e/ou retornar ao mercado, visualizaram no ato empreender uma oportunidade de independência financeira. Essa discussão torna-se necessária quando percebemos que as mulheres ainda correspondem a uma parcela menor que a masculina quando o assunto é empreendedorismo. Segundo os dados levantados pelo GEM no ano de 2019, o Brasil contava com 53 milhões de brasileiros que realizavam alguma atividade empreendedora. Desse número 25,8 milhões correspondem à parcela feminina, enquanto 28,7 milhões à parcela masculina.

Os estudos acerca do empreendedorismo feminino no Brasil são datados no ano de 1970, buscando entender a realidade vivida por mulheres e os fatores base de motivação utilizados para permanecerem firmes nos negócios. (GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2016) A entrada feminina no mercado de trabalho se deu através de um conjunto de eventos sociais e econômicos marcados na história. Marcos como a Revolução Industrial e as duas grandes guerras mundiais, impulsionaram as mulheres a deixarem seus lares e atuarem em posições que antes eram consideradas exclusivamente masculinas. Hoje, apesar de tantas conquistas, as mulheres passaram a enfrentar desafios diferentes dos que encontraram no início da luta por igualdade e inserção no

mercado. Apesar de garantirem maior participação do que já foi anteriormente, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que as mulheres ainda são minoria quando o tema é ocupação de cargos gerenciais em âmbitos públicos e privados. Como demonstram as estatísticas (IBGE,2019), 62,6% dos cargos de gerência têm sido ocupados por homens no Brasil, assim as mulheres representaram apenas 37,4% da população ocupante.

A diferença entre os gêneros continua se repetindo quando o assunto é empreendedorismo. Segundo dados do GEM (2019, p.40), o número de mulheres com empreendimentos estabelecidos é menor que a dos homens. O dado se refere àqueles empreendimentos cujos proprietários já receberam alguma remuneração por um período superior de 42 meses. Nesse sentido, os homens representam 18,4% como sujeitos à frente dos empreendimentos estabelecidos, enquanto as mulheres 13,9%, uma diferença de 4,5 pontos percentuais.

Dentro dessa perspectiva, tornou-se importante analisar quais são os desafios enfrentados pelas mulheres nos negócios e assim fornecer maior visibilidade ao tema. Por isso, este trabalho busca compreender as principais dificuldades encontradas para empreender por mulheres empreendedoras em duas cidades do interior de Pernambuco, sendo elas: Triunfo e Serra Talhada. Dessa maneira compartilhando as vivências relatadas por empreendedoras pertencentes a diferentes ramos de atuação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A luta das mulheres por um espaço significativo na sociedade não é recente, o final do século XIX foi marcado por entraves que deram início aos primeiros movimentos feministas no mundo. Segundo Cisne (2015, p. 106) “o feminismo liberal [...] buscam reduzir as desigualdades entre homens e mulheres por meio das políticas de ação positiva, [...]”. Através dos movimentos feministas tornou-se possível a visibilidade feminina e também passou a observar conquistas que antes pareciam impossíveis, tendo em vista que a mulher desde o início dos tempos foi atrelada a figura familiar responsável pela garantia da execução das tarefas domésticas e educação dos filhos gerados pelo casamento. Dessa forma, a divisão social preestabelecida presumia que as esposas deveriam ser “chefes” de casa, enquanto o esposo a figura responsável por exercer a tarefa de chefe da família. (ALVES F., ALVES S., 2013)

Para a Doutora em Ciência Política Céli Pinto (2010, p. 15) “ao longo da história ocidental sempre houve mulheres que se rebelaram contra sua condição, que lutaram por liberdade e muitas

vezes pagaram com suas próprias vidas.” E foi através das suas lutas, que hoje outras mulheres podem ocupar cargos políticos, exercer funções de chefia em grandes empresas ou como vamos dialogar neste trabalho, serem proprietárias. Para que se possa entender como chegamos ao que temos hoje, é necessário retroceder alguns anos na história. O espaço conquistado pelas mulheres no mercado se deu a partir de um conjunto de eventos sociais que possibilitaram o remodelamento de uma estrutura social vigente.

Segundo Céli Pinto (2010), tendo como início as reivindicações o direito ao voto, Londres foi o primeiro foco do que se considera a primeira onda feminista. As Sufragetes como ficaram conhecidas, alavancaram o movimento e incentivaram que a mesma luta fosse travada em outros países do mundo, como aconteceu no Brasil com a promulgação do voto feminino no ano de 1932, com a liberação do Novo Código Eleitoral brasileiro.

Anteriormente, o início da Revolução Industrial impulsionou as mulheres a enfrentarem o mercado de trabalho, uma vez que a remuneração recebida pelos homens nas fábricas não era mais suficiente para garantir a subsistência familiar. Antes mesmo da introdução das máquinas, as mulheres já participavam dos processos de produção mesmo quando ele era artesanal, a mão de obra feminina era muito usada em atividades de tecelagem de lã, fiação e cardagem. Mesmo com a explosão provocada pelo surgimento das máquinas e transformação do trabalho manual em automatizado, as mulheres ainda assim persistiram ingressando na mão de obra fabril. (BOTTINI, BATISTA, 2013)

Engels pontua que “[...]dos 419.590^a operários fabris do Império Britânico, em 1839, 192.887 (isto é, quase a metade) tinham menos de 18 anos e 242.296 eram do sexo feminino, dos quais 112.192 com menos de 18 anos.” (ENGELS, 2008, p. 181) Ainda no mesmo trecho, complementa que “Nas fábricas que processam algodão, do conjunto do pessoal, 56,25% eram mulheres; nas fábricas de lã, de seda e de linho esse percentual era, respectivamente, de 69,50%, 70,50% e 70,50%.” (ENGELS, 2008, p. 181) Importante salientar que mesmo com a participação exaustiva da mulher na indústria, isso não a isentou das atividades que já executava no início, apesar do trabalho externo, ou seja, mulher continuava sendo chefe dos trabalhos de casa, promovendo assim uma dupla jornada de trabalho (BOTTINI, BATISTA, 2013), realidade essa que não mudou nos dias de hoje e ainda é presente na rotina de muitas mulheres. Foi também nesse cenário que a luta feminista retratada anteriormente ganhou força e passou a defender direitos que até então eram incompreendidos e inexistentes para as mulheres. Como interpretado por Céli Pinto

(2010), o feminismo desde o início dos tempos teve como intuito maior de emponderar as mulheres, mesmo que esse sentido não tenha sido incorporado no termo inicialmente.

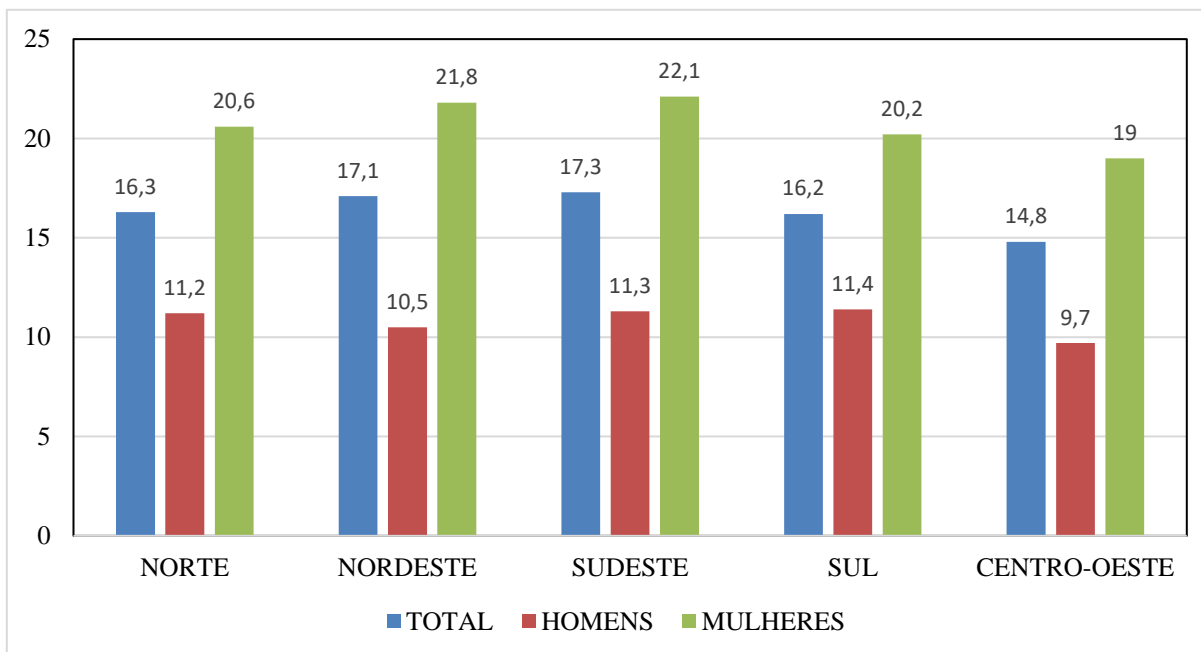
Os movimentos feministas que aconteceram ao redor do mundo proporcionaram mudanças gradativas no cenário brasileiro. O feminismo no Brasil teve início no século XX e teve como precursora a bióloga Bertha Luz (DIOTTO *et al*; [s.d.]). Elencando em uma linha do tempo, para a Organização da Sociedade Civil, Nossa Causa, alguns anos marcantes para luta pelos direitos femininos foram, em ordem cronológica, 1910, quando o primeiro partido feminino foi criado no Brasil e posteriormente a conquista da mulher ao direito ao voto no ano de 1932. No ano de 1977 a mulher passou a ter garantido por lei o direito ao divórcio, com a promulgação da lei de número 6.515/1977. No entanto, foi apenas no ano de 1988, com o advento da Carta Magna, que as mulheres passaram ser reconhecidas igualitariamente aos homens.

Trazendo essas discussões para a atualidade, nota-se que a mulher não só conseguiu adquirir seu espaço no mercado como também mostrar que pode-se tornar proprietária do seu negócio. No entanto, as lutas pela busca de igualdade não pararam por aí. Dados do IBGE (2019) apontam que no ano de 2019, o indicador proporção de pessoas ocupadas em trabalho parcial no Brasil (CMIG 14) mostrou que

cerca de 1/3 das mulheres estavam ocupadas em tempo parcial – até 30 horas –, quase o dobro do verificado para os homens (15,6%). Na desagregação espacial, observa-se que as Regiões Norte e Nordeste apresentaram as maiores proporções de mulheres ocupadas em trabalho parcial, 39,2% e 37,5%, respectivamente. (IBGE, 2019, p. 4)

A diferença entre os percentuais pode ser justificada por fatores comuns enfrentados no dia a dia das mulheres no mercado, como por exemplo o tempo feminino dedicado as tarefas domésticas, como pode-se observar no Gráfico 1:

Gráfico 1- Média de horas semanais dedicadas a cuidados de pessoas e/ou afazeres domésticos por pessoas de 14 anos ou mais.



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2019).

Através dos dados demonstrados pelo IBGE (2019), fica clara a diferença entre o tempo semanal gasto entre os gêneros, sendo que em todas as regiões os percentuais se mostraram maiores para a parcela feminina. O tempo médio gasto pelas mulheres em tarefas domésticas mostrou-se quase que o dobro dos homens quando realizamos a média de horas gastas, uma vez que o percentual masculino é de 11,0 horas enquanto as mulheres representam 21,4 horas. Ainda, é importante destacar que apesar da Região Sudeste apresentar maiores índices de horas gastas por mulheres, é na Região Nordeste que encontramos maior desigualdade, já que a diferença entre as horas de homens e mulheres corresponde ao valor de 11,3 horas. Enquanto que no Sudeste, esse valor é de 10,8 horas.

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO E SEUS DESAFIOS

O empreendedor é a figura que deve promover a inovação, a junção de criatividade e conhecimento mercadológico, visualizando as alternativas mais inteligentes de mercado e contribuindo para a renovação e avanço da economia. Como pontuado por Chiavenato “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento.” (CHIAVENATO, 2007, p.18).

A partir da exibição Schumpeteriana (1983) o empreendedor é a figura responsável pelo processo de destruição criativa, sendo o impulso fundamental que aciona e mantém ativo o motor capitalista, inventando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. Assim, o empreendedorismo feminino surge na história buscando consolidar a participação efetiva da mulher no mercado, movidas pelo desejo de independência financeira e combate a desigualdade. O relatório Empreendedorismo no Brasil 2010 – GEM (2010, p. 45) aponta que “as mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que o homem, ou seja, visando o sustento de si mesma, de suas famílias, o enriquecimento de vidas pela carreira e pela independência financeira.”

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, entre os anos de 2014 e 2019, o empreendedorismo feminino apresentou um aumento de 124%. Além disso, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (PNADC) divulgou dados do IBGE onde 9,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no país. (ANTUNES *et al.*, 2022, p. 96) Segundo os dados apontados pelo GEM “cerca de 10% das mulheres estavam envolvidas com comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, 3ª atividade mais frequente, sendo menos de 3% entre os homens”. (GEM, 2019, p. 88)

Apesar dos dados apresentarem avanços consideráveis na história do empreendedorismo feminino, muitas ainda são as dificuldades enfrentadas por mulheres na abertura do seu negócio, assim como, as razões que as levam até o empreendedorismo. Como pontuado em obra publicada pelo Sebrae (2019), são inúmeros os desafios envolvidos no empreender feminino,

Desde a falta de autoconfiança oriunda de conceitos sociais limitadores até o enfrentamento das discriminações de gênero existentes no mercado de trabalho e as diferenças de oportunidades em relação aos homens que ainda prevalecem, o fato é que ser mulher e empreendedora ainda guarda obstáculos absurdos no traçar dos seus caminhos, ainda que a liderança feminina se mostre a cada dia propulsora de desenvolvimento e de impacto positivo sobre a economia como apresentam as pesquisas. (SEBRAE, 2019, p.5)

Ainda, questões como linha de crédito, autoconfiança necessária para empreender e o viés inconsciente de que ainda existem atividades que devem apenas ser executadas por homens, também entram na lista de pontos críticos quando o assunto é empreender. Segundo o Sebrae (2019, p. 16), “as linhas de crédito financeiro ainda são menores e mais caras para as mulheres em comparação com as disponibilizadas para os homens” e ainda “As mulheres precisam se sentir capazes de tocar o próprio negócio e não se deixarem intimidar pelo ambiente machista.” (Sebrae,

2019, p.16) Visando minimizar essas diferenças e proporcionar oportunidades igualitárias para os gêneros, instituições financeiras passaram a desenvolver e oferecer linhas de créditos que impulsionassem o empreendedorismo feminino. O Crediamigo Delas é uma linha de crédito lançada pelo Banco do Nordeste que tem como objetivo financiar projetos de empreendedoras formais e informais, buscando oferecer taxas de juros equivalentes à linha de crédito para os homens.¹

Na segunda edição da Estatística de Gênero: Indicadores sociais das mulheres do Brasil, desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE no ano de 2019, fica notório as diferenças vividas por homens e mulheres quando o assunto é mercado de trabalho. Segundo dados do IBGE (2019) sobre o indicador de taxa de participação de indivíduos com idade considerável para trabalhar, mostrou que no ano de 2019:

a taxa de participação das mulheres com 15 anos ou mais de idade foi de 54,5%, enquanto entre os homens esta medida chegou a 73,7%, uma diferença de 19,2 pontos percentuais. O patamar elevado de desigualdade se manteve ao longo da série histórica e se manifestou tanto entre mulheres e homens brancos, quanto entre mulheres e homens pretos ou pardos. (Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil – IBGE, 2019, p. 2)

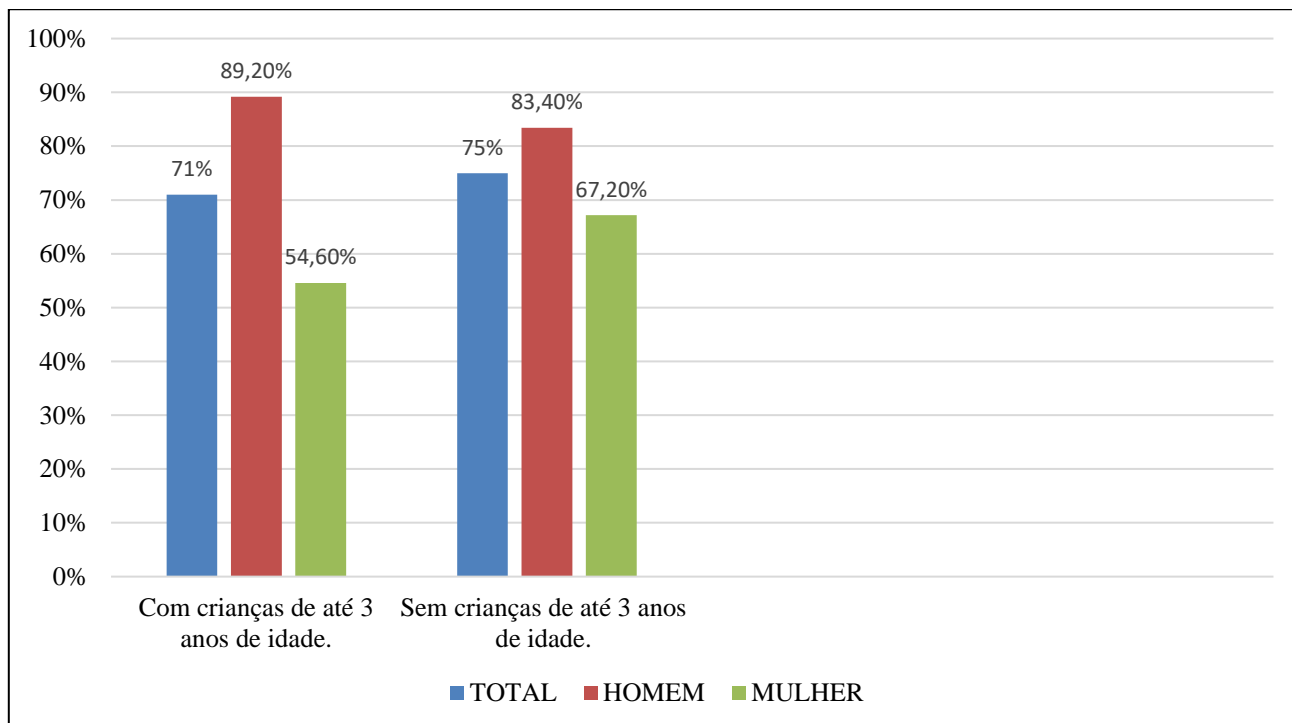
Com a visibilidade tomada pelo empreendedorismo feminino, muitos têm sido os estudos e pesquisas relacionadas sobre o tema. Até mesmo as mídias sociais discutem e abrangem os obstáculos encontrados na liderança feminina dentro dos seus próprios negócios. Em *podcast* intitulado “Empreendidelas-Empreendedorismo feminino da prática!”, encontrado em aplicativos de reprodução de músicas como *Deezer* e *Spotify*, percebe-se em relatos de mulheres empreendedoras o quanto a conjuntura social impacta dentro da decisão de empreender.

Em um dos episódios do programa- *Especial dia do empreendedorismo feminino- empoderando mães empreendedoras-* publicado em 19 de novembro de 2021, a discussão entre a entrevistada Clareana Eugênio e a entrevistadora Juliana Mendonça, mostram suas experiências vividas por uma das principais dificuldades encontradas pelas mulheres no ambiente de trabalho, a maternidade. Em pesquisa publicada pela Agência Sebrae de Notícias - ASN, de acordo com a pesquisa maternidade e empreendedorismo, 73% das mulheres abrem seus próprios negócios depois da maternidade. O fato se justificaria pela maior flexibilidade entre os horários de trabalho e a conciliação com os momentos de maternidade, tendo em vista que se torna uma fase muito esperada e desejada por muitas mulheres que idealizam serem mães.

¹ <<https://www.bnb.gov.br/crediamigo-delas>>. Acesso em: 09 de out. 2022.

Pesquisas do IBGE (2019), mostram que a presença de crianças em casa torna-se um fator de extrema importância quando o tema é a mulher no mercado de trabalho. Como mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2- Nível de ocupação das pessoas de 25 a 49 anos de idade, com ou sem crianças de até 3 anos vivendo no domicílio(%)



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2019).

Assim como os dados podem demonstrar, mesmo com ou sem crianças as mulheres ainda persistem representando menor número de ocupação no mercado, sendo esse ainda menor quando possuem filhos. O dado pode se justificar pela dupla jornada de trabalho, já que em muitos casos as mulheres abdicam da vida profissional para se dedicar a maternidade. Para o Sebrae, “É preciso saber equilibrar a chamada dupla jornada, com uma divisão mais justa entre os negócios e os afazeres domésticos.” (Sebrae, 2019, p. 16)

Torna-se perceptível observar a evolução ao longo da história da mulher dentro do mercado de trabalho, no entanto como já pontuado, muito ainda precisa ser desenvolvido para que possa existir maior equidade entre os gêneros. As maiores dificuldades encontradas no decorrer das estatísticas trazidas por entidades como o IBGE e o GEM, giram em torno de três fatores

importantes. Sendo eles a dupla jornada de trabalho, visto que mesmo hoje as mulheres persistem na frente em tempo dedicado a terceiros (filhos) e tarefas domésticas, falta de credibilidade e confiança provinda do mercado (maior dificuldade de adquirir financiamento e apoio de outras instituições) juntamente da importância da autoconfiança e por fim, o preconceito ainda estabelecido em torno de ramos de atuação antes vistos apenas como masculinos. Dessa maneira, esse estudo soma esforços para compreender como esses desafios incidem corriqueiramente para as empresárias brasileiras, neste caso pernambucanas, triunfenses e serratalhadenses.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a elaboração do presente artigo, foi utilizada a pesquisa qualitativa como abordagem onde o pesquisador “objetiva aprofundar-se na compreensão dos fenômenos que estuda [...] interpretando-os segundo a perspectiva dos próprios sujeitos que participam da situação, sem se preocupar com representatividade numérica, generalizações estatísticas [...]. (GUERRA, 2014, p.11) Ainda, nesta mesma perspectiva, Minayo(2008) apresenta o método qualitativo como adequado em estudos que abrangem a compreensão da história, de crenças, percepções, opiniões, entre outros.

Utilizando essa vertente, foi aplicada a técnica entrevista para a coleta de dados. A ferramenta escolhida possibilita realizar discussões entre o entrevistador e o entrevistado, onde o interlocutor é conduzido a discursar de forma mais aberta e profunda sobre o tema explanado auxiliando na obtenção de respostas mais profundas e precisas. Para Fraser e Gondim (2004, p. 140) a entrevista estruturada: “permite atingir um nível de compreensão da realidade humana que se torna acessível por meio de discursos, sendo apropriada para investigações cujo objetivo é conhecer como as pessoas percebem o mundo.” Através da entrevista, foi possível identificar critérios relevantes do empreendedorismo feminino, como as dificuldades encontradas por mulheres quando decidem empreender, características demográficas (grau de escolaridade das pessoas entrevistadas, aspectos relacionados à maternidade), escolha de nicho de mercado e se possuíram uma rede de apoio afetiva durante o processo inicial de abertura.

A pesquisa foi realizada com dez proprietárias de estabelecimentos de ramos distintos de atuação na cidade de Triunfo e Serra Talhada, ambas localizadas no estado de Pernambuco, no sertão do Baixo Pajeú. Para critério de seleção das mulheres escolhidas, foram analisados os seguintes requisitos: ser mulher, possuir um empreendimento próprio e autorizar que a entrevista

realizada seja utilizada para a construção desse trabalho. As entrevistadas foram selecionadas através do método “bola de neve”. A técnica apresentada trata-se de “uma forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência. Ou seja, a partir desse tipo específico de amostragem não é possível determinar a probabilidade de seleção de cada participante na pesquisa [...]” (VINUTO, 2014, p.203) Para definição da quantidade de sujeitos entrevistados utilizou-se da percepção de saturação das respostas apresentadas pelas entrevistadas, interrompendo o processo quando se percebeu que as respostas fornecidas contribuiriam pouco para o material já levantado anteriormente.

Para condução das entrevistas, utilizou-se como instrumento o roteiro semiestruturado. Para Guerra (2014, p.20) o roteiro semiestruturado para uso em entrevista é aquele que “pode possuir até perguntas fechadas, geralmente de identificação ou classificação, mas possui principalmente perguntas abertas, dando ao entrevistado a possibilidade de falar mais livremente sobre o tema proposto”. Com propósito de facilitar e maximizar o levantamento de dados, o roteiro da pesquisa foi dividido em duas partes. A primeira delas consta o perfil da entrevistada, obtendo as informações referente ao nome completo, idade, estado civil, grau de escolaridade e ramo de atuação do negócio. Dando continuidade, a segunda parte abrange questões subjetivas elaboradas de acordo com dados encontrados para construção do referencial teórico apresentado nesta pesquisa, elaborando perguntas relativas as dificuldades iniciais e atuais de empreender, preconceito, dupla jornada de trabalho e entre outras questões.

Com o aceite do convite e o agendamento de data e horário da entrevista, as mulheres escolhidas logo mais assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que se trata de um documento que formaliza e assegura a utilização dos dados para a produção da pesquisa. Através da assinatura, as mulheres tornam-se cientes da utilização das suas respostas para a contribuição deste trabalho. De maneira a facilitar a análise de dados e com a devida permissão das entrevistadas, as perguntas e respostas foram registradas por gravação de áudio, dessa forma facilitando a avaliação posteriormente.

Como forma de tratamento dos dados coletados, fez-se uso da técnica Análise de Conteúdos. Recorrente em pesquisas qualitativas, a técnica empregada tem como base um conjunto de métodos sistêmicos que permitem “descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos.” (SAMPAIO, LYCARIÃO, 2021, p.6). Para a realização efetiva, a técnica é dividida em três etapas primordiais de realização: a

pré-análise, a codificação e categorização das informações. Na primeira fase, são realizados os procedimentos de organização de todas as informações coletadas, tratando-se dessa forma, ao material relativo a transcrição das entrevistas realizadas. A segunda etapa, consiste na codificação do material levantado através da unidade de registro selecionada. E por fim, a categorização, etapa onde os códigos se transformarão em categorias. As categorias foram construídas dentro da análise do referencial teórico levantado, selecionando unidades e/ou subunidades de análise. (SAMPAIO, LYCARIÃO, 2021)

A princípio, para preservar a identidade das mulheres participantes, as entrevistadas foram identificadas ao longo da Análise de Resultados através da utilização de códigos respectivos a cada mulher (E1-Entrevistada 1 e assim por diante). Pode-se observar no quadro um (1) a descrição das componentes, apresentando as informações levantadas na primeira parte da entrevista, denominada Perfil da entrevistada.

Quadro 1 – Perfil das entrevistadas.

Entrevistada	Idade	Estado civil	Quantidade de filhos	Ramo de atuação do negócio	Tempo De Atuação Do Negócio (Anos)	Cidade (PE)
E1	35	CASADA	2	Agência.	12	Serra Talhada
E2	25	CASADA	1	Esteticista.	4	Triunfo
E3	38	CASADA	2	Consultoria.	2	Serra Talhada
E4	34	CASADA	0	Consultoria.	2	Serra Talhada
E5	45	CASADA	3	Seguros.	25	Serra Talhada
E6	40	CASADA	0	Loja de roupas.	10	Triunfo
E7	40	SOLTEIRA	0	Academia.	2	Triunfo
E8	38	CASADA	2	Consultoria.	9	Serra Talhada
E9	50	CASADA	2	Revendedora.	20	Triunfo
E10	31	SOLTEIRA	0	Confecção de roupas.	3	Triunfo

Fonte: Elaboração própria (2022).

Após a fase de codificação dos dados, as apresentações dos materiais analisados foram organizadas em proposições (categorias) que serão anunciadas na próxima seção do trabalho. As proposições foram desenvolvidas de acordo com a coleta da literatura desenvolvida no referencial teórico, pontos característicos encontrados a respeito dos desafios existentes para o empreendedorismo feminino. Assim, designamos as categorias como “[...] um conjunto de

questões (códigos) com o qual o codificador trata os materiais, e do qual o codificador consegue respostas, dentro de um conjunto predefinido de alternativas (valores de codificação).” (BAUER, 2007, p. 199)

Com base nesse entendimento, as categorias a serem apresentadas foram divididas em três pontos principais. A primeira categoria discursa sobre as principais dificuldades que envolvem empreender, sejam elas relacionadas ao início do negócio, aceitação do mercado, entre outras. Mais adiante, será discutido sobre a existência da rede de apoio afetiva e autoconfiança entre as mulheres empreendedoras. E por fim, também farão, parte da discussão, os conflitos ou não conflitos enumerados por elas quando o assunto foi a maternidade e jornada de trabalho. A abordagem de cada uma das categorias se justifica pela importância de apresentar as diferenças peculiares detalhadas por cada empreendedora.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através dos relatos obtidos, a apresentação dos resultados e discussões foi dividida em três (3) subtópicos. Sendo eles respectivamente, dificuldades durante a trajetória, rede de apoio e autoconfiança e por fim, maternidade e jornada de trabalho.

4.1 DIFICULDADES DURANTE A TRAJETÓRIA

A falta de credibilidade social e aceitação da mulher como empreendedora na sociedade, torna-se um traço impactante na trajetória feminina no mercado, podendo resultar em medo e vulnerabilidade a críticas e pressões sociais. (LOIOLA, 2016) Assim podendo mostrar-se como um dos motivos pelos quais as mulheres possuem mais resistência a negócios que demandem mais riscos e investimentos. As informações coletadas durante conversa formal com as entrevistadas, vai de encontro com a literatura, uma vez que durante as entrevistas realizadas, as mulheres participantes foram questionadas duas vezes a respeito das dificuldades e desafios que enfrentaram, tanto no início da sua jornada, como atualmente. E de forma unânime, todas tiveram algum ponto a destacar. Sendo que entre as respostas, muito foi discursado sobre falta de reconhecimento e de valorização dos seus trabalhos logo assim que iniciaram o seu negócio.

No começo era reconhecimento, oportunidade que não me davam. Era querer trabalhar e não ter trabalho. É você bater na porta e pedir oportunidade de: deixa eu trabalhar pra eu mostrar. Tinha dias que ficávamos ociosos, não tínhamos clientes. A maior dificuldade era essa e o respeito, fazer com que pessoas me vissem como referência na área. Eu tive dificuldade. E que me aceitassem por ser mulher e nova abrindo um negócio. (E1)

Então, eu fui muito discriminada, desacreditada por muitas pessoas que não acreditavam. Eu enfrentei muitas dificuldades, mas nenhuma delas me fez desistir, pelo contrário, cada dificuldade e obstáculo que eu encontrava me fazia ir a frente e mostrar a mim mesma que eu era capaz de passar por tudo aquilo. (E5)

No início, essa minha carinha, essa minha calma, essa minha paciência as vezes era mal interpretada. Ah essa menina, será que vai dar certo? Existia desconfiança pela minha pouca idade quando eu comecei e por ser mulher sim, né. Então existe e existiu essa questão de ser mulher. (E8)

As entrevistadas que iniciaram em ramos anteriormente mais masculinizados como seguros, agência e consultoria, relataram que a pouca idade representou fator de dúvida para os potenciais clientes e ainda adicionando o fator ser mulher. A entrevistada E8 relatou que “*Existe sim, nessa área empresarial, por ser mulher, de achar que a mulher ainda é o sexo frágil, não suportar. Enfim, existe sim.*” As participantes que fazem parte dos ramos citados a cima, também tiveram considerações a fazer sobre o tema:

Encontrei muitas dificuldades pelo caminho, porque eu escolhi um mercado que é extremamente machista. Então a 25 anos atrás, imagine uma mulher do interior de Pernambuco, ou melhor dizendo, no sertão de pernambucano aonde os homens, no interior, no sertão, os homens são mais machistas ainda. Então uma mulher desbravar um ramo de seguro que trabalha muito mais com homens, na época era raro negociações com mulheres, era muito mais com homens, hoje não, mudou muito, mas antes era muito masculino. (E5)

Abertura de negócios é igual para todo mundo, as regras, as burocracias, não tem sexo, nem cor, abrir negócio não. [...], mas de o seu negócio dar certo, de você ser abraçado, ou de você sofrer preconceito é diferente. Se fosse um homem mais velho que chegasse pra abrir a agência, talvez ele tivesse as portas mais abertas do que eu. Eu sofri preconceito, sofri piadinha, todo tipo de coisa eu passei. E passa, porque somos mulheres e eu fui muito nova empreender, então era como se eu não passasse credibilidade. (E1)

Importante destacar que todas as mulheres entrevistadas possuem grau de escolaridade superior que o ensino médio. Das participantes, sete possuem ensino superior e duas delas, ensino técnico ou tecnólogo. O dado segue a linha de pesquisa publicada pelo GEM no ano de 2019 onde aponta que o grau de escolaridade não é requisito para explicar as divergências encontradas pela mulher no mundo empresarial. “Segundo o estudo desenvolvido pelo Núcleo de Pesquisa em Gênero e Economia da Universidade Federal Fluminense, a média do nível de escolaridade das mulheres na população é de um ano superior à média dos homens”. (GEM, 2019, p. 41) No entanto, quando indagadas se tinham o conhecimento administrativo necessário para iniciar seu negócio, oito das dez entrevistadas reforçaram que não possuíam. Para a participante E6 “*Não. Eu era completamente leiga. Eu só gostava mesmo, era uma área que me chamava muita atenção. Principalmente por influência da minha mãe.*” E ainda :

Não, com certeza não. A gente sempre está em busca do conhecimento, ainda tem muita coisa pra aprender, mas a gente começou com o que tinha. Mas sabemos reconhecer que ainda precisamos desse conhecimento. Sobre empresa, sobre impostos, sobre a profissão mesmo em si, tudo isso. (E4)

No começo não, hoje eu estou bem mais amadurecida do que no início. É como eu te falei, assim, no começo eu era só psicóloga e depois eu vi que eu podia sim me tornar uma empreendedora, né. Mas aí foi muito estudo, muitos cursos, muitas horas, graduação, prática. Foram muitos erros também. (E8)

No início de qualquer negócio, é importante que o empreendedor saiba, são de dificuldades, obstáculos, até para lhe fazer desistir. Então a gente encontra muitos empecilhos e todo negócio no início a gente tem que entender que é muito mais dedicação, trabalho, investimento do que retorno. O retorno vem, mais é aos poucos. (E5)

Ainda, na mesma perspectiva, duas das mulheres mostraram que uma das dificuldades que enfrentam, estão relacionadas a gestão financeira. “*Até hoje tenho dificuldades na questão de gestão, tanto financeira quanto administrativa. Ainda tô correndo atrás de fazer mais cursos e aprender mais.*” (E2) Já outra entrevistada relatou:

Eu percebo que a mulher não é ensinada a gerir o dinheiro. É comum que as meninas sejam ensinadas a lavar louça, limpar casa, fazer comida. Enquanto os meninos sempre são ensinados a trabalhar. Às vezes quando o pai lida muito com essa área, é comum que repasse para os filhos, e as vezes para as filhas também. Mas é uma coisa que eu não aprendi por exemplo, sei que minha mãe também não aprendeu. (E10)

O fator finanças mostrou-se um ponto importante a ser discutido, uma vez que quando perguntadas sobre qual o capital que utilizaram para abertura do seu empreendimento as respostas se apresentaram divergentes. Apenas uma das 10 mulheres entrevistadas fez o uso de financiamento para custear a abertura do seu negócio. No entanto, a experiência relatada pela mesma, coincidiu com os dados levantados pelo Sebrae no quesito de complicação para fornecer empréstimos as mulheres. No contexto empresarial da participante, foi relatado o uso de empréstimos duas vezes. Sendo que na primeira vez não apresentou tanta dificuldade devido o valor ser relativamente inferior ao que da segunda vez.

Eu estava precisando de um capital que graças a Deus não era muito, porque tanto minha família me ajudou quanto eu também tinha alguma coisa. [...] Então paguei à vista e fiquei pagando a eles. Foi simples sabe, e eu meus cartões de crédito, eu gosto muito de trabalhar com cartões de crédito, graças a Deus eu sou muito organizada em relação a isso. (E7)

No entanto, a percepção mudou a partir do momento que o capital solicitado aumentou. Da segunda vez que foi fazer o uso de empréstimo para um investimento maior, que também

demandaria um capital maior, a entrevistada relatou insatisfação, estresse e pensamentos desistentes.

Já na construção eu penei bastante, já chorei, fiquei estressada, quase desisto, porque é muito dinheiro. E tive bancos que eu saí quase chorando, não sei se foi o fato de ser mulher. Eu não sei se foi por eu ser mulher ou se foi por não acreditar, eu não posso julgar, se foi por ser mulher, eu se foi algo específico. (E7)

Dessa forma, tona-se importante observar que não foi possível verificar se o relato da entrevistada coincide com os dados trazidos com a literatura, não sendo possível compreender se a dificuldade encontrada ocorreu por uma questão de discriminação de gênero ou outras variáveis. As demais entrevistadas apresentaram respostas diversas em relação a capital inicial, sendo que quatro delas iniciaram com capital próprio.

Então, eu era analista de sistemas nessa empresa, então eu fazia, atendia clientes que eram prefeituras, câmaras municipais e lá eu tinha um salário fixo mensal e aí para eu me capitalizar eu comecei a juntar dinheiro e gastar de pouquinho. [...] Eu trabalhei 8 anos na empresa, então eu tinha FGTS até considerável, e aí eu peguei essa grana e tirei só uma pequena parcela dela, porque nesse momento eu não ia tirar o lucro da marca então essa grana eu tinha que viver também. (E10)

Eu comecei no suor mesmo. [...] Eu não comecei com renda não, meu carro, antes não tinha carro era moto mesmo. Mas era minha bolsinha, meus testes e ia. Eu não comecei por exemplo com 10000, eu comecei a trabalhar. Porque assim, consultoria não precisa de muita coisa. [...] Eu comecei do 0 mesmo, mas eu tinha meus trabalhos que me davam uma condição, então se não desse certo eu tinha meu fixo ali. (E8)

Foi bem difícil no início. Eu comecei somente com o dinheiro do aluguel, mas em casa eu já tinha conseguido comprar uma maca, peguei uma cadeira que já tinha em casa mesmo e algumas coisas, o material principal que eu já tinha. [...] E aos poucos que fui ganhando, fui investindo. (E2)

No início, eu vendia revistas, bem no começo e ganhava as porcentagens. Mas depois eu deixei de vender revistas e comecei a trabalhar para minha cunhada. Ela entrou com o capital e eu comecei a vender para mim e ela. A porcentagem que eu ganhava diminuiu, mas continuei vendendo. Depois de um tempo, comecei a querer trabalhar para mim mesma, então me organizei, juntei uma boa quantia e saí da parceria. A partir daí comecei a vender sozinha. (E9)

As demais entrevistadas apresentaram ter tido ajudas providas de outras fontes para iniciar. Como por exemplo, sócios ou uso de equipamentos emprestados.

No início eu comecei com muito pouco. Na época eu ainda estava com meu antigo marido. Tínhamos outros investimentos e não sobrava muito para eu investir na loja. Na época pedi emprestado a minha mãe, cerca de R\$ 2.000,00, que na época era muito dinheiro, para pagar em dez vezes. E com isso iniciei. E graças ao bom Deus deu certo. (E6)

Eu não tinha nenhuma condição financeira de montar meu próprio negócio. Eu não tinha como fazer aquilo principalmente naquele momento. [...] Então eu aluguei uma sala, nisso eu já conhecia pessoas, já tinha feito amizades em Recife com algumas corretoras. Então peguei emprestado computador, uma linha telefônica, um fax e um outro casal de amigo me emprestou um biró. Então resultado, tudo que eu tinha no meu escritório era emprestado. [...] Nos primeiros meses eu tive que arrumar dinheiro emprestado para pagar o aluguel. (E5)

Conversei com meu pai, meu 'paitrocinador', ele disse 'minha filha você ganha quanto aí', aí eu disse X, 'pois painho garante durante x tempo o que você ganha pra você vir e abrir sua agência'. [...] Não tinha sócios, ninguém queria apostar essa comigo e aí durante muitos anos meu sócio foi meu pai. Meu pai passou um tempão com 10% da sociedade e eu com 90, só que tem uns 4, 5 anos que ele saiu, hoje eu sou só. (E1)

Dentro dessa perspectiva, mostra-se a importância da existência de uma rede de apoio afetiva próxima que busque apoiar e incentivar cada vez mais as mulheres a darem o pontapé inicial. Ademais, quando perguntadas sobre os desafios que enfrentam hoje em dia, cada uma das entrevistadas apresentou uma resposta diferente e a divergência pode ser justificada pelos ramos de negócio e as características específicas que cada um apresenta.

Hoje em dia eu tiro de letra muita coisa. Mas a parte da compra de produtos é bem desgastante, principalmente pela maior parte dela ser feita na madrugada, em outras cidades. Parte também dos clientes que não entendem que existe hora pra tudo, inclusive para ser atendido. (E6)

Como trabalho com um público que é mulher, tive dificuldades em encontrar profissionais na área. Hoje a principal dificuldade ainda é essa, eu tenho muita facilidade de lidar com o público, eu senti dificuldade no início, queria agradar todo mundo. Mas hoje minha maior dificuldade hoje mesmo é encontrar profissionais na área. (E7)

Mas as dificuldades são crescer hoje, por quê? Porque a empresa não pode ficar assim. Ela tem que subir dentro desse sonho que eu tenho de expandir a nível Brasil. Pra mim minha dificuldade é crescer, como é que eu cresço, certo, saudável, com saúde financeira, crescer sem inchar. (E1)

Hoje está sendo ampliar a produção, captar mais pessoas pra trabalhar, pessoas qualificadas e o financeiro ainda é trabalhoso. Dá muito trabalho mesmo, tem hora que me esgota. Porque você tem que administrar o que você tá gastando no mês e o que você tá ganhando, o que é lucro o que é faturamento total. (E10)

Nesse ponto, é notória a assimetria entre as respostas apresentadas, sendo tais derivadas talvez da diversidade existente entre os negócios das participantes. Observa-se que os pontos relatados pelas empresárias não possuem ligação neste caso com aspectos relacionados a preconceito, confiança ou aceitação do mercado. As dificuldades enumeradas estariam mais relacionadas com o processo padrão de abertura de empresas, onde após o estágio inicial de gestão, faz-se necessário a implementação de procedimentos de melhoria para garantir o crescimento empresarial, melhorar os procedimentos e garantir a competitividade no mercado.

4.2 REDE DE APOIO E AUTOCONFIANÇA

A interpretação dos dados do Sebrae(2019) demonstram que a autoconfiança das mulheres empreendedoras é fator primordial para a fase inicial de criação e idealização do negócio, assim como também o apoio afetivo provindo da família e amigos próximos. Para compreensão desse ponto, foi perguntado as mulheres empreendedoras se possuíam rede de apoio inicial e o quanto a sua autoconfiança foi importante no primeiro momento. Quando questionadas sobre a importância da confiança para a abertura do negócio, todas afirmaram que é de extrema importância.

Com certeza. Se não fosse isso acho que eu nem teria começado. Foi fundamental para meu crescimento, se eu não tivesse essa confiança em mim mesma desde o início eu não teria coragem pra começar. Acredito que seja o primeiro passo fundamental. [...] Eu acredito que existem muitas mulheres que desejam empreender, mas não possuem o incentivo familiar, então o apoio por fora é muito importante. (E2)

Sempre tive apoio. Era algo certo, nunca prejudicou ninguém, até porque pra vender bem é necessário ter certas habilidades. [...] Na verdade, eu sempre tive confiança em mim e no que eu fazia e tentava passar essa confiança para os meus clientes, e sempre tentava agradá-los e sempre passar o melhor pra eles. (E9)

Até na construção, mesmo que eu desembolse financeiramente, mas eu preciso do apoio deles. Sem eles eu não teria coragem. E as redes financeiras, são muito importantes, eu nunca imaginei passar por uma situação dessas que eu tô passando hoje assim. Pra abrir essa academia, comprar, foi mais fácil porque eu tive o apoio da minha família, foi capital que dava pra mim conversar, negociar, como eu falei em um ano eu já tinha terminado, o cartão também, foi algo mais viável, mais meu mundo. Mas a construção eu olhava assim e dizia, eu não vou fazer isso nunca, eu não vou ter esse dinheiro nunca. (E7)

Apesar das respostas positivas, uma das entrevistadas relatou ter passado por um processo de insegurança no início do seu negócio. “*As próprias carências (da cidade) mostravam que precisavam de mim e eu confiei e fui. [...] No início eu não acreditava que ia dar certo. Era uma coisa que você fazia, mas pra viver disso será que dá certo? Mas eu ia, mas ia com medo.*” (E8)

O relato da entrevistada fez jus a importância já discutida em relação a uma rede de apoio que busque incentivar essas mulheres a seguirem a diante com seus empreendimentos. Quando perguntadas sobre como se deu essa rede de apoio inicial, mais uma vez de forma unânime demonstraram que ela representa uma etapa fundamental durante o processo. Durante conversa com empresária associada ao Sebrae e que possui projetos pessoais voltados para a ajuda de mulheres que buscam empreender, a mesma fez um recorte importante sobre a relevância da rede de apoio e da autoconfiança.

A gente tem no nosso mercado, mulheres que tem habilidades, mulheres que sabem fazer, mas elas não acreditam no potencial delas, as vezes elas têm medo, não sabem por onde começar. E eu estou aqui a disposição para apoiar, mostrar que cada uma delas que quiserem são capazes, desde que você busque, se planeje, saiba o que quer e faça a coisa correta. (E5)

Ainda, no mesmo momento, enfatizou a importância da existência de instituições como o Sebrae, que buscam incentivar e acompanhar as micro empreendedoras em todos os seus estágios de crescimento. Posteriormente, a entrevistada discutiu sobre a influência das relações familiares para encorajamento das mulheres.

Além da dificuldade que a própria sociedade tem com a mulher, tem a questão de dentro de casa que eram casadas, que o marido não aceitava que ela ia lidar com outros homens. Tinha essa dificuldade. [...] Hoje a mulher vem mostrando seu espaço na sociedade e mostrando que ela pode sim, ser mãe. (E5)

Dessa maneira, torna-se possível observar através dos depoimentos registrados pelas empreendedoras, que a existência de uma rede de apoio efetiva promove um maior incentivo do empreendedorismo feminino, uma vez que, como relatado pela entrevistada E5, muitas mulheres possuem a ideia, mas não dispõem da confiança necessária para iniciar um negócio próprio. Tais argumentações complementam os pensamentos levantados por Loiola (2016) que argumenta que a falta de apoio social afeta os investimentos promovidos por mulheres.

Através da literatura, não foi possível explorar instituições e serviços que ofereçam esse suporte. No entanto, é importante que ele exista e que seja melhor explorado, a fim de não só trazer mais mulheres para o empreendedorismo, mas também as tornar empreendedoras bem estabelecidas no mercado.

4.3 MATERNIDADE E JORNADA DE TRABALHO

A literatura nos apresenta como uma das principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres a conciliação da dupla jornada de trabalho, o fator maternidade e o ser dona de casa. Como levantado anteriormente pelo Sebrae (2019), é preciso estabelecer um equilíbrio entre a jornada doméstica e a jornada empresarial, principalmente para as mulheres mães. Apesar do quesito ter filhos não ter sido obrigatório para a realização desta pesquisa, os achados encontrados coincidem com as abordagens de a mulher acabar carregando um peso a mais por fruto da maternidade. Das mulheres entrevistadas, seis são mães e desse total, cinco delas possuem mais de um filho. Quando perguntadas como conciliam a maternidade com o trabalho, em sua maioria responderam que é uma realidade difícil de combinar, mesmo que trabalhando no seu próprio negócio.

É bem difícil. Eu não quis contratar alguém pra cuidar dela, eu mesma quis fazer isso, por ser um momento importante, principalmente no começo. Decidi diminuir o tempo de trabalho, pra poder dar mais atenção a minha filha. Mas mesmo assim ainda é um pouco imprevisível, pois ela poderia adoecer por exemplo, aí já seria mais um dia de trabalho parado. (E2)

Tenho três filhos. Não foi fácil, eu tive que abdicar de muitas coisas. Mas assim, não foi fácil. Minha filha mais velha tem 23 anos, tenho uma com 18 e outro com 3. E eu praticamente não vivi a infância das minhas filhas. [...] precisei me ausentar muito para trabalhar, viajava muito, corria muito. Então eu era aquela mulher que tinha que trabalhar, que era dona de casa, que era mãe, eu estudava, porque que eu sempre estudei. (E5)

O fato de ser mulher tem sim uma dificuldade maior. Porque por exemplo, a mãe é sempre mãe, pode ter pai, mas quando o filho adocece é mãe que ele quer. Então tem um peso sim você ser mulher. Pra quem tem filhos. (E4)

Sempre fui mãe muito dedicada. Eu nunca tive diarista, babá, eu nunca tive nada, sempre foi tudo eu, e ainda sou eu. Hoje eles estão maiores(filhos), meu marido também fica com eles, os horários do emprego dele são muito flexíveis, foi o que deu oportunidade. Mas minha vida mudou muito. Eu não fazia nada (antes de empreender). Se fosse pra ir no banco meu marido ia, até porque eu que ficava com eles, eu era bem a dona da casa. (E3)

Não é fácil. Assim eu me vejo... Eu tenho um filho especial, com autismo e minha filha tem 9 anos. Depois do meu filho a minha vida mudou, foi onde eu me senti mais conflitada porque dois filhos já exigem muito e uma criança especial. Então, uma rede de apoio é essencial. (E8)

Mas assim, primeiro eu escolhi ser empreendedora, dona do meu negócio, depois ser mãe. Só que hoje ser mãe me cobra muito por ter escolhido essa vida empreendedora. É bem difícil, mas são escolhas e até pro bem deles, que eles também precisam entender que papai e mamãe tem que trabalhar e eu eles têm que ser alguém na vida. (E1)

Ainda no mesmo discurso, entrevistadas justificaram essa diferença pelo fato da mulher ainda se preocupar muito com os afazeres domésticos e com os cuidados com as crianças.

Eu acho. Porque por exemplo, meu marido não vai chegar e lavar banheiro a noite, não vai como eu ainda faço, vou chegar, vou lavar o banheiro a noite porque quero a casa limpa, arrumada. Ele vai lá deitar, jogar, então tem. Acho que a mulher sempre vai carregar esse peço né, de além de ser mãe, empreender. Eu corro, malho. (E3)

Dando ênfase a discussão da busca pelo empreender como forma de flexibilidade para as mulheres mães, uma das participantes ressaltou que se sentiu cobrada no quesito maternidade e por isso optou por abdicar de um trabalho que segue a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT.

Eu tinha já essa ideia de consultoria, mas a questão mãe falou mais forte. Eu perdi um bebê com 8 meses e perdi outro depois. E engravidei depois de 11 meses. E quando eu voltei (antigo trabalho) já fiquei naquela ideia, como eu tava muito fragilizada por ter perdido um bebê, eu fiquei naquela ideia assim. Eu quero me dedicar pra ser mãe. (E8)

Além desse ponto, outras entrevistadas destacaram que caso trabalhassem formalmente oito horas por dia, as suas atividades diárias seriam diferentes, além de precisarem adaptar suas rotinas para conseguir cumprir com as responsabilidades diárias.

Quando eu comecei a atender sozinha, eu ganhei em uma semana o que eu costumava ganhar no mês. [...] Lá eu não tinha abertura, se eu não trabalhasse não ganhava. Além da rotina que seria caso eu tivesse minha filha enquanto estava lá. A rotina do trabalho e o próprio ambiente, não era algo que eu queria pra ela, então eu acho que não daria certo. (E2)

A melhor coisa é trabalhar pra mim mesma. Acredito que se eu trabalhasse sob CLT, seria pior. Eu não poderia seguir meus próprios horários, fazer minhas próprias pausas e nem de certa forma, controlar minha vida. Poder trabalhar como eu quero, a melhor coisa de todas. (E9)

Toda hora (em relação a adaptação da rotina com os afazeres domésticos e maternidade). Tem dias que meu marido e eu fazemos trocas, ele vai trabalhar de manhã e eu a tarde porque tenho isso e aquilo pra fazer. Tem dias que a gente trás pra cá(escritório). Mas assim ainda é difícil, então eu não tenho família aqui. [...] Quando qualquer coisa sai da minha agenda é um transtorno, porque assim, não é só a minha vida, a deles também está envolvida. (E3)

Para além disso, as três entrevistadas que trabalham com o ramo de consultoria relataram que no cotidiano se deparam com situações preconceituosas no quesito da mulher no mercado de trabalho. As questões são referentes a mulher ser vista apenas como mãe ou dona de casa, indo assim a conclusão que essa talvez seja uma das causas responsáveis por a mulher ainda ser minoria no mercado de trabalho, confirmando assim os dados levantados pelo IBGE no ano de 2019. A entrevistada E4 relatou: “*Eu já trabalhei em empresas, mas eu sinto e ainda vejo muito hoje em dia a gente ir trabalhar em uma empresa e virarem pra gente e falarem: eu não quero mulher que tenha filho, eu não quero que seja casada isso existe real oficial mesmo.*”

Até na hora da seleção infelizmente, você me perguntou se existe(preconceito) e existe claramente. Tem empresários que as vezes nos pedem homens (para ocupar a vaga) porque mulheres engravidam. Existe sim, mas já fomos abordadas com isso. Olha eu não quero mulheres porque mulheres engravidam. Já acompanhei uma seleção onde o empresário perguntou se a candidata pretendia engravidar. Isso não é pergunta que se faça. Mais um preconceito né. (E8)

Relatos como esses comprovam o quanto a mulher ainda luta por igualdade e o quanto ela ainda permanece sendo vista em muitas situações como a mulher dona de casa e mãe. Sendo que tais responsabilidades deveriam ser divididas igualmente para ambos os sexos, uma vez que as duas funções também são de igual interesse para os homens. Isso justifica os dados apresentados pelo

IBGE(2019) quando em pesquisa mostrou que ainda hoje as mulheres gastam mais tempo com afazeres domésticos e cuidados com terceiros(filhos) do que os homens.

Durante a conversa foram levantados questionamentos que indagavam a respeito de preconceito e se em algum momento sentiram as dificuldades se tornarem maiores por serem mulheres. Observou-se que, as respostas foram influenciadas pelo ramo de atuação das empreendedoras. Aquelas que possuem negócios ligados a vestuário, beleza ou lidam diretamente com o público feminino, disseram que nunca observaram comportamentos discriminatórios. No entanto, aquelas que lidam com atividades que antigamente eram realizadas somente pelo público masculino, relatam que sentiram e sentem ainda hoje, serem tratadas diferentes por ser mulher. Para a participante E10 a negociação é um desses exemplos: *“Negociação, por exemplo, é bem mais fácil para o homem. As coisas fluem mais rápido, conseguem desconto. Enquanto com a mulher não, há a desconfiança no que ela está fazendo.”* (E10)

Para as mulheres que atuam com seguimentos de varejo, estética ou com produtos de beleza, não foi percebido preconceito. Pelo contrário, as quatro entrevistadas relataram apoio por parte da sua clientela. Inclusive, reconhecem que existe essa facilidade e destaque por atuarem em áreas assim. Algumas das respostas relatadas pelas empreendedoras foram: *“Sempre tem né? Sempre sobra alguma coisa para a mulher. Mas no geral, graças a Deus não. Tanto pela área que eu atuo que geralmente é um público mais feminino, apesar de eu ter vários clientes homens, quanto pelo apoio que sempre tive da minha família.”* (E2).

Como eu trabalho com um público que é mulher ... dificuldade assim, que eu veja que eu deixei de conquistar por ser mulher não. [...] Preconceito assim, eu nunca sofri, nunca parei pra prestar atenção nisso. Eu acho que por ser mulher negra, eu me blindei pra isso, nunca parei pra prestar atenção nisso. (E7)

No meu campo a mulher com certeza se sobressai. Tenho certeza absoluta. Não é que o homem não seja determinado, é que eu acho que a mulher se dedica bem mais, a gente se esforça e dá a cara a tapa. Já tentei trazer meu marido pra essa vida, mas nunca dá certo. Com certeza a mulher ainda é considerada inferior, mas mesmo assim superei. (E6)

De maneira alguma, principalmente pelo tipo de produto que eu vendo, que é relacionado principalmente ao público feminino, joias, produtos de beleza em geral. Então acho que isso alavancou mais. Ser mulher no meu ramo me ajudou. (E9)

O fato se justificaria tal qual foi apresentado pelas entrevistadas, menos riscos. Uma vez que elas conhecem melhor o produto ou serviço ofertado e o mercado é menos exigente. Diante dos pontos resultantes da investigação analisada, foi possível constatar que mesmo com os avanços sociais em termos de incentivo do empreendedorismo feminino e o aumento de mulheres

empreendedoras, muito ainda precisa ser caminhado para que a divergência entre os gêneros seja reduzida. Através das entrevistas realizadas é perceptível que o processo de inserção da mulher no empreendedorismo vai muito além do que apenas recursos financeiros para iniciar.

A trajetória empreendedora é marcada por diversas variáveis resultantes de um histórico social patriarcal e até mesmo machista e preconceituoso, como foi abordado pelas próprias entrevistadas. O fato de ser mulher e carregar a responsabilidade previamente prevista pela sociedade de ser mãe, apresentou para cinco das seis entrevistadas mães, como uma das principais dificuldades envolvidas na vida empreendedora.

No entanto, as respostas se divergiram de acordo com o ramo de atuação das mesmas, podendo assim observar que aquelas mães que possuem redes de apoio para suporte do cuidado materno, apresentaram respostas mais positivas em relação ao fato de conciliar as atividades. Porém aquelas mães que não possuem essa rede, como por exemplo babá ou diaristas, relataram que muitas vezes se sentiram conflitadas com as duas funções, precisando em muitas situações adaptar os horários, cancelar atendimentos com os clientes, para que pudessem então se planejar e organizar a divisão do seu tempo.

Ainda, constatou-se a realidade vivida por mulheres que trabalham formalmente em instituições privadas que quando se deparam com a função de dupla jornada de trabalho, optam por abandonar o emprego com o intuito de se dedicar a função materna. Apontando como vantagens a flexibilidade de horário e mais tempo livre para exercer as funções de mãe e dona de casa. As entrevistadas mostram-se conscientes das suas realidades e do quanto ainda enfrentam circunstâncias machistas dentro do negócio, principalmente aquelas que atuam com funções mais ligadas a o mundo empresarial e de negócios comumente associados a atividade masculina, como foi no caso das proprietárias de agência, seguro e ramo de consultoria. Onde esse último demonstrou que com as proprietárias nunca notaram acontecer, mas que já presenciaram casos de clientes que não queriam mulheres para as vagas porque consideravam junto suas realidades pessoais, como ser casada, ter filhos ou ter pretensão de engravidar.

Outro fator importante a se destacar é que apenas uma das mulheres entrevistadas fez o uso de financiamento para abertura do negócio e retratou uma experiência negativa em relação ao atendimento prestado pelo banco. No entanto, o uso do financiamento foi justificado pela quantia

a ser utilizada no investimento de uma construção. Aquelas mulheres que apresentaram serviços que não demandam um espaço físico inicialmente como a questão da consultoria, a revenda de produtos e o serviço de prestação de seguros, não viram a necessidade de utilização de capital vindo de empréstimos. Entre outras características, notou-se que o suporte afetivo é primordial para a inserção de mulheres no mercado. Quatro das entrevistadas relataram ter pedido suporte financeiro a pessoas próximas para que pudessem abrir os seus negócios, o que representa uma parcela de 40% das mulheres participantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo investigou por meio da pesquisa qualitativa as dificuldades enfrentadas atualmente por mulheres empreendedoras residentes nas cidades de Triunfo e Serra Talhada, situadas no interior de Pernambuco. Através do estudo, buscou-se encontrar desafios relacionados a mulher como sujeito empreendedor dentro de uma realidade social que a impulsiona ainda nos dias de hoje, para as tarefas voltadas a atividades domésticas e relativas a maternidade.

Durante a pesquisa, foi demonstrado o contexto histórico que promoveu a mudança da estrutura social antiga que designava a mulher apenas obrigações voltadas a cuidados com a casa, filhos e marido. Atravessando pontos importantes da história e contextualizando como a evolução promoveu a vivência encontrada por elas nos dias de hoje e podendo assim compreender que apesar das mudanças ocorridas, muito ainda precisa ser feito para que a equidade dos gênero seja efetivada. Verificou-se no último senso realizado em 2019 que as mulheres ainda são maioria em cuidados com terceiros e também com o lar, contribuindo assim na perspectiva da existência e enfrentamento da dupla jornada de trabalho, sendo esse, um dos principais fatores determinados por as empresárias que possuem filho, a dificuldade em conciliar as tarefas empreendedoras com maternidade e cuidados com o lar.

Através da análise de conteúdo utilizada na metodologia e a apresentação dos resultados é possível compreender que os achados encontrados foram de caráter satisfatório, uma vez que foram ao encontro com a literatura levantada e podem auxiliar futuras empreendedoras a solucionarem questões semelhantes. Promovendo assim estratégias que visem minimizar os desafios apresentados, como a gestão de tempo para redução de sobre carga de trabalho profissional e do lar, investimentos em cursos que abordem temas financeiros para melhor gerenciamento do negócio e entre outros aspectos.

Apesar desta pesquisa conter informações relevantes sobre o empreendedorismo feminino, torna-se importante destacar que ainda existiram limitações durante sua composição. No decorrer do trabalho, não foi possível observar aspectos relacionados a linhas de créditos bancários oferecidos para mulheres e se realmente são cobradas taxas de juros mais altas para a classe feminina. Tendo em vista que mais da metade das mulheres entrevistadas utilizaram outras fontes para obtenção de capital na abertura dos seus empreendimentos.

Ainda, diante do que foi levantado é perceptível a compreensão de que apesar da ascensão do empreendedorismo feminino e da relevância do debate desse contexto, é necessário que existam políticas que busquem facilitar os meios e promover a fomentação do empreendedorismo feminino. Dessa maneira, torna-se primordial que estudos a cerca desse tema continuem avançando e assim fornecendo a visibilidade necessária ao tema. Ademais, aconselha-se que pesquisas futuras busquem colher uma representação numérica maior de mulheres empresárias, a fim de atingir mais empreendedoras e assim obter mais resultados a cerca das dificuldades existentes no empreendedorismo feminino.

REFERÊNCIAS

ALVES, A. C. F., ALVES A. K. S. As trajetórias e lutas do movimento feminista no Brasil e o protagonismo social das mulheres. *In: SEMINÁRIO CETROS NEODESENVOLVIMENTISMO, TRABALHO E QUESTÃO SOCIAL, IV.*, 2013, Fortaleza. **Anais** [...] Fortaleza: UECE, 2013. p. 113-121.

ANTUNES, S. R. A., MACHADO, J. R., MASCARENHAS, C. C., NAGATSUKA, D. A. S., OLIVEIRA, F. M. & MACHADO, V.A. Empreendedorismo Feminino. **Revista Gestão em Foco**. [S.l.] ed.14, p. 96-108, 2022.

BANCO DO NORDESTE. Crediamigo Delas. 2022. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/crediamigo-delas>. Acesso em: 09 de out. de 2022.

BAUER, M. W., GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. São Paulo, Vozes, 2008.

BOTTINI, L. M.; BATISTA, R. L. **O trabalho da mulher durante a revolução industrial inglesa (1780 a 1850)**. v. 1. Paraná. 2013.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo. Saraiva, 2007.

CISNE, M. **Feminismo e consciência de classe no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2015

CRUZ, C. F. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações**. Um estudo de caso: *Pramp's* lanchonete. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis. 2005.

DE FREITAS, Aline. Maternidade influencia a decisão de empreender de mais da metade das mães. **Agência Sebrae Notícias**, 6 maio 2022. Disponível em: <https://mg.agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/educacao/maternidade-influencia-a-decisao-de-empreender-de-mais-da-metade-das-maes/> Acesso em: 03 de jul. 2022.

DIOTTO, N.; DECKERT, J. F.; OLIVEIRA, P.; SELL, C. L.; SOUTO, R. B. A condição da mulher no decorrer da história e os direitos conquistados a partir das lutas e movimentos sociais. *In: XVII Seminário Internacional de Educação no Mercosul*. Disponível em: <https://home.unicruz.edu.br/mercosul/pagina/anais/2015/1%20-%20ARTIGOS/A%20CONDICAO%20DA%20MULHER%20NO%20DECORRER%20DA%20HISTORIA%20E%20OS%20DIREITOS%20CONQUISTADOS.PDF>. Acesso em: 09 de out. de 2022.

EMPREENDIDELAS: Empreendedorismo Feminino na prática. [Locução de]: Juliana Mendonça. [S. l.]. 19 de nov. 2021. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/2jp9sab2TLTVSj5E9eS8XL>. Acesso em 03 jul. 2022.

ENGELS, F. **A situação da classe trabalhadora na Inglaterra**. São Paulo: Boitempo, 2010.

FRASER, M. T. D; GONDIM, S. M. G. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. **Paidéia**, Salvador, p. 139 -152, 2004.

GEM; *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil 2010**. Curitiba: IBPQ, 2010. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf Acesso em: 01 jun. 2022.

GEM; *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo Brasil 2019**. Curitiba: IBPQ, 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf> Acesso em: 01 jun. 2022.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. (2016). Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. Paraná v. 6, n. 1, p. 40-74. 2017.

GUERRA, E. L. A. **Manual da Pesquisa Qualitativa**. Belo Horizonte. Grupo Anima Educação. 2014.

IBGE, **Estatísticas de Gênero Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. ed. 2. 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101784> Acesso em 10 ago. 2022.

LOIOLA, C. C. **Mulher empreendedora: dificuldades e preconceitos**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração de Empresas). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 2008.

NOSSA CAUSA. Conquistas do feminismo no Brasil: uma linha do tempo. 2020. Disponível em: <https://nossacausa.com/conquistas-do-feminismo-no-brasil/>. Acesso em: 09 de out. de 2022.

PINTO, C. R. J. Feminismo história e poder. **Rev. Sociol. Polít.** Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, 2010.

SAMPAIO, R.C.; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação**. Brasília: Enap. 2021.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SEBRAE, **Empreendedorismo Feminino como tendência de negócios**. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf Acesso em 01 de jun. de 2022.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil - 2019**. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf. Acesso em: 10 jul. 2022.

VALENCIANO, L. H. S.; BARBOZA, R. J. Conceitos de empreendedorismo. **Revista científica eletrônica de administração**. Garça, v. 5, n. 9, 2005.

VINUTO, J. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto**. Temáticas, Campinas. 2014. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977/6250> Acesso em 20 jul. 2022.