



Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da UFPI

III SINESPP

20 a 24
OUTUBRO
2020

SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE ESTADO, SOCIEDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS
Democracia, desigualdades sociais e políticas públicas no capitalismo contemporâneo

EIXO TEMÁTICO 9 | QUESTÕES DE GÊNERO, RAÇA/ETNIA E GERAÇÃO

DESAFIO FEMININO PARA EMPREENDER: episódios de superação na trajetória empresarial de mulheres na cidade de Timon-MA

THE CHALLENGES OF BEING A BUSINESSWOMAN: coming through episodes on
women's business path in the city of Timon – MA

Mhayla Moura dos Santos Pachêco¹

Ana Caroline Vieira Bitencourt²

Gabriela de Araújo Leão Rodrigues³

Venâncio Borges Anchieta da Silva Filho⁴

RESUMO

A inserção da mulher no mercado, bem como nas demais esferas socioeconômicas, decorre de lutas em busca de igualdade. O presente trabalho discute os desafios e barreiras impostas para mulheres empreendedoras na cidade de Timon-MA. O objetivo foi analisar os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que atuam no ramo de cosméticos e acessórios femininos na citada cidade. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, por meio de múltiplos casos. Utilizaram-se um questionário e um roteiro de entrevista com perguntas abertas e fechadas como instrumentos de pesquisa aplicados a sete mulheres. Com base no resultado da pesquisa, percebe-se que as principais dificuldades são o ceticismo e a ausência de apoio e motivação familiar e profissional. Entende-se que, para as participantes da pesquisa, as situações apresentadas por elas são desafios rotineiros e que, embora sejam ruins, por se referirem à discriminação de gênero, não são suficientes para sucumbir o desejo pela atividade empreendedora autônoma.

Palavras-Chaves: Gêneros. Dificuldade. Família. Barreiras Sociais. Atividades Empreendedoras

ABSTRACT

Introducing women in the market, as well as in other socioeconomic fields, is a result of fights for equality. This paper reports the challenges

¹ Graduada em Administração pela Faculdade –IESM. E-mail: mouramhayla@gmail.com.

² Graduada em Administração pela Faculdade –IESM. E-mail: bittencourtbk1@outlook.com

³ Referências do Autor 3. Graduada em Administração pela Universidade Federal do Piauí- UFPI, especialista em Gestão estratégica de pessoas com coaching. E-mail: adm.gabrielaleao@gmail.com

⁴ Mestre em Administração pela UNIFOR: E-mail: venancioanchieta@hotmail.com

and barriers which are imposed on businesswomen in the city of Timon – MA. Our goal was to analyze the difficulties faced by women involved in the female cosmetics and accessories business department in the city. It is qualitative research, considering multiple cases. A questionnaire and an interview script were used, containing closed and opened questions as research instruments applied to 7 women. Based on the results of the research, it is clear that the main obstacles are the lack of support and family and professional motivation, as well as skepticism. Also, it is noticeable that for the women who participated in the research, the situations that they were put in to are daily challenges and that, even though it is a bad scenario, due to gender discrimination, it isn't enough to stop their desire of becoming a businesswoman.

Keywords: Gender. Difficulty. Family. Social Barriers. Businesswoman.

INTRODUÇÃO

O dito popular que expressa que para a nossa sobrevivência na sociedade é preciso “matar um leão por dia” talvez deva ser repensado quando o indivíduo em questão se tratar de uma mulher. As múltiplas jornadas de trabalho que as mulheres enfrentam diariamente podem ser consideradas, cada uma delas, um “leão” a ser vencido.

Segundo o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018), no Brasil, a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) para o gênero feminino é de 17,3%, ou seja, cerca de 23,8 milhões de brasileiras iniciaram seus próprios negócios em 2018. Já a Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE), ou seja, aqueles que conseguem pagar os proprietários, é de 17,2% para mulheres. Comparativamente, essas mesmas taxas para o gênero masculino são de 18,5 e 23,3%, respectivamente. O relatório aponta uma necessidade para identificar “[...] as razões que levam as mulheres a terem negócios menos longevos que os homens” (GEM, 2018, p. 13).

Partindo dessa observação, percebe-se que a dinâmica do empreendedorismo pode ser diferente em termos de gênero. O que ocorre no percurso de desenvolvimento dos negócios chefiados por mulheres que as faz ter empreendimentos menos duráveis que os empreendedores do gênero masculino? Quais tipos de desafios elas enfrentam no dia a dia dos negócios que podem interferir na Taxa de Empreendedorismo Estabelecido?

Diante disso, a compreensão do empreendedorismo feminino e do seu contexto é questão relevante à ordem social e profissional e que cada vez mais vem ganhando seu espaço no movimento empreendedor. No entanto, as mulheres ainda enfrentam obstáculos para obter êxito em seus negócios, seja de cunho pessoal ou profissional, como a jornada tripla de trabalho, que consiste na sobrecarga diária que recai sobre elas (GOMES, 2016).

Nesse sentido, formulou-se a seguinte pergunta de pesquisa: quais os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que podem impactar na sustentabilidade dos seus negócios na cidade de Timon-MA? Objetivou-se analisar os desafios enfrentados pelas empreendedoras que podem impactar na sustentabilidade dos seus negócios na referida cidade. Em termos de objetivos específicos, tem-se: verificar a possível existência de barreiras sociais que dificultam a participação da mulher empreendedora; identificar as principais dificuldades pessoais e profissionais que venham a interferir no negócio; verificar a percepção das mulheres quanto aos obstáculos do setor empreendedor; e apontar a percepção das empreendedoras entrevistadas quanto à atuação das mulheres no empreendedorismo no município de Timon-MA.

Para compreensão das questões que envolvem a pesquisa, utilizou-se a abordagem qualitativa, descritiva em múltiplos casos (GONSALVES, 2007). As participantes foram selecionadas por meio do critério de serem mulheres proprietárias de microempresas devidamente registradas situadas na cidade de Timon-MA, com negócios voltados para cosméticos e acessórios femininos. Foram contatadas 16 empreendedoras na cidade em questão, sendo que sete aceitaram participar. As demais se recusaram ou não deram retorno. Para a coleta de dados, optou-se pelo questionário e pelo roteiro de entrevista (MARCONI; LAKATOS, 2016). As participantes definiram a hora e o local para a coleta de dados. Em todas as coletas de dados, foi assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. O primeiro instrumento, com 12 questões fechadas, foi aplicado para definir o perfil das participantes. Em seguida, para abordar os demais pontos da pesquisa, realizou-se a entrevista, que possuía um roteiro com 14 questões, definidas *à priori*, as quais, após serem respondidas, eram aprofundadas de acordo com as respostas.

2 A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Em tempos passados, a mulher não poderia sequer sonhar em ter um emprego ou pensar em ganhar dinheiro, pois quem tinha autonomia financeira nos lares eram os homens. Já hoje em dia, percebe-se a mudança nesse contexto, pois, embora esse paradigma sobre questão de igualdade entre homem e mulher ainda exista, não é mais o mesmo. (ASSIS, 2009, p.2).

Entretanto, é importante destacar que essas mudanças ocorrem principalmente com a I e a II Guerra Mundial. Os homens iam para as batalhas enquanto as mulheres assumiam os negócios da família. Quando a guerra acabou, muitos homens haviam morrido, e os que sobreviveram ficaram impossibilitados de trabalhar, pois tinham sido mutilados. Dessa forma, houve a necessidade de as mulheres deixarem suas casas e seus filhos para passarem a fazer o trabalho que antes era realizado pelos homens (PROBST, 2009, p. 2).

Assim a inserção da mulher no mercado, como nas esferas políticas, sociais, culturais e históricas, decorreu-se por etapas, tendo também como uma dessas fases o movimento feminista. A Revolução Francesa, em 1789, e as grandes mudanças sociais foram de grande influência para o movimento se alavancar. Porém, somente com a Revolução Industrial, no século XIX, o movimento ganhou mais força, e as mulheres começaram a trabalhar em fábricas, inserindo-se, dessa forma, na economia (LENZI, 2018).

Aos poucos, o movimento feminista foi se espalhando pelos países e ganhando mais forma, criando mais corpo, conquistando mais direitos e mais espaço na sociedade. No Brasil, após o período de 1985 em que foi instalada a ditadura militar, o movimento se impulsionou. Foi na década de 1980 que o movimento ganhou mais força, juntando-se a outras correntes e marcando um dos momentos mais importantes para o feminismo. Isso porque, até então, ele se configurava apenas na classe média, mas, com a união de outros movimentos, incluindo o movimento contra o racismo, dentre outros importantes, o feminismo ganhou adesão das classes populares. Dessa maneira, foi por meio das lutas que as mulheres conseguiram adentrar cada vez mais na economia e no mercado de trabalho (LENZI, 2018, on-line).

Os primeiros dados oficiais de que se tem conhecimento apontam que, em 1872, elas representavam 45,5% da força de trabalho. Nesta época, [...] as mulheres estavam empregadas predominantemente na agropecuária, nos serviços domésticos em lar alheio ou no serviço de costura por conta própria. (IPEA, 2014, p. 592 *apud* PINHEIRO; LIMA JUNIOR; FORTOURA; SILVA, 2016, p. 5).

Embora a atividade doméstica seja trabalho, a falta de reconhecimento por parte da sociedade sobre a importância dele foi um dos fatores importantes para que a mulher fosse inserida no mercado de trabalho. A mulher é essencialmente útil, seja no contexto doméstico mantendo a ordem na casa e cuidado dos filhos, seja participando da economia fazendo parte dos negócios (TEYKAL, 2007).

Portanto, a partir do desenvolvimento de novas tecnologias e da amplificação de empresas, serviços de comunicações, financeiros e órgãos de governos é que houve um aumento no número de cargos de gabinete e escritórios de grau superior para mulheres preparadas, mas tanto para mulheres de classe média quanto para as de classe baixa (MARTINS *et al.*, 2010, p. 2).

Perfil da mulher empreendedora

A sociedade contemporânea na perspectiva de Carreira et al (2015, p.4) apresenta-se de forma mais flexível em relação ao papel da mulher empreendedora, se comparada às configurações sociais anteriores, no entanto os autores chamam atenção que mesmo com essa abertura da mulher empreendedora ainda assim, enfrentam desafios a serem superados. O paradigma da falta de oportunidade por igualdades ainda se faz presente nos dias atuais, o que significa que ainda existem barreiras a serem quebradas para que o mundo dos negócios – e não só ele – seja mais justo para todos. As mulheres, desde as décadas passadas, vêm quebrando essas barreiras com muitas lutas e tentando superar esses paradigmas para se manter no meio empresarial. Assim, “[...] as mulheres conseguiram seus espaços e a igualdade entre os sexos. Hoje há muitas mulheres inseridas no mercado de trabalho como colaboradoras, mas, também, grande quantidade exercendo o papel de líder e provaram que são capazes tanto quanto os homens na realização de qualquer que seja a tarefa.” (ASSIS, 2009.p.2).

Entre as diversas pesquisas do GEM, em 2015 foi realizada uma inédita, sendo feita uma análise por gênero entre os brasileiros, identificando o perfil segundo o gênero (mulheres versus homens). Na análise, equiparadas aos homens, as mulheres foram

assim verificadas: são mais escolarizadas (32% dos homens têm no máximo o primeiro grau incompleto, proporção que cai para 29% no grupo das mulheres); empreendem mais tarde, acima de 35 anos (os homens, entre 24 e 30 anos); ganham menos (69% recebem até três salários mínimos, contra 49% nos homens); apresentam menor proporção de pessoas casadas (39% contra 44% nos homens); apresentam maior proporção de união estável (20% contra 15% nos homens); e apresentam maior proporção de pessoas que se classificam como pretas e pardas (62% contra 59% nos homens). Por meio dessa análise, nota-se que é mais forte a presença das mulheres empreendedoras que trabalham por conta própria, isso levando em conta o conjunto de empreendedoras iniciais.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em todas as coletas de dados, foram assinados o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Após a aplicação dos questionários e a realização da análise dos dados, foram traçados os perfis das sete entrevistadas e das suas empresas. No geral, as entrevistadas apresentam faixa etária entre 28 e 54 anos, sendo que três delas são casadas e as demais são solteiras. Três têm filhos, sendo que uma delas não conta com auxílio para criação das crianças. Seis delas moram com outras pessoas e somente duas delas são responsáveis pelas despesas gerais da casa. O grau de escolaridade varia em seis categorias de ensino: médio completo, técnico completo, superior incompleto, superior completo, especializações e mestrado. Apenas uma delas possui sócio. O tempo de vida de suas empresas varia de seis meses a dois anos e 10 meses. Somente uma delas possui outra fonte de renda (trabalha em outro local) e cinco possuem funcionários registrados, variando de 1 a 3 deles, uma não tem funcionário e a outra conta com auxílio informal.

Barreiras sociais que dificultam a participação da mulher empreendedora

Levando em consideração a busca da pesquisa por possíveis barreiras sociais que dificultam a atuação da mulher empreendedora e entendendo que uma barreira social é todo elemento cultural perfeitamente identificado, destinado a tornar difícil ou impossível o acesso de um indivíduo a um grupo ou a uma camada social (DIAS, 2010, p. 189), foram identificadas, após análise de alguns dos relatos obtidos em entrevistas, as

seguintes barreiras: incredulidade por parte dos clientes pelo fato de uma mulher ser dona de um negócio; religião, caso em que uma entrevistada em situação de dificuldade em sua empresa foi questionada do porquê de seu Deus não resolver seus problemas; falta de motivação, credibilidade e confiança por familiares e terceiros que se recusaram a ceder o espaço disponível para aluguel pelo fato de que a pessoa interessada era uma mulher, por causa da idade dela ou por ela ter optado por se arriscar em negócios. Todas essas situações, sejam elas antes ou durante suas atividades empreendedoras, de acordo com as entrevistadas que relataram esses eventos, deixaram-nas desconfortáveis e abaladas. De certa forma, tornaram difícil sua participação no movimento, caracterizando, na prática, o conceito de barreira social.

As barreiras sociais estão diretamente ligadas à estratificação social, que se refere à divisão da sociedade em camadas, sendo que seus ocupantes têm acesso desigual a oportunidades sociais e recompensas (DIAS, 2010, p. 189), o que aconteceu com a entrevistada que teve sua oferta de aluguel recusada por ser mulher e apresentar aspecto jovial, incluindo-a no acesso desigual de oportunidades sociais. Entre os fatores que resultam na estratificação social estão: as diferenças biológicas, como as de sexo e idade, qualquer forma de exclusivismo profissional, religião, raça e etnia, sendo que a maioria desses fatores está presente nos demais relatos.

Principais dificuldades pessoais e profissionais que venham a interferir no negócio

Seja no cunho pessoal ou no profissional, as mulheres enfrentam obstáculos para obter êxito em seus negócios, como a jornada tripla de trabalho, que consiste na sobrecarga diária de trabalho que recai sobre a mulher (GOMES, 2016). Para conhecer mais a fundo e atingir o objetivo específico de identificar as principais dificuldades pessoais e profissionais que possam interferir em seus negócios, de acordo com a percepção delas, foram elencados os fatores descritos a seguir.

Conforme a Entrevistada 1, em dificuldades pessoais, em decorrência de seu pai também ter uma empresa, alguns familiares tem a visão de que quem mantém seu negócio financeiramente e o lidera é o pai da entrevistada. O ceticismo desses familiares foi um dos momentos que a irritaram, pois, de certa forma, era um questionamento indireto quanto à sua capacidade, à sua independência e à sua responsabilidade. Já em dificuldades profissionais, a entrevistada expôs que, em certas situações, clientes

relataram a ela que, devido à localização da loja, não frequentaram sua empresa antes por rotularem os produtos como algo inacessível. Ainda ressalta que essa percepção serviu para ela pensar em uma forma de atrair os clientes. Outro fator profissional é a acessibilidade limitada para pagamento de produtos em decorrência do tempo de vida da empresa, pois os fornecedores, em momento de negociação de pagamento, disponibilizam as opções: boleto, cartão, à vista e transferência, mas, se a empresa não possuir um histórico de pelo menos dois anos, eles não aceitam boleto, alegando ser essa a política da empresa – na maioria das vezes, o pagamento disponibilizado é à vista ou no cartão sem parcelar.

Já a Entrevistada 2, em dificuldade pessoal, não identificou nenhuma situação que poderia interferir com o negócio. Por outro lado, no fator profissional, segundo a percepção dela, elencou que o amadurecimento financeiro da empresa é uma dificuldade, pois futuramente ela pretende se manter apenas com a loja e, para que isso ocorra, conta com a estabilidade e o retorno financeiro da empresa para se desligar de seu emprego, mas ela já está aguardando esse retorno há dois anos.

A Entrevistada 3, em dificuldades pessoais, identificou que a falta de alguém para dividir dúvidas, responsabilidades e pressão fez com que ela se questionasse se conseguiria continuar, pois a procura por locais, pintura, decoração, compra de mercadorias e todas as outras decisões foram tomadas e executadas exclusivamente por ela.

Outro fator apontado foi que, devido à experiência, ela adotou uma postura mais reservada para repelir certos assédios, pois, de acordo com ela, caso não tivesse adotado essa postura, por estar à frente da sua empresa, por todos perceberem que no cotidiano não tem companhia de qualquer tipo, por culturalmente ser apontada como o sexo frágil e por ter um aspecto jovial, estaria vulnerável a sofrer assédio, seja ele sexual, moral, verbal, virtual ou psicológico.

Em fatores profissionais, o desprezo de lojistas com mais experiência em relação a lojistas novos e a ausência de uma rede de apoio entre as mulheres que também são donas de seus próprios negócios foram aspectos apontados pela entrevistada como situações de dificuldades profissionais, pois a busca de informações com profissionais experientes independentemente do ramo ou de apoio com pessoas com características semelhantes não foi algo que ela pôde desfrutar.

A Entrevistada 4 apresentou como fator pessoal que, no momento em que informou o desejo de adquirir a empresa, a família sugeriu investir em um negócio de outro ramo, o que poderia ter feito com que a empreendedora nem iniciasse. Profissionalmente, ela identificou a dificuldade em obter descontos com fornecedores, pois ela tem que insistir para obter descontos na negociação e sente que essa questão está diretamente relacionada ao fato de ela ser mulher.

Já a Entrevistada 5 aponta como dificuldade pessoal conciliar a rotina dos filhos com a rotina e a dedicação ao negócio, situação que é típica da multiplicidade das atividades que recaem sobre as mulheres, também conhecida como jornada tripla de trabalho, como já citado anteriormente pelo autor Gomes (2016). Outro fator é que a família, por ter experiência no empreendedorismo e saber das dificuldades a serem enfrentadas, tentou convencê-la a não abrir a empresa e relutou em apoiá-la no início do empreendimento. A combinação de ambas as situações foram momentos difíceis para a entrevistada, mas, em relação às dificuldades profissionais, ela não elencou nenhuma.

A Entrevistada 6 não apontou nenhuma dificuldade pessoal que poderia intervir nos negócios. Porém, em fator profissional, assim como a Entrevista 3, sentiu dificuldade em conseguir informações sobre mercadorias e fornecedores com outros empreendedores, mas por um motivo diferente: ser mulher e dona do próprio negócio. Essa circunstância fez com se tornasse difícil a busca de informações com pessoas experientes. Então, ela e o sócio tiveram de pesquisar e lidar com as dúvidas por conta própria.

Por fim, a Entrevistada 7 expôs como dificuldade pessoal que, de início, não obteve apoio do pai, por ele ter experiência com empreendimentos, não querendo que ela seguisse o mesmo caminho, em virtude das dificuldades que um negócio em si proporciona.

No fator profissional, ela classificou as dificuldades em conseguir local para o negócio; a concorrência agressiva; a intimidação e o assédio moral de concorrentes. A entrevistada compartilhou que, quando estava em busca de espaços para alugar, recebeu diversas recusas por ser mulher e não possuir um histórico de empreendimento conhecido. Ressaltou até que o motivo de ter conseguido o local da loja foi por causa de seu sobrenome, já que o locatário se lembrou do pai dela.

Com concorrência agressiva, a entrevistada se refere à situação na qual o concorrente interferiu no atendimento, pegou o cliente pelo braço e o dirigiu à sua própria loja, dizendo as palavras “Não é aí, não. É aqui!”. Além disso, os concorrentes já entraram em sua loja e retiraram as etiquetas de seus produtos, bem como já intimidaram seus funcionários ao ponto de segui-los até o ponto de transporte coletivo e ficar insistindo para saber quem são seus fornecedores e onde ela adquiriu as mercadorias. Situações como essas abalam sua equipe e, conseqüentemente, desestruturam sua atuação no mercado, atrapalhando a entrega que ela deseja transmitir ao cliente.

Percepções das mulheres quanto aos obstáculos do setor empreendedor

É de conhecimento geral que o termo “empreendedor” está diretamente relacionado a tomar riscos, pois existem vários fatores que devem ser levados em consideração nesse contexto, como investimento, planejamento, público-alvo, diferencial no mercado, assim como situações externas. É o que afirma Dornelas (2015), segundo o qual, devido ao avanço da tecnologia e à globalização, mudanças estão suscetíveis a ocorrer a qualquer momento.

Adaptar-se a mudanças, acompanhar tendências e se atualizar para atender ao gosto dos clientes são outras situações enfrentadas no cenário dinâmico e inovador do movimento empreendedor. Quando as entrevistadas foram questionadas em relação aos obstáculos, foram expostas as seguintes preocupações: faturamento da empresa, que em alguns meses vai bem, mas em outros não; possibilidade de o rendimento não cobrir as demais despesas da empresa, como aluguéis, energia, internet, fornecedores e, no caso das que têm funcionários, encargos trabalhistas de seus colaboradores. Esses obstáculos foram expostos por todas as entrevistadas, ou seja, é um fator unânime dentro da pesquisa.

Atrair e reter clientes foi outro obstáculo elencado por elas, o que leva ao fator da inovação, em relação ao qual elas se preocupam com o diferencial que suas empresas podem oferecer em relação às outras do mesmo ramo, para conquistar novos cliente e manter os existentes. Tal ponto também citado por todas elas.

Como já foi exposto, o fator do tempo de vida da empresa também é apontado pela Entrevistada 1 e pela 7, como obstáculo do ramo. Isso porque, em algumas

situações, como para obter mercadoria e alugar espaço, suas escolhas foram limitadas em consequência da ausência de histórico empreendedor tangível. Observa-se que, assim como qualquer outra pessoa, independentemente do sexo, elas passam por obstáculos que são caracterizados como típicos em qualquer setor de empreendimento. Todas têm confiança de que seus negócios darão certo e possuem visão e planos de desenvolvimento de suas empresas, o que recai sobre a questão de automotivação de empreendimento.

Sustentando essa confirmação, Dornelas (2015) assegura que os empreendedores possuem motivação singular, são apaixonados pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidos e admirados, referenciados e imitados, querem deixar um legado.

Percepções das empreendedoras quanto à atuação das mulheres no empreendedorismo no município de Timon-MA

Quando as entrevistadas foram questionadas a respeito do tópico em questão, percebe-se que a percepção delas varia dependendo do meio em que estão inseridas. As que estão ladeadas por empresas lideradas por figuras masculinas relataram que a participação está em desenvolvimento. Já as que estão no meio de outros negócios liderados por mulheres relatam que a participação é grande, mas, independentemente do local no qual estão inseridas, todas concordam que é um movimento que só tende a crescer, seja ele formal ou informal.

Santos (2017, p.9) destaca que a expansão do empreendedorismo feminino no Brasil tem ganhado uma visibilidade nos últimos anos, e em decorrência disso vem fortalecendo um movimento promissor para o desenvolvimento econômico e social do país ampliando dessa maneira o número de empresas, como também percebe-se uma melhoria da qualidade nos serviços oferecidos, tendo em vista que as mulheres se apresentam com um perfil de cooperação, intuição e sensibilidade para potencializar a força de empreender.

Assim, com a revolução científico-tecnológica, no fim do século XX e no início do século XXI, esse fator diminui, dando destaque ao esforço intelectual, em que as mulheres se encontram em condições de igualdade com os homens (DIAS, 2010). Suas características de alta flexibilidade e criatividade desempenhadas em seus papéis sociais

como esposa, mãe, filha e dona de casa agora refletem no mundo industrial, tornando-se um elemento vantajoso não apenas para a sua atuação organizacional, mas também em adaptações a novas funções e papéis sociais.

4 CONCLUSÃO

Conclui-se que os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que podem impactar na sustentabilidade dos seus negócios na cidade de Timon-MA são: a ausência de uma rede de apoio profissional e familiar: a falta de confiança, credibilidade, motivação; e o ceticismo de terceiros para com o gênero e o negócio delas. Com base na análise, percebe-se que os desafios enfrentados por elas também são significativos, como expõe a maioria das entrevistadas. No entanto, não se pode generalizar esse quadro, já que nem todas compartilham da mesma perspectiva, levando em consideração que essas perspectivas dependem do perfil de cada uma e do meio em que estão inseridas.

Entende-se que, para as participantes da pesquisa, as situações apresentadas por elas são desafios rotineiros e que, embora sejam ruins, por se tratar de discriminação de gênero, não são suficientes para sucumbir o desejo pela atividade empreendedora autônoma. Isso porque, apesar de existirem dificuldades e de essas mulheres se abalarem, independentemente de terem apoio ou não, elas superam, adaptam-se, aprendem e continuam com suas convicções, ampliando suas visões de crescimento tanto para o negócio quanto para a sua vida empreendedora.

REFERÊNCIAS

APARICIO, I. C. S.; MELO, K. S.; SILVA, E. P.; CALVOSA, M. V. D. **Carreira feminina: quebrando paradigmas e alcançando o sucesso**, 2009 (VI SEGET). Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/354_Carreira_Feminina_Quebrando_p_aradigmas_e_alcancando_o_sucesso.pdf. Acesso em: 27 abr. 2019.

ASSIS, Rosiane Hernandes de. **A inserção da mulher no mercado de trabalho**. CONVIBRA – Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 6. 2009. Disponível em: http://www.convibra.com/2009/artigos/140_0.pdf. Acesso em: 25 abr. 2019.

CARREIRA et al. **Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico** In: NAVUS, Revista de gestão e tecnologia. Florianópolis, SC, v. 5, n. 2, p. 06-13. abr./jun. 2015.

DIAS, Reinaldo. **Introdução à sociologia**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2018. [s.l.], 2018. 26 p. Disponível em:
<http://materiais.cer.sebrae.com.br/relatorio-executivo-gem-2018>. Acesso em: 8 mar. 2020.

GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil – 2015**: Relatório Executivo. Sebrae, 2015. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em: 26 mar. 2019.

GOMES, Cristina. **Jornada tripla**: saiba o que é e como lidar. 2016. Disponível em:
<http://mulherlider.com.br/blog/jornada-tripla-saiba-o-que-e-e-como-lidar/>. Acesso em: 7 jun. 2019.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Alínea, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

LENZI, Tié. **O que é o movimento feminista?** 2018. Disponível em:
<https://www.todapolitica.com/movimento-feminista/>. Acesso em: 29 abr. 2019.

MARTINS, Cibele Barsalini. et al. **Empreendedorismo feminino**: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. Revista de Administração da UFSM, v. 3, p. 288-302, 2010. Disponível em:
<https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/2378/1441>. Acesso em: 2 mai. 2019.

PINHEIRO, Luana Simões; LIMA JUNIOR, Antonio Teixeira; FORTOURA, Natália de Oliveira; SILVA, Rosane da. **Mulheres e trabalho**: breve análise do período 2004-2014. Brasília: Ipea, 2016 (Nota técnica). Disponível em:
http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/6524/1/Nota_n24_Mulheres_trabalho.pdf. Acesso em: 29 abr. 2019.

PROBST, Elisiana Renata. **A evolução da mulher no mercado de Trabalho**. Instituto Catarinense de Pós-Graduação. Disponível em: www.icpg.com.br. Acesso em: 15 mar.2020.

SANTOS, Raquel Aparecida dos. **Educação empreendedora e o desenvolvimento de atitude empreendedora da mulher de baixa renda**: perspectivas de ações na cidade de Franca (SP): Uni- FACEF, 2017. Disponível em: <http://pos.unifacef.com.br/wp->

[content/uploads/2015/12/Disserta%C3%A7%C3%A3o_RAQUEL-APARECIDA-DOS-SANTOS.pdf](#). Acesso em: 30 abr. 2019

TEYKAL, Carolina Macedo; ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. **O homem atual e a inserção da mulher no mercado de trabalho**. v. 38, n. 3, pp. 262-268, set./dez. 2007. Disponível em: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-OHomemAtualEAIsercaoDaMulherNoMercadoDeTrabalho-5161629%20(3).pdf. Acesso em: 23 abr.2019.