



CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE ITAITUBA S/C LTDA
FACULDADE DE ITAITUBA – FAI
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

VANESSA MELO PORTO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: Empoderamento e
aplicabilidade no município de Itaituba-Pará**

Itaituba-PA
2024

VANESSA MELO PORTO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: Empoderamento e
aplicabilidade no município de Itaituba-Pará**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Itaituba para obtenção do título de
Bacharela em Administração.

Orientadora: Prof^a Esp. Graciela da Silva Castro

Itaituba-PA

2024

Porto, Vanessa Melo Porto.

Empreendedorismo feminino: Empoderamento e aplicabilidade no município de Itaituba, Pará/ Vanessa Melo Porto. Itaituba:FAI,2024.

50. fls. il

Orientadora: Prof.^a Esp. Graciela da Silva Castro

Trabalho de conclusão do curso (Graduação) – Faculdade de Itaituba, 2024.

Empreendedorismo 2. Empreendedorismo feminino I. Graciela da Silva Castro II. Faculdade de Itaituba. Itaituba, BR – PA, 2024.

VANESSA MELO PORTO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: Empoderamento e aplicabilidade no
município de Itaituba-PA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Itaituba para obtenção do título de
Bacharela em Administração.
Orientadora: Prof.^a Esp. Graciela da Silva Castro.

BANCA EXAMINADORA

Presidente: _____ Nota: _____

Prof.^a Esp. Graciela da Silva Castro

Avaliador(a) 1: _____ Nota: _____

Prof. Me. Elines dos Santos Batista

Avaliador(a) 2: _____ Nota: _____

Prof. Esp. Cleison Lima Leitão

Resultado: _____ Média: _____

Itaituba – PA, 01 de abril de 2024.

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pois sem ele nada seria, a minha mãe e ao meu filho por serem a razão de tudo, e ao meu pai Daniel por todo apoio. Amo vocês!

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente a **Deus** por ser o meu guia com a oportunidade de conquistar esse sonho, através de todas as orações e mantendo firme para não desistir. Toda honra e toda glória a ti!

Agradeço a minha mãe **Maria Genessi Melo Nazaré**, que sempre esforçou desde o princípio a buscar meus sonhos e concluir a graduação. Sempre acreditou no meu potencial, seu apoio foi e sempre será primordial na minha vida. Te amo!

Agradeço ao meu filho **Davi Melo**, você sempre foi a razão de tudo, meu parceiro que sempre esteve ao meu lado, sou muito grata por ter você como meu filho, o meu amor por você é sem medidas.

Agradeço a meu irmão **Edcarlos Júnior**, por ser minha inspiração, sempre esteve comigo e incentivando aos estudos. Eu sou muito abençoada por ter você como irmão, obrigada por todos os conselhos, hoje entendo que eles foram necessários. Amo você!

Agradeço a minha cunhada, **Elen Karoline**, por ter cuidado do meu príncipe nesse período acadêmico, e me incentivar com seus conselhos maravilhosos.

Agradeço a minha família, que direta e indiretamente contribuíram para minha formação.

Agradeço a professora **Caren Alessandra Kluska**, responsável por toda a etapa do TCC, desde a elaboração do pré-projeto até esta fase final de conclusão. Foi essencial na realização desse trabalho, valeu a pena os “puxões de orelha”, fez as orientações quanto as técnicas de elaboração, correções e tudo mais que envolveu a matéria do TCC em geral.

Agradeço a minha orientadora especialista **Graciela da Silva Castro** pela sua motivação. Ela sempre esteve à disposição, fosse dia ou fosse noite, se empenhou em fazer todo o acompanhamento desse Trabalho de Conclusão de Curso.

Agradeço a coordenadora do curso de Administração da FAI, professora **Ana Paula Maffezzoli**, pelos ensinamentos, pelos incentivos e por tudo o que envolveu nossa turma. É uma profissional excelente tens minha admiração.

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa tem como tema: Empreendedorismo Feminino: empoderamento e aplicabilidade no município de Itaituba-Pará, aborda sobre a participação feminina no mercado de trabalho que cresceu significativamente nos últimos anos, pôde-se perceber o aumento de mulheres em busca da independência financeira, crescimento econômico, à criação de empregos e à inovação. Ultrapassando seus limites para ir em busca de seus objetivos e quebrando paradigmas e estereótipos sobre o papel da mulher dentro da organização social. A justificativa propõe incentivar mulheres a empreender cada vez mais, almejando o empoderamento econômico, aumentando cada vez mais o número de mulheres autossuficientes capazes de tomar suas próprias decisões, principalmente no que diz respeito a decisões financeiras. Como objetivo geral buscou compreender os desafios enfrentados por empreendedoras do município de Itaituba-PA. Como objetivos específicos: definir e conceituar o empreendedorismo; identificar as características do comportamento de mulheres empreendedoras no município; analisar ações e comportamentos com formação e não formação em Administração. A metodologia usada é de abordagem qualitativa, com natureza exploratória e procedimentos de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, na qual é permitido coletar dados mais detalhados e mais precisos do objeto do estudo, toda coleta de dados foram feitos por meio realização de questionário com mulheres empreendedoras de ramos diversos. A resposta a pesquisa mostra a importância do empreendedorismo feminino, o crescimento de mulheres em busca de estabilidade financeira e o aumento da mão de obra feminina no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Mulheres trabalhadoras. Empoderamento. Comportamento do mercado.

ABSTRAC

This research work has as its theme: Female Entrepreneurship: empowerment applicability in the municipality of Itaituba-Pará, will address female participation in the job market, which has grown significantly in recent years, an increase in women seeking financial independence, economic growth, job creation and innovation can be seen. Going beyond their limits to pursue their goals and breaking paradigms and stereotypes about the role of women within social organization. The justification proposes to encourage women to undertake more and more, aiming for economic empowerment, increasing more and more the number of self-sufficient women capable of making their own decisions, especially with regard to financial decisions. The general objective is to understand the challenges faced by female entrepreneurs in the municipality of Itaituba-PA. Specific objectives: define and conceptualize entrepreneurship; identify the characteristics of the behavior of women entrepreneurs in the municipality; analyze actions and behaviors with and without training in Administration. The methodology used is a qualitative approach, with an exploratory nature and bibliographical research and field research procedures, in which it is possible to collect more detailed and more precise data on the object of the study, all data collection will be done through a questionnaire with women entrepreneurs from different sectors.

Keywords: Working women. Empowerment, Market behavior.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - Crescimento do número de mulheres empreendedoras no Brasil.....	19
Ilustração 2 - Informalidade crescente.	23
Ilustração 3 - Area de atuação das empreendedoras.....	31
Ilustração 4 - Quadro perfil e identificação das empreendedoras.	37

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 ADMINISTRAÇÃO: EVOLUÇÃO E CONTEXTO HISTÓRICO	13
2.2 EMPREENDEDORISMO	14
2.3 CARACTERÍSTICAS DE QUEM EMPREENDE	16
2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO	17
2.5 EMPREENDEDORISMO INFORMAL	20
2.6 EMPREENDEDORISMO FORMAL NO BRASIL	24
2.7 EMPODERAMENTO FEMININO	25
2.8 INCENTIVOS PARA MULHERES EMPREENDEDORAS	26
2.9 DESAFIOS DA MULHER EMPREENDEDORA	28
2.10 RELAÇÃO ENTRE TRABALHO E A FAMÍLIA DA MULHER EMPREENDEDORA	28
2.11 O PAPEL DIFERENCIADO DA GESTORA NOS MERCADOS	30
2.12 DADOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL	30
3 METODOLOGIA	34
3.1 TIPOS DE PESQUISA	34
3.2 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA	35
3.3 ANÁLISE DOS RISCOS E BENEFÍCIO	35
3.3 ASPECTOS ÉTICOS	35
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	37
4.1 PERCEPÇÕES DAS EMPREENDEDORAS	37
4.2 SUGESTÃO DE MELHORIA	43
5 CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS	45
APÊNDICES	49
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO	49
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	50

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo consiste na monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Itaituba-FAI. Tem como tema: EMPREENDEDORISMO FEMININO: Empoderamento e aplicabilidade no município de Itaituba – PA. Abordará sobre a participação feminina no mercado de trabalho que cresceu significativamente nos últimos anos, onde pôde-se perceber o aumento de mulheres em busca da independência financeira, crescimento econômico, à criação de empregos e à inovação. Ultrapassando seus limites para ir em busca de seus objetivos e quebrando paradigmas e estereótipos sobre o papel da mulher dentro da organização.

Dessa forma, se faz necessário abordar um estudo para compreender o empreendedorismo no município de Itaituba-Pa. Trazendo assim a questão norteadora: Quais são os desafios que mulheres itaitubenses enfrentam na hora de empreender?

O trabalho de pesquisa tem como objetivo geral demonstrar quais são os principais desafios que empreendedoras itaitubenses tem enfrentado profissionalmente para alcançarem suas metas, que a mulher empreendedora pode de forma fácil e sistemática em poucos anos alcançar altos níveis de aceitação e produtividade no mercado moderno.

Dentro objetivos específicos destaca-se definir o empreendedorismo e sua relevância no município, identificar as características do comportamento de mulheres empreendedoras no município e ainda analisar empreendedoras com formação e não formação em Administração.

Justifica-se pela necessidade de se apresentar ao leitor uma visão mais atualizada do mercado que a cada dia abre mais as portas as mulheres empreendedoras, seja na condição de gestoras ou mesmos de trabalhadoras autônomas que como microempreendedoras adentram espaços e conquistam suas clientelas até em áreas tradicionalmente gerenciadas por homens.

A metodologia de pesquisa vem com a utilização da pesquisa de abordagem qualitativa, que visa explorar as perspectivas dos participantes, compreender suas motivações, crenças, valores e comportamentos. A pesquisa tem natureza exploratória, e será realizada pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, na qual é permitido coletar dados detalhados e mais precisos do objeto do estudo. A coleta de

dados será feita por meio da realização de questionários com mulheres empreendedoras, de ramos diversos, no município de Itaituba – PA.

O trabalho reúne em cinco sessões, na primeira parte está a introdução, segunda sessão apresenta o referencial teórico, com o conceito da Administração e a abordagem histórica, em sequência aborda o empreendedorismo. A terceira parte do trabalho relata a metodologia, abordando o tipo de estudo a ser aplicado. Na quarta apresentam-se os resultados e discussões do estudo, finalizando a quinta parte do trabalho com conclusão.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ADMINISTRAÇÃO: EVOLUÇÃO E CONTEXTO HISTÓRICO

As mudanças ocorridas no século XXI, deixou traços muitos marcantes com o avanço tecnológico e ascensão aos novos meios de comunicação como o surgimento da internet, sendo assim a arte da administração tornou-se indispensável na atividade humana (CHIAVENATO, 2013). Estando cada vez mais presente na sociedade, ela surge como forma de inovação e quebra de paradigmas antigos, como forma de conduzir tantos os negócios, como da própria vida pessoal, onde a direção e organização são importantes em qualquer situação.

Chiavenato (2007, p. 11), “a palavra administração vem do latim *ad* (direção) e *minister* (subordinação ou obediência)”, significa aquele que realiza uma função sob o comando de outrem, ou seja, aquele presta serviço a outro, decisões estratégicas e táticas, que coordena pessoas e recursos, resolve problemas, gerencia conflitos e garanti o alcance dos objetivos estabelecidos, para melhores resultados dentro da organização. Uma forma de melhor condução, das decisões tomadas, onde a eficiência e eficácia andam juntas.

Para uma boa administração, são necessários que tenha disposição, e necessário ter um bom planejamento sobre aquilo que pretende está atuando no mercado. Ter comprometimento, saber lidar com os desafios do dia a dia, saber lidar com a organização.

Segundo Maximiano (2000) destaca a relevância da administração na gestão de pessoas, em como ela pode ser desenvolvida em várias etapas. Sendo estas definidas, bem como todo o processo em que ela se encontra envolvida. Como o planejamento, organização, controle e direção, onde isso engloba um bom desenvolvimento em meio a organização.

Para Silva (2008, p. 6), a administração “É um conjunto de atividades dirigidas à utilização eficiente é eficaz dos recursos, no sentido de alcançar um ou mais objetivos ou metas da organização”. Desta feita, busca que os colaboradores obtenham um desempenho, de modo a ter um ambiente de trabalho, que vise encontrar soluções para organização, e sempre se colocar a frente da concorrência. Isso implica que ao se estabelecer metas e objetivos, os colaboradores se alinhem

aos mesmos, pois um bom planejamento e uma boa organização, são as peças-chaves para um resultado positivo.

Um bom administrador, sempre tem um pensamento de esta a frente da concorrência, tem a consciência de contornar situações de emergência dentro de uma organização, mostra sempre desempenho a frente dos demais colaboradores, pois sabe o seu lugar de destaque, devido ao seu empenho e dedicação.

Para que um administrador tenha melhores resultados, é muito importante trabalhar com uma equipe treinada, para que seus objetivos sejam alcançados. Uma equipe bem treinada, irá desempenhar um papel fundamental na organização, isso significa que a equipe está sendo devidamente liderada, pois o líder é o espelho de seus colaboradores, buscando solucionar os problemas e guiar a equipe para as tomadas de decisões precisas (LACOMBE; HEILBORN, 2015).

2.2 EMPREENDEDORISMO

No mundo moderno todo aquele que deseja encontrar seu lugar ao sol precisa impreterivelmente encontrar uma forma de subsistir e custear suas despesas, seja trabalhando para terceiros ou criando seu próprio negócio, nesse contexto surgiu o conceito do empreendedorismo que além de simplesmente gerar recursos, frequentemente está associado a ideia de inovação em algum sentido. Aquele que empreende busca de maneiras diversas encontrar mecanismos para atender a algum anseio da sociedade ou de uma certa fatia desta (BALLESTA; ROSALES; TORRES, 2020).

Segundo os estudos de Carmo *et al.* (2021), há uma gama de problemas que uma sociedade enfrenta para promover uma melhor qualidade nas relações interpessoais de seus membros. Existem inúmeros embates devido a vários fatores, tais como: opiniões divergentes, atitudes impensadas, insensatez ou inseguranças. Essa mesma superficialidade e indecisão podem ser sentidos em relação ao consumo.

Há a aquisição de produtos e serviços sem qualquer espécie de análise prévia, gerando uma onda de insatisfação. Enquanto empreendedor, quem se aventura por esse ramo da economia deve considerar todas essas nuances, para que possa oferecer um serviço ou produto de qualidade e evitar a perda da clientela e consequentemente de lucro.

O empreendedorismo é algo que transmite inovação e visão, e necessário que tenha uma visão clara e objetiva para alcançar suas metas, identificar também o seu público alvo, analisar a sua concorrência e ter boas estratégias para sair a frente da concorrência.

Segundo Hisrich *et al.* (2014), o papel do empreendedorismo na sociedade, visa a oferta de novos postos de empregos, oportunizando espaço para pessoas que não possuem experiência, possibilitando assim, o aperfeiçoamento de talentos e futuros líderes, trazendo benefícios sociais, e o desenvolvimento entre uma parcela da população menos favorecida. Isso é uma visão de empreendedor visionário, pois a descoberta de talentos, pode atrair holofotes para o seu empreendimento.

Aquele então que se propõe a empreender precisa ter uma visão ampla das inúmeras situações ao seu redor, precisa compreender que deve buscar metodologias de atuar para que na pior das hipóteses seja possível encontrar uma solução útil e agradável que satisfaça sua clientela. Identifica-se o empreendedor por suas ideias inovadoras ou pela maneira diferenciada de executar atividades tradicionais tornando-as singulares e atrativas ao consumidor (JOHNSON, 2019).

O empreendedorismo é necessário tenha uma compreensão e buscar sempre formas de oferecer soluções e como agradar a clientela, ele se destaca por suas ideias inovadoras, por exemplo, a forma de atrair os seus consumidores para o empreendimento, o que se cria o diferencial de outros empreendedores.

Nas organizações o profissional com perfil empreendedor sempre é visto como proativo e nitidamente focado em melhorar as rotinas produtivas, a busca pela excelência no que se faz e produz é sua meta. Em dados momentos pode haver conflito, entre uma postura mais tradicionalista da empresa, que está satisfeita com a qualidade de suas atividades e seu faturamento, e o colaborador que deseja inovar dentro de suas atividades diárias (CARMO *et al.*, 2021).

Nesse contexto surge o empregado que não conseguindo inovar onde trabalha busca criar seu próprio negócio, muitas vezes se tornando um concorrente da empresa que originariamente o empregava. O novo empreendedor, entretanto, se audacioso, tende na maior parte dos casos a levar consigo, ao sair da empresa, vários clientes insatisfeitos e ávidos por uma melhor qualidade de produtos e serviços (CARMO *et al.*, 2021).

Johnson (2019) conclui ainda que, a globalização e a quantidade infinita de informações sobre os mais variados setores, ideias e propostas difundidas pela

internet e acessíveis a todos abre as portas para o surgimento de toda uma nova categoria de empresários que empreendem desde pequenos valores até aqueles que apostam tudo o que tem em um novo negócio, nesse contexto surgiram grandes corporações por todo o mundo e são inúmeras as narrativas disponíveis na grande rede sobre pessoas que criaram grandes impérios econômicos a partir de propostas inusitadas que deram certo e se encaixaram perfeitamente em uma certa necessidade dos mercados.

Observa a globalização no mundo empreendedores facilitou um acesso mais fácil e mais rápido de informações, a internet tem seu lugar de destaque, e tem aberto caminho para os futuros empreendedores, que variam desde de pequenos a aqueles que arriscam todo seu investimento em um negócio.

Conforme Mendes (2009), o empreendedorismo visa criar e expandir capital e garantias por avanço financeiro de um planejamento, colocando toda sociedade de forma dinâmica buscando a todo momento o melhor modo de guiá-lo. O empreendedorismo é tem a capacidade de enxergar uma oportunidade com uma ideia inovadora, permitindo que as possam botar em desempenho os planejamentos o qual são capazes de transformar os indivíduos a sucesso prósperos.

2.3 CARACTERÍSTICAS DE QUEM EMPREENDE

Segundo Chiavenato (2007), o comportamento do empreendedor é definido por três características essências: necessidade de realização; disposição para assumir riscos e autoconfiança. O empreendedor não expõe apenas necessidade de conquistar o lucro financeiro, busca a necessidade de inovar e obter uma satisfação pessoal em usufruir de um sucesso futuro em seu empreendimento.

Conforme Dornelas (2013), para que um empreendedor seja bem-sucedidos apresentam as seguintes qualidades: visão a frente; capacidade de inovação constante: tomadores decisões; aproveitam as oportunidades; exercem liderança e assumem os riscos. Dessa forma, destacam-se por saber fazer a diferença na contribuição de valores na sociedade.

McClelland (2009), um autor comportamentalista, em seus estudos baseados em comportamento dos empreendedores, onde aborda uma psicologia individual descreveu atributos psicológicos em tais indivíduos que os diferenciam dos demais como: a demanda constante qualidade, determinação, constância, comprometimento

com seus objetivos e metas, ter um bom planejamento estratégico (CAMARGO; CUNHA; BULGACOV, 2010)

A teoria de McClelland, para uma melhor compreensão das características dos empreendedores, elenca três conjuntos, aqui retratados na íntegra:

Primeiro aspecto: são envolvidas características ligadas a motivação de empreender; perspectivas e disposição. Segundo: neste estão as características relativas a planejamento e controle do empreendimento. Terceiro: neste apresentam-se as características referentes relações interpessoais do empreendedor. Utiliza de sua persuasão e possui um networking eficaz, pois cultivar relações comerciais na troca de conhecimentos, visam ser benéficas para o seu empreendimento (MCCLELLAND, 2009).

Desta forma observa-se como as características são importantes para no desenvolvimento da empreendedoras, seja na parte do planejamento, a motivação para buscar melhorias e crescer cada vez mais no mercado de trabalho, agregando valor ao conhecimento adquirido.

2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Tendo em vista que existe todo um mercado feminino a se explorar nos mais diversos âmbitos das relações humanas, tem-se que o empreendedorismo feminino tende a se desenvolver cada vez mais significativamente nos próximos anos. A décadas se tem resultados cada vez maiores e mulheres que optaram por empreender nas mais diversas áreas produtivas, o cenário econômico do mundo moderno impulsiona ainda mais essas empreendedoras a buscar um espaço fora das grandes empresas e inserindo sua própria marca onde percebem que um lucro possível pode ser gerado (FONTES, 2022).

Segundo Silva (2021), a necessidade de adequar suas vidas e necessidades a realidade do mercado, a busca por um melhor enquadramento social daquela que é mãe, esposa e trabalhadora induz a mulher a buscar se profissionalizar neste ou naquele setor para conseguir ajustar sua vida a uma realidade focada na independência financeira e social que lhe permita viver todos os papéis sem comprometer sua capacidade de gerar o que necessita ou deseja para si.

É importante que as mulheres profissionalizem, para integrar na realidade do mercado, alcançando sua independência financeira e adaptar as suas múltiplas

funções na vida pessoal, e necessário que encontrem um equilíbrio para todos os papéis que iram desempenhar, sem comprometer sua vida pessoal.

Outro detalhe importante que pode ser observado é que aumentou nos últimos anos significativamente o número de mulher com formação superior que desejam ao concluírem seus cursos empreender em seus próprios negócios não se focando mais em empregos nas organizações do seu setor. Essas já percebem ainda nos anos de sua formação que podem ser mais bem sucedidas explorando as deficiências do mercado e introduzindo nesse soluções inovadoras e inteligentes (VIEIRA; VIEIRA; ENES, 2022).

O empreendedorismo pode representar uma alternativa mais eficiente para alcançar uma estabilidade na interface trabalho e família em relação a um emprego formal, na realidade essa conciliação é uma questão de equilíbrio, é importante estabelecer limites e uma rotina que permita tanto dedicação adequada para o trabalho quanto à família, pois o apoio familiar é uma parte de muita relevância para mulheres que empreendem que tem maridos e filhos, com esse apoio pode aliviar uma certa pressão e permitir que a empreendedora se concentre em suas atividades. (MARI, 2016).

Empreender pode ser uma forma mais eficaz de ter um equilíbrio entre trabalho e família, pois tem seu tempo mais flexível em comparação aos horários de empregos tradicionais podendo ter uma rotina que possa dedicar mais a família, isso é significativo para mulher empreendedora.

De acordo com Fontes (2022), nota-se também que as mulheres têm o poder e a capacidade de influenciar uma à outra, inclusive criando um tipo de consumidor que busca intuitivamente adquirir produtos e serviços focando-se no gênero de quem administra o negócio com o qual deseja se relacionar. Seja então pelo modo como o negócio é conduzido ou ainda pela história que o gerou tudo agrega afinidades e aumenta a interação da empresa com seu cliente.

Apesar de em certos setores produtivos muitos observarem que as mulheres têm uma maior dificuldade de relação com a atividade entende-se que uma adequação nas posturas e tratamentos relacionados as relações interpessoais têm permitido um desempenho bastante satisfatório de gestoras e mesmo de trabalhadoras que devidamente guiadas conseguem se integrar plenamente mesmo em grupo onde os homens sempre foram maioria (SILVA, 2021).

As mulheres enfrentam desafios constante no mundo do empreendedorismo, ainda existem uma dificuldade quando na execução de suas funções, mas é importante frisar que com as mudanças de como são tratadas e a maneira como vem ocupando seu espaço, as mulheres conseguem está contemplando em suas atividades, tendo bons resultados.

Destacam o empreendedorismo como um globo em constante evolução, desempenhando dessa forma um papel revolucionário. Observam que as mulheres estão cada vez desempenhando um papel crucial nesse cenário, contribuindo para criação de inovações, a geração de capital e o crescimento econômico em diversas formas (WELSH; DRAGUSIN, 2006).

De acordo com Camargo *et al.* (2008) o empreendedorismo feminino vem sendo destacado como uma fonte importante de bens e serviços por meio das atividades que as mulheres exercem. Além disso, sabem gerenciar o seu tempo e suas responsabilidades, como da vida profissional e pessoal, sabem lidar com as situações do cotidiano.

Empreendedorismo feminino é uma arma valiosa para as mulheres, onde conseguem ocupar o seu espaço, sendo dona de sua própria história, sabendo contornar das situações tanto da vida profissional, quanto da vida pessoal, são capazes de fazer com excelência suas funções.

Dados estatísticos demonstram que a quantidade de mulheres que empreendem no país cresce ano a ano apesar da imensa quantidade de fatores que eventualmente as impedem de seguir seu planejamento, o gráfico 1, mostra o crescimento de 2009 a 2021.

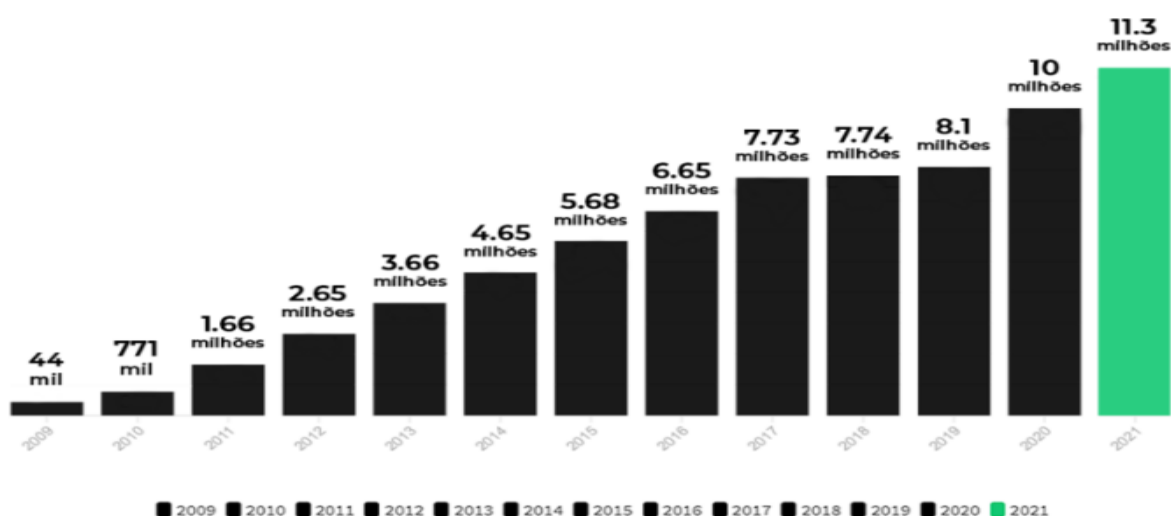


Ilustração 1 - Crescimento do número de mulheres empreendedoras no BrasilFonte: Silva (2021) adaptada.

Apesar do crescimento significativo de mulheres no mundo empreendedorismo, é importante observar que pode haver variações conformes os anos devidos os fatores socioeconômicos, mas o empreendedorismo feminino é visto como uma tendência, apesar dos desafios de desigualdades e responsabilidade pessoal, as mulheres conseguem enfrentar esses obstáculos e tendo número positivos em seu empreendimento.

Segundo Barnett (2004) refere que tanto a estruturação do trabalho quanto a da família, tem influências relacionados estereótipos, ainda presentes em nosso cotidiano, pertinentes à diferença entre os sexos. A concepção de que as mulheres possuem a capacidade dos afazeres do lar, enquanto os homens são vistos como mais adequados as atividades de fora de casa. Isso leva homens e mulheres a ficarem aprisionados em expectativas em que a sociedade deseja.

2.5 EMPREENDEDORISMO INFORMAL

A informalidade emergiu no Brasil desde obstáculos econômicos, que resultaram em muitas demissões. Diante da falta de emprego, muitas pessoas escolheram reformular sua situação trabalhista optaram em ter seu próprio empreendimento passaram a atuar de forma informal.

Na visão de Arbache (2003), a informalidade aparece em um empreendimento devido à escala reduzida de rendimento, de um péssimo planejamento também da não participação popular do trabalho na organização, uma vez que o empreendedor desempenha um papel gestor quanto de trabalhador, com isso não há distinção entre recursos e trabalho. Isto é, são negócios onde o empreendedor busca apenas o sustento, não tem perspectivas possíveis de desenvolvimento, por isso não faz preparação e seu comércio opera de modo informal.

As alterações tecnológicas e de gestão nas empresas, e o sumiço da economia, são motivos que resultam a diminuição de empregos formais. Isto é, o restringimento de vagas em empregos formais é um grande motivo de fomentar a abertura de empreendimentos informais por esse motivo de pessoas encontram nessa oportunidade de ter seu próprio negócio (ARBACHE, 2003).

Muitos empreendedores informais dão início por essa jornada, como uma forma de ter sua subsistência, pois lhe oferece custo baixos, a isenção de pagar imposto e

pode ser uma forma de ser próprio patrão, isso levando os empregos formais cada vez tornar mais escassos.

De acordo com dados do IBGE 2017, conforme Relatório de Economia Informal (2017) salienta que no Brasil os vínculos de trabalho não assalariados são traços históricos. Originariamente, essas relações têm o intuito de atender necessidades específicas. Atualmente, estas permanecem ligadas pelo mesmo motivo, com o elevado índice de desemprego os sujeitos estão dispostos a aceitarem qualquer situação em que trabalham sem qualquer respaldo da lei, visando apenas garantir o sustento de seus interesses.

De modo em geral, no empreendedorismo essa realidade se manifesta de maneira distinta: para evitar trabalhar para terceiros sem boas condições trabalhistas, os indivíduos resolver abrir o seu próprio empreendimento de maneira transparente, optam por permanecer na informalidade para evitar questões como burocracia e tributação.

Conforme com os dados pesquisa Economia Informal Urbana, realizada pelo IBGE desde o ano de 2013, destaca que maior parte das empresas informais são lideradas por apenas um único dono, devido à ausência de empregos formais, leva os empreendedores a iniciar suas atividades informais (IBGE, 2017).

Empreender de forma informal, surge com ausência de empregos formais, e acaba pelo indivíduo com uma forma de sobrevivência, dá início a empreender de forma informal, sendo impulsionada pela necessidade de gerir seus próprios negócios.

O desemprego colabora para que a informalidade ocorra, já que pessoas enfrentam dificuldades de manter sua família, não capazes aguardar que o estabelecimento melhore com fim de elas consigam um emprego. Desta forma, reconhecem um dever simples em prestar serviços ou produtos com o intuito de que sejam supridas (FERRAZ, 2019).

Constantemente, o processo ocorre de maneira informal, visto que este tipo de empreendedor considera seus negócios algo temporário. Vale ressaltar, até então que para ser um empreendedor é recomendado mais do que ter boas práticas administrativas é preciso lutar pelos seus sonhos. Que será no caso dos empreendedores por oportunidade que buscam sempre aperfeiçoar suas práticas para assim melhorar seus empreendimentos (FERRAZ, 2019).

Segundo Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2017, exibem

que a maior parte dos empreendimentos no Brasil sucede de forma informal, cerca de 75% dos empreendedores não estão inscritos no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ. Esses levantamentos são alarmantes, dado que não são cadastradas estas pessoas não colaboram com a cobrança de impostos, e ninguém estão seguros pelo órgão de seguridade social.

A informalidade gera uma certa preocupação, devido a falta de pagamento de impostos e taxas, isso provocando transtornos na economia e prejudicando até mesmo a população, e necessário que tomem medidas para regularização, para que se torne um ambiente de negócios justos com os demais que pagam seus impostos de forma regular.

Segundo Ferraz (2019), o mercado informal está expandido cada dia a mais no Brasil, em virtude de ele, diferentemente do formal, não tem intervenções por parte do governo. Neste contexto, os empreendedores enxergam a informalidade como alternativa mais fácil de operar, livres de normas e impostos. Isso provoca danos aos cofres públicos, uma vez que ausência pagamento impostos impede o governo arrecadar a contribuição deles.

A simplicidade de se abrir um empreendimento informal é um fator atrativo, pois exige apenas, por exemplo, comprar alguns produtos e sair revendendo, muitas vezes realizada porta a porta. É esta facilidade que atrai muitas pessoas, já que não é preciso enfrentar um processo burocrático, basta ter disposição para o trabalho (FERRAZ, 2019).

Cruz (2014) salienta também em virtude do crescimento da informalidade, o governo tem medidas drásticas, como o aumento taxas de impostos, o que resulta em uma forma de compensar a falta de contribuição paguem a mais, pela falta de contribuição dos que lidam com a informalidade. Desse modo, a informalidade dificulta não apenas os empreendedores legais como também a sociedade em geral, pois para pagar os grandes impostos os empreendedores contributários, optam pelo aumento do valor de suas mercadorias.

A informalidade pode causar efeitos negativos na economia, no aumento de valores aos consumidores, e desafios para o empreendedores formais, pois de certa forma tem concorrentes diretos, e importante que promovam ações necessárias para essa formalização que garantem ter um ambiente de trabalho justo e igualitário.

As estatísticas da informalidade no Brasil são alarmantes, pois em ligação às políticas públicas a saída fiscal pode ocasionar dificuldades no progresso do país.

Além disso, existe a preocupação com os empreendedores que atuam na informalidade não estão amparados pelo sistema de segurança social.

Segundo Rioga (2022), foi estabelecida a Lei Complementar nº 128/2008 que estabelece e facilita ações e condições especiais para que o trabalhador informal se torne um Microempreendedor Individual (MEI) regularizado. Essa lei isenta ao microempreendedor de impostos federais como: Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL. Assim, o empreendedor paga apenas o valor mínimo mensal estipulado pelo sistema de Tributação Nacional, pretendendo assim a redução do mercado informal no âmbito brasileiro, garantindo que os empreendedores, além de contribuírem para o desenvolvimento do país, também estejam devidamente assegurados.

Embora os empreendimentos informais desempenham um papel na economia, é importante que haja uma maior divulgação sobre aprimorar o empreendimento e implementar uma futura migração da informalidade para a formalidade. Deve-se motivar a esta mudança para garantir que o crescimento econômico cresça de maneira mais seguro.

A ilustração 2 mostra um gráfico da informalidade no Brasil de 2012 a 2021 e permite compreender que a quantidade de informais atingiu no último ano da pesquisa o maior valor da série.



Ilustração 2 - Informalidade crescente. Fonte: IBGE (2017).

Observa-se um aumento significativo na informalidade no Brasil ao longo do período de 2012 a 2021. O gráfico mostra que o número de trabalhadores informais atingiu disparadamente no último ano da pesquisa, isso reflete em uma crescimento ao longo dos anos, isso pode ser um indicativo devido o desemprego e a dificuldade de encaixar no mercado de trabalho.

As relações pessoais são a base para que as operações informais se concretizem, porém, para que o empreendimento cresça, as relações comerciais não podem estar fundamentadas em reputação ou troca de favores, mas participar de um sistema transparente de regras e com a presença de instituições públicas (FILÁRTIGA, 2007).

2.6 EMPREENDEDORISMO FORMAL NO BRASIL

Segunda a pesquisa desenvolvida por GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*). Realizada entre o período de 2017 a 2020, sobre o empreendedorismo foi pauta de analisar graficamente o seu desenvolvimento. Revelou que no Brasil, homens eram ligeiramente mais empreendedores do que as mulheres, mais com uma diferença mínima de 1%.

De acordo com Gem (2021, p. 121) “O empreendedorismo tem aumentado cada vez mais existência no Brasil e tendências de flexibilização do mercado de ocupação, modelos tecnológicos exigentes de menor densidade e a busca por melhores condições de vida”, ou seja, criada soluções inovadoras para os problemas do país e encontrando oportunidades de negócios lucrativas visando sempre as metas e objetivos, e também a busca por tornar dependente de seu próprio emprego, devido ao grande momento que a população tem se deparado.

Cada vez ,mais o desemprego, e empreender mesmo seja um pequeno ou grande negócio seja a melhor solução, impulsionado pela necessidade de geração de emprego e renda, mercado consumidor diversificado e avanços tecnológicos. Apesar dos desafios, existem iniciativas governamentais e privadas que visam apoiar os empreendedores e criar um ambiente favorável para o desenvolvimento de novos negócios (GEM, 2021).

Para Salim e Silva (2010) ,o empreendedorismo no Brasil destaca pela trajetória marcada, pelo início dos avanços tecnológicos, as empresas teriam que se adaptar aos novos métodos administrativos, marcados com desafios e transformações, a busca pela inovação e melhorias dentro da nova era que dava início, onde desenvolvimento econômico, políticos e sociais, não estavam apenas focadas em grandes negócios, mas na oportunidades para pequenos e micro empreendedores, que contribuiriam na renda econômica local, e dando a oportunidade de empregos e fortalecendo os seus negócios de sucesso.

A importância em que o empreendedorismo se mostra, como uma forma essencial no crescimento socioeconômicos, não apenas para grandes empresas, mas também para aqueles empreendedores de pequeno porte, que tem uma significância na economia local.

2.7 EMPODERAMENTO FEMININO

Entre as características mais facilmente visíveis da mulher que empreende está na sua habilidade de sensibilizar e humanizar as relações entre as pessoas, tanto em ambiente organizacional quando nas relações diretas com os clientes, sua presença contribui muito para a obtenção de resultados satisfatórios que influenciam diretamente no aumento da capacidade produtiva da companhia e no melhor relacionamento com o consumidor na área comercial (FREITA; CARVALHO; SANTOS, 2020).

A sensibilidade feminina de acordo com Silva *et al.* (2022), permite ela enxergar com mais empatia as necessidades de colaboradores e clientes criando laços que permitem uma melhor interação e a consequente resolução de atritos e contingências sem provocar grandes transtornos ou mesmo o rompimento de relacionamentos trabalhistas e comerciais.

Mulheres em si, possuem uma intuitividade em saber lidar com as situações dentro da organização, tem compreensão sobre as necessidades dos outros, tendo uma relação harmônica com contribuintes da empresa, uma boa comunicação e entrosamento, são características cruciais na hora das tomadas decisões.

As questões ligadas ao chamado empoderamento feminino tem sido muito divulgada e veiculada nas mídias sociais e no meio acadêmico. Embora se trate de um tema moderno, em muitos casos se torna bastante complexo e até mesmo incompreendido por muitos, inclusive mulheres, o que o leva a ser distorcido e criticado por muitos (SILVA *et al.*, 2022).

O aumento da discussão sobre o assunto o tornou um grande aliado da mulher, afinal a não muito tempo estas viviam oprimidas, e muitas vezes relegadas pela sociedade a executarem apenas atividades domésticas e cuidar de filhos. No mundo moderno as mulheres surgem cada vez mais instruídas intelectualmente, independentes financeiramente, tal situação muda até mesmo padrões familiares permitindo que elas optem por ter ou não filhos, como desejam seguir suas carreias e

até mesmo como irmão gerir suas famílias como mantenedoras absolutas do lar (SILVA *et al.*, 2022).

Para Moraes *et al.* (2019), a origem do termo empoderamento é inglesa vindo de Empowerment, disseminou-se rapidamente por todo o mundo sendo que no Brasil tornou-se um sinônimo de autonomia, referindo-se à capacidade do sujeito e/ou grupamentos conseguirem opinar sobre as questões que lhes referem. Empoderar então, é um termo que implica ação e capacitação, envolvendo autoafirmação, autovalorização, autoconhecimento, e principalmente um entendimento sobre si e as suas mais variadas habilidades humanas.

Segundo Freitas, Carvalho e Santos (2020), é preciso compreender que o ato de empoderar mulheres exige um esforço, uma luta contra inúmeras formas de preconceito e tabus sociais, principalmente porque este empoderamento afeta diretamente aspectos patriarcais da sociedade. Observa-se que esta ação tem contribuído positivamente na melhoria da autoestima feminina e permitindo que a mulher tenha liberdade para fazer as escolhas e ocupar espaços mais privilegiados na sociedade assumindo o papel crucial na narrativa histórica de sua própria vida.

Acredita-se que o intuito de se empoderar a mulher precisa ser exacerbando em todo o contexto social, principalmente para as estimular a acreditarem mais em si mesmas, se unirem, extinguindo muitos paradigmas e abrindo maior espaço para seu desenvolvimento profissional e social. Já existem nas redes sociais vários grupos criados por mulheres para ajudar seus pares, nestes existe um elevado senso de empatia onde as participantes interagem e tendo em visto que cada uma tem suas histórias de vida diferentes, e às vezes o sofrimento de uma serve para fortalecer a outra (MORAIS *et al.*, 2019).

2.8 INCENTIVOS PARA MULHERES EMPREENDEDORAS

São vários os aspectos que podem ser considerados como incentivos a uma maior exploração da atividade empreendedora pelas mulheres, entre estas pode-se citar a independência em relação a Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT que apesar de garantir certos direitos limita em muitas empresas pela condições hierárquica dos cargos eventualmente ocupados pelas mulheres um maior aproveitamento de seus reais potenciais enquanto gestora ou inovadora em suas atividades, nesse contexto o crivo da legislação e das posturas adotadas pela

companhia acabam por cercear seu potencial criativo e criam uma condição onde o seu desenvolvimento torna-se limitado e extremamente restrito (CAVALCANTE, 2018).

A busca por uma independência social e financeira apesar de muitas vezes existir a necessidade dos cuidados com a família e dependentes torna o desafio feminino ainda mais instigador da necessidade de se profissionalizar, nesse contexto a pandemia do Covid-19 e uma maior oferta dos serviços em home office abriu todo um novo leque de possibilidades para as mulheres que puderam a partir de então desenvolver atividades produtivas de dentro de suas próprias casas administrando o tempo de forma responsável para conseguir suprir todos os aspectos e contingências de suas atividades domésticas e profissionais (VIEIRA, 2022).

Para Cavalcante (2018), na relação familiar muito também se tem mudado e os maridos antes provedores do lar tem mudado de atitude percebendo também que o potencial produtivo de suas esposas e sua capacidade de empreender podem agregar a família valores importantes, seja no auxílio financeiro a manutenção das necessidades como também no incentivo aos filhos em buscar formas de ser produtivo dentro da sociedade.

Institui-se assim um novo modelo social onde agrega-se ao provedor o papel da mãe, esposa e provedora que no contexto moderno muitas vezes prove mais e melhor que o próprio marido que em não raros casos deixa sua atividade para participar ativamente da atividade criada por sua própria esposa (CAVALCANTE, 2018).

Os paradigmas de papéis de gênero sendo quebrados, pois os maridos acabam incentivando suas mulheres a empreenderem, reconhecem o valor do empreendedorismo de suas esposas, que é uma contribuição a mais nas despesas de casa, não apenas o financeiro, mas o bem-estar de suas mulheres dentro do mundo dos negócios.

Vieira (2022) também afirma que, no meio empresarial com as propostas de gestão participativa muitas companhias têm percebido que agregar a administração e a produção o toque feminino pode ser extremamente vantajoso sob muitos aspectos, certas áreas produtivas inclusive têm optado por criar setores especificamente destinados e geridos por mulheres focados em um público-alvo específico que tem maior afinidade em tratar e lidar com essas profissionais.

Tem-se nesse contexto todo um admirável mundo novo de oportunidades que impulsionam uma maior profissionalização feminina que se embrenha das universidades para o mercado produtivo e introduz neste um pensamento e postura diferenciadas que busca atender aos anseios de um mercado cada vez mais capaz de consumir por seus próprios meios.

2.9 DESAFIOS DA MULHER EMPREENDEDORA

De acordo com Barbosa *et al.* (2011), gerar um negócio requer tempo e energia, para mulheres que possuem a função dona lar, pode ser mais complicado, pois isso pode levar ao sacrifício de tempo com a família. Por isso, nesse processo de começo de atuação é muito importante ter uma rede de apoio e ter muita paciência e saber usar suas habilidades, para se transformar em “duas”.

De acordo com Rioga (2022), mesmo com todos os casos de crescimento positivo das empresas geridas por mulheres, ainda há diversos progressos a serem feitos:

(1) preconceito: a discriminação no ambiente de trabalho e as diferenças de oportunidades relacionadas aos homens ainda existem (esse assunto vem sendo discutido há muitos anos, e mudanças consideráveis já podem ser vistas); (2) dupla jornada: as mulheres precisam conciliar todas as responsabilidades pessoais e profissionais, o que é desafiador, que ocorre por meio do gerenciamento eficaz do tempo e da divisão de responsabilidades entre os membros da família, a empreendedora conseguirá desenvolver suas atividades; (3) autoconfiança: o medo do fracasso assusta muitas mulheres.

A própria sociedade tem a imagem feminina como sexo frágil. Mas as mulheres, estão em busca constante por um tratamento igualitário, por respeito, ser reconhecida pelas suas qualidades, e não serem invalidas pela sociedade. Apesar dessa luta de anos, já foi possível observar mudanças positivas, em certo sentido, finalmente conseguiram ocupar posições e cargos importantes, criam e gerenciam empresas, o que foi conquistado gradualmente. À medida que estudam e trabalham fora, tornam-se mais evoluídas e independentes (RAMOS; VALDISSER, 2019).

2.10 RELAÇÃO ENTRE TRABALHO E A FAMÍLIA DA MULHER EMPREENDEDORA

As mulheres estão cada vez mais presentes e reconhecidas no mundo dos negócios. Muitas delas tem se reinventado totalmente suas fases e de seus familiares

ao ingressarem mundo dos negócios, seja como colaboradoras em empresas ou como líderes de seus próprios negócios. Em ambos os casos, as mulheres assumem uma maior responsabilidade, agregando com a geração de uma família, também o discernimento de um empreendimento.

Conformes Gomes e Santana (2004) *apud* Araújo (2013, p. 11), uma das principais razões que levam as mulheres empreender é a perspectiva de gerenciar o seu tempo, permitindo que elas distribuam suas horas entre a sua vida profissional no trabalho e as tarefas domésticas. Isso proporciona maior flexibilidade, já que não estão restritas a horários fixos. No entanto, ter essa flexibilidade de horário não significa que seja simples ser uma mulher empreendedora. Apesar que possam administrar o seu tempo, nem sempre isso é suficiente para garantir o cumprimento de todas as atividades.

Muitas mulheres exercem múltiplos papéis como donas de casa e empreendedoras e mães, o que acarreta ainda mais responsabilidades e gera o conflito conhecido como “trabalho versus família”. Mesmo com toda flexibilidade de horários, nem sempre é possível cumprir todas as obrigações. Esse conflito surge a partir do momento em que não há uma definição de prioridades, uma vez que mulheres querem ser realizadas no trabalho, porém não permite deixar a família de lado, pelo contrário a família serve como uma grande motivação para que seu empenho profissional seja de sucesso.

De acordo com Silva (2008), as mulheres adotam estratégias para lidar com o conflito planejando assim reduzi-lo. O autor também aborda em cima a fidelidade feminina que ele divide em quatro partes: a função de esposa, o compromisso de mãe, tarefa de dona de casa e responsabilidade de trabalhadora. As empreendedoras gerenciam seu tempo de forma alcançar o sucesso profissional sem que isso tenham impactos negativos em suas vidas pessoais.

Shelton (2006), destaca que no teste de diminuir os confrontos entre o trabalho e a família, as empreendedoras frequentemente optam por três ações: abdicar de certas funções da vida pessoal ou da profissional, optar por formar famílias menores e terceirizar as atividades do lar, ou compartilhar os desafios tanto do negócio quanto da vida familiar com outras pessoas.

De acordo com a visão dos autores, é evidente que as mulheres empreendedoras enfrentam desafios do trabalho versus família; no entanto, isso não impede de ser qualificadas em suas carreiras busquem se destacar na vida

profissional. Para alcançar esse objetivo, essas mulheres adotam estratégias que as auxiliam a conciliação as atividades de seu dia a dia no empreendimento e no âmbito familiar.

2.11 O PAPEL DIFERENCIADO DA GESTORA NOS MERCADOS

Na literatura sobre empreendedorismo, inúmeros autores destacam que há características para ser um empreendedor. Conforme observado por Amorim e Batista (2012), as mulheres exibem qualidades diferenciadas, como compreensão, simpatia, dedicação e compromisso. Essas características que são fundamentais contribuem a serem empreendedoras de sucesso. Além desses adjetivos as mulheres também se sobressaem devido a sua habilidade de lidar com multitarefas, ou seja, são capazes de se organizar para que possam cumprir diversas atividades.

Segundo Machado (2002), as mulheres procuram garantir a satisfação dos interesses de todos envolvidos na organização. Para isso, elas desenvolvem uma estrutura organizacional, que promove uma conexão com todos e futuros colaboradores. Essa abordagem resulta em uma gestão que engloba todos, ou maior parte, dos aspectos da organização.

De acordo com Gomes (2009), a gestão feminina não domina sobre o modelo masculino, mas o complementa. Ambos os modelos de gestão são benéficos para o sucesso de uma empresa. E evidente um aumento significativo gestão feminina, se deve tanto a maior presença das mulheres no mundo dos negócios, e em relação a dedicação que elas têm para com as organizações e aos colaboradores.

2.12 DADOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Todos os mercados sofreram de forma drástica com a pandemia do Covid-19 que assolou o todo o mundo nos últimos anos, a problemática afetou desde as vendas de produtos e serviços até as rotas de transporte, os planejamentos de logística e dos aspectos gerencias e produtivos das empresas. No meio das empreendedoras muitas simplesmente fecharam seus negócios e detrimento da dificuldade de trabalhar e arcas com os custos operacionais da organização (MACHADO, 2021).

Percebe-se então que entre as empreendedoras nem tudo são flores, independentemente de serem empresas jovens ou aquelas já bem situadas nos

mercados, entre 2019 e 2021 o percentual desse tipo de organização reduziu de 62% para 35% os números mostram uma dura realidade nessa modalidade de negócios, mas não explica a complexidade de todo o processo.

Machado (2021), também afirma que, da mesma forma que nos negócios geridos por homens, as empreendedoras precisam investir em um constante aprendizado. Segundo um estudo conduzido pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora - IRME, em 2019, cerca 69% das mulheres empreendedoras possuem formação acadêmica cada vez mais cresce a quantidade delas que buscam complementar seus conhecimentos através de cursos de pós-graduação e especialização específica dentro da sua área de atuação.

Conforme indicado por Vieira (2022), mulheres representam 46% dos empreendedores iniciantes (com até 3,5 anos de empresa), de acordo com o relatório GEM 2020. Segundo com dados Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) de 2019, 57% das empresas estão registradas como Microempreendedor

Individual (MEI), e 54% são do segmento de serviços. A maioria das empreendedoras trabalham em casa e está envolvida em negócios voltados à alimentação, moda e beleza. Segundo dados de 2022, mais da metade das empreendedoras atuam com serviços sendo que em uma divisão por setores o segundo maior percentual destas é o comércio conforme mostra o gráfico da Figura 3 (VIEIRA, 2022).

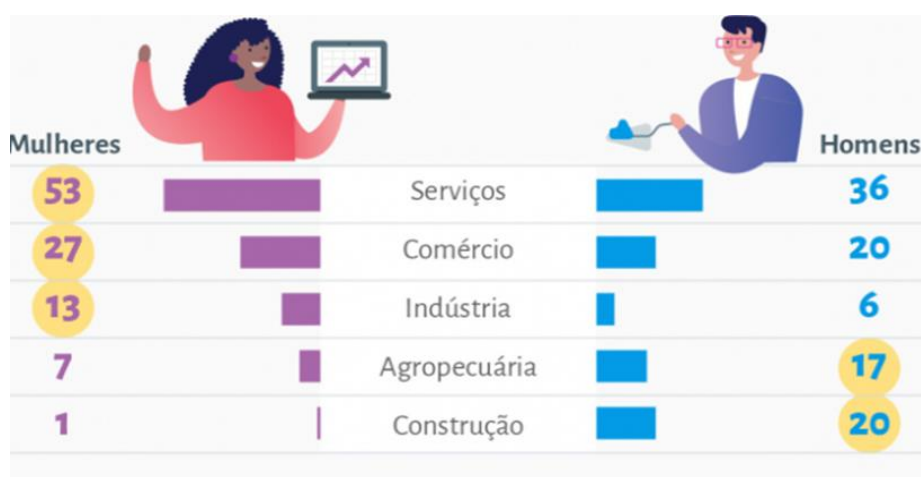


Ilustração 3 - Área de atuação das empreendedoras. Fonte: Vieira (2022).

Durante a pandemia, todos os empreendimentos foram prejudicados, mas as mulheres demonstram ser mais resilientes e flexíveis do que os homens. Conforme

uma pesquisa do IRME de 2020, 68% delas afirmam capazes de se adaptar às mudanças depois da pandemia e citam como aprendizado a resiliência e a gestão. Elas investem na inovação. Uma das consequências positivas desse período foi a aceleração do processo de digitalização, aumentando utilização do ambiente online para estratégias e comunicação/divulgação de produtos e serviços, atendimento ao cliente, vendas e negociação com fornecedores (SILVA, 2022).

As empreendedoras estão mais presentes nas redes sociais e os aplicativos de mensagens do que seus colegas do sexo masculino. Além disso, os temas de interesse são mais diversificados entre as mulheres, que buscam conteúdos sobre diversificação e aprimoramento do serviço ou produto (SILVA, 2022).

Conforme Silva (2022), uma das principais motivação para as mulheres empreenderem, é a possibilidade de ter um horário mais flexível e dedicar mais com a família. Em contrapartida, homens indicam a necessidade de obter renda extra e vocação natural, de acordo com uma pesquisa IRME de 2019. O estudo também aponta que as mulheres investem cerca de 24% a mais de tempo a dedicação à família.

Mulheres tendem a empregar mais mulheres. Embora a maioria dos empreendimentos liderados pelas mesmas não tenha funcionários, conforme uma pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2019), 60% dos casos há uma preferência pela mão de obra feminina. Além disso, 45% dos empreendimentos liderados por mulheres são predominantes femininos e sete em cada dez empreendedoras têm sócias mulheres (VIEIRA, 2022).

Quando uma mulher decide empreender, ela desencadeia um ciclo de prosperidade que se estende à sua comunidade, à sua família e a outras mulheres ao seu redor. Elas têm tendência a investir mais na educação dos filhos, oferecer apoio à comunidade e ajudar parentes, construindo uma rede de apoio fortalecida e com melhores recursos financeiros. Além de ser uma poderosa ferramenta de transformação econômica, social e profissional, o empreendedorismo também resulta uma mudança pessoal na vida das mulheres, fortalecendo sua autoconfiança, autonomia e independência.

Machado (2021) destaca que, em resposta a esse crescente de mulheres empreendedoras, o Sebrae/SC criou um programa dedicado ao fortalecimento do empreendedorismo feminino. O programa Sebrae DELAS Mulher de Negócios tem como objetivo apoiar e fortalecer a cultura empreendedora entre as mulheres. Ele

oferece ser um programa de capacitação, oportunidades e desenvolvimento pessoal, visando inspirar e empoderar mulheres a empreenderem.

Desde 2019, o Sebrae DELAS já prestou assistência direta mais de 5.000 mulheres por meio de congressos, workshops e consultorias (MACHADO, 2021). Alguns dos resultados do programa até momento, incluem:

- Um aumento de 24% na receita inicial do empreendimento;
- Um crescimento de 62% na expansão e introdução de novos produtos e serviços;
- 98% dos participantes avaliam de forma positiva a contribuição do Sebrae;
- 87% dos participantes recomendam a participação no programa.

O Sebrae DELAS foi concebido com um formato inovador, com compromissos de alcançar um número maior de mulheres de novidades e prometendo atender mais mulheres em diversos estágios de empreendedorismo e em diversos âmbitos da sociedade.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOS DE PESQUISA

A pesquisa vai ser de abordagem qualitativa. Segundo Flick (2009, p. 20), “a pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida”. Desse modo, o autor exemplifica que a qualitativa, é a prática desse tipo de pesquisa é caracterizada por conter diversos métodos e abordagens teóricas, não se limitando a apenas em um conceito teórico e metodológico juntos.

De acordo Oliveira (2011), a pesquisa qualitativa tem o local pesquisado como fonte principal para a pesquisa e o pesquisador é considerado o instrumento essencial. Na pesquisa qualitativa, o pesquisador tem um contato direto com o local que foi ou que irá ser aplicado a pesquisa, tendo todo material coletado que ser a de cunho descritivo, onde podem ser feitas as descrições de pessoas, fotografias e, dados, para melhor complementar a pesquisa.

A pesquisa descritiva tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, envolvendo, na maioria dos casos, levantamentos bibliográficos, entrevista com pessoas relacionadas ao tema pesquisado e análises de exemplos para facilitar a compreensão do assunto.

Conforme Gil (2008), a pesquisa exploratória, tem como principal objetivo investigar fatos mais claros e de forma ampla, caracterizada em explorar um tema específico, para ter base de estudos mais detalhados. É uma das etapas do processo criteriosos, onde a busca do problema e as estratégias que serão utilizadas para investigações futuras. Este método se aplica ao tratar do objetivo geral do tema abordado, que seria analisar os principais desafios de mulheres empreendedoras no município, identificar o comportamento de mulheres no empreendedorismo.

Já a pesquisa de campo, foram realizadas no município de Itaituba, onde público-alvo serão mulheres do município de Itaituba-Pa. De acordo Lakatos, (2003) É utilizada com objetivo de conseguir informações ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queiram comprovar, ou ainda descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles

A ferramenta utilizada foram através de aplicação de questionários, segundo Gil (2002) este método apresenta questões que devem ser respondidas pelo

entrevistado, esse estudo foi direcionado a mulheres empreendedoras do município que contêm 9 (nove) questões, sendo 1 (uma) delas de identificação, 7 (sete) questões subjetivas e 1 (uma) objetiva com múltipla escolha.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA

Para o processo de coleta de dados da pesquisa, foram selecionadas três (03) empreendedoras do município de Itaituba-Pará. Elas atuam nos segmentos vestuário, maquiadora/ lasy design e consultoria de moda. As empresas que participaram da pesquisa, preferiram não ter seus nomes divulgados, portanto serão identificadas como Empreendedora X, Empreendedora Y e Empreendedora Z. Representando a Empreendedora X atuando no município há quatro anos (04) anos, Empreendedora Y está presente há (5) anos no município e a Empreendedora Z está estabelecida há (10) anos.

3.3 ANÁLISE DOS RISCOS E BENEFÍCIO

A realização do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, mostra que os riscos na iniciação em si da pesquisa científica foram mínimos, tais como o constrangimento pela parte da amostra estudada devido elas optarem pelo sigilo. E ao que se refere ao pesquisador os riscos foram moderados, como risco de acidentes durante a locomoção até o local da pesquisa, riscos emocionais, tais como, depressão, insônia, ansiedade, risco da perda do conteúdo da pesquisa por danos tecnológicos como computação, grafia ou plágio.

A pesquisa desempenha um papel suma importância para as organizações, contribuindo significativamente para desenvolvimento do município de Itaituba – PA, com a pesquisa Empreendedorismo feminino: Empoderamento e aplicabilidade no município de Itaituba-Pará.

3.3 ASPECTOS ÉTICOS

De acordo com Comissão Nacional de Ética em Pesquisa-CONEP (2023), para ser ética, a pesquisa precisa, respeitar os participantes da pesquisa em sua dignidade e autonomia, reconhecendo que ele pode possuir alguma vulnerabilidade,

oportunizando sua vontade de contribuir e permanecer, ou não, na pesquisa, por meio da manifestação expressa, livre e esclarecida.

Seguindo as diretrizes, foi realizado um projeto de pesquisa científica sobre o estudo, com o propósito de aplicar uma pesquisa que vá de acordo com a temática explicitada. Onde foi elaborado a metodologia que seria utilizada para a coleta dos dados da pesquisa.

Posteriormente, havendo a confirmação para participar do estudo, os participantes foram informados sobre os princípios éticos e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Dessa forma, este estudo obedece aos preceitos éticos e legais, livre de fraude, erros e omissões, de total responsabilidade do autor e obedece aos termos estabelecidos pela resolução Nº 466/2012 e seus devidos fins.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 PERCEPÇÕES DAS EMPREENDEDORAS

A seguir no Quadro 1 o perfil do gestor da empresa X e Y e suas principais características empresariais, sua escolaridade, tempo de atuação e a ocupação que ele ocupa dentro da empresa e em seguida as questões e suas respostas referente a pesquisa, colaborando para análise do clima organizacional e da relação interpessoal como fatores de produtividade da empresa.1 Percepção das empreendedoras

Ilustração 4 - Quadro perfil e identificação das empreendedoras.

Empreendedora	Gênero	Escolaridade	Função	Idade (anos)	Tempo de atuação (anos)	Ramo
Empreendedora (x)	Feminino	Ens. Superior Administração	Administradora	29	7	Varejo Vestiário
Empreendedora (y)	Feminino	Ensino médio completo	Proprietária	27	5	Maquiadora lash designer
Empreendedora (z)	Feminino	Ensino médio	Proprietária	40	10	Costura/ Consultoria de moda

Fonte: Dados de pesquisa (2024).

Análise: No Quadro 2, nota-se o perfil de cada empreendedora, jovens com idade que varia 27 aos 40 anos, uma possui ensino superior, outra ensino médio completo e a outra com ensino médio técnico, todas atuam no mercado entre 4 e 7 anos em áreas ligadas ao gênero feminino no mercado Itaitubense.

Pesquisas revelam que no Brasil a mulher empreendedora normalmente inicia seus negócios após os 25 anos podendo atuar muitas vezes até a velhice, o perfil principal indica que estas possuem pelo menos o ensino médio completo embora algumas possuam ensino superior ou técnico nas áreas que escolheram (FREITAS; CARVALHO; SANTOS, 2020).

A seguir na questão número 02, perguntou-se às empreendedoras quais os principais desafios enfrentados, na sua jornada como empreendedora?

Resposta empreendedora x: *O maior desafio, acredito que para todo empreendedor, é a tributação, a logística para o norte. Em relação ao*

empreendedorismo feminino, acredito que por estarmos em um ramo feminino, nos ganhamos, mas credibilidade nas nossas vendas, por sermos “vitrine”, o marketing da loja.

Resposta empreendedora y: *Os principais desafios hoje em dia e a economia em nossa cidade. Devido à crise em nossa cidade.*

Resposta empreendedora z: *Os desafios são bastantes, mas a vontade de vencer e bem maior, as pessoas são muitos diferentes e temos que se adaptar a cada pessoas por isso são vários desafios.*

Análise: Nota-se que a questão econômica é bastante relevante para as empreendedoras x e y ambas demonstram preocupação com o poder aquisitivo de suas clientes e sabem que precisam agregar valores ao que comercializam pois é a única forma de atrair e fidelizar seus clientes. No caso da empreendedora z, a busca por inovar e apresentar um serviço em nível cada vez mais profissional e nos padrões das grandes cidades do país seria a solução para seu problema principal.

Para Coleti, Silva e Moraes (2021) apesar das crises pela qual o mercado passa no momento e no futuro é evidente que o empreendedor precisa sempre agregar valores a tudo que vende e faz, em um mercado tão dinâmico como o moderno o consumidor anseia por encontrar o que almeja ou o que contempla nas mídias e sob todos os aspectos se tornou mais exigente com as empresas e profissionais com quem se relaciona, de uma forma geral toda essa necessidade é benéfica para o empreendedor.

A seguir na questão número 03 indaga a relação entre a vida pessoal e profissional, implica no seu cotidiano?

Resposta empreendedora x: *Sim. Implica nas tarefas diárias domésticas, a partir do momento que eu não tenho um horário pré-definido para trabalhar, são os afazeres de casa que acabam ficando para depois. Citando um caso específico, época de final de ano que as vendas crescem, focamos no atendimento e a casa não a atenção precisa. Acaba não sobrando tempo para os afazeres e momentos de lazer.*

Resposta empreendedora y: *já implicou, hoje em dia não mais.*

Resposta empreendedora z: *Com certeza as prioridades são complexas e por isso implica muito.*

Análise: a mulher empreendedora no Brasil e no mundo sempre é vista como aquela que além da atividade profissional também deve ser contemplada com a mãe e esposa, mas não na mente delas, estas conseguem se ver como gestoras e

profissionais e os papéis tradicionais na maioria dos casos sempre ficam em um segundo plano em relação ao crescimento do negócio e das ambições profissionais.

Vive-se em um período da história onde a libertação feminina dos laços familiares em prol de seu crescimento profissional alcançou níveis nunca vistos da história, a mulher moderna busca seu espaço no mercado e concorre em pé de igualdade com muitos homens inclusive chegando a superá-los em muitos aspectos da atividade que exercem, nesse contexto galgaram altos postos e chegaram mesmo a possuir grandes conglomerados gerindo-os com eficiência e sabedoria (MACHADO, 2021).

Em seguida na questão 4, foi questionado como você classifica empreender no município?

Resposta empreendedora x: *Bom*

Resposta empreendedora y: *Bom*

Resposta empreendedora z: *Regular*

Análise: No que diz respeito a empreender, a percepção das empreendedoras x e y é tida como boa, dessa forma entende-se esse quesito como um ponto positivo, já que um bom lugar para dar início a jornada de empreendimento, a empreendedora z, comenta regular tendendo a melhorar porque está percebendo que precisa buscar sempre novos conhecimentos para implementar e sua área e isso é uma atividade constante, devido à grande concorrência em sua atividade.

Empreender em cidades de pequeno porte sempre é um desafio, mas também tem suas vantagens pois rapidamente o que é bom se espalha e atrai novos clientes que buscam os produtos e serviços, mas a capacidade de inovar e interagir de forma diferenciada com a clientela sempre será o diferencial que garantira o espaço no mercado e a longevidade do negócio (ANTUNES *et al.*, 2022).

Na questão 5, as empreendedoras foram perguntadas como você decidiu se tornar empreendedora? Qual foi sua principal motivação?

Resposta empreendedora x: *Iniciamos através de uma viagem, que compramos perfume e trouxe para algumas amigas, que indicaram para amigas, e começamos a jornada, a aceitação foi além das expectativas e logo ampliávamos as opções presentes criativos e roupa femininas.*

Resposta empreendedora y: *Minha maior motivação era não ter que trabalhar para ninguém, e não precisar cumprir horário.*

Resposta empreendedora z: *Ser dona de meus horários. Saber que terá tempo para minha família e ainda ganhar meu dinheiro.*

Análise: Uma pessoa se torna empreendedor pelos mais variados motivos, desde aquele que deseja ser patrão de si próprio para não ter compromissos de horários até aquele que percebe que pode ganhar muito mais dinheiro trabalhando por conta própria e empreendendo onde acha ser mais viável, o ser humano busca satisfação em tudo que faz e compreende que ao fazer algo que tem afinidade torna-se mais produtivo, proativo e melhora de forma radical sua qualidade de vida na sociedade.

A busca por realização profissional em qualquer área faz parte do ideal de vida de muitas pessoas, estas renunciam a tudo por uma ideia ou sonho e investem seu tempo e recursos para realizá-lo, no caso das mulheres empreendedoras a necessidade de possuir sua independência financeira na maior parte das vezes é o principal motivo e rapidamente percebem que se trabalharem bem e buscarem sempre aprender com os desafios diários seus planos podem ser muito bem-sucedidos (FERRAZ, 2019).

Na questão 6, quais estratégias, utiliza para enfrentar o preconceito de gênero no mundo dos negócios?

Resposta empreendedora x: *A estratégia é ter domínio e conhecimento do ramo que exercemos. É expor de maneira objetiva que desenvolvemos o serviço proposto. E procuro trocar experiencia com pessoas do mesmo ramo, tenho amigas empreendedoras.*

Resposta empreendedora y: *Não acho que tenha preconceito.*

Resposta empreendedora z: *Levando as pessoas na calma e respeitando como são.*

Análise: Em uma sociedade onde a cultura e sob muitos aspectos machista com a que se vive hoje sempre existirão preconceitos seja quanto ao gênero ou quanto a idade, sexualidade, imagem pessoal e tantos outros, o segredo para contornar esse problema é enfrenta-lo de frente e demonstrar que independentemente de qualquer diferença implícita ou explícita no seu modo de ser, ou parecer você sempre cumpre o que combina, você sempre atende com excelência e se nega vigorosamente a se blindar de comentários negativos.

O profissional verdadeiro é aquele que busca a excelência em suas atividades independente de quaisquer circunstâncias, ele mira seus objetivos e traça seus

planos, nada o detém em sua busca desenfreada por cumprir o que se propôs a realizar (SALIM, 2010).

A questão 7, questiona na visão, como empreendedorismo feminino contribui para o desenvolvimento econômico local?

Resposta empreendedora x: *Contribui com o aumento da renda no município, gerando empregos tanto na empresa quanto indiretamente com prestadores de serviços. E como exemplo, a influenciar outras mulheres na independência financeira.*

Resposta empreendedora y: *Além de contribuir para o crescimento da economia e para a criação de empregos, o empreendedorismo feminino transforma relações sociais.*

Resposta empreendedora z: *Sim, creio que sim trabalha com customizações então as mulheres economizar e por isso acaba sobrando mais dinheiro para investir em outras coisas.*

Análise: A sociedade precisa sempre desenvolver novos pilares que a sustente e a mantenha, as mulheres empreendedoras são a prova de que a mulher pode ser a provedora do lar, seja pela não presença masculina ou por qualquer contingência que possa colocar está nesta posição em relação a sua vida diária, seu valor é muito superior ao que os antigos entendiam e no mundo moderno sua presença nos negócios é cada vez mais explícita e valiosa.

A mulher moderna alça cada vez patamares mais elevados nas indústrias e nos grandes conglomerados, seu perfil detalhista e intuitivo permite que as gestoras tenham uma percepção diferenciada dos negócios e esse aspecto tem sido bastante valorizado nas grandes organizações (VIEIRA, 2022).

A questão a seguir 8, indaga quais são os principais valores, que aplica dentro de sua empresa?

Resposta empreendedora x: *Os valores aplicados são honestidade e transparência. Sempre fazemos opção por melhor qualidade/preço em produtos que tragam benefícios para os clientes. O bem-estar é algo que priorizamos ao atender bem, agilidade além de entregar qualidade.*

Resposta empreendedora y: *Integridade, responsabilidade social, respeito, inovação e foco no cliente.*

Resposta empreendedora z: *Respeito, entender qual imagem querem transmitir.*

Análise: Em um mundo os valores são cada vez mais relegados a um segundo plano, esses criam um diferencial de mercado que salta aos olhos da clientela e ela passa a valorizar essa postura, em muitos casos não se importa até de pagar mais caro pelo produto ou serviço pela confiança adquirida no parceiro comercial.

O Brasil é um país com características singulares em alguns aspectos, entre estes, está a cultura do levar vantagem que é tão mal vista por aqueles que analisam o comportamento empresarial, nesse contexto ao perceber que uma empresa valoriza uma postura mais idônea e busca priorizar o cliente em detrimento até mesmo de seus próprios interesses, agrega-se um valor extraordinário aos produtos e serviços comercializados e cria-se um diferencial bastante valioso em relação a concorrência que vez ou outra não adota uma postura similar (JOHNSON, 2019).

A questão 9 frisa que conselhos você daria a outras mulheres que desejam iniciar o seu próprio negócio?

Resposta empreendedora x: Estude sobre o ramo que escolheu, e suas áreas: finanças, marketing, vendas e principalmente cuidar da saúde mental!

Resposta empreendedora y: Identifique qual é sua paixão, invista nisso, sonhe alto e celebre suas conquistas.

Resposta empreendedora z: Que se joguem, não só pensando no retorno financeiro, mais também no que seu trabalho pode fazer com as pessoas, transformar, agregar e mudar vidas.

Análise: Criar um negócio, sair do comodismo de receber um salário no dia correto sempre é um desafio e muitos desistem muito rapidamente, nesse contexto é importante analisar todos os aspectos do que deseja fazer para não se arrepender e ter prejuízos ao invés de lucros com a tentativa. Cada um se adapta mais ou menos as situações, então só depende na maioria das vezes do empreendedor se aventurar com segurança.

Empreender pode ser uma caminhada difícil e árdua mas também pode levar a realização pessoal em um nível que nenhum emprego pode lhe proporcionar, dessa forma muitos já foram bem sucedidos e muitos abandonaram a ideia em bem pouco tempo, nota-se que normalmente os negócios que não dão certo são aqueles que foram pouco pesquisados, ou analisados de forma indevida, os que não tinham recursos adicionais para emergências e aqueles que não suportaram a concorrência que é muitas vezes desigual (CAVALCANTE, 2018).

É importante evidenciar a forma que mulheres influenciam entre si, o que levam as mesmas motivações na hora de empreender, seja pela melhor flexibilidade de horários ou pela sua própria independência financeira. De forma, que apesar do momento econômico do município, as empreendedoras conseguem contornar os desafios e colocando sempre evidência no mercado itaitubense, obtendo sucesso em seus empreendimentos, influencia assim outras mulheres a empreender.

4.2 SUGESTÃO DE MELHORIA

O empreendedorismo feminino este cada dia mais em evidência, sendo impulsionado pelo crescimento econômico local e pela inovação das mulheres empreendedoras. Investir em um marketing digital, sempre no conhecimento para manter atendida às mudanças e no comportamento do público, também é importante um planejamento estratégico sempre está atraindo novos clientes tendo assim fidelizados a empresa, criar um networking rede de conexão entre as empreendedoras do município com uma forma de sempre manter atendida as tendências.

Dessa forma, sirvam como motivação futuras empreendedoras no município, através de estratégias e um bom planejamento, impulsionam a empreendedoras de sucesso sendo inovadoras e criativas para o mundo dos negócios, tendo o seu espaço de sucesso na sociedade. Assim, é importante que essas mulheres influenciam outras mulheres a empreenderem, compartilhando conhecimentos através de palestras, e gerando oportunidades na geração de novos empregos para quem não possuem experiência.

Promover empreendedorismo feminino não apenas fortalece a economia local, mas contribui no empoderamento mulheres, respeitando o processo na hora de iniciar seu negócio de forma correta, dominar o conteúdo do que deseja oferecer e ter metas e objetivos para um sucesso prospero.

Com incentivos, investimentos, cursos de capacitação para que todas possam ter acesso e consigam se qualificar melhor na sua área de atuação. Projetos que visam ensinar com cursos, mine cursos as mulheres donas de casa, ou as que já atuam de forma autônoma a buscar uma melhoria financeira, iniciando seu próprio negócio.

5 CONCLUSÃO

O empreendedorismo, no entanto, pelo apanhado aqui exposto, que empreender requer conhecimento de mercado, perícia e metas muito claras para que o objetivo intentado seja alcançado. O mercado de trabalho encontra-se em constante evolução, e acompanhar essa evolução, é requisito essencial para alcançar o sucesso almejado.

De tal modo, estudos sobre empreendedorismo feminino, que buscam observar o comportamento de mulheres ao longo dos anos, o seu papel de espaço alcançado, sua dupla jornada trabalho e vida pessoal, no que diz respeito a evolução dessas mudanças diante da organização.

O estudo buscou uma melhor abordagem do papel da mulher no mundo dos negócios. Baseadas nas respostas das empreendedoras do município, nota-se o quanto essas empreendedoras têm discernimento em seus negócios, apesar das distintas aéreas de funcionamento, elas conseguem atuar no mercado de trabalho, onde tem o domínio em sua área de atuação. Dessa forma, conseguem ter resultados e feedback positivos de atuação no mercado itaitubense, sendo visionárias no mundo dos negócios.

O estudo atendeu aos requisitos da questão norteadora, o questiona, quais são os desafios que mulheres itaitubenses enfrentam na hora de empreender. Entende-se, que ao meio econômico em que o município vivencia, as empreendedoras conseguem ter domínio no ramo que exercem, e contribui para renda do município e na criação de empregos de forma direta ou indiretamente na prestação dos serviços e influencia outras mulheres a empreenderem, para ter sua própria independência financeira.

Portanto, e necessário conhecimento prévio do público para o qual se deseja ofertar, produtos e serviços, é primordial para que o negócio tenha êxito e se firme no mercado. Atualmente as mulheres se arriscam cada vez mais nesse embricado setor, e conseguem obter sucesso em determinados ramos, conseguindo ainda conciliar o as responsabilidades domésticas e maternais, com as funções de gestora de seus próprios negócios.

Para muitas mulheres, empreender é uma forma de conseguir independência financeira, para muitas outras, que são responsáveis por toda a renda de casa, é como obtém seu sustento e de seus filhos.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da. Finan, v. 3, n. 3, 2012.
- ANTUNES, S. R. A.; MACHADO, J. R.; MASCARENHAS, C. C.; NAGATSUKA, D. A. da S.; OLIVEIRA, F. M.; MACHADO, V. A. Empreendedorismo feminino. **Revista Gestão em foco**, ed. 14, 2022. Disponível em:< <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wpcontent/uploads/sites/10001/2022/03/EMPREENDEDORISMO-FEMININO-96-a-108.pdf>.> Acesso em: 10 junho de 2023.
- ARBACHE, J. S. Informalidade, Encargos Trabalhistas e Previdência Social. Base de Financiamento da Previdência Social: **Alternativas e Perspectivas**, a. 2, v. 18, p. 89, 2003.
- BALLESTA, J. A. C.; ROSALES, B.J. de L. H.; TORRES, I. T. **Empreendedorismo e desenvolvimento humano: uma análise internacional**. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**. São Paulo, v. 22, n. 4, p. 781-798, out./dez. 2020.
- BARNETT, W.S. Better Teachers, Better Preschools: Student Achievement Linked to Teacher Qualifications. New Brunswick.2004.
- BARBOSA, Lucas Oliveira; COSTA, Túlio Vieira Bassi. **Perfil empreendedor: um estudo sobre as características do perfil empreendedor**. Repositório UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE,2015. Disponível em:<<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/6712/1/LUCAS%20OLIVEIRA%20BARBOSA.pdf>.> Acesso em 23 setembro de 2021.
- CAMARGO, D.et al. **O significado da atividade empreendedora :as práticas da mulher brasileira** 2010.
- CARMO, L. J. O.; ASSIS, L. B. de; GOMES JÚNIOR, A. B.; TEIXEIRA, M. B. M. **O empreendedorismo com uma ideologia neoliberal**. **Cadernos EBAPE.BR**. FGV. Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, jan./mar. 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cebape/a/HY7NpJpmW6vh6sKX3YdCrSd/?format=pdf&lang=pt>.> Acesso em: 13 junho de 2023.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª. ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.
- CHIAVENATO, I. **Princípios da administração o essencial em teoria geral da administração**. 2 ed. Barueri: Manoele,2013.
- CAVALCANTE, J. S. **Empreendedorismo feminino**: um estudo sobre o perfil das mulheres empreendedoras informais no município de Solânea/PB. Pré-projeto de pesquisa apresentado a coordenação do curso de administração da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Bananeiras/PB, 2018.

COLETI, J. de C.; SILVA, J.; MORAIS, L. S. Empreendedorismo feminino: um estudo do perfil com as mulheres empreendedoras de Frutal/MG. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo – CGE**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, mai./set. 2021.

CRUZ, C. A. B.. O desenvolvimento do mercado informal como elemento de geração de novos empreendedores. **Revista científica do ITPAC**, Araguaína, v. 7, n. 4, pub.1, 2014.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2013.

FERRAZ, J. E. **O poder da economia informal**. São Paulo: Reino Editorial, 2019.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009

FILÁRTIGA, G. B. **Custos de transação, instituições e a cultura da informalidade no Brasil**. Revista do BNDES, Rio de Janeiro: V. 14, N. 28, p. 121-144, 2007). Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/rev_2804.pdf> Acesso em:13 de outubro de 2023.

FONTES, A. **Negócios: um assunto de mulheres**: a força transformadora do empreendedorismo feminino. Ebook Klindle. São Paulo: Jandaíra, 2022.

FREITAS, L. C.; CARVALHO, R. O.; SANTOS, F. R. O perfil e características das mulheres empreendedoras da cidade de São Carlos e região. **Revista de empreendedorismo e gestão de micro e pequenas empresas**, v. 5, n. 2, p.147-164, mai./ago. 2020. Disponível em: https://cbt.ifsp.edu.br/images/Texto_Revista_de_Empreendedorismo.pdf. Acesso em: 15 junho de 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. Atlas: São Paulo,2008.

GOMES, A.F.; SANTANA,W.G.P. **As habilidades de relacionamento interpessoal de mulheres que trabalham por conta própria: o caso de Vitoria da Conquista-BA.In:Anais do seminário de Administração (Semead)**, São Paulo, SP,Brasil,7 de março de 2004.

HISRICH, R. D. **Empreendedorismo** .9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

JOHNSON, K. D. **A mente do empreendedor**. São Paulo: Astral Cultural, 2019.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Economia informal urbana**. Rio de Janeiro, 2017.

LACOMBE, F.; HEILBORN, G. **Administração: princípios e tendências**. 3 ed. São Paulo :Editora Saraiva ,2015

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA, N. P. de O.; GOMES FILHO, A. dos S. Mulheres empreendedoras no Brasil: um estudo bibliográfico. Id online – **Revista multidisciplinar e de psicologia**, v. 13, n. 48, p. 821-830, dezembro de 2019.

MACHADO, S. C. B. **Empreendedorismo Feminino**: Inovação e Associativismo. São Paulo: *Literare Books International*, 2021.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: Como Construir um Empreendimento de Sucesso**. São Paulo: Atlas, 2009.

MCCLELLAND, D. C. **A Sociedade Alcançada**. 5. ed. New Jersey: Van Nostrand, 2009.

MARI, M.; POGGESI, S.; DE VITA, L. **Family embeddedness and business performance: evidences from women-owned firms**. Management Decision, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

MORAIS, G. M.; SANTOS, V. F. dos; RIBEIRO, F. F. de A.; PARDINI, D. J. **Empreendedorismo feminino**: evolução, desafios atuais e perspectivas futuras. In. 10º Congresso do Instituto Franco-brasileiro de Administração de Empresas. Uberlândia/MG, mai. 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/330683701_Empreendedorismo_Feminino_-_Evolucao_Desafios_Atuais_e_Perspectivas_Futuras. Acesso em: 19 junho de 2023.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: Conceitos, Metodologia e práticas**. -23. ed.-São Paulo:Atlas,2007.

RAMOS, K. de S., & Valdisser, C.R. (2019). **Das dificuldades ao sucesso: Os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos em enfrentados por empreendedoras**. Revista Gestão, tecnologia e ciências (GETEC),8(20).

RIOGA, A. F. de S. **A vulnerabilidade do trabalhador informal**: MEI como solução jurídica para garantia de direitos desses trabalhadores. Monografia apresentada ao curso de Direito da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP. Ouro Preto, 2022.

SALIM, C. S. **Introdução ao empreendedorismo**: construindo uma atitude empreendedora/ Cesar Simões Salim, Nelson Caldas Silva. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SILVA, J. A. da; SOUZA, M. M. de; CRUZ, E. M. K.; ENDO, G. Y. Empreendedorismo feminino: o papel das mulheres no ecossistema do oeste paulista. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração – REPAD**, v. 6, n. 3, set./dez. 2022. Disponível em: <<https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/14357>>. Acesso em: 18 junho de 2023.

SILVA, J. M. C. **Mulheres empreendedoras em tempos de pandemia do Covid-19 no Município de Montes Claros/MG**. Tese de doutorado em Ciência da Informação na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis/SC, 2022.

SILVA, M. A. **Mulheres empreendedoras**: uma abordagem da situação atual e desafios enfrentados por empreendedoras em Belo Horizonte/MG. Monografia de pós-graduação para obtenção do Título de Especialista em Gestão Estratégica do departamento de ciências administrativas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFMG. Belo Horizonte, 2021.

SILVA, R. O. da. **Teorias da administração/ Reinaldo O. da Silva**. - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

SHELTON, L.M. (2006). Mulheres Empreendedoras, Conflito Trabalho-Família e Desempenho de Empreendimentos: Novos Insights sobre a Interface Trabalho-Família. *Jornal de Gestão de Pequenas Empresas*, 44, 285-297. Disponível em : < <https://doi.org/10.1111/j.1540-627x.2006.00168.x> > Acesso em : 19 de junho de 2023.

VIEIRA, D. M.; VIEIRA, M. B. N.; ENES, Y. O. Empreendedorismo feminino: significados, motivação e desafios das mulheres que decidem empreender. **Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da FATEC Osasco – REMIPE**, v. 8, n. 2, 2022. Disponível em: <http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/377>. Acesso em: 22 junho de 2023.

VIEIRA, G. de F. **Mulheres empreendedoras e os desafios da pandemia**. Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Natal, 2022.

WELSCH, D., DRAGUSIN, M. **Woman-entrepreneurs: A Dynamic force of Small Business Sector**. *Economic Amphitheatre Journal* ,2006.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO



CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE ITAITUBA S/C LTDA

FACULDADE DE ITAITUBA – FAI

CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Este questionário tem como finalidade contribuir para o Trabalho de Conclusão de Curso- TCC intitulado: EMPREENDEDORISMO FEMININO: Empoderamento e aplicabilidade no município de Itaituba-Pará.

QUESTIONÁRIO AS EMPREENDEDORAS

1. Perfil e identificação do entrevistado:

a. Gênero: _____

b. Escolaridade/Área de Formação: _____

c. Função que ocupa na empresa: _____

d. Idade: _____

e. Tempo de atuação no mercado: _____

f. Ramo de atuação: _____

2. Quais os principais desafios enfrentados, na sua jornada como empreendedora?

3. A relação entre a vida pessoal e profissional, implica no seu cotidiano?

4. Como você classifica empreender no município?

Excelente () Bom () Ruim () Péssimo () Indiferente ()

5- Como você decidiu se tornar empreendedora? Qual foi sua principal motivação?

6- Quais estratégias, utiliza para enfrentar o preconceito de gênero no mundo dos negócios?

7- Na sua visão, como empreendedorismo feminino contribui para o desenvolvimento econômica local

8- Quais são os principais valores, que aplica dentro de sua empresa?

9- Que conselhos você daria a outras mulheres que desejam iniciar o seu próprio negócio?

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Prezado participante,

“Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa **Empreendedorismo feminino: Empoderamento e aplicabilidade no município de Itaituba-Pará**, desenvolvida por Vanessa Melo Porto, discente do Curso de Administração da Faculdade de Itaituba - FAI, sob orientação da Professora Esp. Graciela da Silva Castro. O objetivo central do estudo é: Compreender quais são os principais desafios enfrentados por empreendedoras do município de Itaituba-Pará. O convite a sua participação se deve seu papel de mulher empreendedora, a inovação e qualidade dos serviços prestados no município.

Sua participação é voluntária, isto é, ela não é obrigatória, e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como retirar sua participação a qualquer momento. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desistir da mesma. Contudo, ela é muito importante para a execução da pesquisa. Serão garantidas a confidencialidade e a privacidade das informações por você prestadas, que serão utilizadas somente para fins acadêmicos. A qualquer momento, durante a pesquisa, ou posteriormente, você poderá solicitar do pesquisador informações sobre sua participação e/ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito através dos meios de contato explicitados neste Termo.

A sua participação consistirá em responder perguntas de um questionário à pesquisadora do projeto. Os resultados desta pesquisa serão divulgados em forma de comunicação oral e possível publicação em forma de resumo.

Pesquisador (es): Vanessa Melo Porto, vanessameloitb@icloud.com . (93)992008694

Orientadora: Graciela da Silva Castro, graziela_gui@hotmail.com. (93)991470398

Nome e Assinatura do Pesquisador

Itaituba, ____ de fevereiro de 2024.

Declaro que entendi os objetivos e condições de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

(Assinatura do participante da pesquisa)

Nome do

participante: _____