

EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DE MULHERES EMPREENDEDORAS DE SINOP/MT

Elda Lopes de Queiroz, Michele Jackeline Andressa Rosa, Angela Ester Mallmann

Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso/UNEMAT,

e-mails: eldalopesdequeiroz@gmail.com; michele.rosa@unemat.br;

angela.centenaro@unemat.br

RESUMO

As mulheres empreendedoras enfrentam qualquer dificuldade, preconceito ou obstáculo. Elas ousam, sonham e realizam, ganhando um espaço cada vez mais amplo em todo o território nacional e mundial. O presente estudo teve como objetivo identificar o perfil e as características das mulheres empreendedoras na gestão de seus negócios no município de Sinop/MT em 2017. A pesquisa caracterizou-se com uma abordagem qualitativa, pesquisa exploratória e estudo de caso. O instrumento utilizado para coleta de dados foi a entrevista semi-estruturada, realizada com quatro empreendedoras do município de Sinop/MT, para demonstrar a importância da gestão feminina, e suas características. Os resultados demonstraram que o principal motivo delas investirem em um negócio próprio foi por necessidade. No caso 4 que o empreendimento surgiu pela oportunidade. De modo geral, a motivação de todas as entrevistadas é melhorar a renda familiar, sem se importarem com o tamanho do desafio. Conclui-se, que todas as entrevistadas estão sempre utilizando a inovação tecnológica para o desenvolvimento dos seus empreendimentos.

ABSTRACT

Entrepreneurial women face any difficulty, prejudice or obstacle. They dare, dream and realize, gaining an ever-wider space throughout the national and world territory. The present study aimed to identify the profile and characteristics of women entrepreneurs in the management of their business in the municipality of Sinop/MT in 2017. The research was characterized with a qualitative approach, exploratory research and case study. The instrument used for data collection was the semi-structured interview, conducted with four entrepreneurs from the municipality of Sinop/MT, to demonstrate the importance of female management, and its characteristics. The results showed that the main reason they invested in a business of their own was out of necessity. Only in case 4 that the enterprise came about by opportunity. In general, the motivation of all interviewees is to improve family income, regardless of the size of the challenge. It is concluded that all interviewees are always using technological innovation for the development of their enterprises.

1 INTRODUÇÃO

O número de mulheres empreendedoras tem aumentado nos últimos anos, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), nos últimos quatorze anos o número de empresárias subiu 34%, sendo que em 2014 o país tinha 7,9 milhões de empresárias (BRASIL, 2017). Isto ocorre por conta do perfil inovador e das

obrigações sociais que geram no sexo feminino a necessidade de conciliar o trabalho com os afazeres domésticos.

O empreendedorismo feminino torna-se indispensável para complementação e suplementação da renda familiar sendo algumas vezes a única fonte de renda familiar, e ainda contribuindo de modo significativo com projetos sociais e econômicos (HISRICH, 2004).

No Brasil as mulheres começaram a usufruir de seus direitos a partir da década de 1960. Os primeiros relatos datam exatamente do ano de 1964, junto ao aumento significativo de trabalho feminino na cadeia produtiva brasileira. Assim, como a mão de obra feminina era muito barata, as mulheres começaram a empreender pela necessidade de terem uma renda maior (PICOLLI, 2005).

Para Goldenberg (1992), em termos de desafios e dificuldades, as mulheres no decorrer da história demonstraram seu caráter empreendedor na busca de novos conhecimentos. Mesmo sem ter uma ênfase financeira favorável, pois enfrentam altas taxas de impostos ao longo da história. Além disso, enfrentam dificuldades de acesso à tecnologia, falta de conhecimento administrativo, fazendo sacrifícios pessoais e familiares, além de ainda sofrerem duramente com o patriarcalismo cultural.

Neste sentido Kay e Shipman (2009), comentam que uma das grandes transformações da sociedade é a inserção da mulher no mercado de trabalho, pois o torna mais competitivo, ao mesmo tempo, mais ameno por conta do toque feminino. As mulheres desempenham as mesmas funções que os homens de modo muito mais satisfatório e ganhando menos do que eles. A inclusão da mulher no mercado também a faz sair do quadro de atividades basicamente femininas, como o trabalho doméstico, e, o cuidado com os filhos.

Assim, o espaço de trabalho conquistado pelas mulheres se consolidou e atualmente a renda feminina não é somente um complemento. Em muitos casos são as mulheres que sustentam e chefiam as famílias. Em alguns países as mulheres também ocupam o cargo de chefes de estado. Considerando todos estes aspectos, o trabalho trilhou a questão sobre qual o perfil e as características das mulheres empreendedoras na gestão de seus negócios no município de Sinop/MT.

2 APORTE TEÓRICO: ECONOMIA FEMINISTA

Existem vários estudos sobre o feminismo, segundo Monteiro (1998) os séculos XVII e XIX foram decisivos para as mulheres feministas, pois com o processo de industrialização

das fábricas, que era crescente, precisava-se de mão de obra de qualidade e barata. Neste período as mulheres começaram a sair de suas casas para trabalhar. Junto ao advento da industrialização, surge o movimento feminista que cobra dos governantes os direitos das mulheres.

Alves (2008) fala que o termo feminino iniciou na França, mas como havia controversas sobre este uso, a sociedade começou a utilizar o termo empreendedoras que quer dizer: aquela que compromete com o trabalho de criar algo novo de uma atividade específica e significante. Este termo tem sido usado por economistas com um forte apelo de uso econômico.

A obra “A Riqueza das Nações” de Adam Smith, publicada a primeira vez em 1776 é tida como o primeiro trabalho a tratar com exclusividade de economia livre - também conhecida como profissão livre - onde mulheres e famílias poderiam construir o novo. Smith sabia que apesar de tantos obstáculos e dificuldades era importante o trabalho das mulheres. Ele sugeria que deveria haver uma troca, e que esta deveria beneficiar as partes envolvidas no novo negócio, sem que isto causasse um déficit para a nação.

A economia feminista está conceituada nas últimas décadas a partir da crítica ao paradigma econômico neoclássico. A economia feminista abrange um conjunto de situações socioeconômicas das mulheres, nas áreas mais variadas, desde o nível de instrução até as organizações políticas e ideológicas do movimento feminista (CARRASCO, 1999).

A economia feminista é uma área da ciência econômica que analisa o estudo do pensamento econômico a partir do pensamento neoclássico e marxista, bem como redefinindo o trabalho de um modo geral, mas amplamente nesse sentido o trabalho informal, o trabalho doméstico, a divisão sexual do trabalho nas famílias, enfrentando a esfera reprodutiva necessária a existência humana (SPECHT, 2009).

A economia feminista surgiu questionando e criticando a visão tradicional da economia, basicamente nos enfoques antropocêntrico e androcêntrico, tanto nos conceitos históricos como na metodologia analítica utilizada na economia neoclássica faz um recorte de gênero neste sentido. Carrasco (1999, apud SPECH 2009, p. 6) reflete sobre a visão que se tinha da mulher na economia, quando diz que “As mulheres como pessoas, com filhos (as) dependem do marido ou do pai, são donas de casa improdutivas e irracionais”.

Com o advento da economia feminista, a economia da família apresentou discussões sobre igualdade de salários para homens e mulheres e direitos de bem-estar, mas não foi

simples obter-se estas conquistas, como nos relata Carrasco (1999, apud SPECH, 2009, p. 6)

Para tanto as mulheres das classes trabalhadoras são destinadas a criar capital humano masculino, sendo o salário familiar repassado aos homens disfarçados de proteção, e, os baixos salários justificados por serem criaturas fracas dependentes economicamente do marido ou do Estado.

A economia marxista reconstrói a ideia dos indivíduos *homo economicus*, afirmando que eles não são iguais, e, por isso há grande diferença a condição de cada proprietário do capital, que também pode ser proprietário da força de trabalho. Assim, nos estudos dos meios de funcionamento da produção capitalista o trabalho doméstico ficou fora da análise do sistema de capitalista, por considerá-lo improdutivo enquanto valor de troca (STRASMANN, 2002).

2.1 Empreendedorismo

Abramo (2001) diz que o empreendedorismo é um tema que desperta interesse, principalmente no que diz respeito ao seu papel fundamental no desenvolvimento da economia. Os empreendedores geram emprego e renda e geralmente destacam-se mais no setor de serviços, pois criam novas tecnologias e inovam acelerando mudanças estruturais, que são necessárias para a economia. De um modo geral, os empreendedores são bastante competitivos e deste modo contribuem indiretamente com a produtividade, no que diz respeito às competências pessoais. Portanto, pode-se dizer que o empreendedorismo funciona como um catalizador para o crescimento e desenvolvimento econômico e conseqüentemente para o desenvolvimento nacional.

Para Bessant e Tidd (2009, p. 64) “A origem familiar tanto quanto a religião afetam a propensão de um indivíduo para estabelecer um novo empreendimento”. Ainda conforme o autor, os judeus são mais propensos ao empreendedorismo, mas, a base familiar se mostra mais determinante nestes casos do que a religião. Entretanto, se estas duas bases, religião e origem familiar forem unidas em favor do empreendedorismo existe uma probabilidade maior de sucesso em um novo negócio.

Conforme Dornelas (2005) o momento que a sociedade vive pode ser chamado de era do empreendedorismo. Para ele os empreendedores eliminam barreiras comerciais, culturais e religiosas, diminuindo as distâncias, globalizando, integrando valor econômico gerando riqueza e renda.

Dornelas (2005) também afirma que o empreendedor possui características próprias. Para ele os empreendedores são pessoas diferenciadas que possuem motivação e coragem, e

que, além disso, são apaixonados pelo seu trabalho. Diante das oportunidades, os empreendedores não querem ser apenas mais uma pessoa na multidão. Eles desejam ser reconhecidos, admirados, referenciados, imitados, enfim querem deixar seu legado.

Já segundo Souza (2000), o comportamento empreendedor é imitado e influenciado ao longo dos anos pela história. O empreendedor tem esforço para resolver as situações de forma original, tem sensibilidade para ir além do óbvio, corre atrás das oportunidades, são pessoas corajosas que fazem as oportunidades acontecerem.

Para Kay e Shipman (2009) o empreendedorismo gera emprego e renda, apresenta novidades, inclusive nas carreiras políticas e nas universidades, contribuindo significativamente para ampliação socioeconômica da nação. No mundo globalizado, os sacrifícios e prejuízos fazem com que as mulheres sejam mais independentes social e profissionalmente, quando comparadas aos homens. As mulheres empreendedoras usam de sua criatividade, inovam, motivam e assumem riscos. O seu sucesso está na capacidade e na coragem de conviver com todos os riscos e sobreviver a dupla jornada de forma eficiente.

Assim, a feminilização no mundo do trabalho acaba sendo uma externalidade positiva, pois, possibilita construir e avançar no difícil trabalho de emancipação da mulher, e, dessa forma minimiza as formas de dominação patriarcal, tornando o feminino visível.

Sof (2014) ressalta que não perceber o trabalho doméstico como trabalho é negativo para sociedade, pois atrapalha a equiparação de direitos, além disso, o sistema capitalista não se sustenta sem a mão de obra doméstica, pois, governo e empresas lucram com este trabalho. Por isso, o empreendedorismo feminino tem importante papel social, visto que auxilia a diminuir as diferenças, aumenta a competitividade empresarial e inclui a mulher na sociedade.

Há que se dizer que os estudos sobre o empreendedorismo feminino são recentes, de grande complexidade e influenciados pelo caráter comportamental. Segundo Almeida e Gomes (2011) é inegável o crescimento de empreendedoras no contexto econômico atual, são sendo só um dado estatístico, mas como um resultado antigo de um processo evolutivo de quebra de paradigmas e preconceitos, que até a atualidade se fazem presentes.

De acordo com Jonathan (2005) as empreendedoras são corajosas, autoconfiantes, são apaixonadas pelas oportunidades, buscam o novo e amam o que fazem; Para Machado, Barros e Palhano (2003) a grande maioria é casada e possui no mínimo um filho; Para Gouveia, Silveira e Machado (2013) no geral as mulheres empreendedoras tem escolaridade elevada; Já para Vale e Serafim (2010) as mulheres empreendedoras iniciam seus negócios

pelos mais variados motivos, como: necessidade de sobrevivência, influência familiar, conciliar dupla jornada trabalho/família, ou para conquistar a independência financeira. Machado (1999) argumenta que a mulher possui um estilo próprio de gerenciar e de lidar com a tomada de decisão, por isso, seu trabalho desenvolve-se tão bem.

O estudo de Gouveia, Silveira e Machado (2013) ressalta as diferenças na forma de agir por ambos os sexos, que se refletem na tomada de decisão: os homens são mais objetivos, enquanto as mulheres são mais subjetivas e flexíveis, e por isso, buscam mais informações para fundamentar suas decisões. Além disso, o fato das mulheres desempenharem vários papéis no cotidiano, lhes torna mais versáteis, autoconfiantes e criativas.

2.2 Desafios das mulheres empreendedoras

Para Kay e Shipman (2009) falam que a responsabilidade e os desafios das mulheres empreendedoras são muito grande, pois precisam gerir o próprio negócio, a família, os filhos, e ainda, manter um planejamento adequado, sendo que muitas vezes não conseguem empréstimos junto aos grandes bancos nas mesmas taxas que empreendedores do sexo masculino conseguem. Assim, o papel da mulher no empreendedorismo é muito relevante e prova a capacidade de adequar rapidamente as mudanças internas e externas, por isso, quando bem qualificadas, as mulheres tendem a passar por crises financeiras com mais facilidade.

Além disso, as mulheres precisam lidar com vários mitos, como por exemplo, de que as mulheres só criam negócios nos ramos de produtos alimentícios, cosméticos, vestuário para mulheres, ou, então, quando herdaram a empresa de seus pais ou marido (ANDREOLI, 2007). Ainda para o autor, de acordo com pesquisas realizadas com mulheres empreendedoras no Balson College nos Estados Unidos, do universo de mulheres empreendedoras 88% fundaram suas próprias empresas, enquanto apenas 12% administram empresas familiares.

Percebe-se também que as mulheres buscam no empreendedorismo um conjunto de coisas além do dinheiro, tais como: bem-estar, satisfação, organização, possibilidade de tomar decisões e a sensação de colaborar com algo importante para a sociedade, pois de um modo geral, as mulheres gostam de se sentir úteis e se preocupam com o efeito de seus atos na sociedade (BONFIM e TEIXEIRA, 2015).

3 METODOLOGIA

O instrumento utilizado para coleta de dados foi a entrevista semi-estruturada, realizada no mês de maio de 2017, sendo entrevistadas quatro empreendedoras do município de Sinop/MT. As entrevistas foram transcritas e gravadas, e, posteriormente descritas com a devida autorização das entrevistadas. O critério utilizado para escolha das entrevistadas visa demonstrar a importância da gestão feminina, e suas características, e está de acordo com Barbosa et al (2011) mulheres que abriram seu próprio negócio e cujas mesmas são responsáveis pela sua gestão. Além disso, que possuam o empreendimento a no mínimo seis meses e no máximo dez anos.

Conforme Lakatos e Marconi (2005) a vantagem da entrevista é que permite maior liberdade ao investigador, que poderá conduzi-la pela direção que considerar mais adequada. Assim, o roteiro da entrevista foi estruturado por vinte e oito perguntas abertas, sendo abordado perfil das entrevistadas, características gerenciais da empreendedora e do seu negócio, dificuldade e desafios enfrentados no mercado trabalho.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta seção apresenta a análise e discussão do resultado da pesquisa realizada com quatro mulheres empreendedoras do município de Sinop/MT, para identificar o perfil e as características gerenciais dos seus negócios. Desta forma, este capítulo está estruturado em cinco seções. Na primeira seção aborda o estudo de caso 1: A empreendedora do escritório de advocacia. Na segunda seção, o caso 2: A empreendedora do ramo alimentício massas caseiras. Na terceira seção, o caso 3: A empreendedora do ramo imobiliário. Na quarta seção, o caso 4: A empreendedora do ramo alimentício de açaí. Por fim, a quinta seção mostra uma análise comparativa dos estudos de caso.

4.1 Caso 1: A Empreendedora do Escritório de Advocacia

A empreendedora é proprietária de um escritório de advocacia na cidade de Sinop, tem 48 anos de idade, solteira, tem duas filhas, uma que está terminando o curso de direito e concomitantemente a especialização em direito internacional, e a outra terminando o ensino médio. A empreendedora possui ensino superior completo sendo a primeira na família a empreender, sendo este seu primeiro negócio.

O lucro obtido por ela gira em torno de R\$ 5000,00 por mês. Mas nem sempre ela trabalhou nesta área. Durante o estágio do ensino superior ela trabalhou em uma empresa do ramo de direito, uma das mais conceituadas do município de Sinop, adquiriu experiência e

após concluir o estágio decidiu abrir sua própria empresa. Este negócio iniciou por necessidade e não teve o apoio familiar, nem aporte financeiro. Iniciou com capital próprio e não possui sócio. Para desenvolver a parte administrativa e o *marketing* da empresa, ela conta com a ajuda de amigos. Possui habilidade para cobrar seus colaboradores, sem criar neles qualquer tipo de insatisfação. Tem um horário de trabalho bem definido, em torno de 9 horas ao dia, contando com a ajuda de dois funcionários.

O diferencial de sua empresa está embasado na elaboração de um planejamento patrimonial sucessório para clientes, abrangendo o âmbito jurídico e contábil, na qual uma empresa controladora, também chamada de *Holding Patrimonial*, irá organizar os bens particulares e os negócios, minimizando os custos operacionais e tributários, além de reduzir os riscos que a atividade empresarial pode trazer para o patrimônio familiar.

A *Holding* também pode ser uma empresa de controle do patrimônio de uma ou mais pessoas físicas, ou seja, ao invés das pessoas possuírem bens em seus próprio nomes, possuem os bens em nome de pessoa jurídica. No Brasil, o conceito de *Holding* existe desde 1976, e a cada ano vem ganhando mais espaço no meio jurídico.

A entrevistada afirma que foi difícil empreender por se mulher, pois ainda existe preconceito de gênero, entretanto conta com orgulho suas conquistas, dizendo que possui vários projetos, sendo o mais audacioso, talvez, trabalhar com projetos de crédito de carbono na região Amazônica, tendo o objetivo de reduzir a emissão dos gases do efeito estufa no planeta. Para realizar este projeto, é necessário que se realize o inventário florestal que irá classificar as espécies de árvores existentes em uma determinada área, e, a idade de cada uma delas. Neste projeto, a extração de árvores só seria permitida nos casos em que as árvores possuírem idade superior a 150 anos. Neste panorama verifica-se a capacidade anual das árvores em realizar a fotossíntese, efeito este que possibilitará a geração de oxigênio e as unidades de crédito de carbono.

Entretanto, a maior dificuldade encontrada na região Amazônica é a complementação das leis 12.512/2011, 9.985/200 e 11.952/2009 que regulam o programa de apoio à conservação ambiental e o programa de fomento às atividades produtivas rurais que estão sendo regularizados por meio de medidas provisórias 756 e 758 de 19 de dezembro de 2016 que tiveram votação no plenário no dia 23 de maio de 2017, e a medida 759 de 22 de dezembro de 2016, que teve votação no plenário no dia 31 de maio de 2017, estando ambas pendentes da sanção presidencial para estes projetos.

É inegável a importância atribuída a experiência do crédito de carbono, uma vez que a entrevistada conseguiu mobilizar muitos advogados e ambientalistas para que a lei fosse aprovada, formando, basicamente, uma rede de contatos, por meio da qual a empresária tem recebido muito apoio a sua ideia original, e considera que no mundo atual e aos seus negócios, a preocupação ambiental tem feito a diferença.

Ela também relatou que o maior erro profissional cometido em sua empresa foi trabalhar em áreas jurídicas, diferentes da que tem focado, como por exemplo, divórcio, uso capião, danos morais, entre outros. Ela também afirma que possui outras fontes de renda sim, mas não confirmou quais.

O principal desafio citado pela entrevistada é trabalhar em equipe junto a outros advogados, realizar cursos de *Holding*, geralmente no exterior, pois o Brasil ainda possui poucas informações nesta área, e isto exige conhecimento em outros idiomas e conhecimento do trabalho de *Holding* em outros países

Ela admite que tem dificuldade para trabalhar em equipe, e, por isso decidiu criar seu próprio negócio. Ainda comentou que tem dificuldade para gerenciar e distribuir seu tempo entre casa, filhos, marido e empresa, sentindo, entretanto, que administra da melhor forma possível, por isso, acredita que o planejamento pessoal é de suma importância.

Além disso, a empresária também desenvolve trabalhos voluntários no âmbito jurídico, prestando assistência gratuita aqueles que não possuem condições de pagar por sua consultoria. A empresa está no mercado há três anos. A empreendedora deixou claro o quanto o uso das tecnologias é importante para o seu negócio, por isso, utiliza rádios, televisão, site e redes sociais para divulgar sua empresa. Ela, seus funcionários e a filha fazem curso de *Holding* no exterior, e de lá trás ideias inovadoras para o seu negócio. Ela acredita que aliar tecnologia e inovação é a melhor forma de empreender e vencer os desafios.

4.2 Caso 2: A Empreendedora do Ramo Alimentício de Massas Caseiras

Esta empreendedora é casada, tem 31 anos e tem um casal de filhos, seu nível de instrução é ensino superior incompleto. Seu empreendimento é no ramo alimentício de massas caseiras, e afirma que nem sempre trabalhou neste ramo, por isso, adquiriu experiência com os próprios erros, sempre tentando corrigi-los e aprimorar seu potencial. Sua renda mensal também gira em torno R\$ 5.000,00.

A entrevistada do caso 2 afirma que iniciou seu negócio por sentir necessidade de mudar de ramo de atividade e precisou ter coragem e determinação começar e conhecer o novo negócio. Quando abriu sua empresa, o apoio familiar foi essencial, teve aporte financeiro de sua mãe, que é sócia do empreendimento. Todas as decisões são tomadas em conjunto, porém no que diz respeito a parte administrativa é ela que organiza e toma as atitudes necessárias. Já o *marketing* da empresa é desenvolvido por empresa terceirizada. Ela conta que não sente dificuldade de cobrar seus funcionários, e que, o diálogo é fundamental. Por conta disto, não há rotatividade de funcionários em sua empresa. Segundo ela, o trabalho é árduo, em torno de 10 a 12 horas por dia. Conta com a ajuda de 6 funcionários efetivos e dois diaristas, e gosta de oferecer produtos caseiros, com fabricação própria, pois a qualidade de seu produto é o diferencial da sua empresa.

A empresária diz que não foi difícil empreender, pois quando existe vontade, as dificuldades são iguais para ambos os sexos. Com relação a novos projetos para seu empreendimento, afirma que no momento não tem nenhum, mas futuramente pretende melhorar a estrutura de seu estabelecimento para proporcionar mais conforto e comodidade aos seus clientes. Até o momento, ela não conseguiu identificar nenhum grande erro ou problema no seu negócio, que traga consequências visíveis ao empreendimento. Seus maiores desafios são: tornar-se uma referência maior para o município de Sinop/MT no ramo que atua, e administrar o tempo que possui.

Ela não possui nenhuma outra fonte de renda, e, se emociona ao falar que o tempo que dedica ao marido e aos filhos é pouco. Entretanto, procura trabalhar enquanto as crianças estão na escola e a noite, enquanto eles dormem. Ela atua no mercado alimentício desde o ano de 2013, e finalizou a entrevista dizendo que não importa o tamanho da empresa, é necessário ter coragem para empreender, conhecer o novo e gerenciar o dinheiro escasso de forma responsável, pois o que vem primeiro é o trabalho, o dinheiro é uma consequência.

A empreendedora do caso 2 divulga sua empresa por meio de rádio, e conta com o auxílio de uma empresa terceirizada que promove a divulgação nas redes sociais. Sempre que há a oportunidade, ela e seus colaboradores fazem cursos de aperfeiçoamento. Ela é ágil nos negócios, aproveita as oportunidades, atende as exigências dos filhos pequenos e do esposo. Segundo a empreendedora, o instinto materno é a motivação do seu empreendimento.

4.3 Caso 3: A Empreendedora Do Ramo Imobiliário

Com 65 anos de idade, a entrevistada é um exemplo de mulher empreendedora. Professora de matemática com pós-graduação *lato sensu* na área, enfrentou todas as dificuldades de forma corajosa. Ela é casada, tem um casal de filhos e sua remuneração média é em torno de R\$ 6.000,00. Seu empreendimento consiste no ramo imobiliário, cujo trabalho envolve locação e compra/venda de imóveis. Mas nem sempre atuou nesta área. Trabalhou como professora por 29 anos. Após se aposentar assumiu os negócios da família, pois seu esposo estava com problemas de saúde, devido a estar acometido pela esclerose lateral amiotrófica. Sua principal fonte de conhecimento nos negócios foi pelo marido, pois ele sabia que precisaria passar todo o conhecimento possível antes de ficar em uma unidade de tratamento intensivo (UTI).

Assim, sua gestão no mundo dos negócios começou por necessidade, e sempre teve o apoio familiar. O aporte financeiro veio do marido, que inicialmente trabalhava no ramo de madeireira. Após descobrir a doença do esposo, o casal se obrigou a fechar a madeireira, e utilizaram o capital gerado no negócio imobiliário, onde ela poderia contribuir e gerir, como ocorre atualmente.

Ela possui sócios no empreendimento, que são os seus filhos ainda jovens e inexperientes, por isso, as decisões são tomadas por ela. O *marketing* empresarial é desenvolvido por empresa terceirizada, e o administrativo por ela mesma. A entrevistada ainda afirmou que não encontra dificuldades em cobrar os funcionários, que são todos contratados por empresa terceirizada, e, não há rotatividade na empresa. Ela não tem uma rotina com horários fixos, pois seu cotidiano é organizado conforme as necessidades do esposo, em virtude da UTI em sua casa.

Segundo ela, o diferencial de sua empresa é que possuem imóveis próximos ao centro comercial do município, dispõem de um atendimento rápido prestado aos inquilinos. A maior preocupação da empresa é oferecer o melhor serviço do mercado.

Ela conta que sentiu dificuldade por ser mulher, mas que hoje já superou e encara tudo com normalidade. Seu maior erro foi confiar demais em quem não devia, por isso, atualmente retém muitas atividades sob seu controle. Além disso, o casal possui outra fonte de renda, que são as aposentadorias de ambos.

Ela ainda relata que precisa de planejamento para conseguir administrar a rotina atribulada com a qual convive, dando prioridade a casa e ao esposo que depende de seus

cuidados, distribuindo os demais afazeres conforme a prioridade de cada um. Sua empresa está no mercado desde 2008.

A empreendedora vem se aperfeiçoando cada vez mais para apreender e acompanhar a evolução tecnológica. Além disso, conta com o auxílio de uma empresa especializada em marketing, o que segundo ela, faz toda a diferença, pois consegue divulgar por meio de site, rádio, televisão, redes sociais e aplicativo para *smartphone*. A imobiliária conta com tecnologia de ponta, para que ela possa gerir todas as atividades do escritório de sua casa, por isso, a tecnologia é sua maior aliada no desenvolvimento de seu empreendimento. Ela deseja o melhor de seus colaboradores, por isso, estão sempre investindo em treinamento, mesmo sendo estes funcionários terceirizados.

4.4 Caso 4: A Empreendedora do Ramo Alimentício de Açai

A quarta entrevistada na pesquisa é proprietária de uma lanchonete cujos alimentos são preparados com açai. A jovem tem apenas 24 anos e decidiu desde cedo empreender. É solteira e está cursando o ensino superior. Sua renda mensal gira em torno de três a quatro salários mínimos por mês, deixando claro que a prioridade é o pagamento das despesas da empresa, posteriormente as suas. Antes de empreender, trabalhou na área financeira de uma empresa. A motivação para criar e gerir seu próprio negócio veio da mãe que é empreendedora por natureza, muito guerreira, determinada, e não tem medo de desenvolver seu próprio trabalho.

Sua empresa iniciou com o desejo de empreender e pelo fato de não conseguir nenhum emprego fixo. Ela teve o apoio incondicional dos pais e o aporte financeiro deles. Ela possuía um sócio na empresa, e, as decisões eram tomadas em conjunto pelos dois que analisavam todas as possibilidades antes de as tomarem. Ambos os sócios tinham grande preocupação com o *marketing* empresarial, por isso, contrataram uma empresa para cuidar desta parte. Os trabalhos administrativos eram divididos entre os dois.

A empreendedora deixou claro que no princípio tinha receio de cobrar seus funcionários, mas que, com o passar do tempo foi adquirindo experiência. A empresa exige um tempo rigoroso de sua vida, para que tudo funcione perfeitamente. Cuidados como limpeza e realização de compras precisam ser feitos diariamente. O diferencial de sua empresa está na qualidade e no bom atendimento. No começo foi difícil empreender, mas com o passar do tempo superou as dificuldades imputadas.

Ela conta que o maior erro cometido foi confiar totalmente em seu ex-sócio, deixando a parte financeira e administrativa em suas mãos, pois aos poucos percebeu que havia pouco

comprometimento da parte dele. Hoje ela tenta estar mais atenta a tudo que acontece na empresa, e seu maior desafio é estar longe da família. Assim, ela administra seu tempo dedicando-se primeiramente a empresa, e, negligenciando muitas vezes sua casa. Diz ainda que sua maior dificuldade é estar longe da família.

A empreendedora sabe que no mercado atual as empresas precisam desenvolver sua responsabilidade social, por isso, ela escolhe cuidadosamente seu fornecedor de açaí. Tanto que o produto vem de Manaus/AM e o seu fornecedor coleta a matéria prima em meio a um cenário de reflorestamento, respeitando assim a natureza. A empresa de açaí está no mercado a um ano e meio.

A jovem empreendedora está sempre preocupada com a inovação e tecnologia e verificando como pode utilizá-las para melhorar seu negócio, por isso, faz a divulgação da empresa por meio de redes sociais, panfletos e com a assessoria de uma empresa especializada. Seu desejo de crescer profissionalmente faz com que busque novos conhecimentos para ela e seus funcionários. Ela acrescenta ainda que é perceptível as independências financeiras das mulheres, independentemente da idade, pois vencem preconceitos e conseguem estabelecer um equilíbrio econômico/financeiro.

4.5 Análise Comparativa dos Casos

Nesta subseção será apresentada uma análise comparativa dos quatro estudos de casos expostos nas seções anteriores, do perfil das empreendedoras, características das empresas e do gerenciamento das mesmas. O quadro 1 mostra o perfil das empreendedoras. Pode-se observar no quadro 1 o perfil para empreender das entrevistadas, que não possuem uma faixa etária definida, ou seja, não há uma idade certa para as mulheres começarem a empreender, segundo Kay e Schipman (2009).

Quadro 1- Perfil das entrevistadas

	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4
Idade	48 anos	31 anos	65 anos	24 anos
Estado civil	Solteira	Casada	Casada	Solteira
Quantidade de filhos	2	2	2	0
Escolaridade	Superior completo	Superior incompleto	Pós-graduada	Superior incompleto
Primeiro negócio	Sim	Sim	Sim	Sim
Foi fácil empreender	Não	Não	Não	Não
Sempre trabalhou no ramo	Não	Não	Não	Sim

Possui outra renda	Sim	Não	Sim	Não
Tem sócio	Não	Sim	Sim	Sim
Outro empreendedor na família	Não	Sim	Não	Sim
Origem do capital inicial	Próprio	Familiar	Próprio	Familiar

Fonte: Dados da pesquisa, com base nas informações coletadas nas entrevistas.

As empreendedoras em geral, estão sempre buscando qualificação, sendo que duas das entrevistadas tem curso superior completo, enquanto as outras duas ainda estão cursando o nível superior, pois como Kay e Schipman (2009) sugere, as mulheres se sentem mais preparadas para atuar no mercado empreendedor quando estudam para tal. Além disso, percebeu-se que nenhuma das entrevistadas recorreu a instituições financeiras para abrir seu negócio, todas as entrevistadas empreenderam por necessidade, fato que também é confirmado por Kay e Shipman (2009), quando diz que de um modo geral as mulheres empreendem utilizando recursos próprios e por ser uma necessidade. O quadro 2 apresenta as características das empresas entrevistadas.

Quadro 2- Características das empresas

	CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4
Atividade	Serviços	Produtos	Serviços	Produtos
Área/Ramo de atuação	Advocacia	Alimentos	Imobiliário	Alimentos
Ano de início das atividades	2014	2013	2008	2016
Número de funcionários	2	6	Terceirizam	3

Fonte: Dados da pesquisa, com base nas informações coletadas nas entrevistas.

De acordo com a análise da presente pesquisa foram extraídos dos casos de sucesso diversas características do perfil geral de mulheres empreendedoras. O tamanho das empresas administradas pelas entrevistadas reflete o perfil global, apontado por Souza (1998), isto é, as mulheres atuam em pequenos negócios, geralmente criando negócios em áreas que já possuem conhecimento ou afinidade.

Já quanto a motivação para abertura do negócio, existem razões variadas. No caso 1, se deve ao fato de querer conquistar algo novo. No caso 2, mãe e filha se dedicaram a atividade por necessidade. Assim como no caso 3, que devido ao adoecimento do esposo, a mulher teve necessidade de gerir os negócios. Em relação ao caso 4, a empreendedora iniciou seu negócio tendo em vista a oportunidade. Mas todas têm algo em comum com perfil global das mulheres empreendedoras, elas amam o que fazem (MACHADO, 2002).

Em relação aos vários papéis que a sociedade atribui à mulher se tem a seguinte análise: A empreendedora do caso 1 sabe organizar e conciliar as atividades profissionais e

peçoais; A empreendedora do caso 2 também tenta conciliar profissional e pessoal, mas sente-se culpada por não estar sempre presente; A empreendedora do caso 3 dispensa mais atenção a família tendo em vista os problemas de saúde do esposo, e gere a vida profissional em segundo plano; Já a empreendedora do caso 4 é uma jovem que não é casada, por isso dedica mais tempo a empresa do que a vida familiar. Assim, partindo-se dos estudos de Kay e Shipman (2009) pode-se dizer que realmente existe um conflito de tempo entre profissional e pessoal. A autora também afirma que é comum as empreendedoras sentirem culpa, pois trabalham em excesso, muitas vezes, em momentos que gostariam de estar com a família. No quadro 3 são expostas as características gerenciais das empreendedoras.

Quadro 3 - Características gerenciais das empreendedoras

	CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4
Tem planejamento pessoal	Sim	Sim	Sim	Sim
Objetivos claros e definidos	Sim	Sim	Sim	Sim
Incentiva a participação dos funcionários	Sim	Sim	Sim	Sim
Tem consciência de sua responsabilidade social	Sim	Sim	Sim	Sim
Preocupa-se com os clientes	Sim	Sim	Sim	Sim
Fundamental para o negócio	Determinação	Respeito	Determinação	Respeito

Fonte: Dados da pesquisa, com base nas informações coletadas nas entrevistas.

Também se constatou que a maioria das entrevistadas sentiram dificuldades no mundo empresarial, principalmente por serem mulheres, mas mesmo assim, conseguiram superar os obstáculos. Além disso, todas as entrevistadas garantiram que não existe rotatividade em suas empresas, isto se deve a habilidade das mulheres possuem de lidar com as dificuldades, como mostra quadro 3.

No quadro 3 as características gerenciais apontadas refletem a criatividade e o talento adquirido, que surgem da necessidade de empreender, comum aos 4 casos analisados. Além disso, por conta do perfil de ambas, conseguem deixar claro e cobrar funcionários nas suas atividades na empresa, culminando na preocupação em satisfazer o cliente e disponibilizar serviço de qualidade. Kay e Schipman (2009) cita que isto como uma característica das mulheres empreendedoras, pois em suas empresas não existem rotatividade de funcionários, tendo em vista a sensibilidade delas em lidar com o social.

Partindo das entrevistas realizadas foram extraídos dos quatro casos de sucesso apresentados, diversas características da mulher empreendedora, como trabalho,

persistência, perseverança, determinação, criatividade, inovação, talento administrativo, respeito, audácia, coragem, liderança, sinergia, independência, autoconfiança e instinto.

A empreendedora do caso 1, acredita que somente pela inovação ela terá sucesso em seu empreendimento, por isso, busca nos países mais desenvolvidos subsídios tecnológicos e informações que não encontra no Brasil. Assim, tecnologia é importante para o seu negócio, por isso, utiliza rádios, televisão, site e redes sociais para divulgar sua empresa.

Ela, seus funcionários e a filha fazem curso de *Holding* no exterior, e de lá traz ideias inovadoras para o seu negócio. Ela acredita que aliar tecnologia e inovação é a melhor forma de empreender e vencer os desafios.

A empreendedora do caso 2 deixa claro que a empresa que administra é familiar e sente orgulho por sua empresa ser bem localizada e próspera mesmo em um cenário de crise política e econômica, para isso, tem buscado produzir mais gastando menos.

Divulga sua empresa por meio de rádio, e conta com o auxílio de uma empresa terceirizada que promove a divulgação nas redes sociais.

Sempre que há a oportunidade, ela e seus colaboradores fazem cursos de aperfeiçoamento.

A empreendedora do caso 3 está trabalhando e se concentrando na melhor forma de gerir a saúde da empresa. Utilizando a tecnologia a seu favor, ela tem passado por momentos difíceis, devido a saúde debilitada de seu esposo. Ela acredita que tem na ponta dos dedos o poder do conhecimento e que este é seu grande aliado para atingir a liberdade econômica. Para ela, a mulher não cresce com aquilo que ganha, mas sim com o que economiza.

A empreendedora vem se aperfeiçoando cada vez mais para apreender e acompanhar a evolução tecnológica.

Além disso, conta com o auxílio de uma empresa especializada em *marketing*, o que segundo ela, faz toda a diferença, pois consegue divulgar por meio de site, rádio, televisão, redes sociais e aplicativo para *smartphone*.

A empreendedora do caso 4 deixou claro onde quer chegar profissionalmente. Por ser muito jovem, tem muitos sonhos que quer realizar. A jovem empreendedora está sempre preocupada com a inovação e tecnologia e verificando como pode utilizá-las para melhorar seu negócio, por isso, faz a divulgação da empresa por meio de redes sociais, panfletos e com a assessoria de uma empresa especializada.

Seu desejo de crescer profissionalmente faz com que busque novos conhecimentos para ela e seus funcionários.

Ela acrescenta ainda que é perceptível a independência financeira das mulheres, independente da idade, pois vencem preconceitos e conseguem estabelecer um equilíbrio econômico/financeiro.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho demonstrou a importância do perfil feminino e as características das mulheres na gestão de negócios no município de Sinop/MT, no ano de 2017. Em relação ao objetivo geral, pode-se dizer que o objetivo foi alcançado, pois foi possível reconhecer nas empreendedoras analisadas o perfil feminino encontrado a nível global, também foi possível estabelecer quais são os principais problemas que elas encontram, que é confiar em excesso nas pessoas e que se sentem culpadas com a falta de tempo, por isso valorizam cada minuto.

Cabe ressaltar a relevância deste trabalho tendo em vista que as mulheres só conseguiram conquistar espaço no mundo empresarial a poucas décadas, por isso, é pequena a quantidade de pesquisas desenvolvidas na área. Percebeu-se também que além do comprometimento empresarial, as entrevistadas se preocupam com os aspectos sociais, perceptível em suas histórias de vida, e na busca constante de conciliar a vida pessoal e profissional.

Verificou-se também que a maioria das entrevistadas empreendeu por necessidade, sendo somente um dos casos onde a mulher empreendeu por oportunidade, entretanto todas demonstram comprometimento, paixão e respeito pela posição que ocupam na sociedade, o que lhes possibilita enfrentar os obstáculos que surgem, que acabam motivando-as ainda mais. Além disso, todas se sentem satisfeitas de colaborar ainda que o trabalho seja árduo. Mas o principal para todas elas era ter o seu próprio negócio, canalizar seu trabalho e se tornarem mais produtivas, construindo assim uma carreira sólida, pois empreender para elas significa autonomia, liberdade, independência e lucratividade.

As quatro entrevistadas em geral acreditam nos seus empreendimentos, mesmo assim todas foram unânimes em dizer o quanto foi importante saberem que muitos não acreditavam no potencial delas, pois todas se sentiram motivadas em provar o contrário, saindo em busca de um sonho e criando algo novo. Realizaram negócios, assumiram riscos, e hoje se sentem mais fortalecidas, pois para alcançarem seus objetivos estudaram e correram atrás de cursos de aperfeiçoamento, ou nos cursos superiores, elas investiram em tecnologia no seu negócio.

Também é comum entre as entrevistadas, a importância do seu trabalho para a renda familiar, e por isso, a cada dia empreendem motivadas pela necessidade de complementar a

renda familiar. Todas são comprometidas e deixam claro que fazem sacrifícios pessoais, pois empreender não é tarefa fácil, é preciso ter muita organização e disciplina para enfrentar os desafios que surgem todos os dias.

Por fim, com este estudo surgem sugestões de novas pesquisas, seguindo o tema empreendedorismo feminino, pelo qual podem ser analisados e comparados os comportamentos empresariais em Mato Grosso e outros estados da federação.

Também é possível utilizar os dados para fazer uma análise social conforme o empreendimento criado. Neste sentido, é possível encontrar muitos artigos que falam sobre empreendedorismo social em ambos os sexos. Outra possibilidade de estudo, seria analisar o perfil masculino de empreendedores Sinopenses.

Com estas sugestões, encerra-se este trabalho de conclusão de curso, que possibilitou a autora conhecimento sobre história, feminismo e empreendedorismo, salientando a importância de continuá-lo em uma futura pesquisa sobre a identificação das dificuldades e desafios para as mulheres empreendedoras do estado de Mato Grosso.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Luis. **A situação latino-americana: o mercado de trabalho no contexto da reestruturação mulher e trabalho.** São Paulo: Bom Tempo Editorial, 2001.

ALMEIDA, I. C; GOMES, A. F. **Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow.** Rio de Janeiro: ANPAD, 2011.

ALVES JUNIOR, Maiso Dias. **Sustentabilidade na gestão de organizações do terceiro setor: um estudo dos empreendimentos sociais apoiados pela Ashoka, 2008.** 240 f. Dissertação de mestrado em administração. Universidade de Fortaleza, 2008.

ANDREOLI, T. P; BORGES, W. A. **Empreendedorismo feminino: Uma análise do perfil empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um pequeno negócio.** Paraná: 2007.

BRASIL. Portal Brasil. **Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>> . Acessado em: 10 maio 2017.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo.** Porto Alegre: bookman, 2009.

CARRASCO, Cristina. **Muyeres y economia: nuevas perspectivas para viejos problemas.** Barcelona: Icaria, 1999.

CLEMENTE, Ademir. HIGACHI, Hermes Y. **Economia e desenvolvimento regional.** São Paulo: Atlas, 2000.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GOLDENBERG, Miriam. **A revolução das mulheres**. Rio de Janeiro: Revan, 1992.

GOUVÊA, A. C. T. SILVEIRA, A. MACHADO, H. P. V. **Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações**. Revista de Empreendedorismo e Gestão em Pequenas Empresas. n° 2. P. 32-54, 2013.

JHONATHAN, E. G. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**. Psicologia em estudo. Vol. 10. Maringá, 2005.

KAY, Katty. SHIPMAN, Claire. **Womenomics: A tendência econômica por trás do sucesso pessoal e profissional das mulheres**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

LAGES, Sônia Regina Correa. **Desafios do empreendedorismo feminino: Uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos gerando renda**. Revista Estação Científica, 2008. Disponível no endereço eletrônico http://www.jfestacio.br/revista/artigos/Osonia_desafiospdf, acessado em 14 de novembro de 2016.

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MACHADO, F.B. **Dilemas das mulheres empreendedoras em empresas inovadoras**. ANPAD, Rio de Janeiro: 2012.

MACHADO, H. P. V. BARROS, G. V. PALHANO, D. Y. M. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. *In*: EGEPE, Encontro de Estudo sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3. 2003, Brasília. UNB 2003, p 171 – 197.

MACHADO, H. V. **Identidade de mulheres empreendedoras no Paraná**. Florianópolis: UFSC, 2002.

MACHADO, H. V. JESUS, M. F. **Efeitos da participação de mulheres em redes sociais: um estudo de em um conselho de mulheres executivas**. Revista de Economia & Gestão. Vol. 10, n° 24. Set-Dez/2010.

MONTEIRO, Dulcinéa da Mata Ribeiro. **Mulher feminino plural**: mitologia, história e psicanálise. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1998.

PAIVA, Jordana Patrícia de Paiva. **Empreendedorismo feminino**: Oportunidade ou necessidade? 2015. Disponível no endereço eletrônico http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/412_Empreendedorismo_Feminino_Seget.pdf, acessado em 10/04/2017.

PICOLLI, Fiorello. **Amazônia e o capital**: uma abordagem do pensamento hegemônico e do alargamento da fronteira. Sinop: Editora Fiorello, 2005.

SCHAWBEL, D. **Pusue your entrepreneurial dream**. Disponível no endereço eletrônico: <http://searchebshost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&an=449011970&site=ehost> acessado em 14 de dezembro de 2016.

SMITH, Adam. **A riqueza das nações**: investigação sobre sua natureza e suas causas. Vol. 1 São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SOF SEMPREVIVA ORGANIZAÇÃO FEMINISTA. **Para entender a economia feminista e colocar lógica da vida em primeiro lugar**. São Paulo: Sof Sempreviva Organização Feminista, 2014.

SOUZA, M. C. **Mulher em ação**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1998.

SOUZA, Renan R. **A motivação do empreendimento inicial no Brasil nos anos 2000**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 59 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Econômicas) Porto Alegre, 2009.

SPECHT, Analine Almeida. Cadernos Brasil Local: desenvolvimento e economia solidária. Suplementos junho 2009. p 07-12.

STRASSAMANN, Diana. **A economia feminista**. São Paulo: Sof, 2002.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e método. 2 ed. Porto Alegre: Bookmann, 2001.