



FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE NAVIRAÍ – CPNV



Vanessa Gomes Falcão

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**EMPREENDEDORISMO POR MULHERES: um estudo sobre os
desafios das empreendedoras da Associação de Mulheres de
Negócios e Profissionais (BPW) de Naviraí-MS**

Orientador:

Prof. Dr. Marcelo da Silva Mello Dockhorn

Naviraí-MS

2020

EMPREENDEDORISMO POR MULHERES: um estudo sobre os desafios das empreendedoras da Associação de Mulheres de Negócios e Profissionais (BPW) de Naviraí-MS

Vanessa Gomes Falcão

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo compreender os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que fazem parte da BPW no município de Naviraí. De forma específica, buscou-se descrever a atuação da BPW e identificar os desafios das mulheres. Para tanto, a revisão da literatura abordou os seguintes temas: o empreendedorismo e seus desafios; empreendedorismo por mulheres e o perfil das mulheres empreendedoras; e as redes de negócios e a BPW. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa e realizada por meio de um estudo de caso, que utilizou fontes primárias e secundárias, para a coleta de dados. Como principais resultados, identificou-se como os maiores desafios das empreendedoras o excesso da burocracia em abrir o seu próprio negócio, a conciliação entre gerir a própria empresa e o convívio familiar e a fragilidade da capacitação da gestão de negócios. Os resultados também apontam que essa rede, BPW Naviraí, contribuiu muito para o desenvolvimento pessoal e profissional, das mulheres de negócio e de suas empresas. Conclui-se que as mulheres possuem características distintas comparadas aos homens, quando o assunto é empreender e gerir, como a sensibilidade; dedicação; visão aberta; detalhista e ação cooperativa.

Palavras-chave: Empreendedorismo e seus desafios; Mulher empreendedora; Associações em redes.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem sendo um impulsionador da economia ao redor do mundo. No Brasil, segundo dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), a taxa de empreendedorismo total em 2018 foi de 38%, estimando-se que cerca de 52 milhões de brasileiros com idades de 18 a 64 anos, estavam envolvidos em alguma atividade empreendedora nesse ano (GEM, 2018).

Quando se trata das mulheres, as empreendedoras representam cerca de 23,8 milhões de brasileiras (GEM, 2018). De acordo com o relatório GEM (2018), há algumas diferenças entre homens e mulheres que têm sido recorrentes ao longo dos anos, principalmente considerando o empreendedorismo estabelecido. Em 2018, as taxas de empreendedores iniciais do sexo feminino foram 17,3%, enquanto que o masculino foi de 18,5%. Entre os empreendedores estabelecidos, a taxa do sexo feminino foi de 17,2% e o masculino 23,3%, ou seja, há uma diferença de 6,1 pontos percentuais, o que mostra que as mulheres estão menos ativas que os homens pela atividade empreendedora em estágio estabelecido (GEM, 2018).

Diante das dificuldades para atuação, uma das estratégias das mulheres é se fortalecerem por meio de associações, como a *Business Professional Woman* (BPW). A BPW Internacional é uma rede de negócios com afiliados em mais de cem países, nos cinco continentes (BPW Internacional, 2018). No Brasil, a BPW é denominada Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais (BPW Brasil, 2020). No município de Naviraí, Mato Grosso do Sul (MS), a BPW foi fundada em 22 de Julho no ano de 2016, como BPW Naviraí (Associação de Mulheres de Negócios e Profissionais de Naviraí), na qual, iniciou com 41 mulheres filiadas (LOPES, 2016).

Considerando a necessidade de conhecer as empreendedoras de Naviraí, o trabalho desenvolvido pela BPW em Naviraí, e devido à falta de pesquisas em pequenos municípios localizados no interior do país, chegou-se ao seguinte problema de pesquisa: quais os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, que fazem parte da organização BPW no município de Naviraí-MS? Neste contexto, o objetivo do presente trabalho foi compreender os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que fazem parte da BPW no município de Naviraí. De forma específica, buscou-se descrever a atuação da BPW e identificar os desafios das mulheres.

Para tanto, o presente trabalho foi organizado da seguinte forma: além desta introdução, apresenta-se a revisão da literatura, seguido dos procedimentos metodológicos. Depois, apresenta-se a discussão e análise dos dados. Por fim, expõem-se as conclusões.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Neste capítulo, apresentam-se discussões que auxiliam no embasamento da pesquisa. Primeiramente, discute-se sobre o empreendedorismo e seus desafios, e em seguida apresenta-se o empreendedorismo por mulheres e o perfil das mulheres empreendedoras. Por último, as redes de negócios e a BPW.

2.1 O EMPREENDEDORISMO E SEUS DESAFIOS

Empreendedorismo, nada mais é do que a criação de um negócio, em que se define pela busca obstinada de oportunidades, tendo a consciência dos riscos e a resistência de tal ideia até se tornar realidade, ou seja, um modelo de negócio (KURATKO, 2018).

Para Barbosa (2012), na maioria das vezes, com o último desligamento da empresa, cada pessoa começa a investir seu capital na missão de empreender, começando na condição de pequeno ou microempreendedor. É por essa sagacidade, que se tem modificado a forma de conduzir os negócios em todos os níveis e em cada país (KURATKO, 2018). Em vista disso, segundo Kuratko (2018, p. 4), “a revolução empreendedora foi adotada em um sentido econômico, e a mentalidade empreendedora é a força dominante”, em que a atuação do empreendedor, de forma clara, é a relação com o mundo dos negócios, seja como pequeno ou grande empresário. Dessa forma, Gerber (2011) apud Barbosa (2012) diz que a atuação do empreendedor é visionário, técnico e aquele que faz aprendendo mais com a prática do que com a teoria.

Segundo Barbosa (2012), um dos maiores desafios do empreendedorismo é a relação e o bom convívio familiar, logo para quem começa um negócio, ou para quem está em um cargo que exige muito de si, como a gestão. Salienta-se, que a maioria dos empreendedores conta com o apoio da família, muito mais no início das atividades empreendedoras, entretanto, com o decorrer do tempo surgem reclamações da falta de atenção e do convívio familiar (BARBOSA, 2012).

Dessa maneira, o empreendedor nunca pode deixar que sua atuação seja o maior inimigo da sua vida pessoal. Barbosa (2012, p. 48) cita, que “embora alguns empreendedores digam que a sua maior felicidade nos negócios, seja o reconhecimento do mercado em relação aos seus resultados, é óbvio que em longo prazo o que mais conta é o bom resultado financeiro”. Desse modo, com a crise econômica, o aumento do desemprego e do trabalho temporário, cresce a necessidade de empreender (SIQUEIRA et al., 2007).

De forma geral, o empreendedorismo tende a ser maior em países com baixo índice de desenvolvimento, no qual o desemprego é maior e se agrega dificuldades para se inserir no mercado de trabalho, levando as pessoas a buscarem alternativas de ocupação, como empreender (SIQUEIRA et al., 2007). Deste modo, “o empreendedorismo é uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades do momento econômico” (GEM, 2015, p. 19), aumentando o empreendedorismo por necessidade, que ainda se revela nos dias atuais.

No Brasil, há muitos fatores que dificultam gradativamente a atuação, assim como Siqueira et al. (2007), traz: a) acesso e custo do capital; b) elevada carga de tributos; c) exigências fiscais e legais; e d) frágil capacitação para a gestão do negócio, no qual é um dos termos mais críticos para empreender. Barbosa (2012), também explica que o excesso da burocracia é um desafio que o empreendedor enfrenta, sendo o alto custo e a escassez do dinheiro para o seu capital de giro, como também os custos trabalhistas e tributários.

Dessa forma, o pequeno empresário ou empresária, sempre está correndo riscos de fechar seu negócio e outro grande problema, que o Brasil enfrenta é a falta de políticas governamentais e a baixa escolaridade dos brasileiros para o desenvolvimento do empreendedorismo. Apesar disso, continua sendo uma fraqueza para a evolução do Estado (BARBOSA, 2012). Tanto que, alguns estudos realizados no Canadá demonstram que o investimento da política pública focada na flexibilização do empreendedorismo local, tem o grande impacto no crescimento do país, inclusive trazendo grande economia para a região (FARAH, 2017).

Para Dornelas (2018), o empreendedorismo revoluciona o mundo, onde o comportamento e o próprio processo empreendedor precisam ser estudados e compreendidos, para que assim os empreendedores sejam pessoas diferenciadas que queiram se destacar em meio à sociedade. Por conseguinte, os empreendedores criam novas relações de trabalho e novos empregos, para a nova economia, gerando novas riquezas. Em função disso, inclusive no Brasil, matérias e cursos com o tema que abrange o empreendedorismo, expande entre as escolas e universidades, inclusive no ensino fundamental, sendo como uma alternativa para os jovens profissionais (DORNELAS, 2018).

Deste modo, bem como Farah (2017) conclui, o perfil do empreendedor, por si só, é muito requisitado pelas empresas que enfrentam no cotidiano o desafio de ser competitivas no atual mercado, ainda mais com o aumento da globalização. Além da importância econômica e social, estudos apontam que a aptidão para empreender pode ser construída e moldada aos indivíduos que se dispõem a esse comportamento (FARAH, 2017). Portanto, para empreender não há distinção de identidade e para o próximo tópico, aborda-se o empreendedorismo por

mulheres e o perfil das mulheres empreendedoras.

2.2 EMPREENDEDORISMO POR MULHERES E O PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Segundo a pesquisa do IBGE (2018), em toda sociedade existem diferenças entre o que se espera e se valoriza em uma mulher, e o que se espera e se valoriza em um homem. São diferenças, no qual se tem um impacto exclusivo sobre ambos e em todos os meios participativos, tanto na saúde, educação, trabalho e vida familiar, quanto no bem-estar de cada (IBGE, 2018).

Segundo Cornwall (2018), o empreendedorismo baseia-se em argumentos que surgem há mais de três décadas de pesquisa e defesas, realizadas por acadêmicas feministas, no qual a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres são enquadrados por uma preocupação pela desigualdade persistente. Deste modo, estuda-se por elas essa transformação estrutural, em que simplesmente incorporam-se as mulheres ao mercado de trabalho com normas e práticas totalmente desiguais (CORNWALL, 2018). Portanto, assim como discute Jonathan et al. (2007), inúmeras possibilidades cercam a inclusão das mulheres no espaço público do trabalho e em todo o mundo, cresce gradativamente o interesse pelas características e consequências do trabalho feminino. Embora, muitos de que observam o comportamento feminino atribui-se as mulheres habilidades, em pensar e fazer diversas atividades simultaneamente e assim, consideram-se múltiplos papéis, uma das características do universo feminino (JONATHAN et al., 2007).

Jonathan et al. (2007) destaca em sua pesquisa, que as empreendedoras têm forte compromisso com seus empreendimentos. Em que, as mulheres sentem mais satisfação do que culpa, ao construírem um projeto de vida ou plano de negócio, ou seja, centralizada na prática do empreendedorismo, em que se dedicam com perseverança no que estão comprometidas. Neste sentido, o gênero feminino se destaca também com relação ao empreendedorismo por mulheres que se expande tanto no país, quanto no mundo (TEIXEIRA et al., 2016).

Entretanto, para Machado (2012), em sua pesquisa realizada em 2012, barreiras invisíveis são enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho, tendo o termo conhecido como o fenômeno “Teto de Vidro”. A expressão surgiu na década de 1980, em que Machado (2012, p. 4) explica sendo “como “barreiras invisíveis” que dificultam as mulheres na conquista de recompensas salariais justas e oportunidades iguais de desenvolvimento

profissional equiparado ao gênero masculino”.

Já para Camargo e Montibeler (2018), a maternidade pode ser definida como uma dificuldade para aproveitar as oportunidades e ter uma progressão em sua carreira.

Esta realidade traz os desafios para mulher empreender e iniciar um negócio, como também estar à frente de uma empresa em um cargo de liderança. Aponta-se, que naturalmente o processo de empreender, por reputação, já é fadado de dificuldades, em relação ao longo da história vinculado ao gênero feminino, enfrentam-se dificuldades extras quando o assunto é empreender (ALPERSTEDT et al., 2014). Com base nessas evidências, pode-se compreender melhor essa análise conforme se apresenta no quadro 1 a comparação entre o empreendedorismo inicial e estabelecido entre os gêneros.

Quadro 1: Empreendedorismo Inicial e estabelecido

| Gênero | Empreendedorismo Inicial | Empreendedorismo Estabelecido |
|---------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| Feminino | 17,3 | 17,2 |
| Masculino | 18,5 | 23,3 |

Fonte: GEM, 2018.

Conforme apresenta o quadro 1, em 2018, no Brasil tem-se o aumento de 17,3%, do gênero feminino no empreendedorismo inicial e 17,2%, no empreendedorismo estabelecido. No entanto, aumenta-se a predominância do empreendedorismo sendo efetivo por homens, tanto no estágio inicial com 18,5%, quanto no estabelecido que aumentou para 23,3%. Classificado como estágio inicial, a taxa de empreendedorismo inicial (TEA), interpreta-se por negócios com empreendimento novo ou nascente (GEM, 2018). Deste modo, a representatividade das mulheres em cargos de alta referência vem aumentando ao longo dos anos, contudo as dificuldades ainda persistem (HRYNIEWICZ; VIANNA, 2018). Quando se trata da concepção do empreendedorismo por mulheres, é abordado como diversas características psicológicas e sociais das empreendedoras, e não somente as questões econômicas (MACHADO et al., 2003).

Assim como Machado (2009) traz em seus estudos, o ingresso das mulheres no mundo do mercado de trabalho se inicia na década de 80, começando daí uma nova revolução, já que muitos aspectos a serem expostos são primordiais para a adequação do desempenho da mulher como empresária. Diante disso, como afirma Machado (2009), a identidade é um fenômeno em que continuamente está em processo de construção, no qual o desenvolvimento vem contribuindo para a atuação das mulheres empreendedoras. Quando se realiza o primeiro

seminário sobre mulheres empreendedoras, sendo preparada pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) em 1998, a principal discussão é sobre a importância das mulheres à frente de negócios de pequeno porte, no qual elas representavam metade da população mundial, tendo em vista que as pequenas e médias empresas possuem um papel fundamental para o desenvolvimento da empregabilidade, inovação e para o setor financeiro (MACHADO, 2009).

Seguindo a linha de raciocínio de Machado (2009), em 1946, surge a primeira Associação de Mulheres de Negócios, fundada na Europa e iniciada na França, no qual se inicia com 29.000 associadas de 35 países, onde as mulheres se fazem presente em mais esta conquista, e mudança empresarial. Em direção disso, desenvolvem-se organizações e programas onde as mulheres fazem sua grande participação e lutam no mercado de trabalho, ainda mais para a função gerencial. Em 1999, foi criado o Projeto Diana (The Diana Project), com objetivo de apoiar o crescimento das mulheres empreendedoras, no Estados Unidos o projeto também surge com a questão do por que as empresas pertencentes a mulheres permanecem menores que a dos homens, trazendo uma pesquisa mais aprofundada sobre o empreendedorismo por mulheres (BABSON COLLEGE, 2020).

Com isso, identificam-se características encontradas no gerenciamento realizado pela mulher. Pode-se, classificar pelo processo decisório e estilo de liderança, que enquanto os homens buscam o poder como uma habilidade para o controle, as mulheres voltam-se para a capacidade a ser focada em direção a toda comunidade; do comportamento financeiro, sendo uma característica levada em assumir menos riscos na solicitação de créditos, diferentemente do homem, já que as mulheres possuem um certo comportamento conservador a baixa participação do capital de terceiros quando mencionados nas operações da empresa, se tem baixa queda de risco (MACHADO, 2009). Outras características que Machado (2009) identifica, é o estilo nas escolhas estratégicas sendo feito por elas, na formulação de estratégias, em que está presente a atenção com a qualidade na linha de produtos e serviços e no preço, no qual as mulheres tendem a observar o ambiente interno do que o externo em suas escolhas estratégicas e a estrutura organizacional, em que elas estão ao centro e sempre conectadas aos seus funcionários.

Portanto, não são as mudanças que o empreendedorismo percorre, mas sim quem interpreta, ou seja, quem empreende que exclusivamente era sempre os homens. Porém, essa interpretação passa a ser modificada quando os sujeitos passam a ser mulheres em tal função (MACHADO, 2009). Entretanto, a forma como somos vistas é outro elemento importante para a construção de nossa identidade, e diferentes concepções sobre como são vistas as

empresárias, revelam-se também suas identidades, como a dedicação e profissionalismo, esforço e cooperativismo, exigência e ousadia; coragem e bem sucedida ou até mesmo de que se afastou da família, ou seja, aspectos que são encontrados no empreendedorismo por mulheres, em que é determinado pela utopia para preencher expectativas do outro (MACHADO, 2009).

Para esse encontro de identidades das mulheres empreendedoras, o próximo tópico discorre sobre as redes de negócios e as Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais, tanto na sua criação, quanto no seu desenvolvimento no mundo.

2.3 REDES DE NEGÓCIOS E A BPW

A participação das mulheres empreendedoras na economia brasileira está sendo cada vez maior. Entretanto, elas possuem pouca visibilidade quando se trata desse papel na atuação (GREATTI et. al., 2010).

Deste modo, o estudo realizado sobre a atuação da mulher no papel de empreendedor, tornam-se desenvolvido em muitos locais, conquistando espaços e sendo generalizado para que as mulheres tenham o fortalecimento estando à frente de empresas (GREATTI et. al., 2010). Em vista disso, Greatti et. al. (2010), diz que as Associações de Mulheres de Negócios torna-se uma das formas mais importante de visibilidade de empreendedoras na atuação, tanto no Brasil, quanto no mundo. Por conseguinte, essas entidades funcionam como redes para fortalecer a participação geral das empreendedoras, no qual vários modelos são encontrados. Portanto, as associações são redes que fortalecem o papel empreendedor pelas mulheres e além de serem de modo, em que o crescimento de empresas que são geridas por elas (GREATTI et. al., 2010).

Desta forma, percebe-se que nos últimos anos muitas associações foram criadas e desenvolveram-se, sendo apenas voltadas para o público feminino e o quanto é fundamental a participação, podendo ter um impacto pessoal na vida das mulheres (BACCHI et. al., 2017).

Assim como Bacchi et. al. (2017) discorre, no Brasil a BPW é a única organização que se dedica às questões da Mulher em consideração a Organização das Nações Unidas (ONU). Em vista disso, uma das maiores associações de redes com a missão de agregar mulheres de negócios e profissionais, a BPW é uma organização não governamental com o intuito de coordenar e orientar o desenvolvimento profissional, pessoal, social, político e econômico para as mulheres empreendedoras (OLIVEIRA et. al., 2011).

Fundada na Genebra (Suíça) em 1930, a BPW propõe-se a defesa dos direitos da

mulher, logo em 1987, surge à federação no Brasil, sendo conhecida hoje como BPW Brasil (OLIVEIRA et. al., 2011). Com isso, Machado et al., (2009) diz que a participação das mulheres empreendedoras na economia brasileira aumenta-se cada vez mais, entretanto ainda com pouca visibilidade. Desta forma, atualmente ações são desenvolvidas com objetivos de apresentar casos de mulheres bem-sucedidas através do empreendedorismo, com intuito de estimular outras mulheres com esse anseio, de criar o seu próprio emprego, ser dona de seu próprio negócio (MACHADO et. al., 2009). Visto o embasamento à pesquisa, o próximo capítulo trata-se dos procedimentos realizados para a metodologia do trabalho.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICOS

Neste capítulo, esclarecem-se os procedimentos adotados para a condução deste estudo. Desta forma, o estudo que se apresenta é de natureza qualitativa, ou seja, preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser representados por fenômenos numéricos, buscou-se compreender e explicar as dinâmicas das relações sociais, objetivando o fenômeno (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

Quanto ao tipo de pesquisa, se classifica como pesquisa descritiva. A pesquisa descritiva busca descrever características de determinado fenômeno, não tendo compromisso em explicar os fatos que descreve, embora seja de base para tal explicação (VERGARA, 2013).

Quanto aos procedimentos utilizados, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, desenvolvida através de materiais já elaborados, como livros e artigos científicos, no qual se permite uma ampla investigação e cobertura dos fatos (GIL, 2008). Também foi realizado um estudo de caso. Começando com uma visão minuciosa da literatura e após uma atenção cautelosa dos objetivos da pesquisa (YIN, 2015). Como explica Estrela (2017), o estudo de caso é o tipo mais básico na compreensão de um estudo descritivo, habituando-se a ser a primeira abordagem de um tema, sendo utilizado para avaliar problemas em que suas características ainda não foram consideravelmente detalhadas. Consistindo em um estudo mais aprofundado de poucos casos permitindo ser detalhado em sua análise, já que a maioria das pesquisas definidas como estudo de casos é de natureza qualitativa (GIL, 2019).

O presente trabalho desenvolveu-se mediante a coleta de dados secundários e primários. Os dados secundários utilizados foram os relatórios GEM (2015), GEM (2018) e dados do IBGE.

Utilizou-se como dados primários a coleta por meio de entrevistas semiestruturadas

que, como explica Severino (2008), é uma ferramenta técnica que aborda informações sobre o determinado assunto, tratando-se de uma interação mais direta e clara entre o pesquisador e o pesquisado. Segundo a perspectiva de Silveira e Córdova (2009), organiza-se um conjunto de questões, ou seja, um roteiro sobre o tema que será estudado e assim, permite-se que o entrevistador possa falar abertamente sobre assuntos que possa surgir como segmento do tema principal.

Foram entrevistadas cinco empreendedoras da BPW Naviraí, que atuam no município. A presidente da associação (P1) para falar especificamente da associação e quatro associadas (E2), (E3), (E4) e (E5) para relatar sobre suas experiências com os seus empreendimentos, os principais desafios encontrados e a atuação com a BPW.

Primeiramente, foi contatada a presidente da associação, que aceitou em participar do trabalho. A presidente disponibilizou o contato das empreendedoras. A escolha das entrevistadas ocorreu por acessibilidade e disposição em participar das entrevistas.

As entrevistas foram realizadas no mês de Outubro de 2020. Em razão da pandemia da Covid-19, as entrevistas ocorreram de forma remota. A entrevista com P1 e E2 ocorreu por meio da plataforma *Google Meet*. As entrevistas com E3, E4 e E5 foram realizadas por meio de vídeo-chamadas pelo aplicativo *WhatsApp*. Todas as entrevistas obteve em média a duração de tempo de uma hora, e foram gravadas e transcritas para a análise dos dados.

Foram utilizados dois roteiros para a coleta de dados, um roteiro especificamente para a presidente da BPW Naviraí, abordando os seguintes temas: funcionamento, surgimento no município, suas diretrizes, principais ações e sua contribuição para o empreendedorismo por mulheres na visão da entrevistada. O segundo roteiro foi utilizada com demais associadas e abordou os seguintes tópicos: a) perfil da empreendedora e da empresa; b) razões para empreender; c) desafios do empreendedorismo; e a d) atuação com a associação BPW.

Para análise dos dados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, em que estabelece procedimentos sistemáticos possibilitando no levantamento de indicadores, sendo eles quantitativos ou não (CAVALCANTE et. al., 2014). As categorias de análise utilizadas foram: a) o perfil da empreendedora e da empresa; b) as razões para empreender; c) os principais desafios para empreender; e a d) atuação com a associação. No próximo capítulo, abordaram-se a análise e discussão dos dados conforme as categorias.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Neste capítulo, expõem-se os tópicos com os resultados obtidos. Primeiramente, foi

feita a análise sobre a BPW Internacional e o surgimento da BPW Naviraí, e em seguida apresenta-se o perfil das empreendedoras e das empresas. Por último, a atuação com a associação BPW Naviraí.

4.1 A BPW INTERNACIONAL E A BPW NAVIRAÍ

A Federação Internacional de Mulheres Empresárias e Profissional (BPW Internacional) foi fundada em 1930, em Genebra na Suíça, pela Dr.^a Lena Madésin Philips, a BPW é uma das redes internacionais mais influentes de mulheres de negócios e profissionais, com afiliadas em mais de 100 países, nos cinco continentes (BPW Internacional, 2018).

Quando questionada sobre o que é a associação e como ela funciona, a entrevistada P1 respondeu que a BPW é uma associação não governamental, que busca o empoderamento das mulheres, ela é uma organização internacional que também tem uma cadeira na ONU, e que está em diversos países, em todos os continentes. Essa informação está de acordo com a pesquisa realizada por Oliveira et. al. (2011), ao relatar que a associação é uma organização não governamental com o intuito de coordenar e orientar o desenvolvimento profissional, pessoal, social, político e econômico para as mulheres empreendedoras, e uma das maiores associações de redes com a missão de agregar mulheres de negócios e profissionais.

Segundo a entrevistada P1, no Brasil a associação tem forte atuação, e no Mato Grosso do Sul está chegando aos poucos. Atualmente, a BPW está presente na Capital do Estado Campo Grande e nas cidades de Dourados e Naviraí, que segundo a entrevistada P1, atual presidente da associação, o município de Naviraí é privilegiado, pois, é uma das três cidades do Mato Grosso do Sul que tem a BPW, que ficou conhecida no município através do curso do Sebrae em 2012, sobre o que era a associação.

Para a entrevistada P1, a importância de ter uma BPW no município de Naviraí, é a busca do empoderamento da mulher através do conhecimento. Como também, obter a troca de informações, como o exemplo que a entrevistada fala, uma associada que tem uma loja de roupa infantil, outra tem um salão de beleza, outra floricultura e outra empresária de um posto de gasolina. Todas essas informações sobre os empreendimentos e negócios, são compartilhadas dentro da associação, em que cada associada aprende sobre o negócio de outra associada. Portanto, como Greatti et. al., (2010) traz em sua pesquisa, a BPW tornou-se uma das formas mais importante de visibilidade de empreendedoras na atuação, tanto no Brasil, quanto no mundo.

Para a Presidente da BPW Naviraí, é uma troca de informação rica, grande e

importante para o empoderamento dessas mulheres, e para que elas tenham sucesso em seus negócios. Então, o grande objetivo da BPW é a troca de informações entre as suas associadas.

Durante a análise sobre a associação, quando é feita a pergunta se a BPW Naviraí segue as mesmas diretrizes das outras associações, a entrevistada P1 responde, que todas as associações têm as mesmas diretrizes, seguindo a mesma visão e missão da BPW Internacional, para não perderem o seu caminho e os objetivos da associação, para que todas estejam olhando para a mesma direção. No quadro 2, apresentam-se objetivos e atuações cruciais da organização ao nível mundial.

Quadro 2: Objetivos e atuações da BPW

| Descrição dos objetivos da BPW |
|---|
| 1. Empoderar mulheres para que ocupem todos os espaços de poder e decisão; |
| 2. Encorajar as mulheres a buscarem conhecimento, treinamento profissional e formação educacional; |
| 3. Defender a igualdade de oportunidades jurídicas, sociais, econômicas e políticas bem como melhores condições para participação no setor produtivo; |
| 4. Eliminar toda forma de discriminação e violência; |
| 5. Incentivar atividades para aperfeiçoamento da qualificação profissional e capacidade intelectual; |
| Atuações da BPW |
| 6. Estimular e capacitar as mulheres para aceitação e realização de suas responsabilidades para com a comunidade local, nacional e internacional; |
| 7. Promover o relacionamento entre mulheres empresárias, executivas e profissionais dos cinco continentes, estimulando o intercâmbio e a cooperação; |
| 8. Auxiliar as mulheres a conquistarem o protagonismo, conciliando de forma planejada a carreira profissional e suas realizações pessoais e familiares; |
| 9. Incrementar a posição das mulheres nos negócios e profissões, na vida econômica e política de seus países; |
| 10. Estimular as mulheres para que usem suas capacidades profissionais e intelectuais em proveito próprio e em benefício de outras mulheres, por meio do trabalho voluntário. |

Fonte: Site BPW Brasil (2020).

Perguntou-se sobre, a contribuição da BPW para o empreendedorismo por mulheres, a entrevistada P1 respondeu que, contribui oferecendo suporte para as empresárias e tem mulheres de vários segmentos e cargos, em que é acompanhado de perto, como o exemplo que a entrevistada trouxe do caso de uma associada que tem o seu negócio de fotografia. Quando ela iria começar o seu negócio físico ficou com muito medo e foi “onde nós analisamos juntas e chegamos ao resultado, que iria dar um bom retorno financeiro e que ela assumisse esse compromisso sem medo”, segundo a entrevistada P1. Com isso, a BPW Naviraí conta com advogadas, psicólogas, médicas, donas de casa e de vários setores, assim como a entrevistada P1 reforçou,

Todas as mulheres da BPW são de vários cargos, porque o intuito da associação é empoderar a mulher independente do cargo que ela esteja, porque seja onde for que a mulher estiver quanto mais conhecimento, quanto mais a autoestima dela estiver alta e quanto mais ela se autoconhecer e souber do poder e a importância que ela tem, mais nós ganhamos com tudo isso (P1).

E se uma associada precisa de alguma informação, conselho ou direcionamento, ela conta com a disposição de associadas do seu ramo e de outras cidades como Campo Grande, Dourados, São Paulo ou de outra região, oferecendo suporte e fortalecimento para a associada, reforça a entrevistada P1.

Para a entrevistada P1, “o foco da BPW é fazer com o que essas mulheres não tenham medo de ousar, de empreender e sem medo de crescer, e saber que pode fazer a diferença no mundo”.

Quando se perguntou sobre o surgimento da BPW Naviraí, a entrevistada P1 respondeu que a ideia de trazer a BPW para o município de Naviraí-MS começou em 2012, através de uma reunião sobre o empoderamento de mulher, realizada pelo Sebrae. Contou com a participação e apresentação de algumas grandes mulheres de sucesso como a Mara Caseiro, que era deputada estadual do MS e com a presidente da BPW Campo Grande e com algumas empresárias de Naviraí. Foi por meio da reunião, que a entrevistada E2, que na época foi eleita como presidente da associação em Naviraí, e que hoje é apenas associada, teve a ideia juntamente com algumas associadas e participantes do evento. O começo foi informal, com 30 associadas no município e contaram com grande apoio da presidente da BPW Campo Grande e “tendo o suporte e a interação, que são bem estritos aos nossos laços e às vezes é muito proveitoso para nós” (P1), diz a atual e segunda presidente da BPW Naviraí.

Na época, as primeiras associadas observaram que no comércio de Naviraí encontrava-se grande número de mulheres empreendedoras. Entretanto, não havia nenhuma organização que representasse o empreendedorismo por mulheres no município. Tanto, que a Associação Comercial de Naviraí (ACEN) é contemplada somente por homens em sua gestão, trazendo essa falta de apoio e representação da mulher no mundo dos negócios. Viu-se, essa falta de uma organização dando direcionamento e fortalecimento para as mulheres que querem atuar no empreendedorismo. Entretanto, a associação BPW Naviraí, somente se oficializou em 2016, por questões burocráticas, que para a entrevistada P1 foi um grande desafio por ser uma associação não governamental, contudo, contando com a grande colaboração de 41 associadas.

Atualmente, a associação conta com 49 mulheres, a entrevistada P1 ressaltou que a BPW Naviraí está com um projeto para fechar o ano de 2020 com 100 associadas, entretanto

com a pandemia teve esse adiamento, mas que mesmo com essa inconsistência, elas não perdem o foco em trabalhar na captação de novas associadas. Deste modo, para fazer parte da associação “é só querer, onde será necessário preencher uma ficha e começar a fazer parte dos encontros e dos projetos da BPW”, ressaltou P1.

Segundo Oliveira et. al. (2011), quando se trata de projetos e ações o poder público não consegue suprir toda demanda social das organizações. Para suprir essa necessidade com a sociedade surgem as entidades do terceiro setor que buscam junto à iniciativa que possibilitam a execução de suas ações e atendimento aos seus objetivos.

Para a entrevistada P1, dependendo do projeto, a BPW tem alguns parceiros como: a) Prefeitura Municipal de Naviraí; b) ACEN; c) Poder Judiciário; d) Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS); e) Empresas e pequenos empreendedores, como por exemplo, a Cooperativa Agrícola Sul Matogrossense (COPASUL) que colaborou na ajuda na fabricação das máscaras, que também foi um projeto da BPW Naviraí; f) Indústria de Alimentos; g) Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) como, por exemplo, uma professora de Arquitetura e Urbanismo, que fez todo o desenho do paisagismo para o Projeto das Flores; h) Rede Feminina de Combate ao Câncer; e i) Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que oferece bolsas de estudos além de cursos e palestras. Em relação à parceria a P1 cita que,

Sozinhas não fazemos nada, mas com parceria conseguimos muita coisa. Porque a nossa grande missão é buscar o conhecimento e através dele empoderar as mulheres, para que elas possam ir mais longe e elas muitas vezes se perdem dentro do que elas têm e de saber do poder que elas têm de transformar o mundo e depois transbordar para a sociedade esse conhecimento. O segredo do sucesso é a parceria.

No quadro 3, são descritos alguns projetos e ações que transformam a comunidade interna e externa da associação.

Quadro 3: Projetos e ações da BPW 2019/2020

| Principais ações no ano de 2019 e 2020 no município de Naviraí | | |
|---|-------------------------------|---|
| Ano | Projeto | Descrição da ação |
| 2019 | Decoração de Natal de Naviraí | Um projeto que ganhou reconhecimento a nível nacional feito com material reciclável, que contou com a arrecadação de mais de 50.000 pets, uma interação entre a associação, Lar dos Idosos e o comércio local. |
| 2020 | Flores de Naviraí | Plantio de flores na principal avenida de comércio da cidade, com o objetivo de trazer qualidade de vida e captação da atenção dos consumidores para o comércio, um projeto que contou com as parceiras de algumas empresas de Naviraí. |

| | | |
|------|------------------------|--|
| 2020 | Confecções de máscaras | Que contou com a parceria de algumas mulheres da Juncal, um projeto que também conta com a participação de mulheres autônomas que trabalham com o artesanato e outras atividades que traz renda para si, e da Rede Feminina de Combate ao Câncer na confecção e distribuição das máscaras. |
|------|------------------------|--|

Fonte: Elaborado pela autora.

Para a P1, a associação trabalha com diversos projetos sociais no Brasil e no mundo, em prol de toda a população e toda essa ação, graças à união das mulheres da BPW.

Entretanto, atualmente, por conta da pandemia, a associação não tem quantidade suficiente de associadas que gostariam de atingir e há meta para captar mulheres, mas com a pandemia, dificultou este objetivo, segundo a P1. Quanto mais mulheres, mais força de trabalho a associação adquiri e antes da pandemia, uma das dificuldades é o Tabu que enfrentam como o preconceito, “mas nós mulheres da BPW estamos aqui para quebrar isso, não queremos ser melhores que os homens, o que queremos é andar lado a lado”, como cita a entrevistada P1.

Por conseguinte, ainda a entrevistada P1 contribuiu dizendo, que a associação também conta com a atuação do Comitê BPW Jovem que faz parte da BPW Internacional, para mulheres de 18 a 35 anos, mas que ainda não tem oficial em Naviraí e essa turma é separada porque às vezes elas têm outra visão e momento, mas também segue as mesmas diretrizes da associação (P1). Em seguida, temos a análise do perfil das empreendedoras entrevistadas e de suas empresas.

4.2 PERFIL DAS EMPREENDEDORAS E DAS EMPRESAS

O perfil das empreendedoras está apresentado no quadro 4 e foi traçado a partir dos elementos de análise de idade, filhos, escolaridade, naturalidade, ano e motivo que veio para Naviraí-MS.

Para Machado (2009), a identidade é um fenômeno em que continuamente está em processo de construção, no qual o desenvolvimento vem contribuindo para a atuação das mulheres empreendedoras. Com isso, o quadro 4 apresenta um breve perfil das empreendedoras escolhidas para o presente estudo.

Quadro 4: Perfil das empreendedoras

| Entrevistada | Faixa Etária | Filhos | Escolaridade | Local de nascimento | Ano | Motivo de mudança para Naviraí? |
|---------------------|---------------------|---------------|---|----------------------------|------------|--|
| E2 | 53 anos | Sim | - Ensino Médio - Técnico em Contabilidade | Batayporã/MS | 2003 | Em busca de oportunidade |
| E3 | 46 anos | Sim | - Graduação em Ciências Contábeis - Pós-graduação em Gestão de Finanças - Pós-graduação em Direito Tributário. | Campo Grande/MS | 2016 | Em busca de oportunidade |
| E4 | 64 anos | Sim | - Graduação em Pedagogia - Pós-graduação em pedagogia - Cursos técnicos do Sebrae (como o Empretec, sobre o empreendedorismo) | Paranavaí/PR | 1976 | Casamento |
| E5 | 61 anos | Sim | - Graduação em Pedagogia - Pós-graduação em pedagogia. | Paranavaí/PR | 1970 | Mudanças dos pais |

Fonte: Elaborado pela autora.

Observou-se, que as empreendedoras desta pesquisa estão na faixa média de idade de 50 anos. Todas entrevistadas vieram de outras cidades e estados. Através da mudança dos pais, quando ainda criança, por causa do casamento ou em busca de oportunidades, em que identificaram uma chance de abrir o seu próprio negócio. Demonstrou-se, que duas empreendedoras tiveram que sair de suas cidades de origem, em busca de oportunidades de negócios. Considerando, como as barreiras invisíveis são enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho, como destaca Machado (2012). Ambas as entrevistadas são mães e avós.

Durante a coleta das entrevistas, apenas uma entrevistada é graduada em Contabilidade e duas em Pedagogia, as entrevistadas citam que sentem a falta de estudos na área do empreendedorismo. Como apresentado nos estudos de Barbosa (2012), que o Brasil enfrenta a baixa escolaridade na formação da área do empreendedorismo e continua sendo uma fraqueza para a evolução do Estado.

Notou-se, que uma possuía algum curso técnico na área de contabilidade, e uma com superior completo em contabilidade e demais em pedagogia, em que são professoras aposentadas que resolveram empreender. Segundo a entrevistada E2, o curso técnico em contabilidade era o que estava mais próximo a sua realidade, já que era difícil dar atenção ao

casamento e aos estudos. Entretanto, para as entrevistadas E3, E4 e E5, viram a necessidade que tinham em buscar alguma qualificação a mais. Contudo, ainda sentiram a falta da formação específica na área de atuação. O quadro 5 apresenta o perfil da empresa.

Quadro 5: Perfil da empresa

| Entrevistada | Sócios | Tipo de negócio | Funcionários | Tempo de atuação | Há algum empreendedor na família? |
|--------------|--------|--|--------------|------------------|---|
| E2 | Não | - Loja de Personalizações e estampas | 3 | 4 anos | Sim, o filho possui uma empresa de Turismo no PR. |
| E3 | Não | - Escritório virtual de contabilidade; - Presta serviços de contabilidade para outra organização. | 8 | 5 anos | Sim um irmão dono de um negócio de Gestão de Pessoas e outro de Designer Web. |
| E4 | Não | - Loja de presentes e decorações. | 1 | 3 anos | Não, é a única com atividade empreendedora. |
| E5 | Não | - Loja de produtos naturais | 2 | 4 anos | Sim, já vêm de uma família empreendedora, desde os pais, irmãos e filhos. |

Fonte: Elaborado pela autora.

A análise de dados demonstrou que, além de serem mães, são empreendedoras e líderes de seu negócio. Corroborando, com o conceito de Jonathan et. al. (2007), que destaca as habilidades de fazer várias atividades simultaneamente.

Quanto à questão se mais alguém que seja empreendedor ou dono do próprio negócio em sua família, algumas falam sobre ser a primeira a empreender e outras já possuíam uma influência em sua família.

4.3 RAZÕES PARA EMPREENDER E OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO

Quanto às razões para empreender, a análise de dados revelou que a maioria começou a empreender por necessidade. Concordando com o que o relatório GEM (2015, p. 19) trouxe, em que “o empreendedorismo é uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades do momento econômico”. Deste modo, como demonstrado no quadro 6 sobre as razões para empreender.

Quadro 6: Razões para empreender

| Entrevistada | Razões para abrir o seu próprio negócio | Teve apoio da família? | Experiência na área de atuação |
|--------------|---|------------------------|--|
| E2 | Divórcio | Sim | Logo que se viu na necessidade, começou a atuar com vendas, começou a trabalhar em lojas e vender por conta própria. |
| E3 | Em prol de ajudar a mãe e o filho e que eles tenham uma vida melhor. | Sim | Possuía experiência, pois, já atuava em um escritório de contabilidade e trabalhava para um juiz. |
| E4 | Influenciada a conhecer a BPW, iniciou uma empresa em sociedade e atualmente tem uma empresa própria. | Sim | Não |
| E5 | Desejo de empreender, enquanto trabalhava para o Sebrae e conheceu a BPW Campo Grande. | Sim | Sim |

Fonte: Elaborado pela autora.

Constatou-se que, as razões que levaram a abrir o seu próprio negócio são várias, além da necessidade, em conformidade com a pesquisa de Barbosa (2012), que na maioria das vezes, com o último desligamento empresa, cada pessoa começa a investir seu capital na missão de empreender, começando na condição de pequeno ou microempreendedor. E outra razão, como o desejo de empreender, ajudar a família e influência da associação, assim como a entrevistada E5 citou. Outra razão identificada foi o divórcio, que segundo a entrevistada E2 disse, quando se separou do marido se viu na necessidade, pois, não possuía nenhum estudo ou formação e não obteve indicação de ninguém e precisava viver para os filhos.

Observou-se, que as entrevistadas tiveram o apoio da família, quando começou o próprio negócio, assim como destaca Barbosa (2012), que um dos maiores desafios do empreendedorismo é essa relação do trabalho e o bom convívio com a família, ainda mais para quem começa o seu próprio negócio e que a maioria dos empreendedores conta com o apoio da família e muito mais no início das atividades empreendedoras.

Portanto, são vários os desafios enfrentados pela empreendedora ou o empreendedor. Assim, como Barbosa (2012) trouxe em sua pesquisa, no ano de 2012, destaca o excesso da burocracia em abrir o seu próprio negócio como um principal desafio, e o no decorrer do tempo, surgem reclamações da conciliação entre gerir o seu próprio negócio e o convívio familiar, de modo como disse a entrevistada E2, que dependendo da atuação, a

empreendedora tem que se adaptar e quando optar por esse meio de empreender, já tem que estar consciente desses desafios. Outro fator que leva ao desafio do empreendedorismo é a fragilidade da capacitação da gestão de negócios, no qual é um dos termos mais críticos para a atuação, quando se refere ao empreendedorismo por necessidade, em concordância com a pesquisa de Siqueira et. al. (2007). Conforme, demonstrado no quadro 7, os desafios apontados pelas empreendedoras.

Quadro 7: Desafios do empreendedorismo.

| Desafios | Características citadas pela empreendedora |
|--|---|
| Burocracia | Tempo de espera para obter o alvará de funcionamento, enquanto isso ter que pagar os custos fixos sem estar em funcionamento. |
| Convívio familiar | Conciliação do tempo com a família em relação à empresa e a falta de tempo com os filhos. |
| Fragilidade da capacitação da gestão de negócios | A falta de preparação da empreendedora antes de abrir o próprio negócio. |

Fonte: Elaborado pela autora.

Na perspectiva das empreendedoras, quando se fala sobre os homens terem mais vantagens que as mulheres, elas responderam que não sentem essa diferença, a entrevistada E2 cita que “seu segmento de mercado são para mulheres”, por isso não veem dificuldade em atuar com o empreendedorismo. Neste sentido é uma vantagem ser mulher, pois como Jonathan et. al. (2007) conceitua, é variada à possibilidade para a inclusão da mulher no empreendedorismo, tendo o crescimento da busca pelos resultados do trabalho feminino.

Portanto, para a entrevistada E3, segmentos de mercado com perfis masculino tem mais complexidade da atuação da mulher. Concordando com o estudo de Machado (2012), que destaca a existência de barreiras invisíveis, que são enfrentadas pelas mulheres empreendedoras, tendo o termo conhecido como o fenômeno “Teto de Vidro”.

Outra perspectiva, que foi analisada pelas entrevistadas, foi sobre as características distintas dos homens na maneira de gerir, em que elas responderam que as características são: a) sensibilidade; b) dedicação; c) visão aberta; d) detalhista e; e) ação cooperativa. Esse resultado remete aos estudos de Machado (2009), que demonstra como as mulheres são vistas sendo um elemento importante para a construção da sua identidade.

Quanto aos impactos da maternidade para a mulher, é uma questão muito debatida no meio empreendedor, assim como trouxe Camargo e Montibeler (2018), que a maternidade

pode dificultar o aproveitamento das oportunidades e progressão na carreira.

Entretanto, para as entrevistadas deste estudo, a maternidade é algo que não tem impacto na vida da mulher, quando se trata em gerir, que ao contrário, é um processo natural e que faz parte do seu ciclo de vida. Pelo menos no seu segmento de negócio, como respondeu à entrevistada E2.

4.4 ATUAÇÃO COM A ASSOCIAÇÃO BPW NAVIRAÍ

De acordo com a análise de dados, todas as entrevistadas fazem parte da associação desde a sua fundação. E em relação às dificuldades encontradas para participar dos projetos da associação, somente a entrevistada E2 disse, em como a cultura da cidade ainda é egoísta, quando se trata de parceria eles só pensam em si. Para a empreendedora, a parceria é um ajudar o outro, para que assim seja uma relação para a empresa não fechar, e outra dificuldade é a falta da parceria do poder público, em algumas vezes, e já para a entrevistada E3, a falta de tempo para a participação em algumas ações, levando a uma melhor gestão do seu tempo. As outras entrevistadas não encontraram dificuldades.

Desta forma, quando se é perguntado para as empreendedoras sobre os motivos que levaram elas a se associarem, sobre as vantagens de estarem associadas e o que trouxe de contribuição para o seu negócio, foram citados relatos distintos de suas experiências, assim como é apresentado no quadro 8.

Quadro 8: Motivos, vantagens e contribuição

| Entrevistada | Motivo da associação | Vantagens de ser associada | O que contribui para o negócio? |
|---------------------|--|---|---|
| E2 | <ul style="list-style-type: none"> - Por conta da participação dos cursos do Sebrae, que sempre trouxeram sobre a BPW; - Admiração pelas mulheres de negócios da associação; - Curiosidade em saber como funcionava e o que acontecia dentro da associação. | <ul style="list-style-type: none"> - Crescimento pessoal e profissional; - Conhecer outras empresárias; - Conhecer a economia de outros países através das empresárias; - Estar em grupo com as mulheres nas ações. | <ul style="list-style-type: none"> - Aumento das redes de contato (Network). |
| E3 | <ul style="list-style-type: none"> - Interesse na história da BPW; - Missão, Visão e Valores; - Empoderamento; - Por ser um espelho para as mulheres tanto para empresárias ou não. | <ul style="list-style-type: none"> - Reconhecimento; - Estar em meio de mulheres de vários ramos, histórias e sonhos; - Depoimento de outras empresárias sobre o seu negócio; - Incentivo para as | <ul style="list-style-type: none"> - Visibilidade do seu negócio; - Ter outras visões para o mercado. |

| | | | |
|----|--|---|---|
| | | mulheres a continuar no seu negócio e não deixar a família de lado. | |
| E4 | - Empoderamento; - Empreender. | - Aprendi a me valorizar; - Ter autoestima; - Reconhecimento. | - Captação de ideias para o próprio negócio. |
| E5 | - Sempre defendeu o empreendedorismo feminino. | - Apoio; - União das mulheres para se fortalecerem; - Aquisição de conhecimento na área dos negócios. | - Troca de informações; - Apoio a perseverança no meu negócio; - Encontros de formações sobre problemas que às vezes tinha na minha gestão. |

Fonte: Elaborado pela autora.

Percebeu-se, que no quadro 8 uns dos pontos fundamentais da associação é essa troca de informação entre as empreendedoras, e sobre o poder que a elas tem para mudar tanto a vida pessoal, quanto a profissional.

Deste modo, quando se tratou na entrevista sobre o impacto que a BPW trouxe para a vida pessoal, elas reforçam que foi uma grande mudança de vida, principalmente para o seu empoderamento feminino, e saber o valor que elas têm no mundo. Em consonância ao que os estudos de Teixeira et. al. (2016) relataram que as mulheres sentem mais satisfação do que culpa ao construírem um projeto de vida ou plano de negócio, ou seja, centralizada na prática do empreendedorismo, em que se dedicam com perseverança no que estão comprometidas.

5 CONCLUSÕES

Considerando o objetivo proposto para este estudo, ou seja, compreender os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que fazem parte da BPW no município de Naviraí. De forma específica, identificando os seus principais desafios para empreender, assim como também a sua atuação na associação.

A primeira percepção da pesquisa é que o empreendedorismo foi uma grande mudança de vida, o fato de abrir o seu próprio negócio foi uma decisão radical. O grande desejo de estar a frente de uma empresa com líder ou gestora, foi um dos grandes motivos para empreender.

Quando o assunto é desafios por ser mulher neste meio, as empreendedoras não perceberam as dificuldades. Por causa do segmento de mercado que elas estão inseridas, em

que o público-alvo predominante é feminino, contestando a ideia de alguns autores apresentados neste estudo. Mas que, o excesso da burocracia em abrir o seu próprio negócio; a conciliação entre gerir a própria empresa e o convívio familiar; e a fragilidade da capacitação da gestão de negócios, foram os principais desafios identificados nesta pesquisa, conforme relatou as empreendedoras. Encontrando-se, em conformidade com as pesquisas de Barbosa (2012) e Siqueira et. al. (2017). Já que os desafios identificados por elas também são enfrentados por ambos os gêneros.

Contrariando a ideia de Camargo e Montibeler (2018), a maternidade é um processo natural do ciclo da vida e não atrapalha o seu profissionalismo, mas que as responsabilidades com os filhos são maiores, do que para os homens.

Como levantado neste estudo de caso, destaca-se que através da associação com a BPW elas compreendem que também podem melhorar o mundo. Deste modo, os resultados alcançados trouxeram que as associações são redes que fortalecem o papel empreendedor pelas mulheres e que ajudam a não desistir do seu negócio e sempre trazer o melhor, além de buscar o crescimento do seu próprio negócio como também encontrado por Greatti et. al. (2010).

As mulheres possuem características distintas quando o assunto é empreender e gerir como a sensibilidade; dedicação; visão aberta; detalhista e ação cooperativa, e de como a importância dessa rede tem trazido para as mulheres, a união e o fortalecimento, concordando com o estudo de Machado (2009) e que diferentes concepções sobre como são vistas as empresárias, revelam-se também suas identidades, como a dedicação e profissionalismo, esforço e cooperativismo, exigência e ousadia; coragem e bem sucedida ou até mesmo de que se afastou da família, ou seja, aspectos que são encontrados no empreendedorismo por mulheres.

Por fim, este artigo contribuiu apenas com uma visão inicial das mulheres donas de seu próprio negócio, sendo realizado em apenas um município, espera-se que seja de aproveitamento para outras Associações de Mulheres no Brasil, no qual vem buscando aumentar suas redes de contatos e captação das mulheres. Deste modo, abre-se espaço para estudos futuros capazes de certificar se existe ou não a diferença de empreender entre homens e mulheres, em outros contextos.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **RCA**, v. 16, n. 4, p. 221-234, dez. 2014.

BABSON COLLEGE. **The Diana Project**. 2020. Disponível em: <<https://www.babson.edu/academics/centers-and-institutes/center-for-womens-entrepreneurial-leadership/diana-international-research-institute/history/>>. Acesso em: 05 dez. 2020.

BACCHI, N.; BURIOLLA, M.; PETEREIT, R. As necessidades de participação das mulheres na associação BPW Londrina. **SBDG**, 2017.

BARBOSA, C. B. **O Sonho do Empreendedor: sucesso e felicidade**. São Paulo: All Print Editora, 2012.

BPW Internacional. **International Federation of Business and Professional Woman**. About BPW. 2018. Disponível em: <<https://www.bpw-international.org/index.php/about-bpw>>. Acesso em: 12 jun. 2020.

BPW Brasil. **Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais**. 2020. Disponível em: <<https://bpwbrasil.org/>>. Acesso em: 12 jun. 2020.

CAVALCANTE, R. B.; CALIXTO, P.; PINHEIRO, M. M. K. Análise de conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. **INFORMAÇÃO E SOCIEDADE: Est.:** João Pessoa, v. 24, n. 1, jan./ abr., 2014.

CORNWALL, A. Além do “Empoderamento Light”: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global. **CADERNOS PAGU**, n. 52, inss. 1809-4449, 2018.

CAMARGO, A. B. B.; MONTIBELER, D. P. S. Carreira versus Maternidade: regulando a desigualdade no mercado de trabalho. **PMKT**, v. 11, n. 3, inss. 2317-0123, p. 261 – 271, set.-dez., 2018.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Fazendo Acontecer, 2018.

ESTRELA, C. **Metodologia Científica: ciência, ensino e pesquisa**. 3. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 2017.

FARAH, O. E. **Empreendedorismo Estratégico: criação e gestão de pequenas empresas**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2018**. 2018. IBQP, SEBRAE, UFPR.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2015**. Curitiba: IBQP, 2015. Disponível em: <http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/GEM_2015-Livro-Empreendedorismo-no-Brasil.pdf.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2019.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GREATTI, L.; MACHADO, H. V.; OLIVEIRA, M. F. Empreendedoras e a atuação em redes. **Adm. FACES Journal**, v. 9, n. 4, p. 107-127, set./dez., 2010.

HRYNIEWICZ, L. G. C.; VIANNA, M. A. Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais. **EBAPE**, v. 16, n. 3, inss. 331-344, jun., 2018.

IBGE. **Estatísticas de Gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil**, 2018.

Disponível em:

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/6cc8005df5614f24050fc3e5fde4ba05.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2020.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, n. 19, p. 77-84, jan./abr., 2007.

KURATKO, D. F. **Empreendedorismo: teoria, processo e prática**. 10. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

LOPES, J. BPW Naviraí é criada e diretoria toma posse. **Folha de Naviraí**.

Disponível em:

<<http://www.folhadenavirai.com.br/ler.php?id=8992>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

MACHADO, F. B. Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes. In: XXXVI EnANPAD – Encontro da ANPAD., 36, 2012, Rio de Janeiro. **Anais de eventos** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.

MACHADO, H. V.; GREATTI, M., L.; OLIVEIRA, M. F. **A institucionalização e a influência de uma rede no exercício do papel empreendedor**: estudo de caso de uma associação de mulheres de negócios. 2009.

MACHADO, H. V. **Identidades de Mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.

MACHADO, H. V.; CYR, L. S.; ALVES, M. C. M. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE**, v. 2, n. 2, jul.-dez., 2003.

OLIVEIRA, M. H.; BOSCOLI, M. B. M.; COSTA, M. L. R. **Projeto Oficina Ipê Rosa**: reinventando vida sabores e artes. **ETIC**, v. 7, n. 7, p. 21-76, 2011.

PEREIRA, Jaiane A.; SOUZA, Márcia C.; TATTO, Luiz; OLIVEIRA, Josiane S. Estratégia como Prática: um estudo em empresas incubadas de base tecnológica. In: XXXIV EnANPAD – Encontro da ANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

SILVEIRA, D. T.; SILVEIRA, D. T. Métodos de Pesquisa. In: SILVEIRA, D. T.; SILVEIRA, D. T. **A pesquisa científica**: tipos de pesquisa. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009. p. 31-37.

SIQUEIRA, M. M.; GUIMARÃES, L. O. Novos desafios do empreendedorismo. **RAD**, v. 9,

n. 1, p. 144-156, 2007.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **RBTUR**, n. 10, p. 44-64, jan.-abr., 2016.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

WILLIAMS, N. Mulheres mais Poderosas do Brasil: 20 lideranças em negócios, ciência, artes, mídias, gestão pública e terceiro setor. **Revista FORBES Brasil**, ed. 75, 2020.

Disponível em:

[file:///C:/Users/Vanessa%20Gomes/Desktop/MÉTODOS%20E%20TÉCNICAS%20DE%20PESQUISAS%20EM%20ADM%20\(TCC\)/ARTIGOS/\[BR\]%20FORBES%20BRASIL%20ED.%2075%20MARÇO%202020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Vanessa%20Gomes/Desktop/MÉTODOS%20E%20TÉCNICAS%20DE%20PESQUISAS%20EM%20ADM%20(TCC)/ARTIGOS/[BR]%20FORBES%20BRASIL%20ED.%2075%20MARÇO%202020%20(1).pdf) >. Acesso em: 17 abr. 2020.

APÊNDICE A
ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA A PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO

Entrevistada:

Data:

a) Sobre a BPW de Naviraí:

1. O que é a BPW? Como funciona a BPW internacional/nacional/local?
2. Como começou a associação aqui em Naviraí? Quem começou? De onde veio à ideia? Quantas associadas eram no começo?
3. Eu vi que a BPW Brasil tem visão e objetivos. A BPW Naviraí segue essas diretrizes ou possui diretrizes próprias?
4. O que é necessário para fazer parte da associação?
5. Quais são as principais ações da BPW Naviraí?
6. Como a BPW Naviraí contribui para o empreendedorismo feminino?
7. A associação conta com parcerias? Se sim, quais elas ou de quais setores.
8. Quantas associadas à BPW Naviraí têm hoje?
9. Quais as dificuldades de atuação da associação?
10. Qual é a sua visão para o futuro da BPW Naviraí?
11. Tem mais alguma questão que você considere importante para minha pesquisa?

Agradecimento!

APÊNDICE B
ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA AS ASSOCIADAS

Entrevistada:

Data:

Empresa:

a) Perfil da empreendedora e da empresa:

1. Idade:
2. Possui filhos? () Sim () Não – Se sim, quantos?
3. Qual a sua escolaridade e ou formação?
4. Nasceu em Naviraí? () Sim () Não
5. Se não, de qual cidade e em qual ano veio para Naviraí. Por qual motivo?
6. Têm sócios?
7. Qual o seu tipo de negócio/ área de atuação?
8. Quantos funcionários há na empresa?
9. Há quanto tempo possui seu negócio?
10. Há mais alguém que seja empreendedor/ dono do próprio negócio em sua família?
Fale um pouco sobre:

b) Razões para empreender:

11. Quais os motivos te levaram a abrir seu próprio negócio?
12. Para criar a empresa, teve apoio da família? De quem?
13. Possuía experiência na área de atuação?

c) Desafios do empreendedorismo:

14. Quais as dificuldades encontradas para abrir o seu próprio negócio?
15. Assim como o relatório GEM traz sobre o empreendedorismo em sua pesquisa, em 2018 as taxas de empreendedores iniciais do sexo feminino foi 17,3%, enquanto que masculino foi de 18,5%. Entre os empreendedores estabelecidos, a taxa do sexo feminino foi de 17,2% e masculino 23,3%, ou seja, há uma diferença de 6,1 pontos percentuais, o que mostra que as mulheres estão menos ativas que os homens pela atividade empreendedora. Com essa informação, em sua perspectiva como é ser empreendedora, em que ainda a maioria dos empreendedores é homens?

16. Considerando sua experiência, acredita que os homens têm mais vantagens do que as mulheres? Exemplifique.
17. Acredita que as mulheres possuem características de gestão diferentes dos homens? Quais?
18. Em sua opinião, quais são os impactos da maternidade na vida profissional da mulher?
19. Atualmente, existe apoio familiar em relação ao seu trabalho?

d) Atuação com a associação BPW:

20. Há quanto tempo está associada à Associação de Mulheres de Negócios e Profissionais de Naviraí (BPW)?
21. Por qual motivo se associou?
22. A BPW desenvolve vários tipos de ações e projetos. De quais você participou ou tem participado?
23. Quais são as dificuldades que você encontra para participar das ações e projetos da BPW?
24. Na sua visão, quais são as principais vantagens de fazer parte da BPW?
25. Diante das dificuldades para atuação, uma das estratégias das mulheres é se fortalecerem por meio de associações. Como a BPW tem contribuído para o seu negócio?
26. E quanto a sua vida pessoal? A sua participação impactou ou influenciou em aspectos da sua vida?

Agradecimento!