



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DO PANTANAL
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**



YASMIN CAROLINE DA SILVA METRAN

MOTIVAÇÕES PARA O MICROEMPREENDEDORISMO FEMININO

**CORUMBÁ-MS
2023**

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

YASMIN CAROLINE DA SILVA METRAN

MOTIVAÇÕES PARA O MICROEMPREENDEDORISMO FEMININO

Atividade orientada ao ensino apresentada ao curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, para obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof Dr. Fernando Thiago

**CORUMBÁ-MS
2023**

Introdução

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), estudo anual que avalia a atividade empreendedora no país, por meio do IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, o empreendedorismo é “qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (GEM, 2019, p.8). Pode-se pensar, portanto, que essa tentativa poderá trazer oportunidades à sociedade e desenvolver atividades de valor para a economia. Ao tentar atender suas necessidades ou necessidades de outros indivíduos da sociedade, é possível que o empreendedor desenvolva um bom negócio conhecendo bem os seus clientes, fornecedores e concorrentes.

O papel da mulher na sociedade vem mudando gradativamente, verificou-se que ela passa a conciliar afazeres domésticos que diferem do ambiente familiar e com isso ela vem ganhando cada vez mais espaço no mercado de trabalho. Inicialmente as mulheres eram consideradas menos capazes de exercer tarefas que não tinham relação com as tarefas diárias. Esse cenário mudou com a revolução industrial, elas passaram a exercer um trabalho fabril por conta da demanda por produção, entretanto os salários naquela época eram desiguais. Então no século XIX iniciaram requisições a fim de obterem salários e direitos trabalhistas mais justos. Tendo em vista a crescente industrialização as mulheres começaram a sair de seus lares para ocupar espaço nas fabricas onde começam a ganhar salários e iniciar a dupla jornada. Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) o Brasil em 2019 atingiu a 2º maior taxa de empreendedorismo total significando 38,7% da população brasileira estava envolvida de algum modo com atividades empreendedoras. Logo, o empreendedorismo feminino acabou trazendo vantagens para a mulher como por exemplo a geração de empregos, ajuda no crescimento pessoal, financeiro e profissional.

Nas cidades de Corumbá e Ladário, no estado de Mato Grosso do Sul, o empreendedorismo feminino parece estar crescendo. Nos últimos anos, moradores destas cidades perceberam que muitas mulheres abriram seus negócios em diversos ramos, como alimentação, beleza e estética, serviços e venda de produtos em geral. Os dados, no entanto, ainda não se encontram formalizados, já que as microempresas que foram entrevistadas ainda não possuem registro (CNPJ).

O presente estudo tem como objetivo descrever teoricamente as motivações para o microempreendedorismo feminino.

As motivações para o empreendedorismo feminino

De acordo com o relatório GEM (2019, p. 12), as principais motivações para empreender são: para ganhar a vida porque os empregos estão ficando cada vez mais escassos, assim, empreender seria uma forma de ganhar o sustento para levar para dentro de sua residência, para fazer diferença no mundo abrindo o seu próprio empreendimento como uma forma de realização pessoal, para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta e também para continuar uma tradição familiar mantendo o empreendimento vivo no mercado para chegar a futuras gerações.

No caso das mulheres, as motivações principais para empreender foram reunidas em categorias (ou taxonomias). Existem diferentes categorias de mulheres empreendedoras, como aquelas que começam por acaso, as que são forçadas por circunstâncias e as que criam negócios por motivação própria. Outra classificação envolve mulheres cujo empreendedorismo é a única opção, aquelas que entram nos negócios familiares e as que buscam independência e autonomia (Machado et al., 2003).

Segundo Alperstedt et al. (2014), o empreendedorismo feminino conta também com aspectos negativos e tensões reais. Isso porque as mulheres podem passar por compromissos conflitantes, como sentimento de culpa por ter de exercer seu papel tradicional de mãe e cuidadora em paralelo ao papel profissional e também as tensões entre os seus pontos de vista e os dos outros, que podem implicar, por sua vez, no seu bem-estar emocional, na sua saúde, na sua energia e nos níveis de estresse. No âmbito profissional, existem ainda as dificuldades pela falta de experiência como empreendedoras, os medos devidos ao risco financeiro e às dívidas, além da falta de modelos e de assistência para apoiá-las.

A pesquisa de Silva et al. (2020) buscou compreender e analisar os principais motivos que levaram as mulheres que residem em Belo Horizonte e região metropolitana a empreender e assim fundar o seu próprio negócio. De acordo com a pesquisa pretendeu-se: identificar os conflitos pendentes no percurso do empreendedorismo feminino, encontrar vantagens ao se abrir o próprio negócio e estudar o caminho percorrido por essas mulheres empreendedoras. A partir desse estudo, destacou-se a importância em fortalecer o papel da mulher no mercado econômico como também fornecer subsídios na inserção de políticas públicas que buscam incentivar o empreendedorismo.

Foi realizado um estudo descritivo com abordagem qualitativa que tornou possível fazer uma análise mais detalhada e profunda dessas empreendedoras residentes em Belo Horizonte. A forma encontrada foi entrevistar onze mulheres, que estavam ativas no

mercado empreendedor há mais de um ano fazendo-lhes as seguintes perguntas: a) quais características eram consideradas fundamentais para um empreendedor. b) maiores dificuldades enfrentadas nos negócios. c) motivos pelos quais foram feitas escolhas no setor de atuação do próprio negócio. d) quais foram os elementos que contribuíram para motivar e encorajar a abertura da empresa. e) se recebem algum tipo de orientação quanto a modelos de gestão ou formas de gerenciar uma empresa. f) se consideram valorizadas ou desvalorizadas no mercado em que atuam. g) caso decidissem começar um novo negócio o que fariam de diferente. h) como o atual cenário do Brasil influencia nos negócios. i) quanto a realização pessoal, se sentem realizadas profissionalmente ou não.

As entrevistas foram gravadas sob permissão das entrevistadas e para preservar suas identidades foram identificadas como E1, E2, E3, E4 ... E11. Foram feitos 3 grupos: a) grupo primário: O empreendedorismo. b) grupo secundário: oportunidades e necessidades de empreender. c) grupo terciário: mulher empreendedora e o cenário econômico onde foram entrevistadas mulheres que estavam nos setores de comércio, serviço e indústria. Sete entrevistadas consideram que o seu negócio é formalizado e somente quatro ainda trabalham de maneira informal. Referente ao tempo que atuam no ramo, nove entrevistadas se consideram como microempreendedoras e somente duas pequenos negócios, possuindo um total de 3 colaboradores. Ressaltando que seis das entrevistadas possuem o período de atividade acima de 5 anos o que demonstra uma estabilidade dentro dos negócios.

Os resultados foram apresentados da seguinte forma:

Grupo primário: o empreendedorismo

Foi perguntado a entrevistadas quais características consideravam fundamentais para um bom empreendedor. As candidatas E1, E4 e E7 responderam determinação, persistência e força de vontade quanto a candidata E3 considera importante a organização e persistência. Sobre quais dificuldades enfrentadas nos negócios foram obtidas as seguintes respostas: falta de parcerias e incentivo financeiro por parte do governo e desonestidade. Sendo que para as entrevistadas E3 e E4 a maior das dificuldades foi a financeira. Entender como uma empresa funciona, fazer parcerias no mercado em que atuam foi o maior obstáculo enfrentado no início de seus empreendimentos. Para a entrevistada E7 a principal dificuldade é a competitividade encontrada no mesmo setor, vale ressaltar que para ela o que considera mais importante é se destacar das demais empresas, no entanto para que isso venha a acontecer é importante que os estados e outros órgãos ofereçam uma rede de apoio como a capacitação e treinamento por parte dessas

mulheres. Para as entrevistadas E7 e E8 ficou difícil conciliar a maternidade com o trabalho não tendo outra escolha a não ser deixar o emprego, logo, buscaram uma maneira de cuidar dos filhos e ao mesmo tempo buscar uma renda alternativa. Diante disso as entrevistadas E1, E5, E9 e E10 ressaltam que a pior dificuldade que enfrentam é a falta de dinheiro já para as entrevistadas E2 e E8 é a responsabilidade, incertezas e riscos que passam com as políticas governamentais.

Grupo secundário: oportunidade e necessidade de empreender.

Buscou-se compreender quais motivos influenciaram na escolha de atuação de seus negócios, portanto 60% disseram que foram motivadas por necessidade e 40% por oportunidades. Foram questionadas quais fatores motivaram a abertura dos negócios de cada uma e 81% das entrevistadas disseram que o meio familiar foi um dos principais motivos pelo qual se sentiram motivadas e incentivadas. Foram realizados questionamentos as empreendedoras se eram orientadas ou recebiam alguma instrução na maneira de conduzir uma empresa, apenas E2, E3, E9 e E11 disseram que buscaram conhecimento através do SEBRAE ou voltado a algum evento sobre empreendedorismo. As demais entrevistadas disseram que não buscaram nenhum tipo de conhecimento de algum órgão ou governo.

Grupo terciário: mulher empreendedora e cenário econômico.

Foi realizada a pergunta sobre a valorização de seus trabalhos, se sentiam que eram valorizadas ou desvalorizadas sendo que a maioria respondeu que se sentiam bastantes desvalorizadas pelo principal motivo de serem mulheres. As entrevistadas E2 e E5 que são da área do comércio responderam que não acham o seu empreendimento desvalorizado mas pode-se concluir que o apoio que recebem vem apenas das pessoas mais próximas como amigos e familiares. Referente a situação econômica que o Brasil vem enfrentando por conta da P as candidatas responderam que seus negócios sofreram impactos como diminuição das vendas e serviços. Sobre a realização pessoal apenas as entrevistadas E2, E3, E5 e E7 disseram que se sentem realizadas com o próprio negócio. Os resultados apontaram que essas mulheres residentes em Belo Horizonte empreendem buscando ter uma independência financeira e maneiras de poder conciliar trabalho com afazeres domésticos, mas entram nesse ramo por faltas de oportunidades de conseguir um emprego. Um fator importante e que causa impacto de uma forma negativa é a falta de apoio financeiro e do governo pois o mesmo não oferece qualquer tipo de auxílio ou orientação para essas empreendedoras. Apesar de se sentirem realizadas relatam que o atual cenário do Brasil interfere no capital, logo acabaram por passar por dificuldades

pois o poder de compra dos consumidores diminuiu afetando assim a demanda por seus produtos e serviços. A falta de planejamento e preparo em administrar seus negócios influenciaram muito no modo de execução da empresa, sendo assim, afirmaram que para se manterem ativas no mercado foi preciso ter características como persistência, determinação e força de vontade, mesmo enfrentando dificuldades como desigualdade de gênero elas se mantem firme para que seus empreendimentos deem certo e que elas consigam ser reconhecidas como empreendedoras de grande sucesso. Podemos concluir com essa pesquisa que é muito importante que mais mulheres busquem empreender e preencher esse espaço no mercado tão competitivo em comparação com os homens que empreendem por muito mais tempo e que os demais órgãos competentes possam fornecer um apoio na forma de gerir o próprio negócio (Silva et al., 2020).

Conclusões

O empreendedorismo feminino no Brasil tem crescido devido à necessidade financeira e às mudanças nos papéis de gênero. Embora as mulheres enfrentem desafios, como a dificuldade em manter seus negócios por muito tempo, há uma evolução na participação feminina na criação e novos negócios. Elas estão ativas em setores como serviços domésticos, alimentação, vestuário e beleza, mas enfrentam desigualdades, como menor investimento informal e problemas para conciliar maternidade e carreira. As motivações para empreender incluem a necessidade financeira, a busca por independência e a influência familiar. No entanto, elas enfrentam desafios como falta de apoio financeiro e dificuldades para conciliar trabalho e vida doméstica. Mesmo assim, muitas se sentem realizadas, destacando características como persistência e determinação para o sucesso de seus empreendimentos. Em resumo, é crucial apoiar mais mulheres empreendedoras e oferecer orientação para administrar seus negócios.

Abordamos as entrevistadas, como tempo de empreendedorismo, produtos comercializados, segmentos, faixa etária, escolaridade e renda. Além disso, menciona características fundamentais para empreendedores, dificuldades enfrentadas nos negócios, motivações para escolher o ramo, recursos financeiros para iniciar o negócio, orientações de gestão, percepção de valorização no mercado, mudanças desejadas em novos negócios e impactos de cenário econômico no Brasil nos negócios das entrevistadas. Também explora a realização pessoal e profissional das empreendedoras.

Adotamos uma abordagem qualitativa descritiva para explorar a realidade das empreendedoras das cidades sul mato-grossenses de Corumbá e Ladário. Como base foram entrevistadas 10 mulheres empreendedoras através de um questionário estruturado, abordando temas como tempo de atuação, perfil sociodemográfico, desafios enfrentados nos negócios motivações para empreender, recursos financeiros, orientação em gestão empresarial, percepção no mercado, entre outros. A análise dos dados foi realizada por meio da categorização e confrontação com teorias pertinentes.

As entrevistadas destacaram a importância de amplo conhecimento, disciplina, comunicação, persistência e habilidades de gestão. Dificuldades financeiras, conciliar trabalho e vida pessoal, enfrentar preconceitos e falta de orientação foram questões destacadas. Indica-se a necessidade de capacitação prévia e suporte na gestão dos negócios. Futuras pesquisas podem explorar casos e sucesso e fracasso, incluindo empresas fechadas, bem como analisar mulheres empreendedoras em setores atípicos e em grandes corporações.

Referências

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. **Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida**, Revista de Ciências da Administração. Santa Catarina, v.16, n 40, p. 221-234, dezembro 2014.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2019: relatório executivo**. Curitiba: IBQP, 2019.

MACHADO, Hilka Vier et al. **O Processo De Criação De Empresas Por Mulheres**. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482003000200007> Acesso 08 Set 2021.

SILVA, Lopes Christienne et al. **Motivações para empreender: um estudo com mulheres empreendedoras**. Revista livre de sustentabilidade e empreendedorismo. Belo Horizonte, V. 5, n. 4, p. 147 -172, jul-ago, 2020.