



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



Mulheres de negócios:
mapeamento da atividade empreendedora na cidade de Picos-PI

Autores: Antônio Barros Leal Neto¹, Valkércia Lima Rocha², Kary Emanuelle Reis Coimbra³

Picos,
2016

¹ Graduando em Administração pela UFPI;

² Graduando em Administração pela UFPI;

³ Professora da UFPI, mestre, orientadora.

FICHA CATALOGRÁFICA

Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí

Biblioteca José Albano de Macêdo

L435m Leal, Antônio Barros.

Mulher de negócios: mapeamento da atividade
empreendedora na cidade de Picos-PI / Antônio Barros Leal,
Valkércia Lima Rocha . – 201 6.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (21 f.)

Trabalho de Conclusão de Curso(Bacharelado em
Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2016.

Orientador(A): Prof^a. Kary Emmanuelle Reis Coimbra

1. Empreendedorismo Feminino. 2.Gênero-Trabalho. 3.
Mulher-Gerente. I. Rocha, Valkércia Lima. II. Título.

CDD 658.401 2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Rua Cicero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

ANTÔNIO BARROS LEAL NETO
VALKERCIA LIMA ROCHA

Mulheres de negócio: mapeamento da atividade empreendedora na cidade de Picos

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

() **Aprovado(a)**

() **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 28 de julho de 2016.

Karysmanuelle Reis Coimbra
(Orientador – Nome e título)

Janayne Azevedo Barros
(Membro 1 – Nome e título)

Benafânia Ramos Xavier Almeida
(Membro 2 – Nome e título)

RESUMO

Nos últimos anos tem sido muito forte a presença do empreendedorismo no Brasil, principalmente um crescimento de empresas geridas por mulheres, que ao longo do tempo, sempre sofreram com uma sociedade machista e desigual. Nesse contexto a presente pesquisa teve como objetivo analisar como as mulheres se destacam no mercado e identificar as dificuldades como empreendedora na cidade de Picos-PI, para estudar a realidade existente dos empreendimentos gerenciados por mulheres que estejam formalmente cadastrados junto aos órgãos competentes para esse fim, buscando mapear esse mercado em relação ao gênero. Foi utilizada uma pesquisa quantitativa do tipo exploratória e descritiva, partindo da quantificação, análise e interpretação de dados. Pode-se concluir que foi uma pesquisa que contribuiu para observar o perfil e entender quais as características de como funciona o empreendedorismo feminino na cidade, além de contribuir para futuros trabalhos que possam dar visibilidade para o empreendedorismo feminino e despertar interesse das instituições para explorar esse tema, seja com subsidio financeiro, seja com a criação de projetos de apoio e facilidade para fomentar o desenvolvimento da economia local.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, Gênero e Trabalho, Mulheres Gerentes.

ABSTRACT

In recent years it has been very strong presence of entrepreneurship in Brazil, mainly growth of businesses run by women, which over time, always suffered from a sexist and unequal society. In this context the present study was to analyze how women stand out in the market and identify the difficulties as an entrepreneur in the city of Picos-PI, to study the existing reality of the projects managed by women who are formally registered with the competent bodies for this purpose, seeking to map this market in relation to gender. a quantitative survey of exploratory and descriptive, based on the quantification, analysis and interpretation of data was used. It can be concluded that it was a survey that helped to observe the profile and understand what features of how women's entrepreneurship in the city and contribute to future work that can give visibility to female entrepreneurship and arouse interest of the institutions to explore this theme, either with financial subsidy, either with the creation of support projects and ease to foster the development of the local economy.

Keywords: Female entrepreneurship , gender and work , women managers.

1 INTRODUÇÃO

Muito se discute sobre as desigualdades da mulher em relação aos homens no mercado de trabalho, mas são poucos os estudos e pesquisas relacionados a esse tema, surgindo, assim, um campo imenso a ser explorado para que se possa aumentar ainda mais as discussões e debates acerca do tema, e com isso incentivar criações de políticas e práticas que contribuam para um mercado mais igualitário, fazendo com que o reconhecimento se dê pelas competências das pessoas.

Segundo Teixeira *et al.* (2005), há mais de sessenta anos o contínuo crescimento da participação feminina é explicado por uma combinação de fatores econômicos e culturais. O surgimento de métodos contraceptivos contribuiu, assim, para que a mulher pudesse escolher quando e quantos filhos iria ter, podendo, assim, dar mais prioridade a sua carreira.

Para Gimenez (2010), as mulheres para iniciar seu negócio se deparam com barreiras principalmente para conseguir financiamentos que dificultam sua entrada no mercado e

também na própria família, por ser um fator mais cultural, são discriminadas nas sucessões das empresas familiares que geralmente são entregues aos filhos homens. A taxa de participação da mulher em empreendimentos próprios entre 2002 e 2012 foi cerca de 49%, de acordo com a *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* referente a uma pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) de 2012. Um número bastante relevante para serem feitos estudos mais abrangente referente à atuação feminina nessa área de empreendimentos.

Com isso, a pesquisa pretende chegar a números que possam confirmar as estatísticas feitas no país com relação às mulheres empreendedoras na cidade de Picos-PI com o seguinte questionamento: **de que forma se caracteriza a participação da mulher no mercado de trabalho formal na cidade de Picos-PI?** Com esse estudo buscou-se analisar como as mulheres se destacam no mercado picoense e identificar dificuldades da atuação da mulher nesse cenário.

Portanto, o presente trabalho tem como objetivos específicos: analisar a participação da mulher empreendedora no mercado de trabalho na cidade de Picos-PI; analisar o comércio picoense em relação à classe de gênero; fazer um levantamento de informações dos perfis das mulheres que administram as empresas como também de dados através de planilhas concedidas pela Secretaria de Fazenda do Estado do Piauí (SEFAZ-PI); e verificar a manutenção do empreendimento no mercado.

2 PARTICIPAÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Para Castells (1999, *apud* Gomes, 2005), a inserção da mulher no mercado de trabalho foi influenciada por fatores como crescimento da economia informacional global, mudanças tecnológicas no processo de reprodução, desenvolvimento do movimento feminista e a realização pessoal. Todos esses elementos contribuíram de forma positiva, pois proporcionou às mulheres maior liberdade e tranquilidade para desempenhar suas funções dentro das organizações.

De acordo com Perry *et al.* (2007), a informalidade é um fator que é considerado um obstáculo para o crescimento da economia do país e quando o microempreendedor se formaliza adquire várias vantagens, entre elas: acesso ao crédito, operação em grande escala, poder legal para fazer cumprir um contrato, ganho de novos clientes, entre outros.

E para ampliar a legalização dos negócios informais, criou-se a Lei Complementar 128/2008 que entrou em vigor em julho de 2009, que possibilitou o registro dessas empresas no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) e fez com que a abertura de conta bancária, pedidos de empréstimos e a emissão de notas fiscais dessas empresas fossem facilitadas.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013), ao longo dos anos as empresas estão permanecendo no mercado por mais tempo, como mostra a pesquisa feita entre 2007 e 2010 em que o crescimento da permanência chegou a 75,6%, com 2 anos de aberta. As taxas de sobrevivência das empresas geridas por mulheres são elevadas e isso se deve a intensa dedicação ao trabalho que mistura características masculinas como coragem e iniciativa com qualidades femininas como sensibilidade e intuição, resultando em um modelo próprio e único das empreendedoras para gerir seus negócios (MACHADO, 1999).

Um dos motivos para a inserção das mulheres no mercado de trabalho se deu a partir de uma necessidade iniciada pós-guerra, pois quando os maridos iam para os campos de concentração muitos deles não voltavam e muitos dos que voltavam vinham mutilados, impossibilitados de trabalhar fazendo com que as mulheres se tornassem chefes de suas casas e fossem em busca de um trabalho que antes era feito por homens (PROBST, 2005). Outro

motivo foi o surgimento dos métodos contraceptivos que possibilitaram as mulheres a diminuir a quantidade de filhos, podendo assim conseguir conciliar a casa com o trabalho.

De acordo com Vieira (2006), devido às inúmeras modificações ocorridas nas últimas décadas do século XX na economia mundial, foram observados impactos no trabalho, no comércio e nas produções. O Brasil também foi alvo desses impactos, favorecendo o surgimento de um ambiente oportuno para a inserção de novos trabalhadores, inserindo-se, principalmente, as mulheres.

Mas, ao longo dos anos, elas foram conquistando o seu espaço, deixando de ser apenas donas de casa, e conquistando cada vez mais a sua independência. Atualmente, ainda se observam reflexos desse histórico machista, pois, apesar de parte das mulheres possuir sua liberdade financeira, ainda existe desvalorização e preconceito no ambiente de trabalho. Nos dias de hoje já é perceptível em várias empresas que não se abre mão das mulheres na gestão das suas organizações. Essas empresas procuram algo novo, flexível, intuitivo, sensitivo, que saibam trabalhar em equipe em gerir as divergências, qualidades solucionadas pelas mulheres (GOMES; SANTANA; SILVA, 2005).

Várias são as linhas que explicam o aumento da participação feminina ao longo dos anos, através de pesquisas e estudos. Para Leme e Wajnman (1999), esse crescimento se deve à queda da fecundidade, o aumento do nível de instrução e o crescente surgimento de chefes de famílias mulheres, fazendo com que estejam mais disponíveis e em busca de trabalho. Dados do IBGE (2010) demonstram que as mulheres com 8 anos ou mais de estudo tem menos filhos das que possui escolaridade inferior, motivo que as levam a adiar a maternidade e priorizar a busca por melhores condições de vida e trabalho.

Segundo Bruschini e Lombardi (2002), nos anos 80 o perfil das mulheres que trabalhavam era: solteiras, jovens e sem filhos, diferentemente do perfil que se vê atualmente, em que são casadas, maduras e com filhos. Na época predominava o patriarcalismo, onde as mulheres tinham obrigações apenas domésticas, devendo apenas cuidar da casa e da família. Mudanças culturais ao longo dos anos contribuíram para que esse pensamento fosse aos poucos diminuindo, embora ainda existam resquícios dessa concepção nos dias atuais.

Para Castells (2008), a participação feminina no setor de serviços aumentou juntamente com o crescimento do mercado de trabalho dessa área, fato esse que tem contribuições da informatização e a segmentação do mercado por gênero que se utiliza das condições sociais específicas que a mulher possui para aumentar o lucro com sua produtividade. De acordo com o SEBRAE (2013), a maioria das empregadoras ou das que atuavam por conta própria possuíam negócios nos setores do comércio e dos serviços, cerca de 63,8% ao ano. E entre 2000 e 2010, os empregos formais de mulheres nas micro e pequenas empresas cresceram 7,6% ao ano, índice maior que dos homens.

Esse crescimento da inserção da mulher no mercado econômico se explica por modificações sociais que transformam as expectativas de vida pessoal, com a família, o objetivo de auto realização, a sua própria liberdade financeira, entre várias outras coisas e não somente por ela ser uma renda complementar da família (GOMES; SANTANA e SILVA, 2005). Para se conseguir um avanço na luta pela igualdade de gênero no mundo do trabalho são necessárias adoções de algumas políticas que possuem objetivos fundamentais, como: o aumento das taxas de participação e ocupação das mulheres, a diminuição das suas taxas de informalidade, a melhoria da qualidade do seu emprego, o aumento das suas oportunidades de formação e promoção, a redução das desigualdades de rendimento em relação aos homens. Porém, para que sejam atingidos, devem ser criadas formas mais eficazes para conciliar a vida pessoal e o trabalho, de modo que as responsabilidades dadas às mulheres passem a ser distribuídas de maneira igualitária (ABRAMO, 2010).

De acordo com Alves, Amorim e Cunha (1997), confirma-se a existência da diferenciação dos salários por gênero devido a ocupação feminina estar presente em poucos

setores e atividades da economia, onde pagam menos. Observou-se também que estão situadas em posições de menos importância nas organizações, diminuindo, assim, seus ganhos. Segundo dados de 2014 da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), as mulheres receberam nesse mesmo ano uma média de 74,5% do rendimento dos homens, ocorrendo um aumento em relação ao ano anterior que foi de 73,5%. O rendimento mensal real dos trabalhadores acima de 15 anos foi de R\$1.987,00, já os das trabalhadoras R\$1.480,00, uma diferença significativa. Para Baltar e Leone (2008), as características produtivas não estão relacionadas ao sexo e nem possuem correlação com outras características produtivas.

A melhoria do perfil educacional da população ocupada é resultada por meio do aumento dos níveis de instrução dos brasileiros e maiores exigências de escolaridade do mercado de trabalho. No entanto, mesmo que as mulheres ocupadas possuam nível superior e sua proporção no mercado em relação aos homens seja maior, seus rendimentos são desfavoráveis e inferiores aos masculinos (LEONE; BALTAR, 2006).

Segundo Rocha (1991), os doutrinadores analisam que as mulheres não possuem a mesma resistência física masculina, com isso devem ter condições de trabalho que respeitem suas limitações corporais. Esse é um dos motivos pelos quais a classe feminina encontra certas dificuldades em trabalhos considerados masculinos, pelo fato da empresa julgar custoso ou inviável adequar determinados serviços para elas, pois antes da criação dos direitos de trabalho da mulher, estas eram aceitas apenas em algumas áreas julgadas femininas. De acordo com Carlotto (2002) as ocupações podem sofrer divisão em relação ao gênero, pois os trabalhos com menores prestígios e remunerações, são considerados femininos, como atividades relacionadas à prestação de serviços, setor social e nas áreas de ensino.

Vieira (2006) destaca que as diferenças que ocorrem entre homens e mulheres que ocupam cargos semelhantes não estão ligadas com as diferenças de habilidades ou força física, mas o que ocorre de fato é a permanência do caráter social vigente nas sociedades atuais, baseadas no pensamento da divisão de responsabilidades em que o homem é quem cuida do sustento e à mulher é atribuída à obrigação com os cuidados com a casa e a família apenas.

Os desafios que as mulheres enfrentam ao empreender podem ser identificados após compreender a importância do meio na criação da empresa. Para Julien (2010) esse meio é um elemento fundamental para montar os negócios, com o fornecimento de capital e força de trabalho capacitada, acessibilidade a fornecedores, consumidores e novos mercados, além da influência que o governo possui.

Para Probst (2005), no Brasil as mulheres são 41% da força de trabalho, mas ocupam somente 24% dos cargos de gerência. Os homens empreendedores possuem mais experiência do que as mulheres no mercado, de acordo com (MACHADO *et al.* 2003). É um fator considerado importante para a empresa e a viabilidade para abri-la é que o empreendedor possua experiência anterior na área que irá atuar, pois com esse conhecimento facilitará o bom desempenho do funcionamento do negócio e da sua gerência (CARTER, 2001).

Para Luttrell e Quiroz (2009, *apud* Oliveira *et al.*, 2015), o empoderamento se baseia no reconhecimento do indivíduo, neste caso a mulher, analisando seu crescimento profissional e participação social. Durante os movimentos sociais e civis que buscavam os direitos da mulher na década de 60, surgiu o empoderamento que foi baseada em entender as condições humanas na sociedade (SPREITZER; DONESON, 2008).

Segundo GEM (2011), o Brasil aparece em 3º lugar ficando atrás apenas da China e dos Estados Unidos em números de negócios próprios abertos ou em fase de criação, com 27 milhões de pessoas envolvidas. Nessa mesma pesquisa feita em 2013 o número de mulheres empreendedoras cresceu 16% contra 7% dos homens.

As mulheres empreendedoras estão em constante crescimento no Brasil, e isso pode ser observado como uma mudança comportamental e cultural, por isso esse assunto deve ser cada vez mais analisado. Segundo a pesquisa GEM (2009), para abrir seus negócios, as mulheres identificam mais oportunidade do que necessidade, com índices de 53,4% contra 46,6% dos homens. Isso faz com que o empreendimento tenha mais chances de se firmar no mercado, pois elas irão enxergar um potencial em determinado nicho de mercado, além de fazer planejamento prévio e procurar fazer o que gostam.

A respeito da importância da participação feminina, empreender, para elas, tem sido tarefa difícil devido não só a discriminação do mercado, mas também nos negócios de família e para conseguir recursos para montar sua empresa. Gimenez (2010) explica que as mulheres encaram maiores obstáculos no acesso a fontes de financiamento e, várias vezes, são discriminadas em processos sucessórios nas empresas familiares. De acordo com Machado (1999), as mulheres se apresentam de forma conservadora ao se deparar com os riscos para abertura do negócio, uma vez que empreender significa correr risco, mesmo que seja mínimo e também enfrentam dificuldade para conseguir capital para abertura da empresa.

Para Takahashi e Graeff (2004), as donas do próprio negócio possuem perfis específicos para empreender, um deles é o fato de que elas geralmente atuam em pequenas ocupações, onde o risco se torna menor e tem uma oportunidade de conciliar sua vida profissional com a pessoal. A curiosidade dessa análise sobre o empreendedorismo feminino se deve ao crescimento reconhecido da grande relevância que os negócios femininos têm proporcionado na geração de empregos, aliados as necessidades individuais, na necessidade de inovações e de riqueza e ainda contribuir para a sociedade como um todo (MOORE; BUTTNER, 1997 *apud* JONATHAN, 2003).

Um estudo realizado pela Serasa Experian (2015) aponta que as mulheres empreendedoras no Brasil correspondem a 8% da população feminina do país. Com isso 43% das proprietárias de empresas são do sexo feminino e os homens correspondem a 57%. Outro dado apontado pela pesquisa revela que as mulheres que são sócias nas Micro e Pequenas Empresas (MPE's) e nas MEI's correspondem a 98,5% das empreendedoras no Brasil. Elas estão inseridas notoriamente em negócios pequenos e estão cada vez mais ganhando espaço no mercado.

A mudança no comportamento das mulheres hoje é para que possam competir em igualdade com eles. Quando elas abandonam sua antiga ocupação é por muitas vezes motivos de frustração e seu empreendimento é resultado de uma busca pessoal, já os homens geralmente se inserem em algo relacionado na sua experiência anterior obtida (HISRICH, 2004). Ou seja, as mulheres procuram fazer o que lhes possam realizar profissionalmente, tornando o trabalho mais satisfatório e prazeroso.

Como em qualquer outra profissão, as mulheres apresentam dificuldades nos seus negócios não só no gerenciamento e administração, mas por carregar consigo um peso extra que está relacionado à preocupação da constituição familiar, que quando formada ela se preocupa em se fazer presente no cotidiano e a responsabilidade do trabalho pode impedir que isso aconteça com frequência (ANDREOLI, 2007 *apud* MACHADO, 2002). No universo feminino, a multiplicidade de papéis é uma característica presente, sendo reconhecido como um talento que pode ser adquirido por se fazer necessário no dia a dia.

Quando uma mulher entra no mundo dos negócios elas se diferem dos homens por não entrarem com paradigmas, possibilitando criar novas ideias de empreendimentos, com produtos e serviços diferenciados, novas maneiras de trabalhar e com outras formas de abordagens comerciais (TRANJAN, 2002). Ao trocar seus empregos formais, por algo mais libertador, porém com mais riscos e incertezas, a mulher procura mais que liberdade, ela busca satisfação tanto profissional quanto pessoal (JONATHAN, 2006). Ao ter seu negócio,

as responsabilidades e preocupações aumentam, contudo possuem sua independência podendo tomar decisões, fazer suas escolhas, desenvolver e implantar novas ideias e competências.

De acordo com o IBGE (2010) a economia do Piauí gira em torno do segmento de serviços, e o Produto Interno Bruto (PIB) arrecadado desse setor é superior à soma da agropecuária e indústria juntos, no período de 2010 a 2013. Na cidade de Picos também o setor de serviços é a base da economia, englobando o comércio.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa teve como objetivo aprofundar os conhecimentos do mercado de trabalho da cidade de Picos-PI para analisar a atuação das mulheres no mercado picoense e identificar as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras, para verificar a realidade existente dos empreendimentos, liderados por mulheres, que estejam devidamente cadastrados junto aos órgãos competentes para esse fim, buscando mapear esse mercado em relação ao gênero. Para isso, foi utilizado um estudo exploratório e descritivo por possuir uma versatilidade e flexibilidade quando comparados aos outros métodos, fazendo com que o objeto de estudo venha a ser melhor explorado e analisado (MALHOTRA, 2006). Quanto à abordagem a pesquisa adotou o método quantitativo, partindo da quantificação, análise e interpretação de dados buscando mapear todas as empreendedoras na respectiva cidade e analisar a participação feminina junto ao mercado de trabalho.

Para coleta de dados, foram utilizadas as técnicas de pesquisa documental e pesquisa de campo. Inicialmente foi realizada a análise de uma planilha cedida pela SEFAZ-PI, referente ao ano de 2015, com cadastro das razões sociais de empresas cadastradas em nome de mulheres na cidade de Picos, que, após filtragem, totalizou 950 empreendimentos. Foram analisados todos os aspectos relevantes para a pesquisa, buscando identificar quais ramos de atividades que as mulheres possuem seus negócios, onde estas empresas estão localizadas, qual seu porte, entre outros aspectos a serem abordados no capítulo de análises.

A pesquisa de campo foi realizada no mês de junho de 2016, de forma a complementar os dados obtidos no levantamento, com o objetivo de analisar se as mulheres realmente estavam à frente do negócio como administradoras. Das 950 empresas regularizadas no nome de mulheres, foram selecionados 43 empreendimentos, de forma aleatória e de acordo com a disponibilidade das proprietárias, para aplicação de questionários, buscando analisar o perfil dessas empreendedoras, além de mais detalhes sobre sua atuação como gestoras. Após a abordagem, em 3 locais não foi possível realizar a pesquisa pela ausência das proprietárias, 1 estabelecimento tinha se dissolvido e 1 proprietária se recusou a participar da pesquisa. Do restante, constatou-se que 34 empreendimentos eram gerenciados por mulheres e 4 eram gerenciados por filhos ou cônjuges.

A análise dos dados foi realizada através da compilação dos dados contidos na planilha cedida em Excel pela SEFAZ-PI, que ocorreu de acordo com o interesse da pesquisa que buscava as razões sociais apenas em nome das mulheres, visto que a planilha englobava tanto o registro de ambos os sexos. Já os questionários foram tabulados em Excel e apresentados em forma de tabelas.

Entre as limitações da pesquisa pode-se citar a dificuldade de obter os dados para a pesquisa em vários órgãos públicos e privados da cidade, também para identificar e localizar os empreendimentos, pois na planilha não constava o endereço, apenas os bairros. Nas entrevistas houve a recusa de algumas mulheres para responder o questionário, alegando falta de tempo ou simplesmente por não querer.

4 ANÁLISE DE DADOS

Segundo os dados fornecidos pela SEFAZ-PI, no ano de 2015 havia um total de 3026 empresas cadastradas na cidade de Picos. A Tabela 1 traz a classificação dos empreendimentos por gênero, onde se pode observar a grande disparidade que ocorre entre empresas que são registradas no nome de mulheres e no nome dos homens.

Tabela 1 – Registro de empresas por gênero na cidade de Picos-PI

Gênero	Quantidade
Mulheres	950
Homens	2076
Total	3026

Fonte: adaptado da Secretaria de Fazenda do Estado do Piauí (2015)

As mulheres apresentam de forma conservadora ao se deparar com os riscos encontrados para abrir uma empresa, além da dificuldade de conseguir capital (MACHADO, 1999; MACHADO *et al.* 2003). Esses fatores são alguns que podem explicar a pequena expressividade da participação das mulheres na cidade de Picos-PI, que desde muito tempo buscam maiores oportunidades e aceitação, não só no mercado de trabalho, mas também na própria sociedade conservadora em que ainda perduram valores que diminuem a mulher. Os dados da Tabela 1 refletem a realidade nacional, que segundo a Serasa Experian (2015) a maioria dos empreendimentos ainda é comandada por homens, mas que, ao contrário da média nacional, a representatividade das empresas abertas por mulheres em Picos é menor. Mas apesar dos obstáculos que enfrentam para mudar esse fato não fraquejam, continuam batalhando e conquistando seu espaço.

Ao se cadastrarem na SEFAZ-PI as empresas são alocadas em diversas categorias. Na Tabela 2 foram disponibilizados os segmentos que aparecem em maior quantidade entre os 950 empreendimentos femininos, para facilitar a compreensão dos dados. Buscando apenas os empreendimentos femininos, o destaque está na área do comércio, que vende no varejo, com 672 empresas; em seguida estão os restaurantes, lanchonetes e bares, com 115 negócios; o segmento fabricação possui 65 cadastros; o ramo de confecções tem 37 cadastros; o comércio que vende no atacado tem apenas 17 empresas; e 5 empreendimentos da área de construção de edifícios. As demais categorias que possuem poucos cadastros somam-se 30 empresas.

Tabela 2 – Segmentação dos empreendimentos femininos por atividade econômica

Sector	Quantidade
Comércio varejo	672
Restaurante, lanchonetes e bares	115
Fabricação	65
Confecção	37
Comércio atacado	17
Construção de edifícios	5
Outros	30
Total	950

Fonte: Secretaria de Fazenda do Estado do Piauí (2015)

Como visto na Tabela 2 o que se destaca é o setor do comércio, especificamente o varejo, que vende em pequenas quantidades para o consumidor final, o que confirma os dados do IBGE (2010) que a economia da cidade de Picos gira em torno do setor de serviços, englobando o comércio. No setor que abrange os serviços, como restaurantes, lanchonetes e

bares, há uma significativa participação devido à cidade ter uma carência de locais que proporcionem o lazer da população e esses locais suprem de certa maneira essa falta.

Em relação aos dados da pesquisa de campo, dos 38 empreendimentos abordados entre as 950 empresas cadastradas em nome de mulheres em Picos, constatou-se que a maioria deles (34) são conduzidos por mulheres e, em apenas 4 empresas, elas não desempenham a função de gestora. Nestes casos, o empreendimento fica sob responsabilidade de filhos ou cônjuges; em uma delas, o filho passou a gerir o negócio após se formar em Administração.

A Tabela 3 demonstra, assim, a segmentação dos ramos de atuação dos 34 negócios. Nessa coleta não houve muita disparidade dos setores em questão, em que 16 empresas são do comércio e 18 negócios atuam na prestação de serviços.

Tabela 3 – Segmento de atuação das empresas entrevistadas geridas por mulheres

Setor	Quantidade
Comércio	16
Serviços	18
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

Mesmo sendo uma cidade altamente comercial, as mulheres se destacam também no setor de serviços, contribuindo para a expansão desses empreendimentos descrita na Tabela 3. Os negócios nessas áreas são bastante promissores, pois vem crescendo juntamente com o mercado de trabalho. De acordo com o SEBRAE (2013), a maioria das empregadoras ou das que atuavam por conta própria possuíam negócios nos setores do comércio e dos serviços, cerca de 63,8% ao ano.

No setor do comércio elas se destacam na área lojista, voltadas para vestuário, artigos de festas, óticas, farmácias e cosméticos. Nessa categoria são concentrados os negócios que possuem mais funcionários e tem um faturamento mais alto, pois a economia da cidade está voltada basicamente para esse ramo. Já no setor de serviços, em que 9 das entrevistadas que se enquadram como MEI's, 5 atuam nesse segmento, foram encontrados ramos como salões de beleza, restaurantes e lanchonetes, em que geralmente nessas áreas realizam suas funções ou vendem seus produtos em casa, não necessitando de pontos comerciais.

Retomando os dados da SEFAZ-PI, na Tabela 4 mostra-se como os empreendimentos cadastrados estão distribuídas por bairros. O bairro Centro concentra o maior número, onde estão localizadas 321 empresas. O bairro Junco possui 113 negócios, seguido pelo bairro Bomba; com 50; Canto da Várzea, com 49 e Paraibinha, com 47. Já no São José e na Ipueiras cada um existem 39 empresas. Na sequência aparecem o bairro Passagem das Pedras, com 37 empresas; Boa Sorte, com 26; Catavento, com 26 empreendimentos; Aerolândia, com 22; e Pedrinhas com 22 empresas. Nos demais bairros da cidade somam-se 165 empresas femininas.

Tabela 4 – Localização dos empreendimentos

Bairros	Incidência
Centro	321
Junco	113
Bomba	50
Canto da Várzea	49
Paraibinha	47
São José	39
Ipueiras	39
Passagem das Pedras	37
Boa Sorte	26
Catavento	23
Aerolândia	22
Pedrinhas	19
Outros	165
Total	950

Fonte: Secretaria de Fazenda do Estado do Piauí (2015)

Em relação à localização, como pode ser observada na Tabela 4, as empresas estão inseridas nos centros comerciais e nos bairros que possuem maiores números de habitantes ou maior circulação de pessoas para compra de bens e serviços na cidade de Picos. Os bairros que se destacam na cidade são o Centro, onde concentra o maior número de empresas, e o Junco, que agrupa outra parte do comércio. O restante tem uma parcela menor de negócios, geralmente pequenos empreendimentos familiares nos bairros mais afastados distantes dos centros comerciais.

Através da observação da Tabela 5, verifica-se a divisão das categorias adotadas pela SEFAZ-PI nos cadastros das empresas. O Sistema de recolhimento em valores fixos mensais dos tributos abrangidos pelo Simples Nacional (SIMEI) abrange elevada participação, em torno de 590 empreendimentos, em que fatores como empresas familiares e utilização de um sistema que facilita os recolhimentos das taxas ajudam a ter esse índice de negócios pequenos. Com relação à Microempresa (ME) a quantidade diminui, possuindo apenas 304 com esse porte; a Empresas de Pequeno Porte (EPP) fica com uma parcela ainda menor 41 negócios, pois já possuem um faturamento anual maior e requer mais investimentos nas empresas. Por fim, somente 15 são enquadradas na categoria Normal, que dispõem de um grande faturamento.

Tabela 5 – Categorias adotadas pela SEFAZ no cadastro das Empresas

Sistemas adotados	Quantidade
SIMEI (MEI)	590
ME	304
EPP	41
Normal	15
Total	950

Fonte: Adaptado de Secretaria de Fazenda do Estado do Piauí (2015)

Segundo a SEFAZ-PI, as empresas são alocadas em categorias de acordo com seu faturamento anual para serem registradas. Na categoria SIMEI é permitido para o microempreendedor individual (MEI) que a empresa alcance um limite de faturamento mensal de até R\$60.000/ ano e com apenas um funcionário, ultrapassando esse valor ela passa a ser uma ME, que poderá atingir R\$360.000/ano. Já as EPP não podem ultrapassar

R\$3.600.000/ano em termos nacional, empresas no Estado do Piauí diminuí para R\$2.520.000/ano, todas essas categorias podem adotar o Simples Nacional o que não ocorre na categoria Normal em que não há um faturamento anual limite.

As mulheres empreendedoras enquadradas na categoria SIMEI alcançam uma quantidade bem representativa, evidenciada na Tabela 5. Fato que pode ser explicado devido às donas das empresas possuírem um perfil específico para geri-las, como a preferência de atuar em negócios pequenos (TAKAHASHI e GRAEFF, 2004). Outra parte significativa são as ME's, empresas maiores e mais firmes que exigem experiência para lidar com os riscos e problemas que possam surgir.

Dando prosseguimento aos dados colhidos, a Tabela 6 mostra o faturamento anual das empresas entrevistadas na cidade. A maioria das empresas possui uma receita pequena, com 18 empreendimentos faturando até R\$ 60 mil ao ano. Já os negócios que faturam entre R\$ 60 mil e R\$ 360 mil somam 14 das entrevistadas. Os que têm receita entre R\$ 360 mil e R\$ 2.520 milhões correspondem apenas 5 empresas e somente 1 possui um faturamento acima de R\$ 2 milhões.

Tabela 6 – Média de faturamento anual das empresas entrevistadas

Receita	Quantidade
Até R\$ 60.000	18
De R\$ 60.000 a R\$ 360.000	11
De R\$ 360.000 a R\$ 2.520.000	4
Acima de R\$ 2.520.000	1
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

Na Tabela 6, evidencia-se a participação das mulheres em negócios pequenos, com um rendimento anual ainda baixo, confirmando os dados da Tabela 5, anteriormente citadas, em que elas estão incluídas no SIMEI que integram a maior parte das empresas da cidade. Na categoria de microempresa também houve uma quantidade razoável nas entrevistas, possuindo uma proporção maior do que encontradas na planilha da SEFAZ-PI; nas demais categorias a presença feminina é pouco expressiva.

Um fator que contribui para a quantidade acentuada de empresas com baixo faturamento resulta das vantagens que o microempreendedor adquire com a formalização do seu negócio, como facilidades na abertura de conta bancária, para conseguir empréstimos e também na emissão de notas fiscais (PERRY *et al.* 2007). Já para empresas que possuam um faturamento acima dos R\$ 360.000/ano, a carga tributária desses empreendimentos é bastante pesada, requer certo tempo para se firmar no mercado e conquistar clientes.

A Tabela 7 corresponde à quantidade de funcionários nas empresas entrevistadas. Através da aplicação do questionário notou-se que a maioria das empresas não possui uma quantidade muito alta de funcionários: 17 empresas possuem entre 2 e 9 funcionários; uma boa parte das empresas possuem apenas 1 funcionário, correspondendo a 13 delas; 3 possuem entre 10 e 49 funcionários; e apenas 1 apresenta uma quantidade mais elevada de funcionários, que são entre 50 e 99, e nenhuma empresa possui acima de 99.

Tabela 7 – Número de funcionários das empresas analisadas

Número de funcionários	Quantidade
Apenas 1	13
Entre 2 e 9	17
Entre 10 e 49	3
Entre 50 e 99	1
Acima de 99	0
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

Já na Tabela 8 pode-se observar o perfil das empreendedoras que realmente estavam à frente da empresa quanto a seu estado civil. A maioria das entrevistadas respondeu que é casada, correspondendo a 21 mulheres; as donas de negócios solteiras equivalem a 7; as divorciadas somam 4; e apenas 2 responderam que são viúvas.

Através da observação da Tabela 7, percebe-se que as empresas entrevistadas possuem, em sua maioria, até 9 funcionários, consideradas negócios pequenos. Tal fato confirma os dados da Tabela 6, que detalha o faturamento das empresas envolvidas nos questionário aplicados, se enquadrando as empreendedoras que tem nas suas empreendimentos apenas 1 funcionário e um faturamento anual de até R\$ 60 mil na categoria MEI.

Tabela 8 – Estado civil das empreendedoras entrevistadas

Situação conjugal	Quantidade
Solteira	7
Casada	21
Divorciada	4
Viúva	2
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

O perfil das mulheres no mercado de trabalho vem sofrendo mudanças no decorrer do tempo, como mostra a Tabela 8, em que a maioria são casadas, uma pequena parcela respondeu ser solteira. Para Bruschini e Lombardi (2002), o que se via nos anos 80 eram mulheres solteiras, pois predominava o patriarcalismo e tinham apenas obrigações domésticas devendo cuidar da casa e da família, enquanto que os homens trabalhavam para garantir o sustento. Os dados mostram uma realidade diferente, onde estão ocorrendo constantes mudanças em que as mulheres, mesmo casadas, já estão saindo para o mercado de trabalho em busca de sua independência financeira e até mesmo abrindo seu próprio negócio.

Na Tabela 9 foi feita a análise da quantidade de filhos de cada uma das entrevistadas, constatando que 13 delas tem 2 filhos; 12 delas com apenas 1 filho; 7 das mulheres não tem filhos; apenas 2 possuem 3 filhos; e nenhuma das entrevistadas tinha 4, 5 ou mais filhos.

Tabela 9 - Quantidade de filhos das empreendedoras entrevistadas

Filhos	Quantidade
Nenhum	7
1	12
2	13
3	2
4	0
5 ou mais	0
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

As mulheres vêm optando ter cada vez menos filhos para se dedicar ao seu trabalho e seus estudos. Como pode ser observado na Tabela 9, a maioria das empreendedoras tem no máximo 2 filhos. Fatores como a diminuição da taxa de fecundidade e aumento do nível de instrução – mostrado na Tabela 7 – contribuem para o aumento da presença das mulheres no mercado de trabalho (LEME e WAJNMAN, 1999). Além de terem menos filhos, também engravidam cada vez mais tarde, pois elas esperam conseguir uma estabilidade profissional e financeira para planejar aumentar a família. Esse pensamento não é só pelo fato da questão financeira, mas o tempo que uma criança requer da mãe para seus cuidados.

E outro fator que contribui para a diminuição dos filhos é o aumento da escolaridade das brasileiras, quanto maior seu tempo de estudo mais elas adiam a maternidade (IBGE, 2010).

Verifica-se na Tabela 10, o nível de instrução das mulheres que participaram das entrevistas. Nos graus de ensino fundamental incompleto e ensino superior incompleto não houve nenhuma representante; o ensino médio completo abrangeu a maior parte das empreendedoras, com um total de 18, seguidas das que tem ensino superior completo, com 13; já no ensino fundamental completo apenas 2; e, por fim, somente 1 respondeu ter o ensino médio incompleto.

Tabela 10 – Grau de escolaridade das empreendedoras

Nível de instrução	Quantidade
Ensino fundamental incompleto	0
Ensino fundamental completo	2
Ensino médio incompleto	1
Ensino médio completo	18
Ensino superior incompleto	0
Ensino superior completo	13
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

Como se pode perceber na Tabela 10, as mulheres entrevistadas possuem uma boa média de escolaridade, nenhuma delas possuem ensino fundamental incompleto e a maioria tem ensino médio completo e superior completo. De acordo com Leme e Wajnman (1999), o aumento da participação feminina no mercado de trabalho teve grande influência do aumento dos anos de estudos dessas mulheres, que conseguiram avanços significativos ao longo do tempo. No mercado as profissionais que possuem nível superior são maioria, mas seus rendimentos são inferiores aos dos homens que possuem a mesma escolaridade e desempenham as mesmas funções, contribuindo para as disparidades presentes em todos os setores da economia (LEONE; BALTAR, 2006).

Na Tabela 11, foi feita a análise quanto à naturalidade das mulheres empreendedoras, onde 31 correspondem às mulheres de Picos e somente 3 são de outras cidades e até mesmo outros estados.

Tabela 11 – Cidade de origem das empreendedoras entrevistadas

Naturalidade	Quantidade
Picos	31
Outros	3
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

A maioria absoluta das mulheres que foram entrevistadas que possuem empresas na cidade de Picos são naturais do município, fator favorável devido seu conhecimento sobre o mercado local e a minoria são de cidades vizinhas ou de outros estados, que vivem na cidade com seus maridos que são naturais daqui e enxergaram uma oportunidade de negócio. Os empreendimentos maiores são geralmente filiais vindos da capital Teresina ou outros estados que veem potencial econômico no comércio.

Evidencia-se na Tabela 12 o tempo em que as empresas vêm atuando no mercado, observando que a grande maioria delas tem um curto prazo de atuação, onde 18 possuem entre 1 e 5 anos; 9 delas atuam entre 6 e 10 anos; apenas 2 estão no mercado há menos de um ano, e 5 delas já tem um longo tempo de atuação, acima dos 10 anos.

Tabela 12 - Tempo de atuação da empresa entrevistadas

Tempo de mercado	Quantidade
Menos de 1 ano	2
Entre 1 e 5	18
Entre 6 e 10	9
Acima de 10 anos	5
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

As empresas analisadas nos questionários são recentes no mercado, como observado na Tabela 12, em que a atuação da maioria dos empreendimentos são inferiores a 5 anos no município. Os negócios das mulheres são considerados recentes na cidade, mas de acordo com o SEBRAE (2013), as taxas de sobrevivência das empresas no Brasil vêm melhorando a cada ano, como pode ser observada na Tabela 12, em que os empreendimentos com mais de 6 anos possui também uma quantidade relevante (14) e confirma a estabilidade e o sucesso das mulheres à frente dos seus negócios, com empresas que são recentes e outras que já estão firmadas no mercado.

A competência das mulheres frente aos seus negócios são resultados da mistura de características próprias do sexo feminino como sensibilidade e intuição com qualidades pertencentes ao homem como coragem e iniciativa (MACHADO, 1999).

Pode-se observar na Tabela 13, a quantidade de horas que as mulheres utilizam dentro de suas empresas para administra-la. A quantidade mais expressiva, cerca de 21 responderam trabalhar 8h por dia, mas algumas trabalham 10 horas por dia, correspondendo a 7 das entrevistadas; apenas 3 trabalham 6 horas por dia; e 3 trabalham outro horário ou não tem uma carga horária diária definida de trabalho, trabalham de acordo com a necessidade, indo além carga horária definida no questionário .

Tabela 13 – Tempo que as empreendedoras se dedicam no seu trabalho

Horas/dia	Quantidade
Até 6 h/dia	3
8 h/dia	21
10 h/dia	7
Outro	3
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

As mulheres empreendedoras entrevistadas trabalham em média 8h/dia, como mostra a Tabela 13, possuindo uma carga horária mais flexível devido à dupla jornada que desempenham procurando conciliar as tarefas do trabalho e da casa. Uma pequena quantidade respondeu trabalhar mais de 10h/dia, pois levam para casa tarefas que deveriam ser desempenhadas na empresa, como comunicação direta com os clientes utilizando aplicativos de mensagens para mostrar seus produtos e novidades que a loja possui, como mencionou uma das empreendedoras.

Na Tabela 14 constam os resultados das entrevistas feitas para identificar se as empreendedoras tinham experiências profissionais anteriores, cuja maioria (21) não possuía e 13 já haviam trabalhado anteriormente.

Tabela 14 – Experiências profissionais das empreendedoras entrevistadas

Trabalhos anteriores	Quantidade
Sim	13
Não	21
Total	34

Fonte: os autores, 2016.

Grande parte das mulheres entrevistadas donas do próprio negócio não possuem experiências de trabalhos anteriores, como observado na Tabela 14, mas os dados da Tabela 12 mostram que mesmo sem ter trabalhado antes, obtiveram êxito ao abrir suas empresas demonstrando que uma quantidade razoável (11) estão no mercado há mais de 6 anos e contrapondo a ideia de Carter (2001), que afirma que experiência anterior na área de atuação da empresa é de fundamental importância para a organização e para a viabilidade de abri-la, além do conhecimento antes adquirido contribuir para uma boa administração e funcionamento.

A atividade empreendedora requer habilidades para enfrentar desafios diariamente, necessitando que o dono do negócio saiba se comunicar bem com seus clientes e fornecedores, não sendo fator decisivo no desempenho do empreendimento sua inserção anterior na área comercial. O que pode se observar é que a maioria das mulheres mesmo sem possuir experiência no mercado enfrentam os riscos de iniciar seu negócio e estão conseguindo se sobressair há mais tempo no mercado.

Para as entrevistadas que tiveram experiência anterior ao seu empreendimento foi perguntado se haviam trabalhado no cargo de gerência, em que apenas 2 responderam que sim, como mostra-se na Tabela 15.

Tabela 15 – Experiência de gerência das entrevistadas

Cargo de gerência	Quantidade
Sim	2
Não	11
Total	13

Fonte: os autores, 2016.

De acordo com Probst (2005), no Brasil as mulheres ocupam 41% da força de trabalho e preenchem apenas 24% dos cargos de gerência. Como em vários outros setores, as mulheres também enfrentam dificuldades de atuar nessas áreas de liderança, passando a desenvolver as habilidades na sua própria empresa.

As empreendedoras que afirmaram possuir experiência em gerenciar um negócio que não eram delas, se depararam com obstáculos na função. Uma entrevistada destacou a dificuldade que enfrentava para atingir um padrão de excelência no atendimento que era exigido na organização e os cuidados que deviam ter na administração do estoque, por se tratar de uma empresa de alimentação e ter a preocupação com a perecibilidade dos produtos armazenados. Outra entrevistada afirmou que na experiência enfrentou vários desafios e um deles foi ter que lidar e conviver com pessoas difíceis, mas com a oportunidade de desempenhar essa função adquiriu muito conhecimento, que lhe ajudou a gerir seu negócio como empreendedora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo principal identificar as dificuldades das mulheres como empreendedoras e analisar como as donas de negócio se destacam no mercado da cidade de Picos-PI. Dessa forma, a condução do estudo se deu por uma abordagem quantitativa, pela análise de planilhas da SEFAZ-PI a respeito de empreendimentos cadastrados por mulheres na cidade e, em seguida, pela aplicação de questionários em 43 empreendimentos no intuito de verificar se as mulheres estavam realmente à frente dos negócios, que se verificou que 34 administravam seu negócio.

Com base nos dados coletados, percebeu-se que as empreendedoras estão ganhando espaço na cidade e enfrentando as dificuldades que existem no empreendedorismo feminino. Constatou-se pelos dados da SEFAZ-PI que elas atuam, em sua grande maioria, em negócios bem pequenos, não possuindo um ponto comercial para vender seus produtos ou realizar seus atendimentos e acabam transformando sua casa em ambiente de trabalho.

A pesquisa apontou que as donas dos negócios atuam em vários ramos da economia local, mas que se destacam no comércio e na prestação de serviços devido à economia da cidade girar em torno desses segmentos.

Verificou-se que as mulheres tem um grau de estudo elevado contribuindo para sua atuação na empresa, são casadas, com poucos ou nenhum filho e enfrentando a dupla jornada de trabalho. A maioria não havia trabalhado antes, fato que não afeta o bom desempenho das empresas que por elas são administradas, pois se notou que mesmo sem experiência conseguiram se sobressair e firmar seu negócio no mercado local. O fato da maioria nunca ter gerido uma empresa não as impediu de ter seu empreendimento, mesmo que em alguns momentos tenham que abdicam do seu tempo com a família para se dedicar a seu trabalho.

Esta pesquisa contribui para futuros trabalhos que possam dar visibilidade para o empreendedorismo feminino e despertar interesse das instituições para explorar esse tema, seja com subsidio financeiro, seja com a criação de projetos de apoio e facilidade para fomentar o desenvolvimento da economia local.

Como sugestão de pesquisas, destaca-se a expansão do campo de análise, a partir de estudos em outras cidades do interior do Piauí, além da utilização de métodos qualitativos para aprofundar e ampliar discussões sobre empreendedorismo feminino. Cabe também para os acadêmicos e profissionais da UFPI campus Picos se aprofundarem no tema, abordando um campo maior para o estudo.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, L. Introdução. In: **Igualdade de gênero e raça no trabalho: avanços e desafios**. OIT, Brasília, 2010

ALVES, E.L., AMORIM, B. M. F., CUNHA, G. H. de M. **Emprego e ocupação: algumas evidências da evolução do mercado de trabalho por gênero na grande São Paulo – 1988/1995**. Brasília, IPEA, 1997. (Texto para discussão, n° 497)

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, p.1-11, 2007.

BALTAR, P.; LEONE, E. T. A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro. **Revista Brasileira de Estudos Populacionais**, São Paulo, v.25, n.2, p. 233-249, jul/dez. 2008.

BRASIL. **Lei Complementar n. 128, de 19 de dezembro de 2008**. Disciplina diversas alterações na Lei Complementar n° 123/06, que instituiu o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (SIMPLES Nacional). Diário Oficial da União, Brasília, 22 dez. 2008.

BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R. **Trabalhadoras brasileiras dos anos 90: mais velhas e mais instruídas**. Revista Mulher e trabalho. Recuperado em 01 de abril, 2004. Disponível em: <<http://cdn.fee.tche.br/mulher/2002/artigo5.pdf>> Acesso em: 08 fev. 2016.

CARLOTO, C. M. Gênero, reestruturação produtiva e trabalho feminino. **Serviço Social em Revista**, Londrina, v. 4, n°2, 2002.

CARTER, S. **A posse do negócio das mulheres: uma revisão da literatura acadêmica, popular e internet**. Glasgow: Universidade de Strathclyde, de 2001.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

GEM – Brasil 2009. *Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil*. Relatório executivo 2009. Curitiba: IBQP, 2010.

GEM – Brasil 2011. *Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil*. Relatório executivo 2011. Curitiba: IBQP, 2011.

GIMENEZ, F. A. P. (2010). **Trajetórias empresariais femininas**: estudo comparativo entre empreendedoras e sucessoras de empresas familiares (Projeto de Pesquisa CNPQ). Curitiba, 2010.

GOMES, A.F; SANTANA, P.G.W.; SILVA, M.J. **Mulheres empreendedoras**: desafios e competências. Disponível em: <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. R. **Empreendedorismo** – 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 29 fev. 2016.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Infográficos**: despesas e receitas orçamentárias e PIB. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/painel/economia.php?lang=&codmun=220800&search=piaui|picos|info%EF1ficos:-despesas-e-receitas-or%EFament%EF1rias-e-pib>>. Acesso em: 21 jul. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE (IBQP). **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo. Curitiba, p. 1-19, 2012.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE – Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília, UEM/UEL/UnB, 2003, p. 41-53

JONATHAN, E. G. **Mulheres empreendedoras**: desafiando estereótipos. Departamento de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.bancodamulher.org.br/publicações/mulheres_empreendedoras.pdf (Acesso em 19 fev. 2016).

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

LEME, M. C., WAJNMAN, S. **Efeitos de período, coorte e ciclo de vida na participação feminina no mercado de trabalho brasileiro**. 1999, mimeo.

LEONE, E.T.; BALTAR, P. **Diferenças de rendimento do trabalho de homens e mulheres com educação superior nas metrópoles**. Revista brasileira de Estudos Populacionais, São Paulo, v.23, n-2, p.355-367, jul./dez. 2006.

MACHADO, H. V; CYR-ST, Louise; MIONE, Anne; ALVES, Marcia Cristina Moita. O processo de criação de empresas por mulheres. **Revista de Administração de Empresas-eletrônica**, São Paulo, v.2, n.2, p.1-22, 2003.

MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: Encontro Nacionado da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, 23, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 1999.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Trad. Laura Bocco. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

OLIVEIRA, K. B.; LOPES, G. S. C.; WATANABE, M.; YAMAGUCHI, C. K.; DUARTE, R. **Estudo do empoderamento na perspectiva das mulheres**. Revista pretexto, Belo Horizonte, v.16, n-4, p.82-99, out/dez. 2015.

PERRY, G.; MALONEY, W.; ARIAS, O.; FAJNZYLBER, P.; MASON, A.; SAAVEDRA-CHANDUVI, J. **Informalidade**: saída e exclusão. Estudos do Banco Mundial sobre a América Latina e o Caribe. Banco Mundial, Washington D.C., 2007.

PROBST, E. R. **A evolução do trabalho da mulher no mercado de trabalho**. Disponível em: <<http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em: 27 de jun. 2016.

ROCHA, S. R. **O trabalho da mulher a luz da constituição de 1988**. Rio de Janeiro: Forense, 1991.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sobrevivência das empresas no brasil**: coleção estudos e pesquisas. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Sobrevivencia_das_empresas_no_Brasil=2013.pdf. Acesso em: 06 jul. 2016

SERASA EXPERIAN. **Brasil tem mais de 5 milhões de mulheres empreendedoras, revela estudo inédito da Serasa Experian** Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/brasil-tem-mais-de-5-milhoes-de-mulheres-empreendedoras-revela-estudo-inedito-da-serasa-experian/>>. Acesso em: 21 jul. 2016.

SILVA, G. C. C.; SANTOS, L. M.; TEIXEIRA, L. A. **A mulher e sua posição na sociedade -da antiguidade aos dias atuais-**. Revista da sociedade brasileira de psicologia hospitalar. vol.8, n.2, p.65-76, dez. 2005.

SPREITZER, G.M., DONESON, D. **Estudo do empoderamento na perspectiva das mulheres**. Revista pretexto, Belo Horizonte, v.16, n-4, p.82-99, out/dez. 2015.

TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F. **Gestão Feminina e Planejamento Estratégico em MPE's: Uma Análise Preliminar do Perfil no setor educacional de Curitiba**. VII SEMEAD, 2004.

TRANJAN, R.A. Elas Chegaram! **Emprendedor**, ano 8, n.88, p.20-21, fev. 2002.

VIEIRA, A. Curso de graduação em ciências econômicas UFSC: **A expansão do trabalho feminino no setor de serviços**: uma análise nas cinco regiões do Brasil. Florianópolis: EDUFSC, 2007.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

1. Estado civil

Solteira Casada Divorciada Viúva

2. Escolaridade

Ensino fundamental completo Ensino fundamental incompleto
 Ensino médio completo Ensino médio incompleto
 Ensino superior completo Ensino superior incompleto

3. Filhos

Nenhum 1 2 3 4 5 ou mais

4. Naturalidade

Picos Outra Qual? _____

5. Há quanto tempo sua empresa está no mercado?

Menos de 1 ano Entre 1 e 5 Entre 6 e 10 Acima de 10 anos

6. Qual segmento ela pertence ao mercado?

Comércio Serviços

Especifique _____

7. Qual o número de funcionários de sua empresa?

Apenas 1 Entre 2 e 9 Entre 10 e 49 Entre 50 e 99
 Acima de 99

8. Qual média de faturamento anual?

Até R\$ 60.000 De R\$ 60.000 a R\$ 360.000
 De R\$ 360.000 a R\$ 2.520.000 Acima de R\$ 2.520.000

9. Qual seu horário de trabalho?

Até 6 horas por dia 10 horas por dia
 8 horas por dia Outro _____

10. Quem é(são) o(s) responsável(eis) pela administração da empresa?

11. (Se mulher) Teve experiência em trabalhos anteriores?

Sim Não

11.1 Teve experiência no cargo de gerência?

Sim Não

Se sim, como foi sua experiência? Quais as principais dificuldades?



TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
"JOSÉ ALBANO DE MACEDO"

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
() Dissertação
() Monografia
(X) Artigo

Eu, Valkíria Lima Rocha e Antônio Barros Real Neto,
autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de
02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,
gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação
Mulheres de negócios: mapeamento da atividade empreen-
dedora na cidade de Picos-PI.
de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título
de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 18 de agosto de 20 16.

Valkíria Lima Rocha
Assinatura

Antônio Barros Real Neto
Assinatura