



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
Rua Cícero Eduardo S/N Bairro Junco-64.600-000 – Picos - Piauí
Fone (89) 3422 – 1087 Fax (89) 3422-1043



**MULHERES QUE EMPREENDEM: um estudo realizado no setor de vestuário na
cidade de Picos-PI.**

Cássia Maria de Sousa Matos¹; Márcia Maria dos Santos Sousa²; Janayna Arruda Barroso³.

¹Graduanda em Administração pela UFPI;

²Graduanda em Administração pela UFPI;

³ Professora Mestre, UFPI.

FICHA CATALOGRÁFICA**Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí****Biblioteca José Albano de Macêdo****M433m** Matos, Cássia Maria de Sousa

Mulheres que empreendem: um estudo realizado no setor de vestuário na cidade de Picos-PI. / Cássia Maria de Sousa Matos, Márcia Maria dos Santos Sousa– 2018.

CD-ROM : il.; 4 ¼ pol. (22 f.)

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração)
– Universidade Federal do Piauí, Picos, 2018.

Orientador(A): Profª. Ma. Janayna Arruda Barroso

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres. 3. Setor de Vestuário. I. Sousa, Márcia Maria dos Santos. II. Título.

CDD 658.022



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

Cássia Maria de Sousa Matos
Márcia Maria dos Santos Sousa

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), 06 de dezembro de 20 18.

Janayna Arruda Barroso
Prof^a. Ma. Janayna Arruda Barroso

Renata Tomaz Cunha de Sousa
Prof^a Esp. Renata Tomaz Cunha de Sousa.

Carolina Maria Furtado Matos
Prof^a. Ms. Carolina Maria Furtado Matos

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário na cidade de Picos-PI. As mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço no mercado de trabalho. Ao longo da história, são várias as superações das mulheres na conquista do seu espaço na sociedade. A persistência na criação de novas oportunidades possibilitou o empreendedorismo feminino como realidade na atualidade. Para realizar o presente estudo, optou-se por uma abordagem qualitativa e descritiva, sendo realizadas 13 entrevistas a partir de um roteiro estruturado. Dentre as entrevistadas haviam empreendedoras de pequeno, médio e grande porte. Com essa pesquisa concluiu-se que a maioria das mulheres empreendem por necessidade e que atuam no mercado há muitos anos. Constatou-se que as famílias são a maior motivação dessas empreendedoras e que elas não atrapalham no seu desenvolvimento profissional. Identificou-se também que a crise é a maior dificuldade enfrentada no momento, mas que as mesmas são visionárias, destemidas, guerreiras, características necessárias para atuar no ramo empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. Setor de Vestuário.

ABSTRACT

This study aims to analyze the main difficulties faced by the women who undertake the clothing sector in the city of Picos-PI. Women have been gaining more and more space in the labor market. Throughout history, there have been several overcomings of women in the conquest of their space in society. The persistence in the creation of new opportunities, made possible the female entrepreneurship as reality in the present time. In order to carry out the present study, a qualitative and descriptive approach was chosen, with 13 interviews based on a structured script. Among the interviewees there were entrepreneurs of small, medium and large size. With this research it was concluded that most women undertake by necessity and have been in the market for many years. It was found that families are the greatest motivation of these entrepreneurs and that they do not interfere in their professional development. It was also identified that the crisis is the greatest difficulty faced at the moment, but that the same are visionary, fearless, warriors, characteristics necessary to act in the entrepreneurial branch.

Keywords: Entrepreneurship. Women. Apparel industry.

1 INTRODUÇÃO

Reconhecer o papel da mulher no lugar onde vivemos, nos lugares que nos oferecem bens e serviços, é de grande importância para o conhecimento acerca do empreendedorismo feminino, ponto inicial para traçar um paralelo entre o que já foi de forma severa nos tempos passado, mas que apesar de vivermos na modernidade, muitos resquícios de uma sociedade machista e patriarcal ainda domina, não de forma isolada.

O setor de vestuário, se visualizado pela óptica de quem melhor reconhece produtos e combinações apropriadas, ainda pelo pensamento predominante na sociedade, dir-se-ia que as mulheres têm maiores habilidades nesse quesito. Entretanto, o que se pretende analisar, é a mulher como gerenciadora do empreendimento, adentrando no ramo dos negócios e sendo uma parcela geradora de economia. Reconhecer como esse cenário é desenhado na cidade de Picos-PI, é importante para confirmar o empoderamento feminino quanto empreendedoras ou reafirmar que por trás de uma mulher, tem um homem organizando as finanças. Por outro lado, vale a discussão sobre as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras e lista-las pode ser subsídios para definir a atual situação do espaço empreendedor feminino.

Os principais autores utilizados no aporte teórico da pesquisa foram Duarte (2011) que discorre a respeito do fenômeno do empreendedorismo, Amorim e Batista (2011) que retratam a respeito de mulheres empreendedoras, assim como Barbosa et al (2011).

Dessa forma o estudo pretende responder ao seguinte **problema de pesquisa**: Quais as dificuldades enfrentadas pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário em Picos-PI? Tendo como **objetivo geral**: analisar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário em Picos-PI. **Especificamente** busca-se: (1) investigar as motivações dessas mulheres para empreender; (2)descrever pela percepção das empreendedoras sua autoimagem; (3) identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário de Picos-PI.

Uma pesquisa como está se faz relevante diante do cenário em que vivemos, em relação à igualdade de gênero que se desenvolve nos diversos seguimentos da sociedade. Percebe-se que aos poucos, a mulher vai ganhando seu espaço e por que não dizer reconquistando, visto que a predominância masculina nos papéis de líderes, políticos, trabalhadores intelectuais em toda a sociedade, é apenas uma configuração adotada tempos atrás, por conveniência e por elevação do ego masculino em detrimento da submissão doentia forçada as mulheres.

2 MULHERES QUE EMPREENDEM NO BRASIL E NO NORDESTE

2.1 Mulheres empreendedoras

Falar de mulheres empreendedoras não é uma tarefa fácil, haja visto, o assunto ser relativamente novo no meio acadêmico e não existirem muitos estudos que tratem da temática. Os estudos que retratam o empreendedorismo estão, em sua maioria, focados na figura masculina como responsável pelo ato de empreender. As informações encontradas a respeito do fenômeno do empreendedorismo não se encontram divididas por gênero. (AMORIM, BATISTA, 2011).

Desse modo, existem dificuldades para construir trabalhos nessa área, mas as mesmas podem ser vencidas conforme se aprofunde na literatura e busque estudos que ofereçam possibilidades de discussão. Assim, o estudo traz uma perspectiva sobre mulheres empreendedoras, trazendo considerações sobre o conceito de empreendedorismo e olhando a mulher empreendedora em uma perspectiva nacional e regional, assim como, os desafios que

a mulher encontra para empreender na atualidade, para considerar as mulheres que empreendem no setor de vestuário. (AMORIM, BATISTA, 2011).

Duarte (2011) afirma que o empreendedorismo deve ser entendido como produto da descentralização das atividades produtivas, decorridas nos últimos anos, é uma nova forma de organização produtiva que possibilita aos trabalhadores tornarem-se seus próprios patrões, fazendo seus horários, o empreendedorismo é dinâmico e deste nasceu o pequeno e micro empreendedor que fomentaram as pequenas e micro empresas, embasamentos para a consequente instituição do Microempreendedor Individual.

Ainda conforme Duarte (2011) o empreendedorismo é um fenômeno social em constante expansão e está ligado ao modo do trabalhador atuar, pois diante das mudanças sociais que acontecem, onde o trabalhador busca um emprego que lhe permita flexibilidade, fugindo do tradicionalismo do trabalho marcado pelo salário, buscando meios de produção flexível.

O empreendedorismo é uma ação na qual os indivíduos buscam oportunidades, estabelecem e organizam os recursos indispensáveis e, abrem seu próprio negócio, procurando melhoria de vida, arriscando-se no mercado a fim de satisfazer suas necessidades e desejos. (ROBBINS, 2001).

O empreendedorismo na concepção de Dornellas (2011) é resultado das transformações que aconteceram ao longo do tempo, principalmente a partir do século XX, período que trouxe dinamismo a vida das pessoas e mudou sua maneira de viver o dia-a-dia. O empreendedorismo traz inovações as vidas de pessoas e partem de inovações, partem de algo que já existia, mas que alguém pensou em uma forma de melhorar, olhou de uma maneira singular e, assim, proporcionou algo diferente, esse alguém que trouxe à tona o novo, uma pessoa em particular ou equipe de pessoas, fazem algo chamado empreender, elas são visionárias e especiais, se arriscam e fazem acontecer. Essas pessoas são empreendedoras.

No conceito de Bispo et al (2010) o empreendedorismo é um fenômeno global, consideração que se deve ao força e crescimento nas relações internacionais e na formação profissional. Assim, Bispo et al (2010) conclui que a definição de empreendedor evoluiu ao longo do tempo, conforme mudanças complexas foram ocorrendo na área econômica mundial, que cada vez mais torna-se complexa.

Desse modo, o empreendedor precisa cuidar de seus recursos de maneira eficiente e eficaz, onde:

O bom empreendedor, ao agregar valor a produtos e serviços, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia. [...] O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do auto-conhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 26).

Existem, assim, características que compõem a figura do bom empreendedor ele deve estar preocupado em gerir seus recursos adequadamente, com eficiência e eficácia. O bom empreendedor deve resolver os problemas que surgem, sendo criativo e motivado. O bom empreendedor assume as responsabilidades e corre riscos. O bom empreendedor sabe que precisa estar sempre aprendendo e encarando novas experiências. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 26).

Nessa perspectiva, atenta-se para o fato de que muitos dos empreendedores são mulheres, na atualidade muitas mulheres destacam-se como empreendedoras, em diversas

áreas elas atuam obtendo sucesso, realizando negócios bem sucedidos, destacando-se junto à economia local e contribuindo para o crescimento da economia nacional. (AMORIM, BATISTA, 2011).

Amorim e Batista (2011) comentam que quem empreende, o faz por algum motivo, de modo que existe um motivo para que as mulheres empreendam, as mesmas também tem um motivo para empreenderem como há o seu modo particular de empreender, dessa forma, entende-se, ainda, que existem características que são peculiares da mulher empreendedora, de modo, que existe a história da mulher empreendedora no Brasil e existem os fatores que colaboram para que ela obtenha sucesso, bem como as áreas em que estão mais presentes.

No Brasil, as mulheres têm empreendido por diversos motivos e em áreas diferenciadas, e tem se destacado mais do que os homens como empreendedoras, o empreendedorismo feminino tem ganhado cada vez mais importância na economia nacional, sendo necessário atentar para esta realidade e para os fatores que a compõem. (DAMASCENO, 2010).

O estudo de Amorim e Batista (2011) é uma das principais pesquisas que existem acerca do empreendedorismo feminino na atualidade, os autores entendem a presença feminina como empreendedora no Brasil atual devido as transformações advindas da Primeira e Segunda Guerra Mundial, ocorridas no século XX, onde as mulheres que já vinham galgando espaço no mercado de trabalho desde a Revolução Industrial no século XVIII, tiveram que ocupar maciçamente o lugar dos homens neste cenário, pois os mesmos estavam envolvidos com os conflitos e as mulheres passaram a ser contratadas para realizar atividades que outrora eram exclusivamente masculinas, ganhando espaço no mercado de trabalho as mulheres passaram a realizar movimentos feministas, lutando por seus direitos.

O espaço conseguido pelas mulheres enquanto empreendedoras no Brasil atual se deve a um percurso histórico vivenciado pelas mulheres ao longo do tempo, iniciado com a Revolução Industrial no século XVIII, onde a necessidade de mão de obra captou as mulheres como força de trabalho, desenvolveu-se, ainda mais, no século XX com a eclosão da Segunda Guerra Mundial, os homens eram mandados para os conflitos e as mulheres ficavam responsáveis por diversas atividades produtivas. (AMORIM; BATISTA, 2011).

Ainda na perspectiva de Amorim e Batista (2011) o empreendedorismo feminino deve ser visto a partir da luta das mulheres pelo reconhecimento de seus direitos e na busca por fazerem valer os mesmos, de modo que a mulher foi abandonando a concepção única de dona de casa, ausente de sentimentos e de direitos, para se mostrar uma mulher que cada vez mais queria ir além e ocupar novos espaços, fazer coisas novas das quais eram dissociadas até então.

Foi nos anos 70 que, no Brasil, a mulher ingressou de maneira mais precisa no mercado de trabalho, surgindo por fim os movimentos sindicais e feministas no país. Na década de 1980, mulheres ganharam mais visibilidade dentro do movimento sindical, por conta do surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única Dos Trabalhadores (CUT). Na Constituição Federal de 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica, sendo considerada tão capacitada quanto o homem. (AMORIN; BATISTA, 2011, p.3).

De acordo com Barbosa et al (2011) as mulheres foram galgando importantes espaços sociais, conseguindo adentrar no mercado de trabalho. Os padrões culturais a respeito da mulher vêm sendo modificados desde os anos de 1970, de modo que até então conhecidas como donas de casa, as mulheres passaram a dar importância a sua formação profissional, ocupando diversos cargos e as mais variadas funções no mercado de trabalho, construindo e investindo cada vez mais em suas carreiras profissionais.

No sistema capitalista atual, o trabalho da mulher deixou de ser apenas um complemento a renda produzida pelo trabalho do homem, diversas mulheres são responsáveis

pelo sustento do lar, da família. Barbosa et al (2011) entende que no Brasil, o número de mulheres empreendedoras já é maior do que o número de homens e a atividade empreendedora das mulheres é crescente e alguns fatores são preponderantes para esta situação como o desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado e as dificuldades de ascenderem na carreira profissional junto a empresas, assim como a necessidade de conciliar o trabalho com a vida familiar

No Brasil, as mulheres vêm se destacando como empreendedoras, elas investem em diferentes setores e sua motivação pode ser desde a independência, como o bem estar de sua família. Damasceno (2010) acredita que as mulheres quando decidem empreender conseguem ir além do homem, pois são mais motivadas, mais centradas em seu objetivo, suas habilidades empreendedoras são bastante peculiares, a busca de sua realização vai além do profissional, chegando a busca pela realização pessoal.

O fato de as mulheres se destacarem cada vez mais no empreendedorismo no Brasil atual, está, segundo Amorim e Batista (2011) ligada a características que lhes são próprias, onde ressalta que as mulheres são sensíveis, possui maior empatia, comprometimento. Essas características ajudam as mesmas a se tornarem empreendedoras, pois facilitam o relacionamento das mesmas e permitem um desenvolvimento diferenciado e inovador, assim partem de algo que lhe é comum e certo e tem suas chances de sucesso potencializadas. Quando as mulheres empreendem em um setor que lhe é agradável as chances de sucesso são grandes.

Desse modo, as mulheres vêm se destacando na atualidade brasileira como empreendedoras, isso se deve as suas características naturais, as mulheres são seres sensíveis e conseguem perceber possibilidades e riscos com maior facilidade que os homens. Elas são extremamente comprometidas com o que fazem, visionárias e decididas tomam decisões certas no momento adequado. Todas as características que lhes são próprias potencializam as chances de sucesso em seus empreendimentos, elas competem para um desenvolvimento diferenciado e inovador e têm grandes chances de acertar. Dessa forma, no Brasil as mulheres vêm cada vez mais conquistando espaço no mercado econômico, marcado pela competitividade e conseguem em sua grande maioria obterem sucesso. (AMORIM; BATISTA, 2011). Para Teixeira e Bonfim (2016) destacam os desafios do empreendedorismo feminino e nesse contexto observa que no Brasil a quantidade de mulheres que empreendem é maior do que a de homens, onde na Região Nordeste indicam uma pequena minoria de homens empreendedores a mais do que mulheres.

Segundo Oliveira et al, (2015) as mulheres no Nordeste têm conseguido cada vez mais empreenderem e obterem sucesso, segundo os autores deve-se ao fato de que que no Nordeste as mulheres não têm enfrentado preconceito quando decidem investir, conseguem sempre superar seus objetivos e metas. Vencer o preconceito de gênero foi um ponto determinante para as mulheres conseguirem obter sucesso em seus empreendimentos no Nordeste. Desse modo, fica evidenciado o papel das mulheres como empreendedoras na Região Nordeste e sua relevância, pois empreender na mesma foi vencer o preconceito de gênero, onde as mulheres puderam afirmar sua força e conseguir cada vez mais espaço na sociedade, mostrando todo o seu potencial como empreendedoras.

2.2 Desafios de empreender

Na atualidade empreender traz muitos desafios, tanto para homens, quanto para as mulheres, pois vivencia-se um período de crise econômica acentuado em várias partes do mundo e marcante no Brasil contemporâneo, de modo, que empreender é um desafio que requer força e determinação de todos que se envolve em atividades no intuito de gerar lucratividade e garantir sua sobrevivência. (OLIVEIRA, 2015).

Atualmente, o empreendedorismo é entendido como “o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”. (SEBRAE, 2007, p.15).

Assim, o empreendedor busca também, além da satisfação pessoal, a independência financeira. Desse modo, Hitaka e Santos (2012) dizem que o empreendedorismo empresarial busca a satisfação das necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades de negócio.

Desse modo que, aquele que decide por empreender assume riscos, ele vai criar algo novo que pode ou não dá certo e trazer resultados positivos ou mesmo negativos, seu empenho e competência serão determinantes para os consequentes resultados do ato de empreender. (SEBRAE, 2007).

O empreendedorismo tem como essência a busca pelo novo, o empreendedor está à procura de oportunidades e ao encontrá-las realiza sua exploração. O empreendedor tem capacidade criativa, o mesmo está ligado à satisfação das necessidades, apontando para a execução de planos, impulsos para realizar negócios, inovação de gestão de uma organização já estruturada, o empreendedorismo configura-se como o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto levam a transformação de ideias em oportunidades. (SEBRAE, 2007).

Assim, o empreendedor procura a visualização de oportunidades de negócios, buscando incessantemente por inovações, assumindo riscos que são previamente calculados no intuito de obter renda, de reconhecimento, de realização pessoal. Empreender é fazer algo novo, diferente, buscar novas oportunidades de negócios e estimular o crescimento econômico. (CUSTÓDIO, 2011).

Nesse contexto é necessário perceber que tudo que é novo traz um certo desconforto e a necessidade de se aprender e fazer diferente, onde um dos desafios apresentados aos empreendedores é a percepção de seu negócio, é conseguir acompanhar seu desenvolvimento, notando o que precisa ser feito, o que precisa de ajuste, de modo que tenha a plena consciência de que empreender é inovar, e encare o desafio de fazer diferente em seu negócio, sabendo que pode ser um diferencial para economia local. (CUSTÓDIO, 2011).

Baggio e Baggio (2014) acreditam que na atualidade os economistas concebem a importância do empreendedor para o processo de desenvolvimento econômico, dessa forma avaliam que só é possível desenvolvimento econômico se este for alicerçado na existência de empreendedores. Nessa perspectiva, os autores comentam que não é preciso acumular estoque de conhecimentos, é preciso aprender sozinho e assim o empreendedor da vida real é aquele que realiza, erra e aprende com seus erros.

O empreendedor enfrenta o desafio de errar, mas também o desafio de aprender com seus erros e destes tirar proveito, enfrenta o desafio de gerir um negócio diante de uma crise econômica, desafio de agregar valor ao seu empreendimento, de perceber que é preciso de ajustes, de fazer e refazer. (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Quando se trata de mulheres que empreendem tem-se o desafio de vencer preconceitos historicamente construídos na sociedade, enfrentar o preconceito de gênero, onde destaca-se que a concepção de gênero pautada em diferenças biológicas mudou ao longo do tempo conforme desenvolveram-se as sociedades e as diferenças de gênero serviram para conferir significados aos elementos masculinos e femininos, ao passo que o masculino foi associado a cultura e a criação humana e o feminino a natureza, aquilo já determinado biologicamente. Estabeleceu-se a estrutura familiar patriarcal que acentuava os papéis sociais que se atribuíam a homens e mulheres, trazendo diferenças como na educação para meninos e meninas e nas brincadeiras caracterizadas como masculinas e femininas. Mas na década de 1960 e 1970 com o empreendimento de movimentos feministas em que as mulheres lutaram fortemente por seus direitos em todo mundo, visando a ampliação de seus espaços sociais, buscando

maior espaço no mercado de trabalho, na educação e na saúde e a palavra gênero, então, ganhou um novo significado. (SILVEIRA, 2006).

Bruschini (1988) discute a participação das mulheres no mercado de trabalho brasileiro no período 1985 – 1995, onde a autora destaca o aumento da atividade feminina durante o referido recorte temporal, a mulher em relação ao trabalho avaliando as mudanças que aconteceram no período e as persistências, o que não mudou, embora fossem novos tempos. Nesse contexto a autora avalia que nos anos de 1985 a 1995 as mulheres ganharam destaque como força de trabalho no mercado e passaram a desempenhar um papel mais relevante. Dessa forma, as mulheres foram ganhando cada vez mais espaço no setor econômico, vencendo preconceitos embarcaram como empreendedoras em negócios informais e atualmente já alcançam altos patamares do mundo econômico, deixando para trás marcas de um passado opressor e que limitava seu espaço de atuação.

A mulher que empreende vence o preconceito de gênero, onde muitos vêm de forma arcaica a mulher como própria do lar, associam sua natureza ao cuidado da casa e dos filhos, sendo que quando decidem pelo mundo do trabalho, pelo empreendedorismo são muitas vezes criticadas e tem seu potencial questionado. Contudo, as mulheres estão mostrando cada vez mais cientes que suas características fazem das mesmas únicas, como a sensibilidade e intuição tem garantido sucesso em seus empreendimentos, relevando uma força impar para vencer obstáculos. (OLIVEIRA, 2015).

2.3 Empreendendo no setor de vestuário

O setor de vestuário representa grandes possibilidades de comercialização e tem se destacado cada vez mais no cenário mundial. Nessa perspectiva, é preciso apontar que o setor de vestuário é, provavelmente, o mais antigo do mundo, a indústria de vestuário acompanhou a evolução humana e a cada dia desenvolve-se cada vez mais. Seja por necessidade ou apenas para acompanhar os ditames da moda, as pessoas tendem a consumir bastante e movimentar o setor de vestuário, sendo, justamente isso que leva ao desenvolvimento constante desse setor e incentiva muitas pessoas a empreenderem no mesmo. (OLIVEIRA, 2015).

O setor de vestuário é uma atividade primordial dentro da sociedade, em uma perspectiva mundial a indústria de vestuário acompanhou o desenvolvimento humano, em uma perspectiva história acompanhou as fases que o ser humano foi vivenciando e se mostrando cada vez mais relevante a sociedade, atende a necessidade do ser humano e hoje mostra-se em diferentes perspectivas, servindo ao luxo e vaidade, de maneira geral, no cenário mundial o setor de vestuário mostra a tendência de crescimento e evolução. (SEBRAE, 2014).

O Brasil enfrenta uma crise econômica na atualidade, de maneira tal que é preciso inovar e buscar novas alternativas para se manter atuante e em desenvolvimento no cenário econômico atual. Não diferente, é necessário que o setor de vestuário inove e busque novos mercados, menores custos para que consiga mais clientes e possa garantir sua sobrevivência no mercado econômico atual, além de maior lucratividade. (SANCHES, 2013).

A competição no ramo de vestuário é grande e por isso as empresas precisam estar aptas a empreenderem mudanças necessárias para que possam conseguir manter-se atuante nesse cenário competitivo e dinâmico, ponderar sobre riscos planejar-se e avaliar constantemente seus resultados mostram-se como elementos chave na busca por uma boa posição no mercado econômico. (SANCHES, 2013).

É preciso relevar, ainda, que o Brasil enfrenta uma crise econômica na atualidade e isso leva diversos setores a sentirem negativamente os impactos dessa crise, um dos setores mais atingidos é certamente o de vestuário, haja vista que, as pessoas diminuirão a quantidade de itens que costumavam ter em seus pertences. Destarte, o setor de vestuário

precisa potencializar sua produção, produzindo peças com menor custo, para que seu preço possa ser reduzido, suas vendas possam aumentar e assim obter maior lucratividade. (SEBRAE, 2014).

Empreender é um grande desafio na atualidade, em todos os ramos, o setor de vestuário que é um setor histórico, tendo se desenvolvido juntamente com a humanidade. Assim, muitas pessoas visionárias têm se dedicado a empreender nesse setor. (SEBRAE, 2013).

Segundo o SEBRAE (2013) o varejo de rua e nos shoppings vêm crescendo no Brasil, isso aliado a agilidade no lançamento dos mercados de roupa conseguem movimentar a economia do setor, mas aponta que existem grandes desafios nesse âmbito, os quais os empreendedores precisam vencer para que possam conseguir fidelizar o consumidor. Ainda, segundo o SEBRAE, mesmo diante de desafios atuais, o setor de vestuário é um dos setores que mais crescem no Brasil e no mundo, certamente sentem os efeitos de problemas econômicos, mas embora reduzida a sua lucratividade, conseguem manter-se atuantes.

Aqueles que empreendem no ramo de vestuário buscam constantemente informações sobre o setor, pensam em como fazer seu produto ter valor para o cliente, como convencê-lo a comprar e evitar que suas peças fiquem encalhadas para tanto é necessário conhece o público-alvo e trabalhar conforme as necessidades dos clientes. (SEBRAE, 2013).

Nessa perspectiva em que se aborda empreendimentos no setor de vestuário é relevante destacar as mulheres que dedicam-se as atividades desse setor.

2.3.1 Mulheres que empreendem no setor de vestuário

De acordo com o SEBRAE (2014) as mulheres são conhecidas por desenvolverem várias atividades e na atualidade ganham destaque no cenário econômico de modo tal que tem conquistado espaços no mundo dos negócios e vão muito além dos cuidados com a casa e com a família. As mulheres possuem características que lhes são peculiares e que potencializam as chances de obterem sucesso nos negócios em que empreendem, na atualidade muito além de donas de casas, relegadas ao lar, as mulheres produzem empregos no Brasil, são fonte de renda para família.

Kon (2008) avalia que as mulheres seguem em grande maioria o caminho do trabalho informal, o que para o autor transcende da questão de gênero no Brasil, nessa perspectiva ressalta que desde os primórdios homens e mulheres desempenharam papéis diferentes no que se refere à produção de bens e serviços à sociedade. Contudo, essa realidade não impede as mulheres de batalharem a cada dia por seu espaço e de conseguirem mostrarem sua significância ao mundo dos negócios.

Nesse contexto, repara-se que a mulher e suas habilidades impostas tradicionalmente pelas sociedades orientavam-se para o lar, não sendo responsáveis pelos serviços não-domésticos, em igual medida o homem responsabilizava-se pelas atividades não-domésticas, sem manter ligações com os serviços do lar. Com o tempo a mulher foi conseguindo inverter o papel disposto à mesma na sociedade, trabalhar fora, além das atividades do lar, subverter o papel de dona-de-casa e mãe de família, foi preciso muita luta e engajar-se em movimentos sociais para que as mulheres em todo o mundo pudessem adentrar em novos espaços, como no mercado de trabalho. (KON, 2008).

Nessa perspectiva, observa-se no Brasil atualmente um aumento considerável da representatividade da mulher no mercado de trabalho, ao mesmo passo que este traz limitações às mulheres que devem assumir responsabilidades familiares e profissionais, dificultadas pelos horários rígidos e a exigência de qualificação, revelando que o trabalho da mulher não depende apenas da demanda do mercado de trabalho, mas de outros fatores que acabam por conduzi-las ao trabalho informal. (KON, 2008).

As exigências que o mercado de trabalho impõe as mulheres acabam por conduzi-las, frequentemente, a alocação em atividades informalizadas, onde encontram instabilidade e baixa remuneração. Acontece que como a mulher tem que conciliar o trabalho fora com as atividades provenientes do lar ela acaba recorrendo ao trabalho informal, por este oferecer mais flexibilidade em relação a horários. Não obstante, também a mulher que não possui qualificação exigida pelo mercado de trabalho e necessita ajudar na sobrevivência da família acaba por encaminhar-se ao trabalho informal, convivendo com a falta de proteção legal e de emprego assalariado. Outra vertente que resulta do trabalho informal em relação ao gênero são as especificidades presentes no trabalho e nas relações que decorrem do mesmo de acordo com o gênero, ou seja, as diferenças que apresentam-se a homens e a mulheres no desempenhar de suas funções no trabalho informal. (MELO; SOUTO, 2012).

Kon (2008) destaca que ao se analisar o trabalho informal no Brasil olhando para a relação de gênero é possível notar uma disparidade enorme e dimensões significativas desfavoráveis às condições femininas, sendo notável que no país predomina a visão arcaica do homem como provedor da família e a mulher é vista como força de trabalho secundária, embora sua participação no mercado de trabalho venha aumentando, em face a necessidade de ajudar a sustentar o lar e não como resultado da superação do pensamento tradicional que coloca o homem como aquele que deve trabalhar fora e prover o sustento do lar, enquanto a mulher deve cuidar deste, de todo modo, considera-se que as desigualdades de gênero mostram-se presentes no trabalho informal.

Desse modo, as mulheres que empreendem vencem essa submissão que lhes querem impor ao lar, de modo que muitas vezes optam pelo trabalho informal, mas com a nova realidade brasileira, quanto a tentativa de formalização para alavancar a economia, vem tentando e contribuindo para tirar os trabalhadores da informalidade. (MELO; SOUTO, 2012).

Um das áreas em que as mulheres mais empreendem é o setor de vestuário e como empreendedoras nesse setor enfrentam o desafio de se manterem sempre atualizadas e aproveitando as oportunidades oferecidas pelo mercado. As mulheres são destaque no gerenciamento de pequenas e microempresas, assim como de grandes organizações e destacam-se com suas habilidades fazendo a diferença nos espaços em que investem, essas mulheres geram empregos no Brasil e renda para suas famílias.

Para Moraes e Júdice (2008) são várias as contribuições do empreendedor como a economia abrangendo as questões sociais e de cidadania. Outra contribuição segundo os autores é a geração de empregos com a abertura de uma empresa que por sua vez gera recursos financeiros, impostos para o município, dentre outros fatores.

Segundo dados dos SEBRAE (2014) um dos setores em que as mulheres mais empreendem é o de vestuário. As mulheres são destaques nessa área e ganham a cada dia mais espaço, de maneira tal que passam de pequenas empreendedoras a destaque à frente de grandes organizações, fazendo o diferencial no espaço em que trabalham.

3 METODOLOGIA

O objetivo geral desse estudo é analisar as dificuldades vivenciadas pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário em Picos-Pi. Para que esse objetivo fosse alcançado foram definidas, assim como utilizadas algumas ações metodológicas, que se apresentam importantes para a pesquisa.

Primeiramente o estudo partiu de um levantamento bibliográfico a respeito da temática pesquisada, possuindo caráter descritivo que segundo Gil (2008) tem o objetivo primordial de descrever características de uma determinada população ou fenômeno, analisando ou até

mesmo verificando as relações entre fatos e fenômenos, permitindo o conhecimento intenso de algum fenômeno em estudo.

De acordo com Minayo (2001) a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. É uma preocupação das ciências sociais e tem um nível de realidade que não pode ser quantificada. A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, com motivos, aspirações, crenças, valores e também atitudes, que é um dos espaços mais profundos das relações e dos fenômenos e eles não podem ser reduzidos a operacionalização de variáveis.

Dessa maneira, a pesquisa se caracteriza, ainda, como descritiva e qualitativa que de acordo com Gil, (2008, p.175) em “estudos de campo, estudos de caso, pesquisa-ação ou pesquisa participante”. Esse tipo de pesquisa se concentra em focar o caráter subjetivo do que se estuda, do seu objeto, de maneira que suas peculiaridades são o que interessa.

A coleta de dados foi realizada através de roteiro de entrevista estruturada, que foi elaborada a partir dos objetivos desse estudo. A amostragem da pesquisa, utiliza a técnica não probabilística. Segundo Mattar (2001) a pesquisa não probabilística apresenta informações a respeito de um determinado universo, sendo que não permite saber com precisão sobre o mesmo. Dessa forma, esse roteiro de entrevista foi destinado a 13 (treze) mulheres que empreendem no setor de vestuário em Picos-PI. A seguir segue o quadro contendo sujeitos da pesquisa.

Quadro 1: Sujeitos da pesquisa

Sujeito Entrevistado	Quantidade	Código de Entrevistado
Pequeno Porte	7	Entrevistado 1 a 7
Médio Porte	3	Entrevistado 8 a 10
Grande Porte	3	Entrevistado 11 a 13
Total	13	

Para análise dos dados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo de Bardin (2009) que permite que sejam identificados os sentidos presentes nas respostas daqueles que participaram da pesquisa, buscando representar de forma fiel o que pensa uma determinada população acerca de um assunto definido.

Essa pesquisa foi realizada no período de setembro a novembro de 2018. O objetivo principal desse estudo é descrever as dificuldades vivenciadas pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário em Picos-PI.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram realizadas entrevistas aplicadas às empreendedoras da cidade de Picos-PI, sendo que todas foram escolhidas de forma aleatórias como ditas anteriormente, e a entrevista fez alusão a questões como a inserção no mercado de trabalho, questões familiares, questões de gênero e dificuldades encontradas no processo de inserção e continuidade no mercado.

Para facilitar a análise das entrevistas foram desenvolvidas categorias de análise a qual foram estabelecidas a partir do roteiro de entrevista. O quadro de categorias de análise é apresentado a seguir:

Quadro 2: Categorias de análise

Categorias	Descrição sumária dos resultados
1. O ser mulher empreendedora	A maioria das mulheres empreendedoras está no mercado há muito tempo, entre 10 e 20 anos; Atuam no mercado formal; A família não atrapalha seus negócios.
2. Motivação para empreender	Empreendem por necessidade; aumentar sua renda; independência; utilizam o dinheiro para manter o negócio e em benefício da família.
3. Dificuldades em empreender	Falta de experiência; crise econômica; concorrência desleal.
4. Autoimagem	Visionárias, destemidas, persistentes, guerreiras e determinadas.

Nas seções seguintes estão detalhadas as categorias dispostas no quadro 2 e discutidas em relação ao referencial teórico que apoia essa pesquisa.

4.1 O ser mulher empreendedora

A primeira categoria de análise trata das questões sobre formalidade e informalidade, tempo de atuação, família e profissão e barreiras em relação ao gênero. Desse modo inicia-se essa discussão com o contexto relacionado ao tempo de inserção no empreendedorismo, ponto fundamental para analisar a inclusão dessas mulheres mercado de trabalho.

Entretanto, primeiramente é importante destacar que o estudo esclareceu que todas as entrevistadas têm atuação no ramo formal, contrariando Kon (2008) que avalia que as mulheres seguem em grande maioria o caminho do trabalho informal, o que para o autor transcende da questão de gênero no Brasil, nessa perspectiva ressalta que desde os primórdios homens e mulheres desempenharam papéis diferentes no que se refere à produção de bens e serviços à sociedade. Contudo, essa realidade não impede as mulheres de lutarem a cada dia por seu espaço e de conseguirem mostrarem sua significância ao mundo dos negócios.

A maioria das empreendedoras atua a mais de 10 anos no setor de vestuário. Nos outros casos, as empreendedoras estão no comércio a pouco tempo, e ainda estão em fase de adaptação e conhecimento do funcionamento do mercado. Assim, percebe-se que as mulheres estão se inserindo cada vez mais no mercado, de forma a montar seu negócio e a arriscar no mercado de trabalho e aprender com os erros, caso haja. O que corrobora com o que dizem Amorim e Batista (2011) que o sucesso das mulheres no mercado de trabalho já vem prevalecendo há algum tempo e na atualidade as mesmas vêm se destacando cada vez mais de maneira que contribuem para o crescimento da economia nacional, ao mesmo passo que se firmam enquanto empreendedoras.

Outra questão a ser levada em consideração é se o fato de as mulheres terem família, filhos, atrapalha ou não o seu desempenho nos negócios. As empreendedoras relataram que a

família não atrapalha nos negócios, a maioria das mesmas (11 Empreendedoras), mencionaram que a mulher tem capacidade e dedicação para conciliar as tarefas do dia-a-dia com os negócios, de forma a manter equilíbrio. Com relação a isso as empreendedoras fizeram as seguintes afirmações:

Pelo fato de os horários serem flexíveis, eu consegui até voltar a estudar e ajudar os meus filhos nas tarefas. Hoje tenho filhos que estudam na Universidade, e eu também tive o prazer de poder ingressar no ensino superior, e ajudar os outros filhos nas tarefas diárias (Empreendedora 4).

Acho que se eu trabalhasse de empregada atrapalharia, mas como eu trabalho por conta própria eu posso fazer meu próprio horário (Empreendedora 10)

As afirmações das empreendedoras vão de encontro ao que diz Barbosa et al (2011) que entende que a atividade empreendedora das mulheres é crescente e alguns fatores são preponderantes para esta situação como o desejo de realização e independência, percepção de oportunidade no mercado e as dificuldades de ascenderem na carreira profissional junto a empresas, assim como a necessidade de conciliar o trabalho com a vida familiar

O estudo não revelou dificuldades associadas à questão relacionada a problemas sobre o gênero. Isso mostra que o fator relacionado à igualdade de gênero nos negócios não é um fator que afete o desempenho das empreendedoras. As empreendedoras 8 e 12 afirmaram respectivamente:

Não, não. Mulher dá conta de muitas coisas ao mesmo tempo, e tudo com responsabilidade.

Não. Sempre fui decidida sobre o que queria, e o fato de me tornar independente ajudou muito no desenvolvimento da carreira.

Assim, as empreendedoras não sentiram barreiras relacionadas a gênero em questão de empreender. Questionadas sobre possíveis barreiras por serem mulheres, elas se afirmaram que não. Portanto o estudo ratifica o entendimento de Amorim e Batista (2011) que dizem que o empreendedorismo feminino é fruto de transformações ocorridas no século XX, onde as mulheres vinham ganhando espaço desde o século XVIII com a Revolução Industrial e se destacaram mais, ainda, a partir da Primeira Guerra Mundial e no cenário da Segunda Grande Guerra, quando os homens envolvidos nos conflitos deram lugar as mulheres e essas adentraram no mundo econômico, iniciando também uma luta por seus direitos, pois o fato de serem mulheres fazia com que estas fossem percebidas apenas como mães e donas do lar, tendo que buscar por igualdade em relação aos homens.

4.2 Motivação para empreender

A segunda categoria de análise trata da motivação para empreender e aborda as questões referentes à motivação que levam as mulheres a empreender, bem como o destino que dão aos seus ganhos.

Uma questão importante a ser vista em relação ao empreendedorismo feminino em Picos-PI diz respeito à motivação das mulheres para empreender, já que a motivação é a força que move as pessoas em busca de algo, de conquistar um determinado objetivo.

A pesquisa evidenciou que entre as mulheres participantes o empreendedorismo por necessidade ainda é fator relevante, assim, as mulheres buscam alternativas de

empreendimentos principalmente para complementar a renda familiar, ampliando cada vez mais a participação no ambiente em que está inserido.

Minha principal motivação para entrar nesse ramo foi a busca por melhoria de padrão de vida, obtendo capital extra e investindo de forma a obter lucro e proporcionar uma vida melhor a família (Empreendedora 1).

Os meus principais investimentos são direcionados a minha (Empreendedora 2).

Minha motivação inicial para iniciar um empreendimento, foi a questão de oportunidade de emprego, e a 20 anos atrás, era muito difícil ter uma oportunidade para trabalhar e conseguir crescer (Empreendedora 4).

“O principal motivo foi ter uma nova fonte de renda, e não precisar viver a custa do marido (Empreendedora 5).

As empreendedoras 1 e 2, fizeram referência especificamente a questão de renda familiar e como forma de obter maior fonte de renda o fato de resolverem empreender. Em uma das entrevistas a Empreendedora 5, chegou a afirmar que além de procurar uma forma de ter uma renda extra para a família, foi a questão de independência financeira. Algo que vem sendo destacado a um bom tempo, onde a mulher passa a realizar atividades e ter seu próprio fator gerador, de forma a exercer atividades sem a presença masculina para ajudar no contexto financeiro.

Assim, as falas das entrevistadas confirmam que as empreendedoras iniciaram a empresa pelos mesmos motivos apontados na pesquisa nacional GEM (2010) demonstrando que atualmente cresce o número de mulheres que assumem cada vez mais a posição de chefe de família, sendo a principal envolvida no sustentado o lar.

Dessa maneira, a ideia de criação de empresas, constitui um meio para aumentar a renda da família e uma peça chave no desenvolvimento econômico do país, bem como na atuação próspera das mulheres do Brasil que contribui para a expansão de riquezas através de empresas que valorizam a inovação e competitividade.

Adicionando o que foi relatado, em relação a questão motivacional nos negócios, a Empreendedora 5 acredita que a questão de ter um horário mais flexível, ajuda a realizar outras atividades, além de definir qual o melhor horário para entrar e sair do serviço. Na entrevista ela ainda menciona que:

Além disso, após passar a trabalhar nesse ramo, voltei a estudar, para ajudar meus filhos, já que sempre prezei o estudo, e desejo o melhor para eles (Empreendedora 5).

Antes, não existia a questão de estudar na faculdade, mas hoje isso é necessário e fundamental para todos aqueles que querem uma oportunidade de crescer e ser alguém na vida, mudando a mentalidade das pessoas, já que hoje em dia, só não estuda quem não quer (Empreendedora 6).

Na entrevista, ainda foi denotado, como se pode observar a questão do tempo que pode ser destinado a outras atividades, e ainda insere o contexto relacionado ao acesso ao estudo, que antes era mais difícil que nos dias de hoje.

Com o tempo disponível, ainda “sobra” tempo para que a empreendedora possa realizar outras tarefas, como estudar e ainda ter mais tempo para ajudar os filhos, mediante a frase da entrevistada acima.

O estudo aponta os principais motivos pelos quais as mulheres da cidade de Picos ingressam no ramo empreendedor. Constatou-se que, fatores como oportunidade de emprego, além de busca por melhor condição de vida que foram os fatores que mais se sobressaíram.

Muitas pessoas ingressaram no ramo, pela questão de oportunidade de emprego, que é escassa, além de sempre ter corrido atrás de experiência (Empreendedora 12).

Sempre foi um sonho meu de ter meu próprio negócio, trabalhar no meu próprio negócio e ter boas rendas (Empreendedora 6).

A maioria das pessoas que entram no empreendedorismo, levam em consideração a questão de obtenção de lucro e sustentabilidade financeira. Tal percepção corrobora com os autores Hitaka e Santos (2012) que dizem que o empreendedorismo empresarial busca a satisfação das necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades de negócio.

Seus objetivos principais, segundo eles, são o lucro esperado e a sustentabilidade. Sustentabilidade significa viver bem coletivamente, ou seja, boas condições de vida para todos. Dessa forma, o desenvolvimento sustentável pode acontecer que leve em conta o todo a curto, médio e longo prazo. Para Moraes e Júdice (2008) são várias as contribuições do empreendedor como a economia abrangendo as questões sociais e de cidadania. Outra contribuição segundo os autores é a geração de empregos com a abertura de uma empresa que por sua vez gera recursos financeiros, impostos para o município, dentre outros fatores.

Observa-se que grande parte das mulheres que montam seu próprio negócio, estão em busca de oportunidade de emprego, já que não dispõem de tantas opções no mercado local, bem como melhorar as condições de vida, investir na família, no futuro dos filhos, além de investir no próprio negócio, buscando inovar cada vez mais e atrair um maior público consumidor.

Outro quesito que foi abordado na entrevista, foi a questão relacionada a forma como as mulheres utilizam o dinheiro obtido nos negócios. As entrevistadas foram questionadas sobre como utilizam o capital adquirido no empreendimento.

Os meus principais investimentos são direcionados a minha família, entretanto parte é direcionada ao capital de giro da empresa, para a compra de mercadorias, inovação de forma a atrair um maior público (Empreendedora 2).

Os recursos são direcionados para despesas como empréstimos e despesas operacionais (Empreendedora 4).

A destinação dos recursos da empresa, uso geralmente em obtenção de mercadoria, investimento nos meus filhos, estudo, apartamento, sem afetar o capital de giro (Empreendedora 5).

Os recursos da empresa são destinados a despesas, capital de giro e inovação, de forma a atrair cada vez mais o público consumidor (Empreendedora 13).

Neste aspecto, observa-se que na pesquisa, maior parte investe na sua família, incluindo o estudo dos filhos e o benefício da família, de forma a colocar a família sempre em primeiro plano, logo em seguida, os recursos da empresa, como inovação de produtos e serviços a serem prestados aos clientes. Essa constatação confirma o pensamento de Robbins (2001) que diz que o empreendedorismo é uma ação na qual os indivíduos buscam

oportunidades, estabelecem e organizam os recursos indispensáveis e, abrem seu próprio negócio, procurando melhoria de vida, arriscando-se no mercado a fim de satisfazer suas necessidades e desejos.

4.3 Dificuldades em empreender

A terceira categoria trata das dificuldades que se apresentam às mulheres em relação a empreender, e que correspondem às dificuldades iniciais e atuais do empreendimento. Sabe-se que abrir um negócio não é tão simples e que existem as dificuldades para se alcançar os objetivos desejados. Não foi diferente com empreendedorismo feminino na cidade de Picos, onde foram encontradas muitas dificuldades como a crise econômica, a falta de experiência das empreendedoras e a competição desleal por parte de outras empresas.

Assim, com a pesquisa realizada pode-se observar que as mulheres que empreendem no setor de vestuário na cidade de Picos enfrentam desafios como a falta de experiência ao iniciar um empreendimento, a concorrência, muitas vezes desleal por parte das grandes lojas e sobreviver a períodos de crise econômica, como a vivenciada ultimamente, e isso pode ser percebido nas seguintes falas das entrevistadas:

No início foi difícil porque não tinha experiência com a questão de compra, já que eu trabalhava mais na parte burocrática (Empreendedora 1).

As principais dificuldades ultimamente são as vendas, além da competição desleal com as grandes lojas (Empreendedora 2)

As vendas, elas diminuíram, o comércio parou mesmo, acho que falta de dinheiro. (Empreendedora 5).

A crise, a dificuldade de vender, de pagar o aluguel. (Empreendedora 9).

Nas respostas anteriores percebe-se que as empreendedoras acreditam que em relação às dificuldades encontradas para empreender, a crise financeira é o principal desafio do momento. A grande maioria destaca que a crise econômica é o principal desafio no momento. Isso reafirma o entendimento de Sanches (2013) de que o Brasil enfrenta uma crise econômica na atualidade e que é preciso inovar e buscar novas alternativas para se manter atuante e em desenvolvimento no cenário econômico atual.

Entretanto, duas das entrevistadas discordaram da questão, acreditando que não existe crise quando o empreendedor atua de maneira correta e sabe como desenvolver bem seu trabalho, tudo é questão de como empreender.

Não existe essa questão de crise, tudo depende da pessoa, se ela for desenrolada os negócios vão pra frente (Empreendedora 3).

Eu não gosto dessa palavra. Acho que ela atrai coisas ruins. A solução é inventar uma coisa aqui e outra ali pra vender. Fazer promoção. Usar redes sociais pra trazer o cliente até a loja (Empreendedora 11).

Esse pensamento corrobora com o que dizem Baggio e Baggio (2014) que acreditam que o empreendedor enfrenta o desafio de errar, mas também o desafio de aprender com seus erros e destes tirar proveito, enfrenta o desafio de gerir um negócio diante de uma crise econômica, desafio de agregar valor ao seu empreendimento, de perceber que é preciso de ajustes, de fazer e refazer. (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Deste modo, os desafios mencionados na pesquisa, constituem limitações para que o negócio seja gerenciado como as empreendedoras desejam, logo, as várias dificuldades enfrentadas pelas dirigentes, referenciam-se aos estudos feitos por Custódio (2011) que avalia ser empreender uma tarefa difícil, haja vista, ter sempre que se fazer um diferencial, buscar inovações e estímulos para tal, vencendo as dificuldades de cada momento.

Independente do porte ou potencial competitivo, as empresas precisam inovar em seus produtos, serviços e nas suas práticas administrativas como mecanismo de reação as pressões ambientais. Leite e Salazar (2014) ressaltam que a inovação está relacionada à competitividade estratégica e à capacidade de ganhar retornos acima da média.

Na pesquisa realizada com as mulheres empreendedoras, o autor Martins *et al* (2010) evidenciou que existem inúmeros obstáculos enfrentados pelas mulheres na condução de um negócio. As empreendedoras entrevistadas apresentaram trajetórias diferentes, entretanto com objetivos semelhantes.

Diante de suas trajetórias, vale ressaltar que as mesmas mostram sempre o aspecto da superação de limites, independência financeira e a determinação de se construir o novo, constatou-se que essas profissionais têm em comum o perfil inovador e que sempre busca construir o futuro, inovar cada vez mais nos produtos de forma a adquirir um mercado consumidor mais amplo.

Uma entrevistada ainda citou como dificuldade enfrentada para ser empreendedora, a conciliação entre o trabalho e família. Em apenas um caso foi mencionada essa questão ser relacionada como um desafio para o gerenciamento de um negócio.

É difícil, pois sou casada, tenho filhos e preciso conciliar a vida pessoal com a profissional, sendo uma mãe presente, e ao mesmo tempo realizando e mantendo contato com as funções da empresa (Empreendedora 7).

Nos demais casos, conforme citado na seção anterior, as entrevistadas afirmaram não ter dificuldade em conciliar o tempo destinado à família e negócios, justificando ainda a questão da flexibilidade de horários.

4 Autoimagem

A quarta categoria trata da autoimagem das mulheres empreendedoras no setor de vestuário em Picos-PI e diz respeito às características das empreendedoras. As empreendedoras foram questionadas sobre a percepção que tem de si quanto ao fato de serem empreendedoras e os desafios que elas enfrentam para se inserirem no mercado de trabalho. Nesse contexto, a pesquisa evidencia que as mulheres, em sua maioria, consideram que para ser empreendedora é necessário enfrentar o desafio de conciliar o trabalho com a vida familiar, procurando ainda tempo para realizar melhorias no negócio que proporciona crescimento pessoal e profissional.

As entrevistadas apontaram algumas de suas características como empreendedora, ou seja, a imagem que elas têm de si mesma.

Eu sou uma mulher que quando quer uma coisa vai até o fim, acho que isso é uma característica grande de empreendedor, não tenho medo de arriscar, não tenho medo de procurar, não tenho medo de dar a cara a tapa e de lutar pelo que eu quero de forma alguma. (Empreendedora 10).

Objetividade, sou uma pessoa bastante decidida e amo o que faço, amo empreender (Empreendedora 12).

Uma mulher visionária, persistente, determinada e muito exigente. Corro atrás do que quero. Não desisto. (Empreendedora 13)

Desse modo, as mulheres que empreendem no setor de vestuário de Picos-PI, se veem como destemidas, sem medo de arriscar, guerreiras e determinada, que lutam e não desistem dos seus objetivos, visionárias e persistentes, características preponderantes para que se mantenham no mundo empreendedor e possam fazer prosperar seus negócios, assim como sobreviverem diante de crises econômicas.

As declarações das entrevistadas acerca das suas características como mulheres e empreendedoras corroboram com Amorim e Batista (2011) que destacam que as mesmas são visionárias e que conseguem tomar as decisões mais adequadas para cada momento. As mulheres são competitivas e inovadoras e devido a essas características somadas a sua sensibilidade e desejo de realizações têm grandes chances de obterem sucesso naquilo que buscam.

Ficou evidente que o instrumento de pesquisa de dados pode identificar os fatores preponderantes para sobreviver no mercado, de tal modo, percebeu-se que as mulheres ao gerenciar seu negócio se diferenciam pela determinação, desejo de independência e autonomia, além de conseguir conduzir os negócios simultaneamente com as responsabilidades familiares com autoconfiança e dedicação para alcançar os melhores resultados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo partiu do objetivo de analisar as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário em Picos-PI, considerando o processo histórico que levou a mulher a conquistar seu espaço no mercado de trabalho, evidenciando o empreendedorismo feminino como uma oportunidade de negócio, além de uma oportunidade de liberdade financeira, necessidade de crescimento pessoal e uma alternativa de sobrevivência.

Este estudo procurou conhecer os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras a partir de entrevistas realizadas com as mesmas. Com a realização da pesquisa foi possível identificar os principais desafios enfrentados pelas empreendedoras.

Com relação ao primeiro objetivo específico, o qual buscou investigar as motivações que levaram as mulheres a empreender, detectou-se que a maior motivação dessas mulheres é a família, motivo que as fazem empreender em busca de sustentabilidade financeira e melhoria da qualidade vida.

O segundo objetivo específico teve como objetivo descrever pela percepção das empreendedoras sua autoimagem. Identificou-se, a partir a própria percepção das empreendedoras, o perfil que as define. Elas possuem características essenciais ao empreendedorismo. Elas são visionárias, destemidas, persistentes, determinadas. Elas possuem capacidade de conciliar a vida familiar com a vida profissional. Atributos imprescindíveis e que tornam possível o sucesso profissional.

Com relação ao terceiro objetivo específico buscou-se identificar as principais dificuldades enfrentadas por essas mulheres empreendedoras no setor de vestuário. Com a realização da pesquisa detectou-se que a crise econômica, a falta de experiência ao iniciar o empreendimento e a concorrência, muitas vezes desleal, são os principais desafios enfrentadas pelas mulheres que empreendem no ramo de vestuário em Picos.

Identificou-se com os resultados da pesquisa que as mulheres que empreendem no setor de vestuário de Picos-PI têm conseguido se sobressair no referido setor, mesmo em face da crise financeira que o Brasil vivencia e que as atinge.

Dessa forma, o presente estudo atendeu aos objetivos estabelecidos, servindo como instrumento de pesquisa para trabalhos futuros, e que trabalhem em prol do levantamento de aspectos relacionados ao tema em questão.

Para a realização dessa pesquisa houve algumas limitações. Tivemos dificuldades para identificar a quantidade total de mulheres empreendedoras no setor de vestuário da cidade. Tivemos dificuldades também para realizar algumas entrevistas, devido à falta de tempo das empreendedoras ou por conta delas estarem sempre ocupadas.

Essa pesquisa cria subsídios teórico-práticos para que novos estudos acerca da temática abordada sejam elaborados, que possam enriquecer o conhecimento sobre o empreendedorismo feminino e da sua importância para a economia, bem como para possibilitar um olhar diferenciado acerca da mulher que empreende.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. 2011. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/finan/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>. Acesso em: 10. Jun. 2018.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014.

BARBOSA, Felipe Carvalhal. Et al. **Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: Estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe**. Revista da micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v. 5, nº 2, p. 124-141. 2011.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 70 ed. Lisboa, Portugal: LDA, 2009.

BISPO, Cláudio dos Santos. Et al. **Empreendedorismo e Inovação**. 2010. Disponível em: <http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendedorismo_inovacao.pdf>. Acesso em: 09. Jun. 2018.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. 2011. 60f. Monografia (Graduação em Administração). Centro Universitário Católica Salesiano Auxilium – UNISALESIANO, Lins, 2011.

DAMASCENO, Luiza Débora Jucá. **Empreendedorismo feminino: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas**. 2010. 59f. Monografia (Bacharelado em Administração). Faculdade 7 de Setembro, FA7, Fortaleza, 2010.

DORNELAS, J. C. A. (2003). **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro. Elsevier. 2011.

DUARTE, Filipe Vincensi. **Gestão de si e empreendedorismo: o microempreendedor individual e as novas formas de inserção no mercado de trabalho**. 2011. 46f. Monografia

(Bacharel em Ciências Sociais). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

FERNANDES, Ana Sofia Antunes Rodrigues. **Perfil das mulheres empreendedoras: um estudo aplicado a gestoras de pequenas e médias empresas do Concelho de Viseu**. 2016. Tese de Doutorado.

FUZZI, Ludmila Pena. **O que é pesquisa de campo**. Disponível em: <<http://profludfuzzimetodologia.blogspot.com.br/2010/03/o-que-e-pesquisa-de-campo.html>>. Acesso em: 19.Mai. 2018.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor (2010) Empreendedorismo no Brasil: 2010. Relatório Nacional. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, A. F., Santana, W. G., Antonialli, L. M., Correia, E. L. (2009). Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. *Revista de Gestão USP*, 16(1), 69-87

KON, Anita. **Perfil do trabalho informal no Brasil em uma perspectiva de gênero**. 2008. Disponível em: <http://www.pucsp.br/eitt/downloads/vi_ciclo_anita_2008.pdf>. Acesso em: 13. Jun. 2018.

LEHFELD, Neide Aparecida de Souza; BARROS, A. de JP. Projeto de pesquisa: propostas metodológicas. Petrópolis: Vozes, 2013.

LEITE, Y. V. P.; SALAZAR, V.S. **A Capacidade de Inovar do Empreendedor Internacional**. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. Belo Horizonte-BH, **Anais...**2015. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/~anpad/>> Acesso em: 05 de nov. 2018.

MELO, Josimery Amaro de; SOUTO, Jackson Vital. **O espaço do trabalho informal na sociabilidade capitalista**. 2012. Disponível em: <<http://www.proceedings.scielo.br/pdf/jtrab/n1/51.pdf>>. Acesso em: 12. Jun. 2018.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). **Pesquisa social**. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NOVAES, Deyze Araújo Silva; BATISTA, Leilane Magna da Silva; OLIVEIRA, Laécio da Cunha. **A gestão estratégica das mulheres empreendedoras no alto oeste potiguar: um estudo nos municípios de Alexandria e José da Penha**. Gestão estratégica: da crise à oportunidade: Natal, 2016.

OLIVEIRA, Maria Irlandia de. **Empreendedorismo feminino: o cotidiano de mulheres empreendedoras na cidade de Picos – PI**. Seminário de Administração da Macrorregião de Picos-PI. 2015. Disponível em: <www.cra-pi.org.br/.../empreendedorismo-feminino...mulheres-empreendedoras...pdf>. Acesso em: 10. Jun. 2018.

SANCHES, Fernanda Cristina. **Empreendedorismo feminino: um estudo sobre sua representatividade no município de Toledo – Paraná**. *Revista de Gestão e Secretariado - GeSec*, São Paulo, v. 4, n. 2, p 134-150, jul./dez. 2013.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2007.

SEBRAE. **Roupas em alta**. São Paulo. 2013.

SEBRAE. Mulheres de negócios: empreendedorismo feminino em pauta. Campo Grande. 2014.

SILVEIRA, Rosa Maria Godoy. **Diversidade de gênero – mulheres. 2006**. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/edh/redh/03/03_rosa1_diversidade_genero.pdf>. Acesso em: 12. Jun. 2018.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina. **Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família**: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 10(1), pp. 44-64, jan./abr. 2016.

APÊNDICE A

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
 Rua Cícero Eduardo S/N Bairro Junco-64.600-000 – Picos - Piauí
 Fone (89) 3422 – 1087 Fax (89) 3422-1043



Roteiro de entrevista utilizado para entrevistar mulheres que empreendem no setor de
 vestuário de Picos-PI

Esse roteiro de entrevista tem como objetivo analisar as principais dificuldades enfrentadas
 pelas mulheres que empreendem no setor de vestuário na cidade de Picos-PI.

1. Há quanto tempo você atua no campo empresarial lojista?
2. Tem filhos?
 Se sim, o fato de constituir família, atrapalha sua vida profissional?
3. Qual a sua motivação inicial para iniciar o empreendimento?
4. Sua atuação acontece no ramo formal ou informal dos negócios? Algum motivo específico?
5. Quais dificuldades você teve no início do empreendimento?
6. Atualmente, quais dificuldades enfrentadas por você para empreender nesse setor?
7. O fato de ser mulher atrapalhou em algum momento o desenvolvimento de sua carreira nesse setor?
8. No grupo de profissionais em que você atua, quem mais predomina na liderança de negócios, homens ou mulheres?
9. Qual da destinação dos ganhos advindos do seu empreendimento?
10. Como você se vê enquanto empreendedora?



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

Identificação do Tipo de Documento

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

Eu, Cássia Maria de Sousa Matos,
 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 que empreendem: um estudo realizado
no setor de restauração 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 _____ de _____ de 20__.

Cássia Maria de Sousa Matos
 Assinatura

Márcia Maria dos Santos Sousa
 Assinatura