

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

WANKLEBER DE FARIAS SILVA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE
PICOS PIAUÍ**

PICOS – PI

2013

WANKLEBER DE FARIAS SILVA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE
PICOS PIAUÍ**

Monografia apresentada ao curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal do Piauí – UFPI, em cumprimento aos requisitos finais das exigências para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora

Prof. Msc. Liliane Araújo Pinto

PICOS-PI

2013

Eu, **Wankleber de Farias Silva**, abaixo identificado(a) como autor(a), autorizo a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação abaixo discriminada, de minha autoria, em seu site, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, a partir da data de hoje.

Picos - PI, 17 de Abril de 2013.

FICHA CATALOGRÁFICA

Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí

Biblioteca José Albano de Macêdo

S586e Silva, Wankleber de Farias.

Empreendedorismo feminino no município de Picos
Piauí / Wankleber de Farias Silva. – 2013.

CD-ROM : il. ; 4 ¾ pol. (68 p.)

Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade
Federal do Piauí. Picos - PI, 2013.

Orientador (A): Prof. MSc. Liliane Araújo Pinto

1. Empreendedorismo Feminino. 2. Mercado de Trabalho. 3.
Necessidade e Oportunidade. I. Título.

CDD 658.401 2



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



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS – CSHNB

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO DE

WANKLEBER DE FARIAS SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE PICOS PIAUÍ

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o discente **APROVADO**.

Picos (PI), 10 de abril de 2013.

Profa. Liliâne Araújo Pinto, MSc. (Orientadora)

Prof. Tales Antão de Alencar Carvalho, Esp. (Membro).

Profa. Iane Rodrigues de Carvalho, MSc. (Membro).

Dedico à minha família porque sem eles nada seria possível, aos meus Pais Joaquim isac da Silva e Eva de Farias Silva por acreditarem em mim e me tornarem quem eu sou. Tudo devo a vocês, Ao meu irmão Antônio Veimar da Silva, pelo apoio e auxílio que me prestou de forma incondicional. E a minha namorada por ela ter me dado apoio durante esse período de luta.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por está presente em minha vida e ter me proporcionado mais essa vitória.

A Minha Orientadora Professora Liliane Araújo Pinto pelo incentivo, simpatia e presteza no auxílio às atividades e discussões sobre o andamento e normatização desta Monografia de Conclusão de Curso.

Aos meus professores que com muito empenho transmitiram seus conhecimentos, tendo assim contribuído para esse momento maravilhoso.

Aos meus pais que sempre me incentivaram a estudar e buscar os meus ideais.

Aos meus colegas de turma pela amizade e companheirismo durante todos esses anos de estudo.

Por último, mas não menos importante, à minha namorada, amiga e companheira Jessilene Bezerra Marques, pelo sentimento maravilhoso que nos aproximou e nos uniu, pelos momentos alegres, tristes, difíceis e descontraídos que nossa convivência e que, decisivamente, tornaram essa caminhada ainda mais inesquecível.

As competências compreendem o conjunto de características que uma pessoa dispõe e usa para realizar um determinado trabalho. São os conhecimentos, habilidades, experiências, traços, valores que moldam atitudes e comportamentos na busca de resultados. A maestria no uso dessas ferramentas suporta o crescimento profissional. (GOMES, 2004, p. 17).

RESUMO

O empreendedorismo tem crescimento em todo o mundo e a inserção da mulher no mercado de trabalho ainda se encontra em pauta visto que elas ainda sofrem preconceito de gênero em diversos sentidos como salário menor, menos emprego, dentre outros. O objetivo desta pesquisa é compreender as causas que levam ao crescimento do empreendedorismo feminino no município de Picos, enfatizando as principais variáveis que vem colaborando neste sentido. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica considerando as contribuições de autores renomados que discutem o empreendedorismo feminino como CAMARGO (2008), LINDO et al (2007) dentre outros, bem como uma pesquisa de campo com empresárias em exercício no município de Picos Piauí, buscando embasar o estudo sobre o empreendedorismo feminino. Nesta pesquisa não se conhece o desvio padrão da população, por este motivo, realizou-se entrevista com 30 empreendedoras, por meio de uma amostra não-probabilística. O questionário é dividido em duas partes sendo a primeira o perfil socioeconômica composta com 6 questões e a segunda o perfil empreendedor composta com 10 questões objetivas. Pode-se concluir nesta pesquisa que as empreendedoras pesquisadas sabem o significado de empreendedorismo e que investem bastante em seu próprio negócio. Observou-se das respostas das empresárias que o crescimento do empreendedorismo feminino em Picos se deu pela falta de necessidade e falta de trabalho no mercado, pela flexibilidade de horário, melhoria de vida para a família, também ressaltaram que o seu investimento no mercado de trabalho garante a independência financeira o que lhes trás a satisfação pessoal e a realização profissional. Este estudo se torna relevante para sociedade picoinense para que se possam compreender os hábitos das empreendedoras picoinenses e seus investimentos no mercado de trabalho.

Palavras-Chave: Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho. Necessidade e Oportunidade.

ABSTRACT

Entrepreneurship is growing worldwide and the inclusion of women in the labor market is still on the agenda since they still suffer gender bias in many sense as lower pay, fewer jobs, among others. The objective of this research is to understand the causes that lead to the growth of female entrepreneurship in the city of Picos, emphasizing the main variables which is collaborating in this direction. For this, we carried out a literature considering the contributions of renowned authors who discuss female entrepreneurship as Camargo (2008), LINDO et al (2007) among others, as well as a field research with entrepreneurs in exercises in the city of Picos Piaui , seeking to base the study on women's entrepreneurship. This research does not know the population standard deviation, therefore, held interviews with 30 entrepreneurs, through a non-probability sample. The questionnaire is divided into two parts the first being the socioeconomic profile consists of 6 questions and the second the entrepreneurial profile composed of 10 objective questions. It can be concluded in this study that surveyed entrepreneurs know the meaning of entrepreneurship and investing heavily in their own business. We observed the responses of entrepreneurs that the growth of female entrepreneurship in peaks occurred through lack necessity and lack of labor market, flexibility of schedule, improvement of life for the family, also stressed that its investment in the labor market ensures financial independence that behind them personal satisfaction and professional fulfillment. This study is relevant to society Pico so that they can understand the habits of people from Pico entrepreneurs and their investments in labor market

Key-words: Female entrepreneurship. Labor market. Necessity and Opportunity.

LISTA DE TABELA

Tabela 1: Ramos de atividade de negócio das empreendedoras pesquisadas.....	29
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico1 – Idade das Empreendedoras.....	32
Gráfico 2 – Estado Civil das Empreendedoras	33
Gráfico 3 – Tem Filhos?	33
Gráfico 4 – Grau de Escolaridade.....	34
Gráfico 5 – Tempo de Existência da Empresa.....	35
Gráfico 6 – Número de Funcionários	36
Gráfico 7 – Empreendedorismo é:.....	38
Gráfico 8 - O empreendedorismo feminino tem crescido bastante nos últimos anos. Por qual motivo abaixo você acredita nisso?.....	39
Gráfico 9 – O principal motivo que me levou a abrir o meu negócio foi:	40
Gráfico 10 – Como você acha que está o mercado hoje para a atividade empreendedora:	42
Gráfico 11 – A principal dificuldade encontrada no início do seu investimento no empreendedorismo:.....	43
Gráfico 12 – Quanto aos problemas, marque aquele que aflige o mercado empreendedor:	44
Gráfico 13 – Informe abaixo de que maneira o mercado empreendedor feminino tem colaborado no comércio de Picos:.....	46
Gráfico 14 – Que resultados foram obtidos com os investimento no comércio empreendedor:	47

Gráfico 15 - O principal fator que contribui para o crescimento do empreendedorismo feminino é: 48

Gráfico 16 – Com o crescimento do empreendedorismo feminino nota-se a importancia delas no mercado empreendedor. Marque em seu ponto de vista a melhor afirmativa..... 50

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
1.1 Problema de Pesquisa.....	14
1.2 Objetivos:	15
1.2.1 Geral:.....	15
1.2.2 Específicos:.....	15
1.3 Justificativa	15
1.4 Organização da Pesquisa.....	16
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 Análise Histórica do Trabalho Feminino.....	17
2.2. Participação da Mulher no Mercado de trabalho.....	20
2.3 Empreendedorismo Feminino no Brasil e sua importância Social...	21
2.4. O conflito trabalho-família dentro do Empreendedorismo Feminino	22
2.5 Empreendedorismo por Oportunidade x Necessidade.....	25
3. FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS	29
3.1 Informações do local da pesquisa.....	29
3.2 Plano e Caracterização de coleta de dados.....	29
3.3 Tratamento e Análise de dados	30
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	32
4.1 Perfil Socioeconômico das Empreendedoras	32
4.2 Perfil Empreendedor.....	38
4.2.1 Significados de empreendedorismo segundo as Empreendedoras	38

<i>4.2.2 Por qual motivo você acredita que o empreendedorismo feminino tem crescido nos últimos anos?.....</i>	<i>39</i>
<i>4.2.3 O principal motivo que as levou a abrir o seu próprios negócios... </i>	<i>41</i>
<i>4.2.4 Situação do mercado para a atividade empreendedora no ponto de vista das empresárias pesquisadas.....</i>	<i>42</i>
<i>4.2.5. Dificuldades do empreendedorismo feminino em Picos.....</i>	<i>43</i>
<i>4.2.6. Os problemas que afligem o mercado empreendedor.....</i>	<i>44</i>
<i>4.2.7A importância do empreendedorismo feminino nas empresas Picos</i>	<i>46</i>
<i>4.2.8 O resultados obtidos com os investimento no comércio empreendedor em Picos.....</i>	<i>48</i>
<i>4.2.9. O principal fator que contrinuiu para o crescimento do empreendedorismo feminino em Picos.....</i>	<i>49</i>
<i>4.2.10. O motivo da importância do empreendedorismo feminino em Picos.....</i>	<i>50</i>
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERÊNCIAS.....	55
APÊNDICE.....	60
ANEXOS	65

1. INTRODUÇÃO

O processo de globalização tem trazido à tona o crescimento significativo de empresas empreendedoras no Brasil e no mundo. O mercado de trabalho se expandiu muito ao longo dos últimos trinta anos e a criatividade e a busca pelo empreendedorismo tem sido uma exigência para essa área.

O gênero feminino tem sido conduzido a este ramo do empreendedorismo pelo uso da criatividade e tem se destacado por essa razão nesta área, pois a escolha da mulher para atuar no ramo tem sido ao mesmo tempo, uma alternativa e a expressão de sua conquista no mercado de trabalho, o que tem auxiliado em uma série de fatores que as tem levado a assumir como desafio a constituição de seu próprio negócio.

O presente estudo fará uma abordagem sobre o empreendedorismo feminino que tem várias definições que evoluíram no decorrer dos anos, de acordo com as mudanças que também aconteceram no meio econômico.

Um dos principais termos que vem caracterizando o empreendedorismo feminino tem sido a inovação, os riscos e a criatividade. Estes elementos se tornaram fundamentais e foram aprimorados dentro do empreendedorismo a fim de auxiliar a atividade empreendedora.

A pesquisa sobre o papel do empreendedorismo para a sociedade brasileira revela que este aspecto se caracteriza como uma alternativa de trabalho e uma fonte de renda, apesar de requerer do empreendedor a capacidade de identificar oportunidades e de criar algo sob as condições da improbabilidade e da imponderação que o negócio possa vir a ter.

1.1 Problema de Pesquisa

Tendo em vista a maneira como a mulher vem adentrando no mercado de trabalho, de maneira que conquistando seu espaço, abrindo seus próprios negócios a perguntas nos faz questionar como: Quais os principais fatores e/ou variáveis que contribuem para o crescimento do empreendedorismo do gênero feminino no município de Picos?

1.2 Objetivos:

1.2.1 *Geral:*

- Compreender as causas que levam ao crescimento do empreendedorismo feminino no município de Picos, enfatizando as principais variáveis que vem colaborando neste sentido.

1.2.2 *Específicos:*

- Entender as causas que levam às mulheres a escolherem ser empreendedoras;
- Listar os principais fatores que contribuem para o crescimento do empreendedorismo feminino no município de Picos- PI;
- Justificar a importância da participação da mulher no mercado de Trabalho.

1.3 Justificativa

A pesquisa voltada para a questão do empreendedorismo feminino é uma questão que tem chamado à atenção do mercado comercial e que, por essa razão, leva também a ser o tema desse estudo. Sabendo que o empreendedorismo feminino é uma atividade que vem crescendo muito é interessante investigar e compreender quais os principais fatores que vem contribuindo para que ocorra esse crescimento e assim promover uma discussão que situe esse crescimento, bem como seus fatores dentro do município de Picos - PI, para que haja novas abordagens em torno do tema e novas formas de intervenção favorável a este tipo de atividade no município.

Esta pesquisa é de suma importância para a cidade de Picos e região, visto que, muitos querem investir em seu próprio negócio e não sabem ou tem medo de investir em seus sonhos. Nesta, eles podem se situar, ver a importância de seu investimento no seu próprio negócio e saber que fará parte do crescimento de sua querida cidade. Também é importante para o meio acadêmico, pois, esta pesquisa dará subsídio a muitos dos discentes e docentes em suas pesquisas e estudos fazendo parte assim do crescimento individual, coletivo e pessoal do seu intelecto.

1.4 Organização da Pesquisa

O presente trabalho é dividido em cinco capítulos. O primeiro é composto pela introdução, problema a ser pesquisada, objetivos, justificativa e organização da pesquisa. O segundo capítulo contém a fundamentação teórica onde é abordado o tema da pesquisa a qual se refere ao empreendedorismo feminino em Picos. Já o terceiro capítulo é composto pela metodologia a qual é subdividida em: fundamentos metodológicos, informações do local da pesquisa, plano e caracterização de coleta de dados e tratamento e análise de dados. No quarto capítulo são apresentados os resultados e discussões onde é feita a análise do perfil da gestora; significados de empreendedorismo; os principais fatores que contribuem para o crescimento do empreendedorismo feminino; a importância do empreendedorismo feminino nas empresas Picos; dificuldades do empreendedorismo feminino em Picos dentre outros. No quinto capítulo expõem-se as considerações finais e, por fim, indicam-se os referenciais de pesquisa consultados e os apêndices.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo é o estudo voltado para o desenvolvimento de capacidades e aptidões pautadas na formação de uma ideia seja ela técnica, científica ou empresarial. Originou-se do termo empreender que significa executar.

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).

Dessa forma o empreendedorismo se torna relevante para supri as necessidades e anseios tanto das pessoas consumidoras quanto daqueles que desejam ou são empreendedores.

Portanto, as mulheres trabalham para criarem seu negócio, buscando algo mais satisfatório do que o simples fato de ganhar dinheiro. São vários os motivos que as levam a abrirem seus empreendimentos. Elas buscam recompensas não somente financeiras, mais buscam também: A realização Profissional, o bem-estar de sua família, além da sensação de colaborar de alguma forma com a sociedade. Elas possuem objetivos mais amplos, adoram se sentir úteis e se preocupam de algum modo com os problemas que possa afeta os outros.

2.1 Análise Histórica do Trabalho Feminino

Desde os princípios da civilização, a mulher sofre com o preconceito de tal maneira que a mesma é limitada a cuidar de casa e da família. Durante séculos registraram-se fatos que mostravam claramente a exploração da mulher durante muitos anos e repeliram seus sonhos, como dito anteriormente, dando-lhe apenas uma única saída, que é a prática doméstica.

Segundo Raposo e Astoni (2007), o empreendedorismo do gênero se configura como importante iniciativa da classe na busca por seus direitos de Independência.

A esse respeito, Raposo e Astoni (2007), ressaltam a importância da iniciativa feminina em busca de sua autonomia e dos seus direitos de independência, no entanto, através desta reivindicação, vieram também muitas responsabilidades:

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36).

Conforme as palavras citadas, pode-se dizer que foi através do empreendedorismo que as mulheres avançaram no que se refere à conquista do seu lugar no mercado de trabalho e dessa forma cresceu em muitos outros setores, o que a tornou capaz de conciliar as suas atividades profissionais com suas obrigações familiares.

Nesse aspecto, da inserção da mulher no mercado de trabalho, a luta das mulheres por sua independência e direitos a trabalhar fora de casa vem acontecendo há séculos com sua trajetória histórica. A esse respeito, Raposo e Astoni (2007) ressaltam que:

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina. (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

O que os autores revelam é que a participação feminina no mercado de trabalho obteve uma evolução considerável e as informações sobre o tema, revelam que as mulheres, em suas atividades empreendedoras, estão presentes em todos os segmentos e categorias, muito embora ainda se fale em desigualdades de oportunidades no mundo dos negócios, entre outros obstáculos.

No II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, há o princípio da igualdade à diversidade que estabelece a igualdade de gênero tanto em seus direitos quanto aos princípios que apoiam as políticas de Estado a fim de superar essa desigualdade e promovendo o respeito, a ética, a situação econômica e a inserção social (BRASIL, 2008).

Essa igualdade de gênero proporcionou às mulheres a possibilidade de trabalho fora de casa e assim ajudar nas despesas diárias mostrando sua capacidade intelectual.

Para Jonathan (2005) as mulheres se destacam no empreendedorismo por ser apaixonadas, dinâmicas, sem medo e autoconfiantes do que querem e se identificam com seus empreendimentos.

No início do século XX, esse modelo de segregação já estava bastante arraigado, como apontou um levantamento do governo inglês, em 1906. Estudos apontam que nas manufaturas havia poucas evidências de homens e mulheres efetuando os mesmos trabalhos; mesmo quando isso acontecia, havia alterações em termos de qualidade em quantidade; mulheres desempenhavam trabalhos considerados inferiores, na maioria das vezes recusadas pelos homens, e ganhavam menos. (CAMARGO et al, 2008).

Estudos demonstram que as mulheres adquirem menores salários em relação ao homem, mesmo tendo as mesmas aptidões, como a escolaridade e o currículo. Embora haja várias mudanças no mercado, ainda a mulher é discriminada, pois os homens ocupam as mais altas funções e ganham os melhores salários.

No contexto brasileiro, Penna (*apud* CAMARGO et al, 2008, p.111) aponta que “o reconhecimento da cidadania feminina constitui sempre processo mais longo que o da masculina”.

Isso mostra que os homens têm mais facilidade na hora de encontrar um emprego enquanto que a mulher demora mais a encontrar emprego por diversos fatores como discriminação, sobrecargas com filhos e atividades domésticas em casa, ficando assim muitas vezes sem tempo para investir em outro ramo de atividade diferente do lar. Até na conquista do voto direto a mulher sofreu discriminação como segue abaixo.

O direito ao voto apenas lhe foi concedido após 1930; na família, sua subordinação diante do elemento masculino esteve concretizada no Código Civil, desde 1916; e seu caminho ao trabalho coletivo foi sucessivamente interrompido, fosse por sua dependência familiar, fosse pelas várias peças legais que limitavam seu acesso ao mercado de trabalho. (CAMARGO et al, 2008).

As liberdades burguesas não a atingiam e o Estado lhe foi sempre autoritário. A mulher brasileira, desde o Império, esteve submetida, na sociedade,

por meio da legalidade de sua submissão na família; seu acesso ao mundo público se deu por meio de seu marido.

2.2. Participação da Mulher no Mercado de trabalho

Como o empreendedorismo feminino vem crescendo ao longo dos anos, os estudos mostram que na década de 90 esse ramo estava apenas se iniciando. Todavia, passado uma década, essa atividade cresceu consideravelmente, muito embora as atividades existentes apresentem em sua trajetória evolutiva desafios e dificuldades diante do mercado de trabalho.

No empreendedorismo feminino, as mulheres demonstram que tem consciência do papel social que desempenham e mesmo sendo afetadas pelas limitações que lhes são impostas culturalmente, estas não abrem mão do empreendimento.

Na atividade empreendedora, as atividades em que as mulheres se destacam mais são no setor de serviços. O Plano Nacional de Políticas para as Mulheres aborda como princípio a igualdade e diz que:

Homens e mulheres são iguais em seus direitos e sobre este princípio se apóiam as políticas de estado que se propõe a superar as desigualdades de gêneros. A promoção de igualdade requer o respeito e atenção à diversidade cultural, étnica, racial, inserção social, de situação econômica e regional, assim como os diferentes momentos da vida (BRASIL, 2008, p. 7).

Assim, os diretores das fábricas contratavam as mulheres para as tarefas leves, menos rápidas e talvez mais monótonas que as dos homens, pois as mulheres, segundo as representações dominantes do senso comum vigentes, teriam grande capacidade para trabalho de minúcia e de detalhes, utilizando a delicadeza emotiva que seria exclusivamente sua.

Para Abramo (2001) o aumento do número de mulheres no mercado de trabalho não foi seguido pela diminuição das diferenças entre homens e mulheres. Estas ocupam determinados campos e carreiras, um segmento que comprova as desigualdades entre homens e mulheres no mercado de trabalho.

A participação das mulheres no mercado de trabalho no Brasil vem aumentando de forma expressiva nos últimos anos. As transformações de valores

adquiridos dos movimentos políticos e sociais apresentaram como resultado a maior participação das mulheres, inclusive nas carreiras políticas e nas universidades.

2.3 Empreendedorismo Feminino no Brasil e sua importância Social.

O empreendedorismo feminino gera serviço e promove novidade, contribuindo para a ampliação socioeconômica dos países.

Vários fatores justificam o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, como: maior nível de escolaridade em relação aos homens até as alterações na composição familiar, com uma menor quantidade de filhos e novos valores referentes à inclusão da mulher na sociedade brasileira. Por outro lado, são apontados limitantes à atuação feminina nesse mercado de trabalho.

De acordo com Lages (2008), embora a mulher comprove possuir uma escolaridade mais avançada que a dos homens, elas ainda trabalham com remunerações inferiores e ainda são restritas a alguns departamentos do mercado.

A mulher empreendedora ganha espaço tanto em sua luta pela inserção social como pela sua inserção no mundo do mercado de trabalho. Essa nova mulher, ao mesmo tempo em que realiza um novo papel em seu contexto socioeconômico, também acumula ocupações, sacrifícios e prejuízos nas suas relações familiares e sociais. O quadro geral do país mostra que a presença feminina se dá em espaços de atividades empreendedoras precárias e em condições de desigualdade de tarefas, renda e funções.

“A feminilização no mundo do trabalho acaba sendo positiva, pois possibilita constituir e avançar o difícil processo de emancipação feminina e, desse modo, minimizar as formas de dominação patriarcal no espaço doméstico” (NOGUEIRA, 2004 *apud* CAMARGO, 2008 et al, p.109-110). O autor ressalta que ela também é negativa, e afirma que essas transformações vêm agravando e dificultando o direito da mulher trabalhadora.

A profissionalização da mulher não acontece na mesma perspectiva masculina. O homem procura o trabalho como sua principal atividade, enquanto a mulher determina sua carreira tentando de todas as formas equilibrarem a vida familiar, seus sonhos e objetivos com a vida profissional.

Nesse sentido, o empreendedorismo feminino é observado como uma opção para a geração de trabalho e renda, para que as mesmas possam se satisfazer em termo de tempo, futuro e destino profissional. No entanto, as mulheres ainda têm que se preocupar com suas obrigações domésticas, procurando através do emprego, organizar-se em seus múltiplos horários sem se preocupar com cargas horárias rígidas, podendo assim amenizar os conflitos entre sua vida familiar e sua vida profissional. (CAMARGO et al., 2008)

Esse fato decorre do próprio papel social inerente à mulher, de sua responsabilidade com a família. As diferenças entre homens e mulheres empreendedoras se estendem por motivo crucial de que os homens e a sociedade acharem que as mulheres têm a responsabilidade de administrar a casa.

Nos tempos atuais observa-se que as mulheres não se limitam ao pensamento de outrem, buscando assim, sua satisfação pessoal fora de casa e investindo seu dinheiro e seu intelectual no seu próprio empreendimento e mostrando à sociedade sua capacidade em administrar seu próprio negócio.

2.4. O conflito trabalho-família dentro do Empreendedorismo Feminino

Sabe-se que há um conflito trabalho-família dentro do empreendedorismo feminino. Podem-se citar inúmeras causas como a falta de tempo para a família, o trabalho e seu ganho ultrapassando a do marido, o diálogo familiar dentre outros fatores importantes.

Para Barnett (2004, p.667-674.) “tanto a organização do trabalho quanto a da família repousam em mitos, ainda hoje existentes, relativos à diferença entre os gêneros”. A opinião de que as mulheres têm necessidades, dedicações e competências para cuidar e se ocupar do lar, ao passo que os homens têm capacidades para atividades fora do lar e para prover, cria um artifício.

Tanto homens como mulheres se tornam prisioneiros de perspectivas e comportamentos ligados as ideais em relação a quem trabalha (“trabalhador ideal”) e a quem cuida do lar (“dona de casa ideal”). A questão gera impedimentos e desvantagens que atingem especialmente as mulheres que são mães e que trabalham. (JONANTHAN e SILVA, 2007).

As mulheres que trabalham tanto em casa quanto fora, às vezes, sentem dificuldades em exercer sua função no trabalho. Algumas se preocupam com a casa, os filhos e o esposo e às vezes não exercem seu trabalho com perfeição quanto deveria se não tivesse esse tipo de preocupação. Assim, muitas mulheres se destacam ou não no mercado de trabalho. As que não se destacam, com o tempo, preferem ficar em casa e se dedicar ao lar. As que mostram competência, habilidades e paixão em seu trabalho ou em seu próprio empreendimento se beneficiam com novas oportunidades, gratificações, etc.

Em relação a elas, há dois estereótipos que prevalecem: ou são percebidas como calorosas e pouco competentes, não merecendo novas oportunidades de emprego, de promoção ou de educação adicional, ou, ao contrário, são vistas como competentes e frias (Cuddy, Fiske&Glick, 2004, p.701-718).

“A representação social da maternidade se constitui, portanto, em um imenso muro que dificulta o trânsito das mulheres no espaço público e reforça as imagens idealizadas acima discutidas”. (JONANTHAN e SILVA, 2007,p.78).

Dessa forma, as mulheres têm se dedicado no ingresso no mercado de trabalho. Um intenso envolvimento em atividades bem-sucedidas fora do lar, bem como a dedicação e a participação ativa na direção da casa e nos cuidados com a família, faz parte da vida das mulheres modernas trabalhando tanto em casa como fora dela.

A esse respeito, Jablonski e Rocha Coutinho afirmam que “A chamada “dupla jornada”, que remete ao acúmulo de tarefas – públicas e privadas –, constitui a origem de conflitos, problemas e desgastes” (JABLONSKI, 1996, p.113-123 e ROCHA-COUTINHO, 2003, p.57-77).

No contexto brasileiro, segundo as palavras de Jonathan (2001) pode-se observar que as empreendedoras anseiam intensamente estabelecer um ponto de equilíbrio entre as questões profissionais e familiares e parecem alcançar tal estabilização na medida em que percebem e afirmam que trabalho e família se ajudam e se beneficiam reciprocamente.

Dessa forma, trabalho, filhos e respeito próprio se constituem como fontes de altos e semelhantes índices de satisfação das gestoras brasileiras, sugerindo que os espaços profissional, familiar e pessoal cooperem de maneira equilibrada para o bem-estar psicológico destas mulheres linhas (JONATHAN, 2005, p. 54).

De acordo com Greenhaus & Singh (2004), a vida profissional feminina pode acrescentar ou, pelo contrário, estragar/atrapalhar a vida familiar, da mesma forma a vida familiar pode vir a ter alcances sobre a vida profissional, sejam elas adequadas ou não. Por ser um tema de grande relevância, o exame das relações entre trabalho e família tem consequências importantes, tanto para as organizações como um todo como para os indivíduos.

O conflito trabalho e família surgiu a partir da segunda metade do século XX, a partir do momento que inúmeras esposas e mães ingressaram no mercado de trabalho. A mulher, que antes tinha o papel singular de cuidar da casa e do lar, passou a ter a obrigação de dividir seu tempo disponível entre a casa e o trabalho (PARASURAMAN & GREENHAUS, 1997 apud LINDO, 2007, p.4).

Dessa forma, o conflito entre trabalho e família é definido como “uma forma de conflito entre papéis em que as pressões do trabalho e da família são mutuamente incompatíveis em alguns aspectos” (BOYAR ET AL, 2003, p. 176).

Parasuraman, Yasmin e Godshalk (1997) demonstram estes conflitos a partir do controle de tempo. Quanto mais tempo a pessoa se dedica ao trabalho, menos tempo terá para dedicar-se à família, existindo interferência do domínio profissional no domínio familiar, aumentando se desta forma o conflito trabalho-família. Por outro lado, quanto mais tempo se dedica à família, menos tempo terá para o trabalho, aumentando neste caso o conflito família-trabalho.

Ainda reafirmando a distinção entre os dois tipos de conflito, Noor (2002) finaliza que quando concentramos tempo e energia extra em qualquer um dos lados (na família ou no trabalho), em contrapartida afetamos negativamente o outro.

Entretanto, de acordo com pesquisa realizada com 1.306 executivos no Canadá o que se pode constatar é “que a maioria dos pesquisados percebe o conflito trabalho-família como sendo mais sério do que o conflito família-trabalho, sugerindo desta forma que as questões em torno da família são mais afetadas do que aquelas em torno do trabalho” (LINDO et al, 2007, p.4). Para os autores, as pessoas em geral dão mais valores ao trabalho do que a família, isto porque muitos funcionários têm medo de ficar desempregado dedicando-se mais a vida profissional do que a familiar.

A esse respeito, fica claro que, para muitos trabalhadores, sempre haverá um conflito. A questão maior é saber qual se dedicar mais, ao trabalho ou à família. Pesquisas comprovam que poucas mulheres (com família: esposo e filhos)

conseguem levar as duas com uma só harmonia sem prejudicar a relação trabalho-família.

2.5 Empreendedorismo por Oportunidade x Necessidade

O olhar tradicional do empreendedorismo é que empreendedores conseguem ver onde há a necessidade de melhoramento e assim preenchem estas lacunas. Assim, os empreendedores são participantes do mundo, ou seja, interpreta as condições ao seu redor e ao mesmo tempo influenciam seu mundo de forma natural.

Para ser empreendedor é preciso ter habilidades como planejar, ter a facilidade de resolver problemas, ter e aplicar o poder de liderança, ser hábil em negociar, dentre outras habilidade. No entanto, essas habilidades não garantem sucesso em seu empreendimento.

Segundo Nixdorff & Solomon (2005), o sucesso de novos empreendimentos está na identificação das oportunidades. Assim ao identificar essas oportunidades o empreendedor se sente motivado em seu negócio o que eleva a possibilidade de sucesso em seu empreendimento.

Para Benavides Espinosa & Garcia (2004), o Caráter sociocultural é outro fator motivador, a busca de emprego depende exclusivamente da necessidade. Essa necessidade pode vim através da empresa que precisa de mão de obra qualificada ou dos funcionários que se inserem em determinado ramo de atividade.

Outro fator importante é a falta de trabalho, pois, essa sensação de estar desempregado, faz com que o individuo se sinta motivado em abrir seu próprio negócio a fim de garantir seu futuro financeiramente.

Segundo Miranda, Silvana e Hoelgebaum (2008) a falta de oportunidade afeta mais mulheres que homens o que possibilita a elas a inserção no mercado de trabalho principalmente em países de baixa renda.

De acordo com o GEM (2008) os empreendedores podem ser motivados e orientados tanto por oportunidade visto que o mercado de trabalho está em ascensão quanto por necessidade pela falta de trabalho e renda. No entanto, Oliveira e Souza Neto (2010) afirmam que as empreendedoras se destacam por elas sentir paixão pelo que faz.

Segundo as palavras de Lindo et al.,(2007), e os autores clássicos McClelland (1961) e Drucker (1985), o empreendedorismo se vincula à necessidade de realização e à procura de oportunidade profissional. O autor ressalta que na pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dá a entender que novos empreendimentos acontecem tanto por oportunidade, ou seja, para descobrir uma oportunidade percebida de negócio, quanto por necessidade, no caso de outras opções de trabalho ser inexistentes ou insatisfatórias.

Capowski (1992) enfatiza também o empreendedorismo como uma alternativa atraente de geração de trabalho e renda para as mulheres, uma vez que as corporações teriam fracassado em lhes oferecer chances de trabalho que garantissem estabilidade e flexibilidade.

Por esta razão, como dito anteriormente, o empreendedorismo se tornaria uma escolha para que se pudesse controlar seu tempo, seu futuro e vida profissional. Assim, fica claro que, as carreiras das mulheres se diferenciam das dos homens, pois os homens dedicam-se primeiramente a vida profissional, enquanto as mulheres dedicam-se a ambas as vidas (BUTTNER & MOORE, 1997).

Portanto, segundo Buttner e Moore (1997), mesmo no caso das mulheres que ingressam no mundo empreendedor devido à assimilação de uma oportunidade, e não apenas por necessidade, um dos principais motivos que as levam a buscar o auto-emprego é a flexibilização de horário que este tipo de trabalho proporciona. Pela maneira de ainda terem grandes responsabilidades domésticas, procuram, através do auto-emprego, organizar por si só os seus horários: não seguindo presas a cargas horárias rígidas, podem assim suavizar os conflitos entre sua vida familiar e sua vida profissional. (LINDO et al, 2007).

De certa forma seria decorrente do papel social inerente à mulher de responsabilidade com a família. Existem assuntos de que as diferenças encontradas entre homens e mulheres empreendedores podem ser comentadas através das tradições da sociedade e da persistência da idéia de que as mulheres têm a responsabilidade primária e fundamental de cuidar da casa e da família (LJUNGREEN & KOLVEREID, 1996). Desse modo, as mulheres tem sido responsável pelas atividades domésticas, a sociedade ainda apresenta perspectivas quanto à ação feminino de ligação com o lar.

Com isto, Capowski (1992) avisa que, embora as empreendedoras passem a ter liberdade de formar o seu dia-a-dia, elas acabam tendo de trabalhar

muito mais. A jornada comum de oito horas de trabalho diárias – em um emprego tradicional – passa a ser mais ampla para aquelas mulheres que têm o seu próprio negócio. Muitas vezes trabalham de doze a catorze horas por dia, sobretudo no início do empreendimento.

Além disso, o fato de ter designado recursos em uma empresa que é de sua inteira responsabilidade acaba por ocasionar preocupações que, por vezes, aumentam o estresse. O fato de comerciar mais implica, muitas vezes, abrir mão das férias, do lazer e do entendimento social. Há uma inquietação constante também com a responsabilidade de garantir o pagamento dos funcionários e o consequente bem-estar destes e de suas famílias. (LINDO et al,2007).

No que diz autoridade à liderança feminina em uma pequena empresa e o seu tamanho, nota-se que elas buscam conservar um pausado crescimento de sua organização, visando proteger sua qualidade de vida, manter contato mais imediato com empregados e clientes e, principalmente, ficar à frente das operações, o que lhes dá prazer. Para as mulheres, um dos motivos de continuar com uma empresa pequena também é influenciado pela questão trabalho e família: quanto maior for o porte do empreendimento, mais tempo terão para gastar com o trabalho e, conseqüentemente, menos tempo terão para a vida familiar (GOSSELIN & GRISE, 1990).

Dessa maneira, muitos dos empreendimentos não são levados a sério por ser de pequeno porte. Por isto os autores recomendam a necessidade de um novo critério para definir o que seja verdadeiro negócio, que possa incluir também este novo modelo de negócio: pequeno e que deseja permanecer pequeno. (LINDO et al, 2007).

A esse respeito Diener da sua contribuição e afirma que:

Sentir bem-estar particular significa experimentar a vida de forma positiva, julgando que há satisfação com diferentes domínios da experiência vivida tais como: o *self*, o trabalho, a vida familiar, a saúde, o contato social, entre outros. Em jogo, portanto, a forma de lidar com a tensão ou o estresse associado aos diversos contextos da experiência vivida. Neste sentido, dar valor ao que se faz, autonomia e poder de decisão são aliados das empreendedoras no exercício dos múltiplos papéis que dão a estas mulheres o sentimento de auto-realização. (DIENER, 1984 p. 542-575).

Assim fica claro que as mulheres empreendedoras buscam, quer seja por oportunidade quer seja por necessidade, uma satisfação pessoal em sua independência financeira.

A esse respeito, Jonathan (2001, p. 3) ressalta que “num estudo comparativo entre executivas e donas de negócios próprios indica que estas apresentam maiores índices de satisfação do que as primeiras”. As principais fontes de satisfação das empreendedoras são os ritmos de trabalho, o mínimo de interferência de outras pessoas, e interesses individuais satisfeitos. O ambiente do negócio próprio proporciona às mulheres empreendedoras reconhecimento por concretizações e autoridade para fazer decisões com impacto na organização, além de possibilitar o trabalho com idéias inovadoras e a oportunidade de desenvolver novas competências, atividades estratégicas e, em última análise, a atuação de seus próprios valores e a realização de sonhos.

Por outro lado, de acordo com Csikszentmihalyi (1998 *apud* JONATHAN, 2001,p.3), “o bem-estar subjetivo é produto concomitante da ação e, portanto, o contentamento decorre da atividade em si e não do atendimento de metas”. O autor recomenda o conceito de fluxo para propagar a adequação perfeita, causadora de satisfação, entre a intensidade dos desafios enfrentados e a desenvoltura para lidar com eles. A sensação de fluir diz respeito ao próprio método de lidar com obstáculos, à experiência em si, mais do que ao sentimento de ter vencido ou alcançado determinado objetivo.

3. FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Informações do local da pesquisa

Esta pesquisa se realizou em várias empresas do mercado formal e informal, situadas em vários locais da cidade de Picos no estado do Piauí. A escolha das empresas foi aleatória. Os ramos de atividades das empreendedoras pesquisadas foram: Educação, Alimentícios, Confecções, Farmácia, Materiais Desportivos, Vídeo Games, Salão de Beleza e Padaria como segue na amostragem adiante.

3.2 Plano e Caracterização de coleta de dados

O estudo aqui apresentado levará em consideração a definição de metodologia dada por Rodrigues (2007, p. 2) em que este afirma que a metodologia “é um conjunto de abordagens técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática”.

A escolha do tema “O Empreendedorismo Feminino”, sobre o qual se desenvolveu esta pesquisa científica, teve a pretensão de instigar os debates acerca dele.

Esta pesquisa é de caráter qualitativo e quantitativo trabalhando as possíveis formas de pesquisa técnica, adotando a bibliográfica, utilizando as seguintes fontes: revistas científicas, livros e artigos, enfatizando as concepções de diversos autores sobre o tema; e pesquisa de campo, com as técnicas de observação de questionários objetivos. Acevedo e Nohara (2010) afirmam que o método é o meio pelo qual se atinge determinados objetivos, o que é diferencia da metodologia que são “[...] são procedimentos e regras utilizadas por determinado método”. (RICHARDSON, 2007, p.22)

Como dito anteriormente, a escolha do ramo de atividade das empreendedoras pesquisadas foram de forma aleatória. Como não se conhece o desvio padrão da população, realizou-se pesquisa com 30 empreendedoras, por meio de uma amostra não-probabilística.

Nota-se na tabela acima que as mulheres estão investindo em diversos ramos de atividade de mercado. A questão é a afinidade e o conhecimento no ramo a qual investe, por exemplo, na educação tem 6 (seis) empreendedoras que investiram em sua área já que elas são professoras com Pós Graduação e estão na área educacional a muito tempo, na área de Farmácia as 3 (três) empreendedoras tem curso superior sendo uma na área do trabalho e as outras 2 (duas) em administração de empresas. Nos outros ramos de atividades o grau de escolaridade vai diminuindo de acordo com a atividade como será visto adiante.

No entanto, o foco dessa pesquisa são as mulheres empreendedoras e por este motivo destacaremos abaixo em números o ramo de atividade de negócio das empreendedoras pesquisadas conforme tabela a seguir:

Atividade do Negócio	Quantidade de empreendedoras
Educação	6
Alimentícios	7
Confecções	7
Farmácias	3
Materiais Desportivos	1
Vídeo Game	1
Salão de Beleza	4
Padaria	1

Tabela 1: Ramos de atividade de negócio das empreendedoras pesquisadas

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Na pesquisa de campo foi aplicado um questionário com as 30 empreendedoras do município de Picos e buscou-se empresas de diversas naturezas como mostra a tabela acima.

3.3 Tratamento e Análise de dados

Os questionários foram aplicados às empreendedoras (amostra de 30), sendo que todas foram escolhidas de forma aleatórias como ditas anteriormente. O questionário aplicado as empreendedoras foram divididas em 6 (seis) questões de Perfil Socioeconômico e 10 (dez) questões de Perfil Empreendedor.

“A amostra pode ser diferenciada por acessibilidade ou por conveniência, ou seja, aquela que prevalece a conveniência do pesquisador na escolha da amostra”. Gil (2010, p. 94) “[...] o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma, representar o universo [...]” diz ainda que “universo ou população é um conjunto de elementos que possuem determinadas características [...]”. (2010, p. 89).

Esta pesquisa teve início em Fevereiro deste ano com a pesquisa bibliográfica, buscando o conhecimento necessário nos autores renomados que discutem o empreendedorismo e o empreendedorismo feminino e logo após a pesquisa de campo. A dificuldade maior na pesquisa foi os dados de quantas empreendedoras tem na cidade de Picos e para saber tal dados se foi ao SEBRAE, CDL e a Secretaria da Fazenda onde se levando um ofício da Universidade Federal do Piauí solicitando tal informação.

As entrevistas foram feitas por escrito e dado a cada uma das empreendedoras sendo que algumas empreendedoras responderam o questionário imediatamente e outras solicitaram um tempo para responder e entregar posteriormente. Logo após a entrega foram feitas as análises das mesmas e transformada em dados quantitativos como serão vistos posteriormente.

“A entrevista é uma forma de interação social em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação” (GIL, 2010 p. 109).

Segundo GIL, para se elaborar um bom questionário é preciso compreender sua finalidade conforme citação seguinte.

Construir um questionário consiste basicamente em traduzir objetivos da pesquisa em questões específicas. As respostas a essas questões é que irão proporcionar os dados requeridos para descrever as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa. (GIL, 2010, p. 121)

Pode-se observar no que foi dito por Gil (2010), a tamanha importância da coleta de dados para a pesquisa científica, pois são através dela que se podem divulgar certos trabalhos acadêmicos de forma precisa e confiável. É através da pesquisa e sua divulgação que se tem um aproveitamento grandioso por parte das empresas ao se informarem das mudanças e avanços diversos dentro da Administração de Empresa e suas funcionalidades diversas e adjacentes.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise de dados segundo Severino (2007) é a parte da pesquisa onde se critica as informações da mesma para verificar a autenticidade das informações e atestar a discussão da mesma. Patton (1997, apud VIANNA, 2003, p. 60) destaca que “os dados de uma pesquisa devem ser escritos a partir dos fenômenos observados e os significados do que foi observado”. Ressalta ainda que essas descrições devem ser precisas. Nesta pesquisa, a análise abrange o levantamento sobre o empreendedorismo feminino.

A coleta de dados é feita em 30 (trinta) empresas, na qual foram participantes desta pesquisa, as 30 (trinta) empreendedoras buscando a real questão sobre o empreendedorismo feminino no município de Picos Piauí por meios destes questionários, sendo estes de forma objetivas como foi dito na Metodologia de pesquisa.

Os dados foram analisados individualmente, partindo das respostas obtidas. Para tal, foram utilizadas perguntas objetivas para as empreendedoras com o objetivo de provocar uma maior reflexão sobre os aspectos abordados. Buscou-se, nesta pesquisa, assegurar a veracidade dos dados assim como a importância dos mesmos no contexto do Empreendedorismo feminino. Para se analisar os dados da pesquisa em meios aos questionários e aos objetivos proposto, inicia-se com os perfis socioeconômicos das empreendedoras como segue abaixo.

4.1 Perfil Socioeconômico das Empreendedoras

Busca-se neste primeiro momento, conhecer o perfil socioeconômico das empreendedoras que participaram da pesquisa. Iniciou-se com seis questões socioeconômico visando identificar alguns itens importantes para tal pesquisa como a idade, o estado civil, o grau de escolaridade, tempo de existência da empresa e número de funcionários dessas empreendedoras, conforme mostra o gráfico 1.

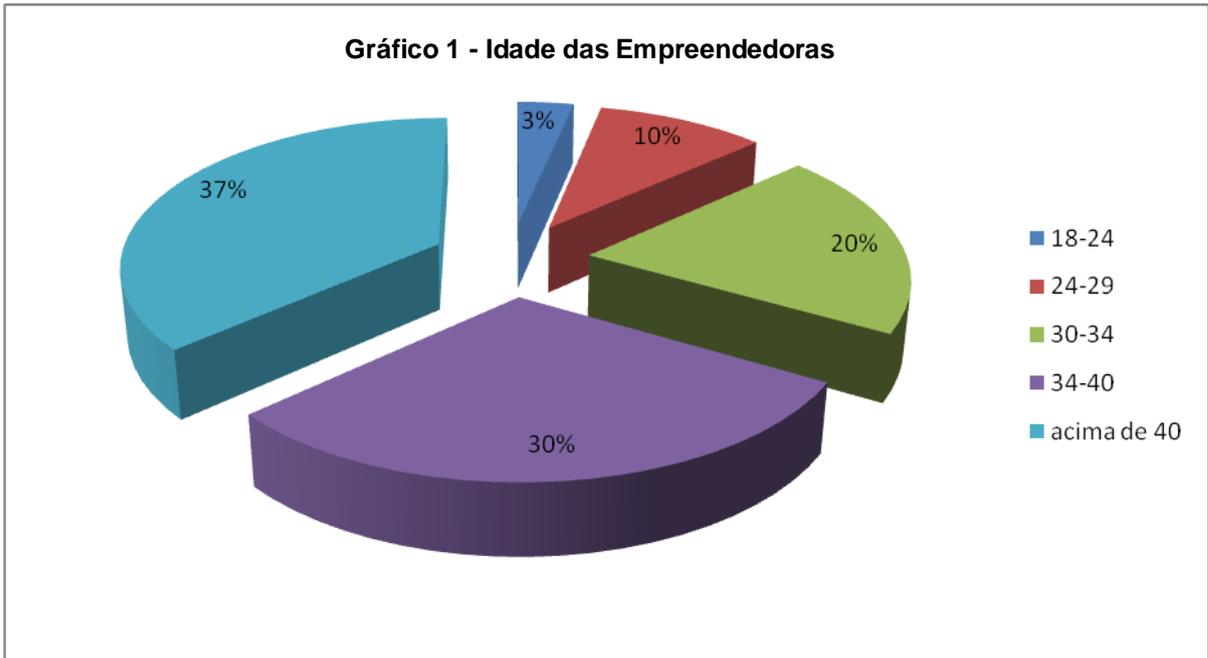


Gráfico 1: Idade das Empreendedoras
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013.

Do gráfico acima, observa-se que as empreendedoras de maior idade são as que mais se ariscam para montar seu próprio negócio, pois, como mostra o gráfico, 37% das entrevistadas são mulheres com mais de 40 anos de idade e 30% são mulheres entre 34 e 40 anos, ficando assim 20% para as mulheres de 30 a 34 anos, 10% para as de 24 a 29 e apenas 3% para as mulheres entre 18 e 24 anos de idade. Assim, percebe-se que para ser empreendedora é preciso ariscar no mercado de trabalho e aprender com os erros, caso haja. Como bem diz o ditado: Só não aprende com o erro aquele que não faz nada. Além da idade das empreendedoras existe outro fator importante para ser investigados? Com certeza, e por isso verifica-se agora o estado civil dessas empreendedoras conforme gráfico 2 abaixo.

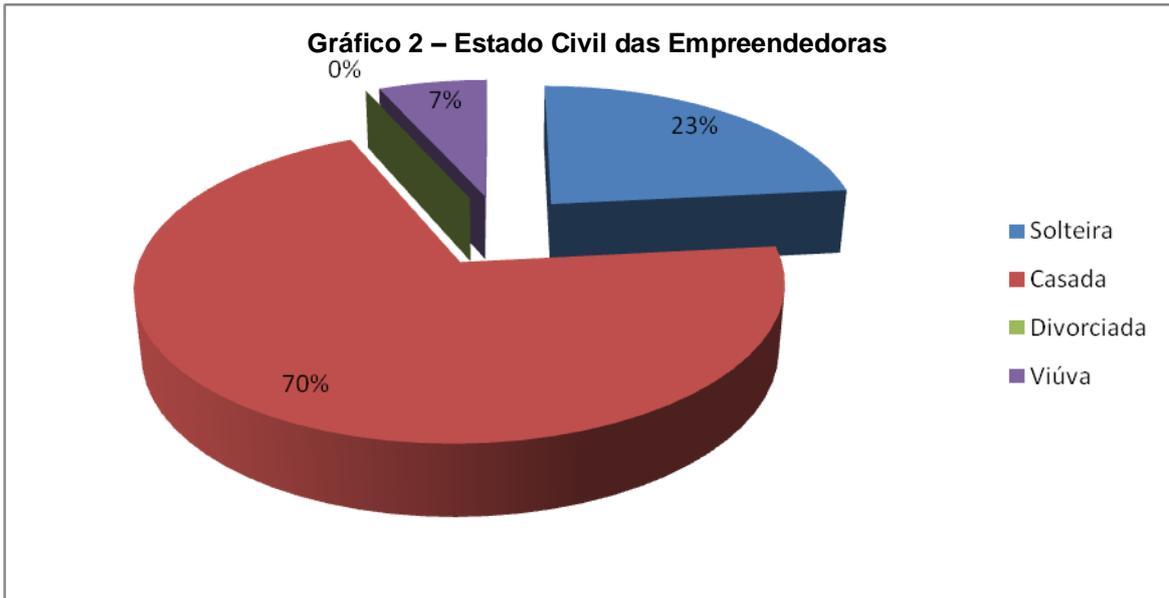


Gráfico 2: Estado Civil das Empreendedoras
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013.

Do gráfico acima, pode-se notar que a maioria das empreendedoras, exatamente 70%, são casadas, o que confirma o que foi dito anteriormente, sobre as mulheres experientes, comprometidas e com experiência de vida em se dar em seu trabalho que neste caso, seu próprio negócio. Nota-se também que as restantes das empreendedoras são Solteiras com 23% e Viúva com 7%. Veja então se eles tem ou não filhos como segue adiante:

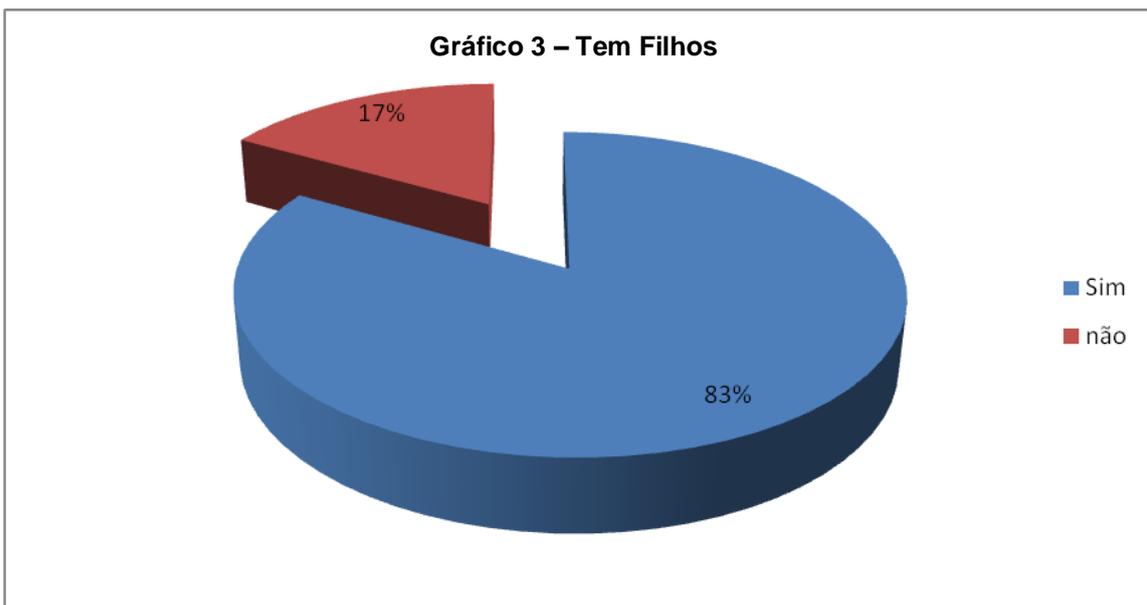


Gráfico 3: Tem Filhos
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013.

Nota-se do gráfico 3 acima que 83% das empreendedoras pesquisadas tem filhos enquanto apenas 17% afirmaram não ter filho. Muitas pessoas acham que ter filho atrapalha no trabalho, o que não acontece com as empreendedoras desta pesquisa, pois, mesmo tendo filhos elas mostram garra, determinação e confiança em seu trabalho. Veja o grau de escolaridade delas no gráfico 4 abaixo.

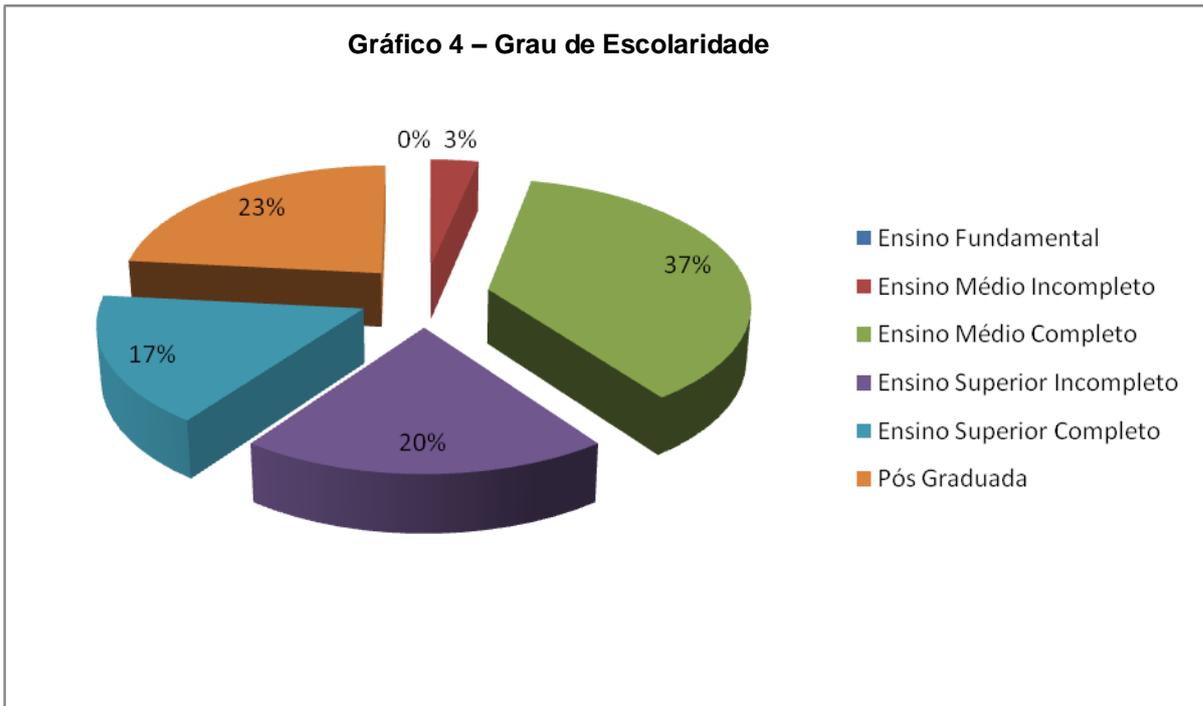


Gráfico 4: Grau de Escolaridade
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013.

De acordo com o gráfico 4, a maioria das empreendedoras possui como grau de escolaridade o ensino médio, como visto no gráfico, elas representam 37% e no entanto a sua experiência conquistada ao longo dos anos as tornaram boas profissionais na área, sensível às mudanças acontecidas no mercado, promovendo assim o crescimento de seus estabelecimentos. Outras empreendedoras com segundo índice maior, de 23%, estão as que concluíram sua Pós Graduação e continuam investindo em seu próprio negócio. O gráfico ainda mostra 20% das empreendedoras com curso superior Incompleto, 17% com curso de superior completo, 3% com Ensino Médio Incompleto, o que mostra que todos tinham certo grau de estudos e que apostam seu futuro em seu empreendimento pessoal.

Para Veen e Vrakking (2009), são várias as finalidades da educação. Eles afirmam que um a delas é preparar os indivíduos para inserir-se no mercado de

trabalho para assim exercerem os diversos papéis na sociedade a qual lhe de direito. No entanto, o ensino tem entrado em declínio devido ao avanço da tecnologia o que vem a acrescentar que se deve continuar aprendendo. Assim é necessário o constante aprendizado já que as tecnologias estão se modernizando rapidamente e por isso o aprendizado durante toda a vida é consequência natural da sociedade em que se vive de tal maneira que se pode chamar tal sociedade de <Sociedade de Aprendizagem> (LENCASTRE, 2009)

Veja o tempo que essas empreendedoras têm sua empresa conforme gráfico 5.

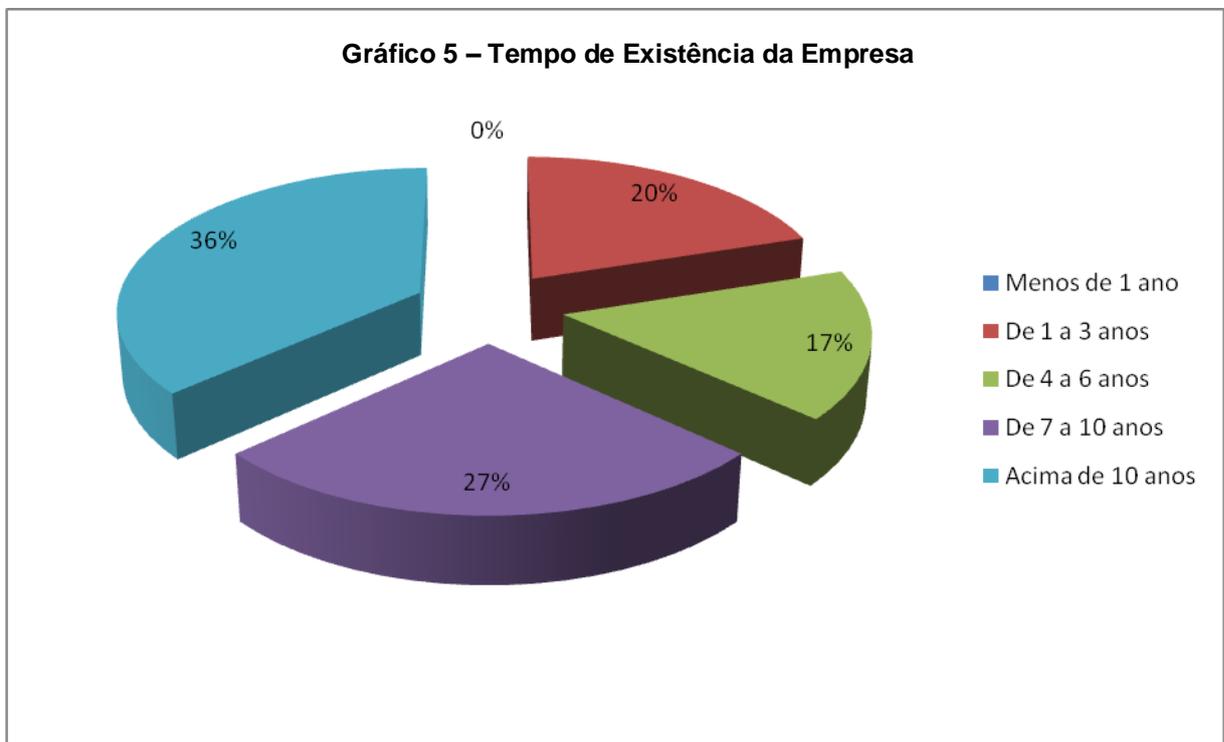


Gráfico 5: Tempo de Existência da Empresa
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Do gráfico acima, pode-se notar que todas as empresas das empreendedoras entrevistadas tem mais de um ano no mercado. Nota-se claramente que a maioria das empresas, 36%, estão a mais de 10 anos no mercado, ou seja, estão estabilizadas no mercado. 27% das empresas tem de 7 a 10 anos no mercado de trabalho, 20% de 1 a 3 anos e 17% de 4 a 6 anos. Segundo pesquisa do IBGE (2011), a taxa de sobrevivência das Micros e Pequenas Empresas com até dois anos em exercícios foi de 73,1%, em consideração às empresas abertas no ano de 2006. Assim pode-se notar que a taxa de mortalidade dessas empresas em 2006

foi de 26,9%. Para o SEBRAE (2011), o que mais influencia no fechamento das Micros e Pequenas Empresas são a falta do planejamento, de técnica de marketing, de avaliação de custo e fluxo de caixa, entre outros. O gráfico seguinte mostrará o número de funcionários das empresas.

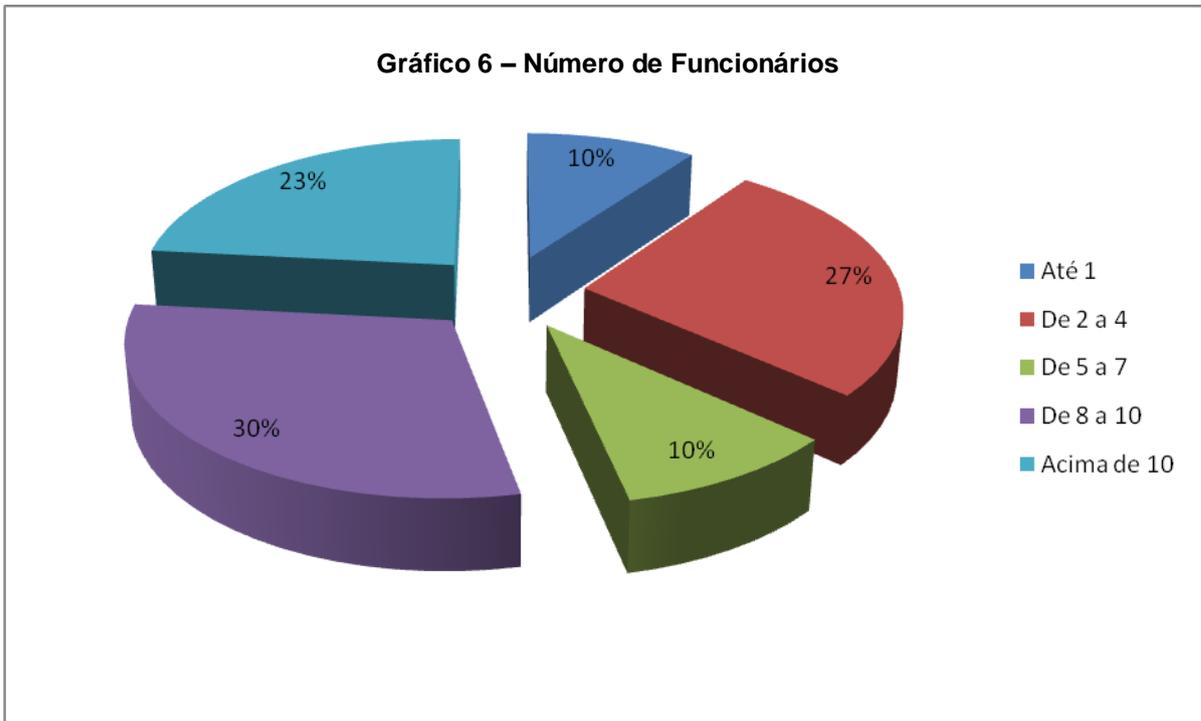


Gráfico 6: Número de Funcionários
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

No gráfico 6 , observa-se que a quantidade de funcionários dessas empresas se diferenciam. Assim as respostas das empreendedoras acerca da quantidade de seus funcionários ficaram da seguinte maneira: de 8 a 10 funcionários ficou com 30%, de 2 a 4 funcionários ficou em 27%, acima de 10 funcionários ficou com 23%, restando até um e de 2 a 4 com 10% respectivamente.

Conclui-se nesta primeira etapa que essas respectivas empresas estão positivamente no mercado de trabalho visando seu crescimento mútuo tanto na parte da sobrevivência, pessoal, quanto na contratação de funcionários.

Segundo Luiz Barreto, presidente do sebrae Nacional, durante o lançamento da pesquisa sobre a sobrevivência das Micros e Pequenas Empresas brasileiras, em Outubro de 2011, o crescimento e a sobrevivência das empresas brasileiras deve-se a diversos fatos relevantes, conforme essa pesquisa, como por exemplo: O aumento da Escolaridade das empreendedoras pesquisadas, o

crescimento do mercado consumidor interno, o avanço da legislação, a diminuição dos impostos antes absurdos, dentre outros fatores.

4.2 Perfil Empreendedor

São vários os tipos de empreendedorismos, cada uma com sua especialidade e característica própria com um contexto diferenciado. Nesta pesquisa destaca-se o empreendedorismo empresarial, denominado privado, voltado exclusivamente para a produção de bens e serviço para o mercado de trabalho no município de Picos-PI. Segundo Hitaka e Santos (2012) 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. Assim o desenvolvimento sustentável segundo Motomura (2012, p. 14) significa “ fazer 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.

4.2.1 Significados de empreendedorismo segundo as Empreendedoras

De acordo com Camargo et al, (2008) o empreendedorismo, particularmente quando decorre de uma ação realizada por necessidade de sobrevivência, é fruto dessas transformações conjunturais ocorridas nas relações de trabalho e emprego. E, muitas vezes, resultam na fragmentação dos projetos pessoais, na aceleração da vida e em uma impregnação do cotidiano com elementos ligados a uma postura mais competitiva, correspondendo a uma nova forma de organizar o tempo de trabalho.

Dessa forma a pesquisa realizada possui um leque de significados sobre o empreendedorismo, como uma oportunidade de negócios; uma oportunidade de

negócios; Oportunidade de liberdade financeira, necessidade de crescimento pessoal e uma alternativa de sobrevivência. Assim deve-se observar o gráfico com as respostas das empreendedoras. No gráfico 7 a seguir as empreendedoras colaboram dando seu ponto de vista sobre empreendedorismo.

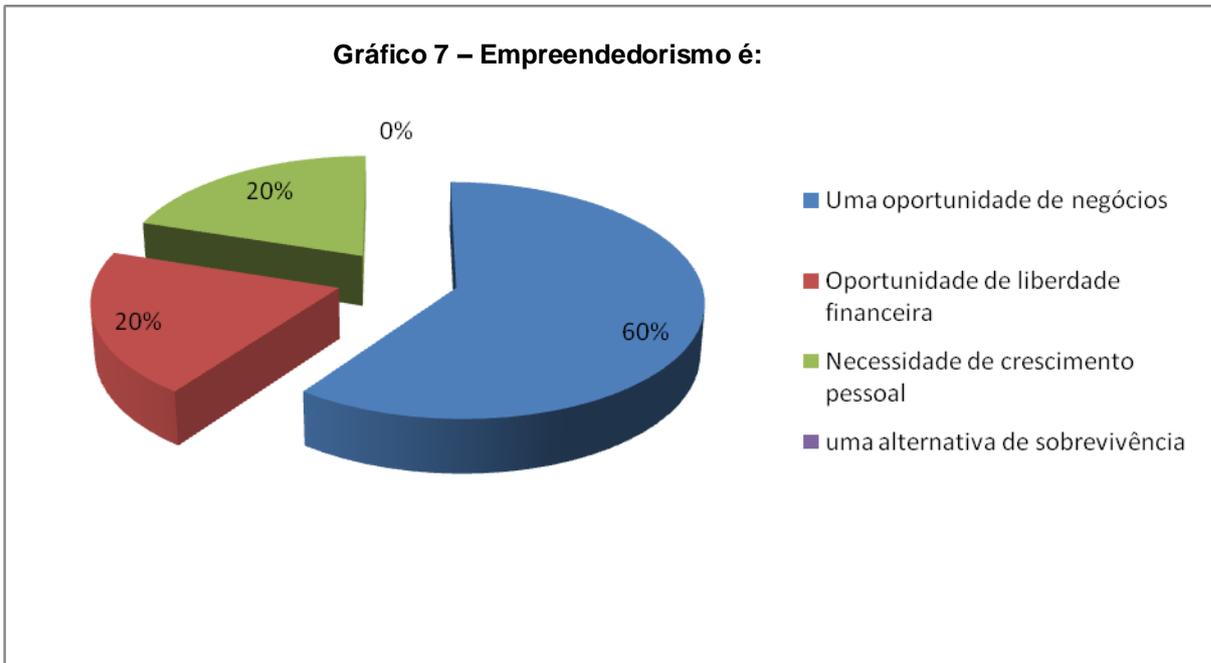


Gráfico 7: Empreendedorismo é:
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O gráfico 7 mostra qual o significado do empreendedorismo para as Empreendedoras. Para elas o empreendedorismo representa, com maioria de 60%, uma oportunidade de Negócio, e 20% das empreendedoras afirmam que para elas empreendedorismo são uma oportunidade de liberdade financeira e a necessidade de crescimento pessoal respectivamente, ficando sem marcar a alternativa uma alternativa de sobrevivência. Esse resultado nos mostra que nenhuma das empreendedoras definem empreendedorismo como uma sobrevivência e sim uma oportunidade de inserir-se no mercado de trabalho para assim ter sua liberdade financeira e crescimento pessoal.

Assim ao saber e entender o significado do empreendedorismo, segundo as empresárias, gera outras questões importantes, como por exemplo, os principais fatores que contribuem para o crescimento do empreendedorismo feminino como será visto no gráfico 8.

4.2.2 Por qual motivo você acredita que o empreendedorismo feminino tem crescido nos últimos anos?

O processo de globalização tem trazido à tona o crescimento significativo de empresas empreendedoras no Brasil e no mundo. E com a pesquisa realizada pode-se obter alguns fatores que contribuíram para o crescimento do empreendedorismo feminino como “abertura de mercado de trabalho para a mulher”; “por conta da criatividade que o gênero feminino dispõe”; “atualmente, existe mais condições favoráveis para a mulher” e pela falta de emprego ofertado no mercado. Observe o gráfico 8.

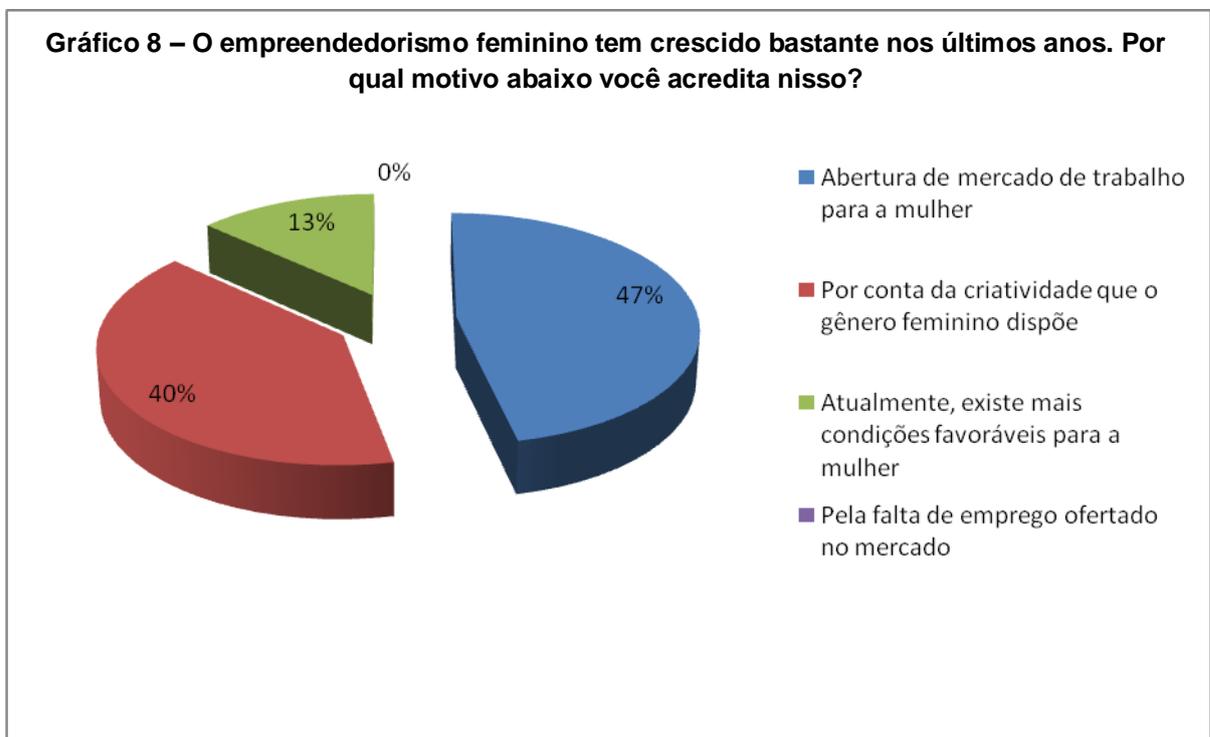


Gráfico 8: O empreendedorismo feminino tem crescido bastante nos últimos anos. Por qual motivo abaixo você acredita nisso?

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O gráfico acima aborda como vem sendo demonstrado o crescimento do empreendedorismo feminino, pode-se observar que a alternativa “abertura de mercado de trabalho” para a mulher obteve 47% da pesquisa assim como a alternativa “por conta da criatividade que o gênero feminino dispõe”, e a alternativa “atualmente, existe mais condições favoráveis para a mulher” ocupa 20% da pesquisa sendo que a última alternativa “pela falta de emprego ofertado no mercado” não foi optado pelas entrevistadas. Assim pode-se observar que o principal motivo para o crescimento do empreendedorismo feminino, segundo esta

pesquisa, foi a abertura do mercado de trabalho para a mulher o que possibilitou a elas mostrar seu trabalho perante a sociedade e concorrer então entre homens e mulheres sem distinção de gêneros. Dessa maneira ao saber sobre o crescimento do empreendedorismo feminino, faz-se necessário saber o motivo pelo qual as empreendedoras abriram seu próprio negócio como mostra o gráfico a seguir.

4.2.3 – O principal motivo que as levou a abrir o seu próprios negócios.

São muitos os fatores que levam alguém a abrir seu próprio negócio. Fatores tanto pessoais quanto sócio-profissionais interferem na tomada de decisão ao abrir um empresa.

Para Schawbel (2009) as mulheres procuram empreender onde seus corações estão, ou seja, por algo que querem muito, que amem, que é um dos motivos que as levam a dedicar-se plenamente e tornar-se bem sucedido. Afirma ainda que o sentimento da mulher convergem tanto no trabalho quanto na família.

Por este motivo busca-se nesta pesquisa instigar e entender os principais motivos que levaram nossas entrevistadas a abrir seu próprio negócios e para isso abordamos nesta pergunta quatro fatores que achamos de suma importancia para esta pesquisa como segue no gráfico 9 abaixo:

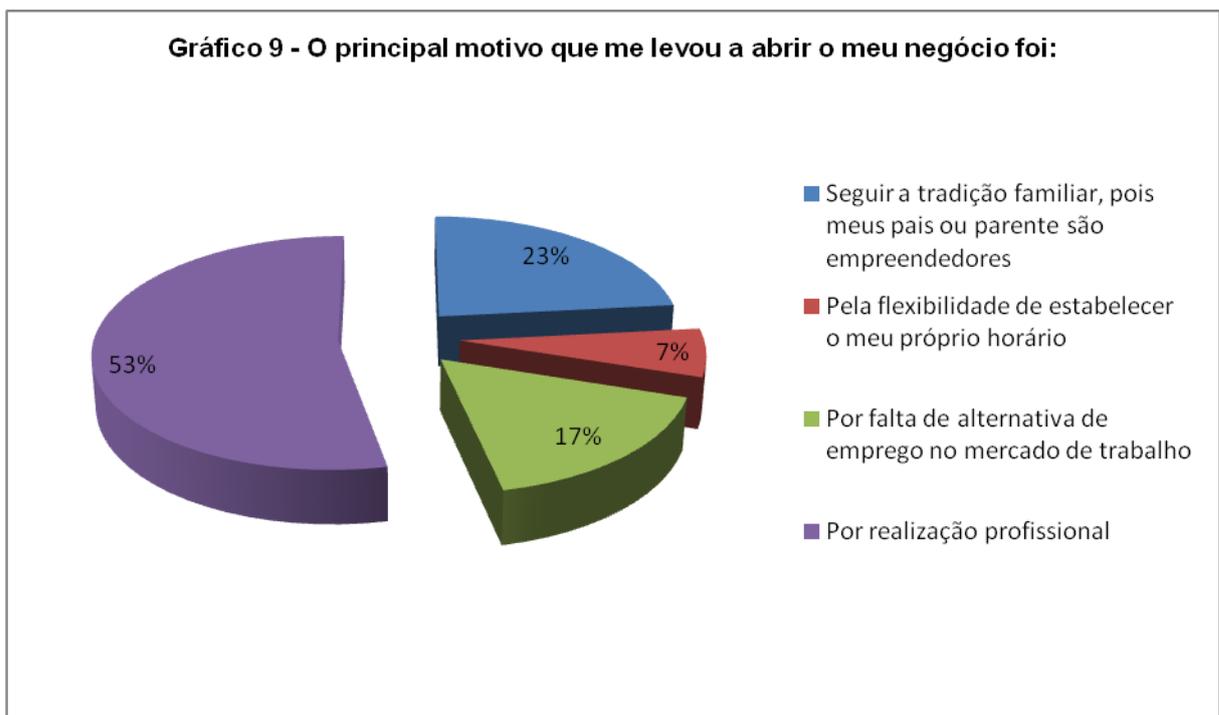


Gráfico 9: O principal motivo que me levou a abrir o meu negócio foi:
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Do gráfico acima, pode-se afirmar que mais da metade das entrevistadas, 53%, afirmam que abriram seu próprio negócio para se “realizarem profissionalmente”, o que mostra a sua vontade e desejo de crescer financeiramente e conseqüentemente de ter seu próprio negócio como dito anteriormente. 23% das entrevistadas afirmam que seguem a tradição familiar, visto que seus pais ou parentes tem seu empreendimento próprio e preferem trabalhar para a família do que se ariscar no mercado incerto.

Segundo Zampier e Takahaski (2010), muitas empreendedoras iniciaram-se no mercado de trabalho empreendedor automaticamente pois pertenciam a família de empreendedores.

As empreendedoras com 17% afirmam que montaram seus negócios por falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho e apenas 7% destacam que seu motivo principal foi a flexibilidade de estabelecer seu próprio horário de trabalho.

4.2.4 Situação do mercado para atividade empreendedora no ponto de vista das empresárias pesquisadas.

Para se abrir uma empresa, além da motivação, ou outro fator de igualdade importância, deve-se notar as tendências de mercado, da concorrência de certos produtos, se há ou não boas condições para se investir na implantação de um negócio próprio, dentre outros aspectos relevantes. Empreender num mercado competitivo é desafiar a lógica e razão e investir profundo em seu sonho e é por isso que todo empreendedor deve se planejar antes de entrar de cara num determinado negócio ou ramo de atividade. Não se busca numa pesquisa dizer o que tá certo ou errado, mas sim advertir e mostrar na pesquisa a real situação dos empreendedores pesquisados, que por sua vez servirá de base para os futuros empreendedores como uma fonte bibliográfica e de pesquisa para quem quiser e precisar se informar sobre tal mercado e seus investimento. Assim veja o que diz as empresárias pesquisadas a esse respeito.



Gráfico 10: Como você acha que está o mercado hoje para a atividade empreendedora:
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O gráfico acima mostra que 70% das empreendedoras, concordam que o mercado de trabalho, atualmente, exige cada vez mais profissionais qualificados, o que é evidente, pois, sem pessoas qualificadas como poderia uma empresa crescer sem produtividade? 35% das mulheres pesquisadas afirmam que no mercado atual existe boas condições para a implantação de um negócio empreendedor. 7% das empresárias afirmam que no ramo empreendedor há uma forte concorrência no mercado de trabalho o que proporciona para algumas empresas pouco tempo de sobrevivência. Veja agora as dificuldades que estas empreendedoras passam para montar suas empresas.

4.2.5. Dificuldades do empreendedorismo feminino em Picos

Sabe-se que para abrir um negócio, não é tão simples assim, e que existem as dificuldades para se alcançar os objetivos desejado. Não foi diferente com empreendedorismo feminino picoense que encontrou como dificuldades, preconceito de gênero; restrição financeira; idéia incompatível com o momento; público distante e capital de giro assim como a pesquisa realizada pode-se

compreender qual a maior dificuldade encontrada pelas empreendedoras no início do seu investimento como mostra o gráfico a seguir.

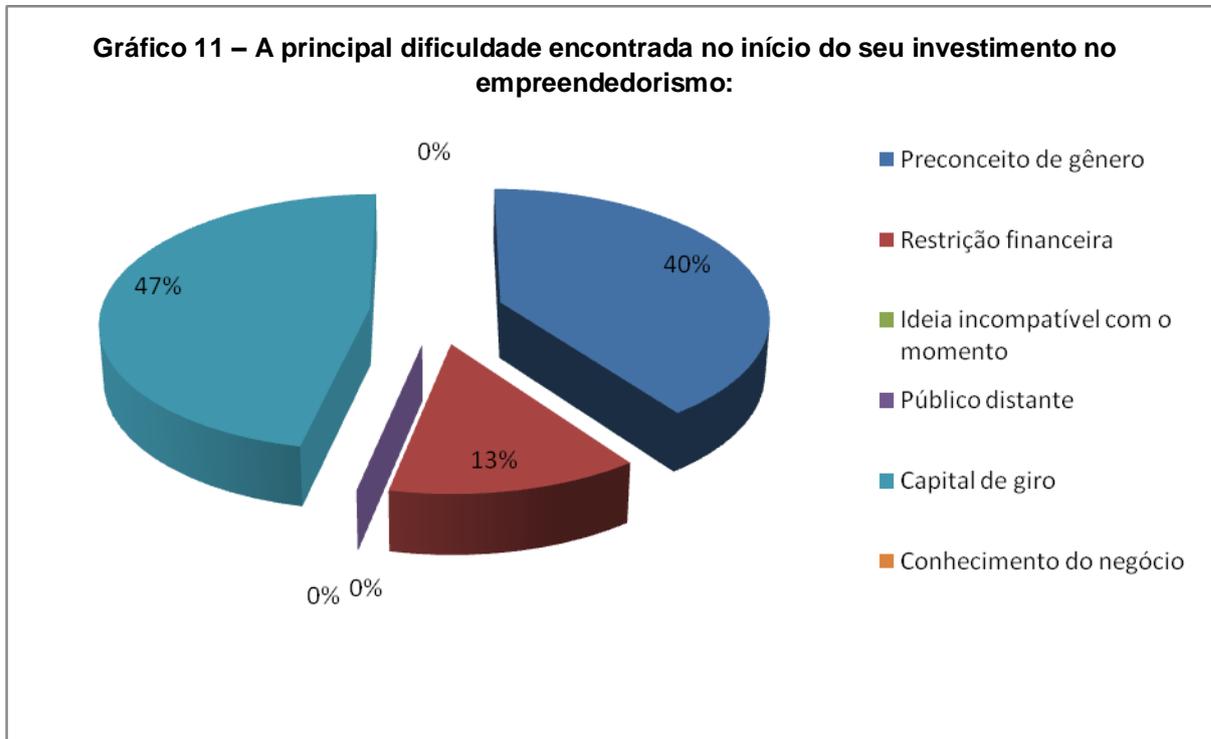


Gráfico 11: A principal dificuldade encontrada no início do seu investimento no empreendedorismo:
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O gráfico 11 retrata as opções de dificuldades encontradas pelas empreendedoras, a maior é o capital de giro com 47%, outra opção com o percentual atrativo de 40% foi o preconceito de gênero, o que mostra que ainda hoje, há esta distinção entre homens e mulheres. 13% das entrevistadas afirmam que sua maior dificuldade foi a restrição financeira, ficando as outras opções sem marcações.

Como em qualquer parte do mundo, as pessoas que querem investir em seu próprio negócio sentem dificuldade ao se inserirem no mercado de trabalho. Assim precisa-se conhecer os problemas que afligem o mercado empreendedor que será abordado no gráfico seguinte.

4.2.6. Os problemas que afligem o mercado empreendedor

Sabe-se que o mercado de trabalho é cheio de surpresas. Concorrência acirrada, avanço tecnológicos constantes, dentre outras. A questão principal para o

empreendedor é ver esses problemas como vantagens, oportunidades, dinamismo e acompanhar tais avanços para assim continuar sendo empreendedor ativo num mundo globalizado. Observe agora os problemas com relação às empreendedoras pesquisadas conforme gráfico 12.

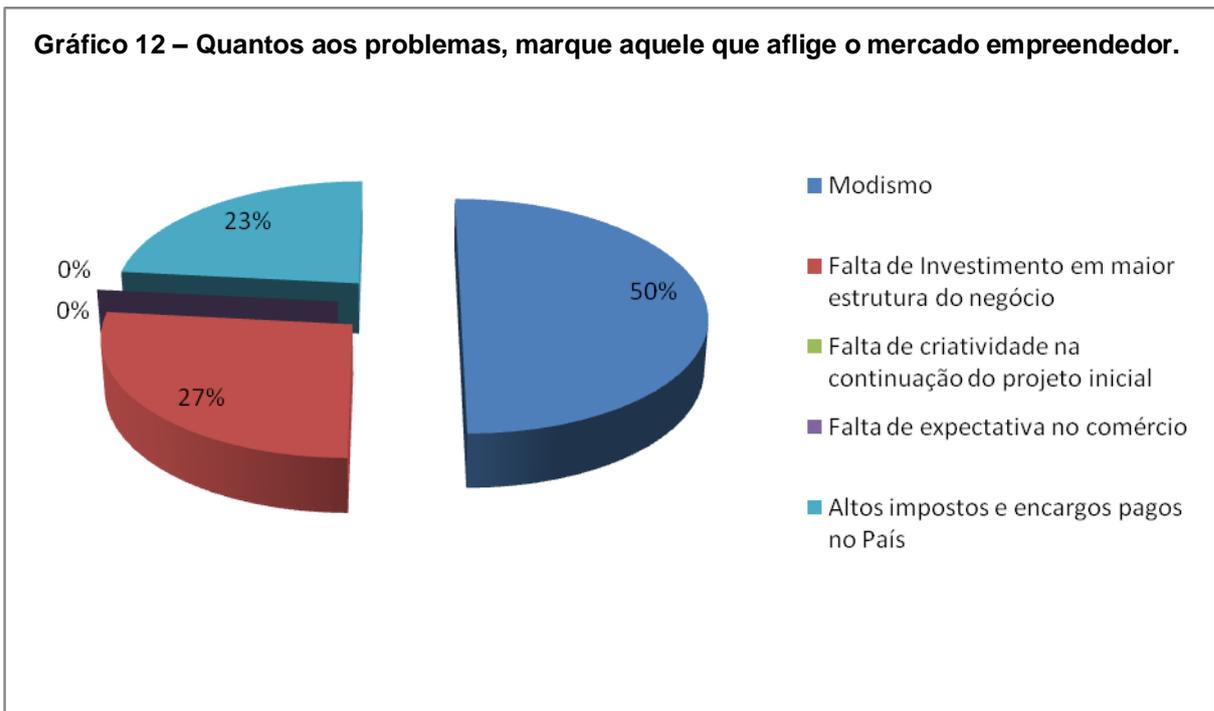


Gráfico 12: Quanto aos problemas, marque aquele que aflige o mercado empreendedor.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Observa-se do gráfico acima que dos 5 (cinco) problemas listados e postos no gráfico 12, apenas três obtiveram suas marcação pelas empresárias, que no olhar delas são os problemas que mais aflige o mercado empreendedor de Picos Piauí. 50% das entrevistadas afirmam que o principal problema do mercado empreendedor de Picos é o modismo. Para 27% das entrevistadas o problema maior do mercado empreendedor de Picos é a falta de investimento em maior estrutura do negócio. Muitas pessoas começam seu próprio negócio sem capital de giro e isso dificulta muito as empreendedoras. Como competir num mercado competitivo e cheio de modismo sem capital para investir e acompanhar a moda? O que fazer para continuar no mercado de trabalho? Fazer empréstimos? São várias as perguntas sem resposta de muitas pessoas e muitos não se atrevem a ariscar o seu conhecimento em nenhum negócio próprio por falta de capital próprio. 23% das empresárias ressaltaram que o problema principal do mercado em Picos são os altos

impostos e encargos pagos no país, o que dificulta algumas das empresas, pois, se muitos não tem capital para investir no mercado de trabalho, como fará para pagar todos os impostos que são altíssimo no Brasil? Esses são os principais problemas existentes na cidade de Picos-PI no olhar das empreendedoras entrevistadas. Observe agora a seguinte questão: É importante ter empreendedoras na cidade de Picos? Elas são importantes no desenvolvimento da cidade?

4.2.7 A importância do empreendedorismo feminino nas empresas de Picos

Empreender é muito mais que investir o mercado de trabalho, é muito mais que gastar dinheiro, é muito mais que obter sua satisfação pessoal em seu próprio negócio. “A ação de empreender é vista como prática de aprendizado - que envolve imaginação, criatividade, exploração do desconhecido e engajamento - e de oportunidade” (CAMARGO et al, 2008, p.109).

Com isso introduz a criatividade utilizada que tem se destacado, e se tornando uma escolha da mulher para atuar no ramo. Assim, pode-se dizer que o empreendedorismo feminino em Picos tem se tornado importante por vários aspectos como o crescimento da cidade como mostra o gráfico 13 da pesquisa realizada que obteve como questão: De que maneira o mercado empreendedor feminino tem colaborado no comércio de sua cidade? Para responder tal questionamento achou-se interessante enumerar cinco possíveis alternativas para entendimento do mesmo que são: na circulação do capital; como exemplo de empreendedorismo que vem dando certo; como exemplo de criatividade; a partir da motivação que tem levado a outras mulheres a investir nesse ramo; e por último, pelo destaque que o empreendedorismo vem ganhando como consequência do crescimento do comércio e da participação feminina. De certa forma expostas as opiniões no gráfico na forma quantitativa abaixo:

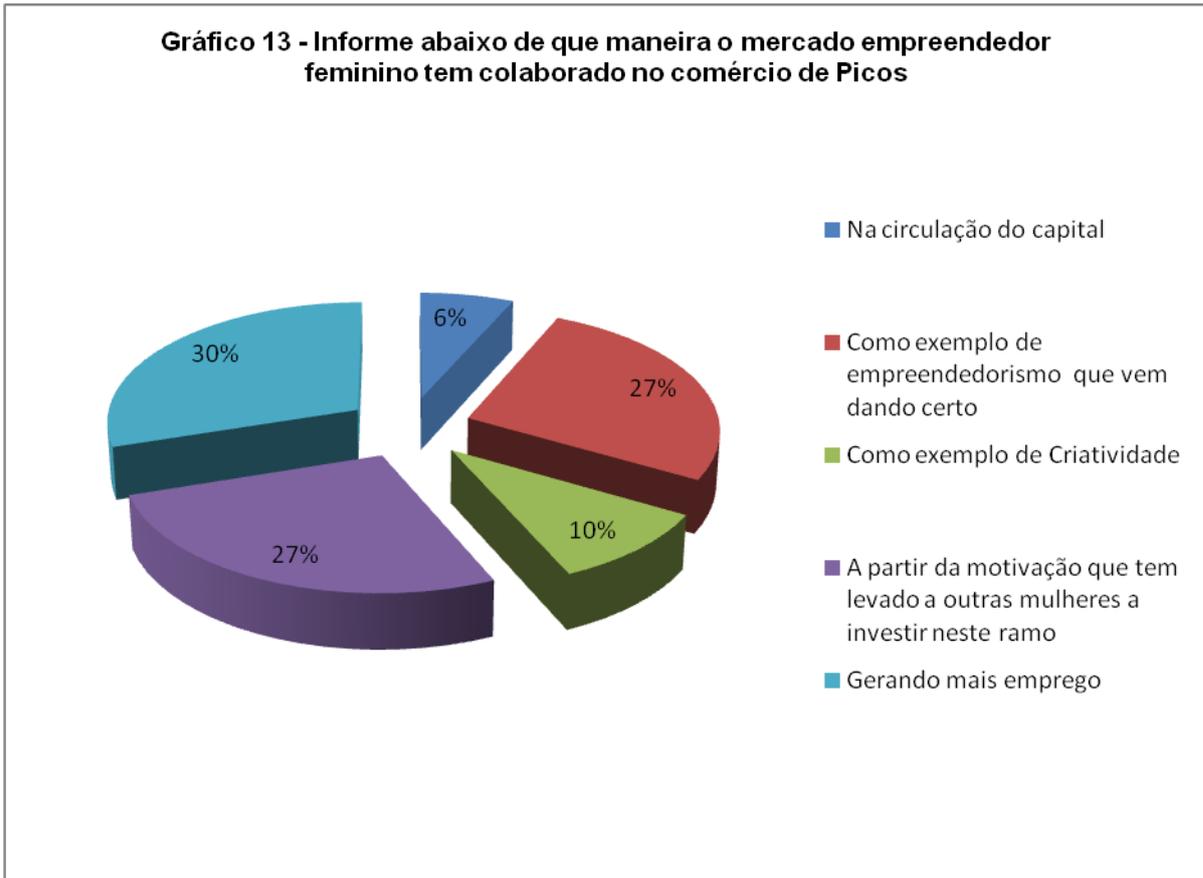


Gráfico 13: Informe abaixo de que maneira o mercado empreendedor feminino tem colaborado no comércio de Picos

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

No gráfico 13, as respostas à tal pergunta foram bem distribuídas entre as alternativas. 30% das entrevistadas afirmaram que sua colaboração dentro do município de Picos foi a geração de mais empregos. Deu empate de 27% para as alternativas como exemplo de empreendedorismo que vem dando certo e a partir da motivação que tem levado a outras mulheres a investir nesse ramo. 10% das empresárias ressaltaram que sua participação e colaboração em sua cidade se deu como exemplo de criatividade enquanto 6% incubiram sua colaboração na circulação de seu capital no município de Picos.

Nota-se das respostas das empreendedoras que todas são de suma importância para o desenvolvimento do município de Picos. A geração de emprego possibilita a entrada de mais dinheiro no município. A motivação que as mulheres empreendedoras acharam fazem com que elas investem mais e mais no mercado de trabalho contribuindo para o crescimento e estabilidade de Picos. Através de seu empreendimento que deu certo, sua criatividade ajudam na circulação do capital no

município ajudando em seu desenvolvimento e também diminuindo o desemprego nessa cidade maravilhosa.

Dessa maneira pode-se, nesta pesquisa, adentrar em outra questão importante como segue.

4.2.8 O resultados obtidos com os investimento no comércio empreendedor em Picos.

Todo investimento aplicado no mercado de trabalho deve ter retorno a quem o aplicou. Essa é a principal regra do empreendedor. Assim é importante verificar se as empreendedoras pesquisadas de Picos tiveram algum resultado e quais esses resultado conforme gráfico abaixo.

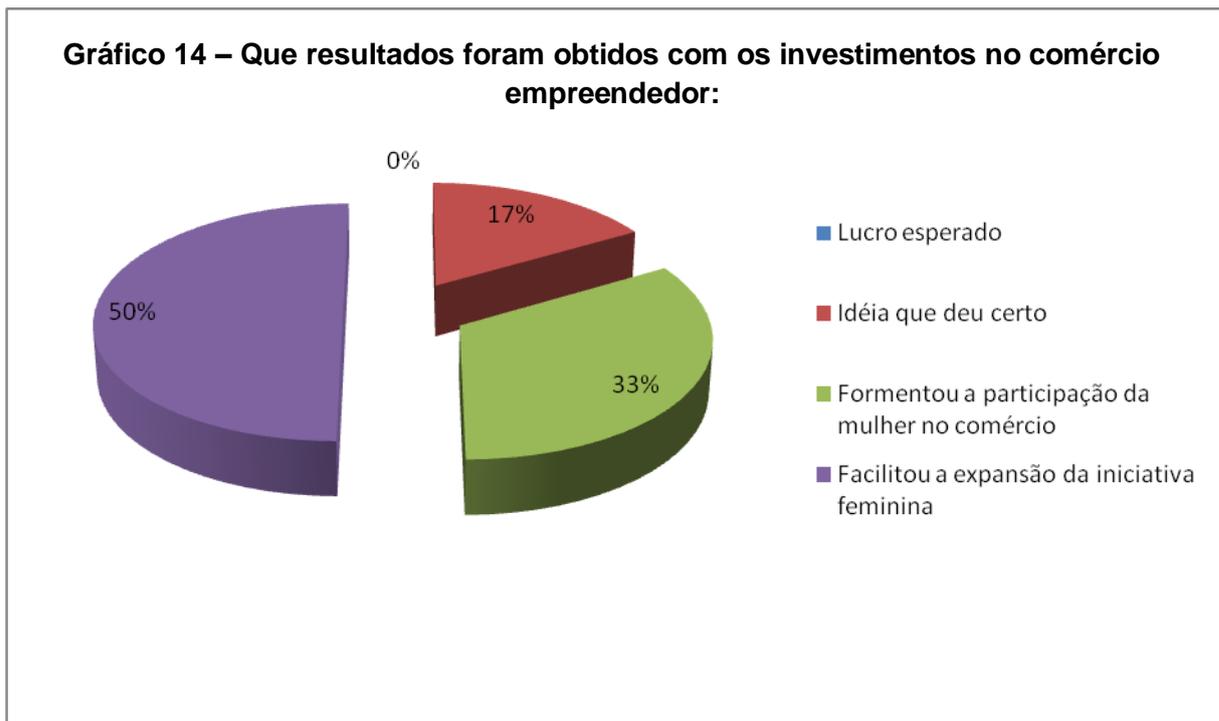


Gráfico 14: Que resultados foram obtidos com os investimentos no comércio empreendedor:

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

Observa-se do gráfico acima, 50% das entrevistadas afirmaram que o resultado obtido com o investimento no comércio em Picos facilitou a expansão da iniciativa feminina. 33% das empresárias responderam que fomentou a participação da mulher no comércio em Picos. Apenas 17% das empreendedoras afirmaram que o resultado almejado foi a idéia que deu certo e nenhuma delas marcaram lucro

esperado, o que mostra que todas as empreendedoras não visam somente dinheiro e sim reconhecimento pelo seu trabalho e investimento num mercado tão competitivo. Mas qual foi o principal fator que contribuiu para o crescimento do empreendedorismo feminino em Picos? Observe o gráfico 15 a seguir.

4.2.9. O principal fator que contribuiu para o crescimento do empreendedorismo feminino em Picos.

Sabe-se que com o crescimento do empreendedorismo os municípios, estados e países se desenvolveram exponencialmente, o que mostra, a sua importância no mercado de trabalho e a necessidade de continuação e investimento em vários setores que ainda precisam e com urgência de um olhar profissional para sua expansão. Assim, pode-se notar diversos fatores que contribuem para o crescimento do empreendedorismo feminino na cidade de Picos Piauí e para isso enumerou-se 4 (quatro) alternativas de suma importância para esta pesquisa conforme gráfico 15 abaixo.

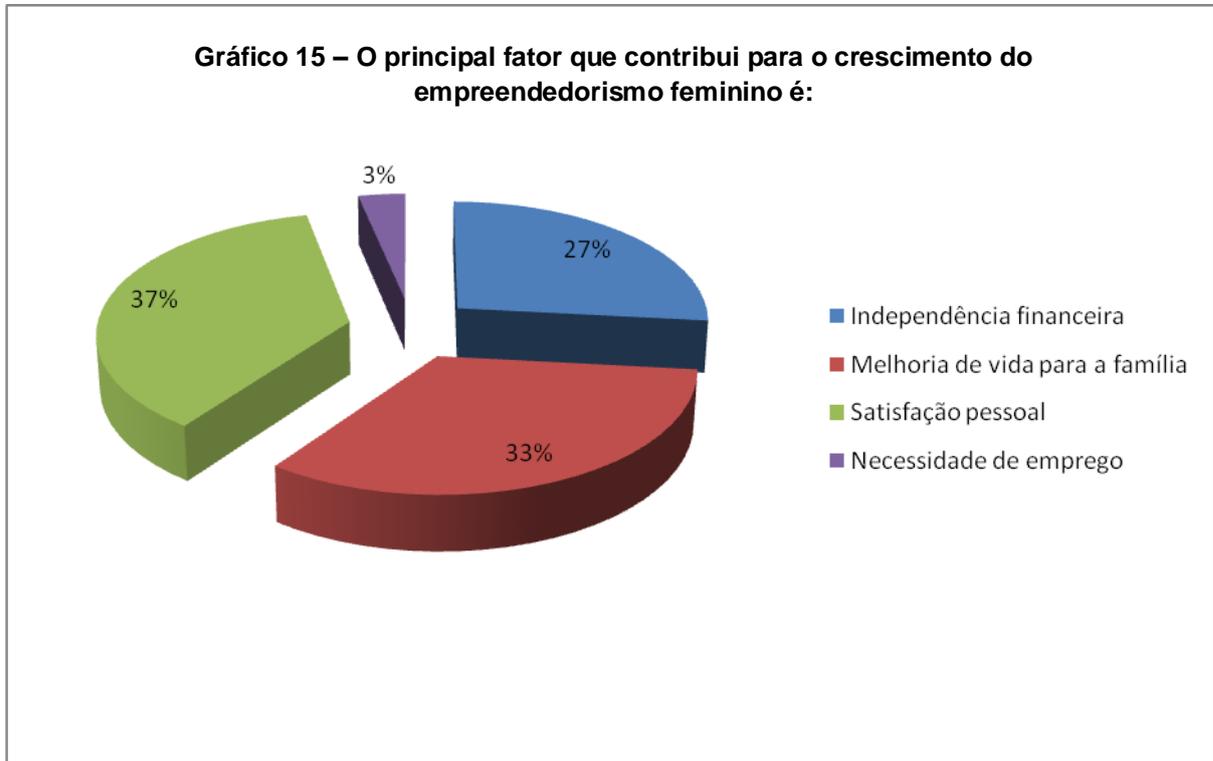


Gráfico 15: O principal fator que contribui para o crescimento do empreendedorismo feminino é:
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O gráfico acima, deixa claro que as mulheres pesquisadas, 37%, buscam a satisfação pessoal em investir seu dinheiro em seu próprio negócio. Essa satisfação pode se dar pelo motivo de realização profissional que tanto buscam as mulheres no mercado de trabalho. Outras 33% das empresárias ressaltam que o que contribui para o crescimento do empreendedorismo em Picos é a busca pela melhoria de vida para a família. Uma casa maior, uma renda extra para poder sair e se divertir com a família, um transporte para levar a família a alguns lugares, todos esses exemplos fazem parte da melhoria e qualidade de vida para uma família que com certeza todas as mulheres do mundo buscam para si. 27% das entrevistadas ressaltam que buscam em seu investimento é a independência financeira, não precisar pedir dinheiro aos pais ou até mesmo ao cônjuge é uma das principais metas da maioria das mulheres nos tempos atuais. Apenas 3% das empreendedoras afirmaram que o fator importante para o crescimento é a necessidade de ter um emprego, pois nos tempos atuais, o emprego se tornou escasso e difícil. Assim é importante o empreendedorismo em toda a parte do mundo. Observe o próximo gráfico.

4.2.10. O motivo da importância do empreendedorismo feminino em Picos.

Sabe-se, como dito anteriormente, que o empreendedorismo é de suma importância para o crescimento de uma nação. “O empreendedorismo é entendido como um processo no qual se realiza algo criativo e inovador, objetivando a geração de riqueza e valor para indivíduos e para a sociedade” (FIORIN; MELLO; MACHADO, 2010, p. 413).

Como dito acima é um conjunto que se beneficia de forma diferente com o empreendedorismo. Em Picos não é diferente, os empreendedores abrem suas empresas e precisam de empregados que por sua vez ficam satisfeitos por estarem seguros em algum tipo de trabalho. Com seu salário pode sustentar a sua casa e conseqüentemente gastar o seu dinheiro dentro do seu município que possibilita a melhoria na qualidade de vida e conseqüentemente a satisfação em todos os setores. O empreendedorismo é entendido de diversas formas, por autores renomados, no entanto, todos concordam que seu valor não é apenas para os empresários e sim mútuo, ou seja, a sociedade também usufrui dessa criatividade.

Assim, busca-se, nesta última questão, averiguar o que as empresárias pesquisadas acham de tal afirmação e suas respostas se encontram no gráfico 16 abaixo.

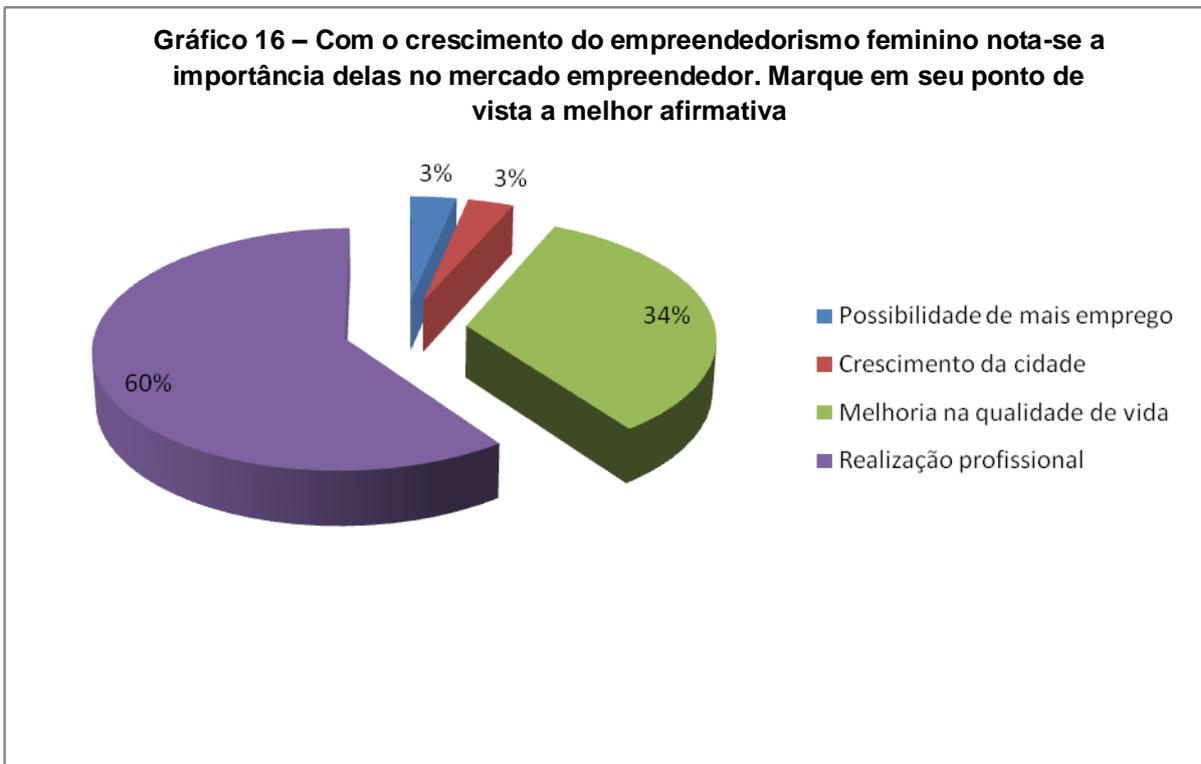


Gráfico 16: Com o crescimento do empreendedorismo feminino nota-se a importância delas no mercado empreendedor. Marque em seu ponto de vista a melhor afirmativa.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O gráfico acima nos mostra o que possibilita a melhoria da cidade de Picos na concepção das empreendedoras pesquisadas. 60% das empresárias afirmam que a importância delas no mercado de trabalho se deu pela realização profissional que tiveram ao inserir-se no mercado empreendedor de Picos. 34% ressaltam que a importância delas no município de Picos foi a possibilidade de melhoria na qualidade de vida delas e de todas as pessoas da referida cidade. A possibilidade de mais emprego e o crescimento da cidade tiveram empate com 3% das respostas das empreendedoras pesquisadas.

Neste capítulo supracitado, podem-se ressaltar os vários aspectos importantes da pesquisa, pois saber o perfil das empreendedoras picoenses, o significado do empreendedorismo para a mesma, o crescimento do empreendedorismo feminino na cidade como também a importância do mesmo para as empresas remete a um conhecimento geral da questão empreendedora na cidade de Picos. Assim, pode-se notar que foi de fundamental importância para com relação ao desenvolvimento deste trabalho saber sobre os aspectos abordados.

A pesquisa de campo fez-se necessária para o aprofundamento da realização feminina nos seus negócios em Picos, dessa forma pode-se obter muitas informações sobre como se deve a ter um negócio que não é tão simples assim.

Das empreendedoras pesquisadas, como dito anteriormente, 37%, tinha acima de 40 anos de idade. A maioria destas tem mais de 10 anos em atividades empreendedora. Ao responderem sobre o que é empreendedorismo 60% afirmaram ser uma oportunidade de negócios. “O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades, e a perfeita implementação leva à criação de negócios de sucesso” (DORNELAS, 2005, p. 39-40).

Outro fator que deve ser levado em conta é o estado civil e a quantidade de filhos. Observou-se que 70% das empresárias são casadas e tem em média 2 (dois) filhos. Essas são duas das dificuldades que as empresárias sentem ao serem empreendedoras e que pesam muito ao abrir seu próprio negócio. Segundo Andreoli e Borges (2007) as maiores dificuldade das mulheres empreendedoras é assimilar seu empreendimento com a preocupação de casa, filhos, esposo e pais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa desenvolveu-se com o objetivo de compreender as causas que levam ao crescimento do empreendedorismo feminino no município de Picos, conhecendo mais sobre este trabalho realizado pelas mulheres picoenses, levando em consideração o processo que a mulher levou pra conquistar seu espaço no mercado de trabalho.

Analisou-se também os empecilhos na geração de seus negócios, como a distância muitas vezes, entre a clientela e a gestora no caso do mercado informal a conciliação entre família com trabalho que requer muita habilidade da sua parte; também faz se necessário abordar a qualidade de vida das empreendedoras que por diversas vezes fazem a enfrentar tantas dificuldades, para que, porém possam realizar seus sonhos sejam eles de uma vida melhor para seus filhos, seu reconhecimento profissional, entre outros aspectos não importa o que é relevante nestes casos.

Por isso falar sobre a gestão feminina acaba se tornando um ato que se pode dar prazer e gratificação, como também englobar Picos dentro dessa pesquisa proporcionando um pouco sobre o seu desenvolvimento empresarial, e a maneira que se é trabalhada pelos seus habitantes.

Falar também sobre a questão da gestão feminina permite uma abrangência de leques a outros temas, dessa forma esta pesquisa mostrou-se um pouco limitado, visto que, a pesquisa desenvolveu-se apenas com pouco público e por isso seria importante que a continuação deste trabalho fosse uma pesquisa entre as diversas empresas existentes na cidade de Picos, não se limitando ao exposto nesta monografia.

Outro dado importante desta pesquisa é que as empreendedoras consideram o seu trabalho empreendedor não interferem na sua casa, isto é, na administração familiar o que não se pode dizer do contrário.

Nesta pesquisa observou-se que 37% das empreendedoras têm acima de 40 anos. 70% das empresárias são casadas e 80% das entrevistadas tem filho o que em média equivale de 1 a 2 filhos. 37% das empreendedoras têm apenas o Ensino Médio e 23% são pós-graduadas. 36% dessas empresas têm acima de 10 funcionários. 30% dessas empresas têm de 8 a 10 funcionários e 23% têm acima de

10 funcionários. 60% das empreendedoras responderam que empreendedorismo é uma oportunidade de negócio.

O motivo pelo qual tem crescido o empreendedorismo feminino, 47 % das entrevistadas ressaltam que está relacionada à falta de emprego no mercado de trabalho. 53% das empresárias destacaram que abriram seu empreendimento para se realizarem profissionalmente. 70% das empreendedoras afirmam que o mercado de trabalho exigem cada vez profissionais mais qualificados.

A principal dificuldade encontrada no início de seu empreendimento, 47% das entrevistas afirmam que foi não ter capital de giro para sua abertura, o que não as impossibilitou de abrir seus próprios negócios. 50% das empreendedoras tiveram problemas com o modismo. Segundo as empreendedoras, 30%, afirmam que suas maiores colaborações dentro do município de picos foi a geração de mais emprego. Com relação ao principal fator que contribuiu para o crescimento do empreendedorismo feminino em Picos, 37% ressaltaram a satisfação pessoal e 33% optaram pela melhoria de vida para a família.

Como visto nos gráficos algumas das empreendedoras buscam a estabilidade financeira e a realização profissional.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Laís. **A situação da mulher latino-americana**. O mercado de trabalho no contexto da reestruturação. Mulher e Trabalho Experiências de ação afirmativa S.P, Boitempo Editorial, abril de 2001.

ACEVEDO, Claudia Rosa e NOHARA, Jouliana Jordan. Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma: inclui normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágios, MBA, dissertações, teses. 3. ed. Reimp. – São Paulo: Atlas, 2010.

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

BARNETT, R. C. (2004). **Preface: Women and work**: Where are we, where did we come from, and where are we going? *Journal of Social Issues*, 60(4), 667-674.

BENAVIDES ESPINOSA, M. D. M. & GARCIA, I. S. **El estudiante universitario como emprendedor: um análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes** implicados. 2004. Disponível em: <<http://www.uv.es/motiva/libromotiva/24BenavidesSanchez.pdf>>. Acesso em: 25 Fev. 2013

BOYAR, S. L., MAERTZ, C. P., PEARSON, A. W., & KEOUGH, S. (2003). **Work-family conflict**: a model of linkages between work and family domain variables and turnover intentions. *Journal of Managerial Issues*, 15(2), 175-190.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas Públicas para as Mulheres. **II Plano nacional de políticas públicas para as mulheres**. Brasília, 2008. Disponível em: <http://200.130.7.5/spmu/docs/Livreto_Mulher.pdf>. Acesso em: 13 de Janeiro de 2013.

BUTTNER, E. H., & MOORE, D. P. (1997, January). **Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success**. *Journal of Small Business Management*, 35, 34-46.

CAMARGO, D. et al. **O significado da atividade empreendedora**: as práticas da mulher brasileira em 2008. (2008)

CAPOWSKI, G. S. (1992, March). **Be your own boss?** Millions of women get down to business. *Management Review*, 81(3), 24-31.

CUDDY, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2004). **When professionals become mothers, warmth doesn't cut ice.** *Journal of Social Issues*, 60(4), 701-718.

DIENER, E. (1984) "**Subjective Well-being.**" *Psychological Bulletin*, 95: 542-575.
DORNELAS, Jose Carlos Assis. *Transformando idéias em negócios – 2º ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. P. 39-40*

Drucker, P. (1985) **Innovation and Entrepreneurship.** New York: Harper & Row.

FIORIN, M. M. B.; MELLO, C. M.; MACHADO, H. V. **Empreendedorismo e inovação:** análise dos índices de inovação dos empreendimentos brasileiros com base nos relatórios do gem de 2006, 2007 e 2008. *Rev. de Adm. UFSM, Santa Maria*, v. 3, n. 3, p. 411-423, set/dez, 2010

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

GOSSELIN, L., & GRISE, J. (1990, abril/maio). **Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship?** An in-depth survey. *Journal of Business Ethics* 9(4-5), 423-434.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. Global Report, 2008. Disponível em
[http://biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00687DC7/\\$File/NT0003EF2A.pdf](http://biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00687DC7/$File/NT0003EF2A.pdf)> acesso em 14 de Março de 2013.

GREENHAUSS, J. H., & SINGH, R. (2004). **Work-family linkages: a sloan work and family encyclopedia entry.** Recuperado em 06 abril, 2004, de http://www.bc.edu/bc_org/avp/wfnetwork/rft/wfpedia/wfpWFLent.html.

HITAKA, E.; SANTOS, M. **Empreendedorismo Social e Empreendedorismo Empresarial com Responsabilidade Social - da Prática a normalização.** Disponível em: <http://www.assesc.edu.br/download/5-jornada-academica/Empreendedorismo_Social.pdf>. Acesso em: 12 de Março de 2013

IBGE (2011) acessada em 13 de Março de 2013 na URL
<http://www.brasil.gov.br/empreendedor/empreendedorismo-hoje/sobrevivencia-e-mortalidade>

JABLONSKI, B. (1996). **Papéis conjugais: Conflito e transição.** In T.Féres-Carneiro (Ed.), *Relação amorosa, casamento, separação e terapia de casal: Vol. 1. Coletâneas da ANPEPP* (pp. 113-123). Rio de Janeiro, RJ: Xenon.

JONATHAN E. G. (2001) “**Mulheres Empreendedoras: Quebrando Alguns Tabus.**” Anais CDROM(n.69), III Encontro Nacional de Empreendedorismo (ENENPRE), UFFC, Florianópolis, Santa Catarina, 5 e 6 de dezembro.

_____. E. G. (2005). **Mulheres empreendedoras:** Medos, conquistas e qualidade de vida. *Psicologia em Estudo*, Maringá, 10(3),373-382.

_____. E. G.; SILVA, T. M. R. **Empreendedorismo feminino:** tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicologia e Sociedade*, v. 19, n. 1, p. 77-84, 2007.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. **Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda.** *Revista Estação Científica*, 2008. Disponível em: www.jf.estacio.br/revista/artigos/0sonia_desafios.pdf. Acesso em: 14 de Janeiro de 2013.

LAUFER, Jackeline. **Como se formam os empreendedores.** *Revista Francesa de Administração*. Paris, Novembro 1975.

Lencastre, José A. (2009). Educação On -line: um estudo sobre o blended learning na formação pós graduada a partir da experiência de desenho, desenvolvimento e implementação de um protótipo Web sobre a Imagem. Tese de Doutorado. Braga: Universidade do Minho.

LINDO, M. R. et al. **Vida pessoal e vida profissional:** os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. *Revista de Administração Contemporânea – RAC Eletrônica*, Rio de Janeiro, v.1, n. 1, art.1, 2007.

LJUNGREEN, E., & KOLVEREID, L. (1996). **New business formation:** does gender make a difference? *Women in Management Review*, 11(4), 3-12.

McCLELLAND, D. *The Achieving Society*, Van Nostrand, Princeton NJ, 1961
NIXDORFF, J. & SOLOMON, G. **Role of opportunity recognition in teaching entrepreneurship.** *Proceedings of the 2005 50th World Conference of ICSB*. Crystal Gateway Marriott - Washington, DC – acesso em 25 Fev. 2013.
<http://www.usasbe.org>.

MIRANDA, C. M. S.; SILVEIRA, A.; HOELGEBaum, M. **Empreendedorismo Feminino: Características das Gestoras em uma Instituição de Ensino Superior.** V Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Minas Gerais: Belo Horizonte, 18 a 20 de jun. 2008.

MORAES, M. C. P. de; JÚDICE, J. **Empreendedorismo, ética e responsabilidade social para micro e pequenas empresas: crescer com foco social.** *Revista de Ciê*

MOTOMURA, O. Empreendedorismo Sustentável. Disponível em: <<http://www.ecodesenvolvimento.org.br/colunas/oscar-motomura/empreendedorismo-sustentavel>>. Acesso em: 12 de Março de 2013.

NOORR, N. M. (2002). **Work-family conflict, locus of control, and women's well-being**: tests of alternative pathways. *The Journal of Social Psychology*, 142(5), 645-662.

OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma Análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del-Rei, Minas Gerais. **VI Encontro de Estudos Organizados da ANPAD**, Florianópolis, SC, 23 a 25 de Maio de 2010. Disponível em HTTP://www.anpad.org.br/ler_pdf.php?cod_edicao_trabalho=9616&cod_evento_edicao=40. Acesso em 13 de Março de 2013.

PARASURAMAN, S., & GREENHAUS, J. H. (1997). **Integrating work and family: challenges and choices for a changing world**. Westport, CT: Praeger Publishers..

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. **A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade**. *Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo*, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. Colaboradores José Augusto de Souza Peres...(et al.). 3. ed. 7 reimpr.-São Paulo: Atlas, 2007

ROBBINS, S. P.– **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva. (2001).

ROCHA-COUTINHO, M. L. (2003) “**Quando o Executivo é uma “Dama: A Mulher, a Carreira e as Relações Familiares**.” In *Família e Casal: Arranjos e Demandas Contemporâneas*, ed. T.F. Carneiro, 57-77. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio/Loyola.

RODRIGUES, W. **Metodologia Científica**, 2007. Fonte: http://www.ebras.bio.br/autor/aulas/metodologia_cientifica.pdf. Acesso em 25 de fevereiro de 2013.

SCHAWBEL, D. Pursue your entrepreneurial dream. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=44901970&site=ehost> Acesso em 14 março de 2011.

SEBRAE, **Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil**: Coleção Estudos e Pesquisas, Ed. Eletrônica. Brasília - DF, 2011 capturada em 18 de Março de 2013 na URL [http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/\\$File/NT00046582.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf).

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Cortez, 2007.

Veen, W.; Vrakking, B. (2009). *Homo Zappiens: Educando na era digital*. Porto Alegre: Artmed

VIANNA, H. N. **Pesquisa em educação – a observação**. Brasília: Plano editora, 2003.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Intraempreendedorismo Feminino e Desenvolvimento de Competências Empreendedoras: Um Estudo de Caso com Professoras de Programas de Mestrado e Doutorado em Administração de Curitiba-PR. **VI ENCONTRO DE ESTUDO SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS – EGEPE**. Florianópolis, SC, 23 a 25 de Maio. 2010.

APÉNDICE

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Olá, meu nome é Wankleber de Farias Silva, sou estudante do curso de Administração da Universidade Federal do Piauí e gostaria de fazer uma pesquisa rápida com a senhora destinada ao meu Trabalho de Conclusão de Curso que tem como objetivo **Compreender as causas que levam ao crescimento do empreendedorismo feminino no município de Picos, enfatizando as principais variáveis que vem colaborando neste sentido.** Agradeço antecipadamente a participação e comunico que o nome da senhora será preservado sobre sigilo.

PERFIL SÓCIOECONÔMICO:

Idade das empreendedoras:

- () 18-24 anos () 25-29 anos () 30-34 anos
 () De 34-40 anos () Acima de 40 anos

Estado Civil:

- () Solteira () Casada () Divorciada () Viuva

Tem filhos? () Sim. Quantos? _____ () Não

Grau de Escolaridade:

- () Ensino Fundamental; () Ensino Médio Incompleto;
 () Ensino Médio Completo () Ensino Superior Incompleto
 () Ensino Superior Completo; () Pós Graduada

Tempo de existência da empresa:

- () Menos de um ano () De 1 a 3 anos () De 4 a 6 anos
 () De 7 a 10 anos () Acima de 10 anos

Número de funcionários (excluindo a senhora)

- () Até 1 funcionário () De 2 a 4 funcionários () De 5 a 7 funcionários
 () de 7 a 10 funcionários () Acima de 10 funcionários

Tipo de Atividade do Negócio: _____

PERFIL EMPREENDEDOR:

Levando em consideração a sua experiência empreendedora, marque a opção que mais se adequa a sua realidade:

1 - Empreendedorismo é:

- uma oportunidade de negócios
- oportunidade de liberdade financeira
- necessidade de crescimento pessoal
- uma alternativa de sobrevivência.

2 - O empreendedorismo feminino tem crescido bastante nos últimos anos. Por qual motivo abaixo você acredita nisso?

- abertura de mercado de trabalho para a mulher
- por conta da criatividade que o gênero feminino dispõe
- atualmente, existe mais condições favoráveis para a mulher
- pela falta de emprego ofertado no mercado

3 - O principal motivo que me levou a abrir o meu negócio foi:

- seguir a tradição familiar, pois meus pais ou parentes são empreendedores
- pela flexibilidade de estabelecer meu próprio horário
- por falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho
- por realização profissional

4 - Como você acha que está o mercado hoje para a atividade empreendedora:

- há boas condições de mercado para a implantação de um negócio empreendedor
- não está favorável, quem diz a situação é a criatividade
- há uma forte concorrência proporcionando pouco tempo de sobrevivência das empresas
- o mercado exige cada vez profissionais mais preparados.

5 - assinale aqui as dificuldades encontradas no início do seu investimento no empreendedorismo:

- () preconceito de gênero
- () restrição financeira
- () ideia incompatível com o momento
- () público distante
- () capital de giro
- () conhecimento do negócio

6 - Quanto aos problemas, marque aqueles que afligem o mercado empreendedor:

- () modismo
- () falta de investimento em maior estrutura do negócio
- () falta de criatividade na continuação do projeto inicial
- () falta de expectativas no comércio
- () altos impostos e encargos pagos no país

7 - Informe abaixo de que maneira o mercado empreendedor feminino tem colaborado no comércio de Picos:

- () na circulação do capital
- () como exemplo de empreendedorismo que vem dando certo
- () como exemplo de criatividade
- () a partir da motivação que tem levado a outras mulheres a investir nesse ramo;
- () gerando mais empregos.

8 - Que resultados foram obtidos com os investimentos no comércio empreendedor:

- () lucro esperado
- () ideia que deu certo
- () fomentou a participação da mulher no comércio
- () facilitou a expansão da iniciativa feminina

9 – O principal fator que contribui para o crescimento do empreendedorismo feminino é:

- () Independência Financeira
- () Melhoria de vida para a família
- () Satisfação Pessoal
- () Necessidade de ter um emprego

10 – Com o crescimento do Empreendedorismo feminino nota-se a importância delas no mercado empreendedor. Marque em seu ponto de vista a melhor afirmativa.

- () Possibilidade de mais emprego.
- () Crescimento da cidade.
- () Melhoria na qualidade de vida.
- () realização profissional

ANEXOS



SECRETARIA DA FAZENDA DO ESTADO DO PIAUÍ
AGEAT PICOS - AGENCIA DE ATENDIMENTO PICOS
PICOS / PI
6º REGIAO FISCAL
SIP - SISTEMA INTEGRADO DE PROTOCOLO

EMIÇÃO 12/03/2013 10:39:02
USUÁRIO DANILOCARLOS
MATRÍCULA

COMPROVANTE DE PROTOCOLO



Nº PROTOCOLO 0183.000.00744/2013-3

DATA DE ENTRADA 12/03/2013

ASSUNTO REQUERIMENTO

INTERESSADO- PESSOA FISICA

026.454.923-63

NOME WANKLEBER DE FARIAS SILVA

DESTINO GERENCIA DE INFORMACOES ECONOMICO-FISCAIS

OBS:

NUMERO DE EMPEREENDORAS NO MUNICIPIO DE PICOS



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ
SECRETARIA DA FAZENDA
Unidade de Administração Tributária – UNATRI
Gerência de Informações Econômico-Fiscais - GIEFI
www.sefaz.pi.gov.br

FOLHA DE DESPACHO - GIEFI

Da: GERÊNCIA DE INFORMAÇÕES ECONÔMICO-FISCAIS – GIEFI

Para: AGEAT PICOS - 6ª GERAT – PICOS - PIAUÍ

PROCESSO: 0183.000.00744/2013-3

Interessado: WANKLEBER DE FARIAS SILVA

Senhora Gerente,

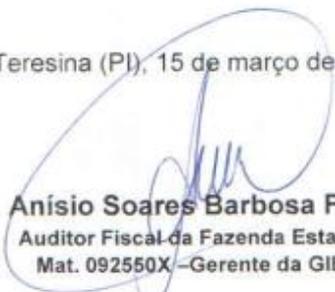
Trata-se, o presente processo, de solicitação de relação de empresas administradas por mulheres, para fins de realização de Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Federal do Piauí.

Em nosso Sistema de Cadastro de Contribuintes não temos como emitir o relatório com o parâmetro solicitado, pois não temos a identificação de contribuintes cujo administrador seja do sexo masculino ou feminino.

Pelo exposto, devolvemos o processo para dar conhecimento ao requerente da impossibilidade de atendimento.

Para arquivamento nessa Agência/Gerência.

Teresina (PI), 15 de março de 2013.


Anísio Soares Barbosa Filho
Auditor Fiscal da Fazenda Estadual
Mat. 092550X – Gerente da GIEFI