FACULDADE DO BAIXO PARNAÍBA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

HEIGUN ARAÚJO GOMES
JAKELINNY DA SILVA SANTANA
JAQUELINE DE SOUSA MAGGIONI

EMPREENDEDORISMO FEMININO: uma reflexão sobre o perfil de mulheres empreendedoras em Chapadinha-Ma.

Chapadinha
2014

HEIGUN ARAÚJO GOMES
JAKELINNY DA SILVA SANTANA
JAQUELINE DE SOUSA MAGGIONI

EMPREENDEDORISMO FEMININO: uma reflexão sobre o perfil de mulheres empreendedoras em Chapadinha-Ma.

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba como requisito para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.ª Ana Carolinne de Oliveira Lima.

Chapadinha
2014

Gomes, Heigun Araújo.

Empreendedoriso Feminino: uma reflexão sobre o perfil de mulheres empreendedoras em Chapadinha-Ma/Heigun Araújo Gomes; Jakelinny da Silva Santana; Jaqueline de Sousa Maggioni-Chapadinha, 2014.

49 f.

Monografia (Graduação em Administração) – Curso de Administração, Faculdade do Baixo Parnaíba, 2014.

1. Empreendedorismo 2. Globalização 3. Mulher. I Santana, Jakelinny da Silva; II. Sousa, Jaqueline de. III.Título.

CDU: 658.8(812.1)

HEIGUN ARAÚJO GOMES
JAKELINNY DA SILVA SANTANA
JAQUELINE DE SOUSA MAGGIONI

EMPREENDEDORISMO FEMININO: uma reflexão sobre o perfil de mulheres empreendedoras em Chapadinha-Ma.

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba como requisito para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em: _____/_____/_____.

BANCA EXAMINADORA

_____
Prof.ª Ana Carolinne de Oliveira Lima (Orientadora)
Faculdade do Baixo Parnaíba – FAP

_____
Profª. Érica Amaral Liberato
Especialista Administração Financeira e Econômica
Faculdade do Baixo Parnaíba – FAP

_____
Profª. Ledany Marinho Veloso
Especialista Didática Universitária
Faculdade do Baixo Parnaíba – FAP

À nossa família, em especial, aos nossos pais.

E aos amigos pelo apreço e consideração.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter nos proporcionado o dom da vida.

À diretora desta instituição de ensino Faculdade do Baixo Parnaíba (FAP), pela coragem e determinação de querer oferecer um futuro melhor aos jovens da cidade onde vive.

À nossa orientadora, pela dedicação e compartilhamento de saberes.

Às mulheres empreendedoras que contribuíram sobremaneira na pesquisa de campo.

E aos amigos que colaboraram direta ou indiretamente na realização desta pesquisa.

“O mundo está nas mãos daqueles que tem a coragem de sonhar e de correr o risco de viver seus sonhos.”

Paulo Coelho.

RESUMO

A presente pesquisa desenvolveu um estudo sobre a inserção das mulheres empreendedoras no âmbito profissional. Pois pode-se observar, ao longo anos, um aumento expressivo do número de mulheres que estão à frente de empreendimentos no mercado de trabalho. Nesse sentido, realizou-se uma pesquisa bibliográfica e de campo, desenvolvida a partir de leituras de revistas, livros e artigos científicos de teóricos como: Dornelas (2008), Drucker (2011), Nye Junior. (2009), Comparato (2014), entre outros. O estudo teve um caráter metodológico exploratório com abordagem quantitativa. Quanto aos instrumentos de coleta de dados, utilizou-se 01 (um) questionário com perguntas fechadas, envolvendo mulheres empreendedoras de Chapadinha - MA. Percebe-se que são vários os fatores que influenciam as pessoas a empreender: a globalização, as constantes oscilações sociais, o desemprego, a baixa renda, a visão para mudar o mundo, o desejo por uma transformação de vida, são alguns dos motivos que podem levar as pessoas a buscar novas conquistas. Mesmo após grandes conquistas das mulheres, ainda é grande o preconceito e as diversas barreiras encontradas por elas. No entanto, apesar de ainda existirem essas dificuldades para serem enfrentadas, cada vez mais, as mulheres se entusiasmam com a ideia de ter seu próprio negócio e tem se arriscado a se tornar uma empreendedora. O resultado da análise dos dados identificou que, mesmo tendo motivos que dificultem o crescimento do sexo feminino no mundo dos negócios, elas ainda são perseverantes e possuem o perfil que busca o crescimento e qualidade em suas empresas. Sendo assim, conclui-se que para se tornar uma empreendedora de sucesso, é necessária a persistência e coragem para confrontar-se com os desafios que surgem no percurso da busca pelos seus objetivos.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Globalização. Mulher.

ABSTRACT

This searchdeveloped a study about the women's entrepreneurs ininsert the professional field. It can be observed throghout the years the incrisingly number of women who are forward of developments in the labormarket increased. Accordingly, we carried out a bibliographic and field research, developed from readings of journals, books and proceedings of theoretical as Dornelas (2008), Drucker (2011), Nye Jr. (2009), Comparato (2014) among others. The study had an exploratory character with quantitative methodological approach. On the instruments of data collection, we used one (01) questionnaire with open questions, involving eight (08) entrepreneurs Chapadinha - MA. It is noticed that there are several factors that influence people to undertake: globalization, constant social movements, unemployment, low income, the vision to change the world, the desire for a transformation of life, are some of the reasons that may lead people to seek new conquests. Even after major achievements of women, is still great prejudice and the various barriers faced by them. However, although there are still these difficulties to be faced, increasingly, women are excited by the idea of having your own business and has risked becoming an entrepreneur. The result of data analysis identified that, even though reasons that hinder the growth of women in business, they are still persevering and have the profile that seeks growth and quality in their companies. Thus, we conclude that persistence and courage to become a successful entrepreneur, it is necessary to confront the challenges that arise in the course of the search for goals.

Keywords: Entrepreneurship. Globalization. Woman.

LISTA DE GRÁFICOS

p.

Gráfico 01 - Qual a sua idade?..... 30

Gráfico 02 - Qual seu grau de escolaridade?..... 31

Gráfico 03 - Para você, qual a definição de empreendedor?..... 32

Gráfico 04 - Quais as características que você julga importante para uma pessoa se tornar um empreendedor de sucesso?..... 33

Gráfico 05 - Quanto tempo você dedica diariamente à administração de seu empreendimento?..... 34

Gráfico 06 - Quais os elementos que você julga importante para manter uma empresa dentro de uma perspectiva de sucesso?..... 35

Gráfico 07 - Quais os principais fatores que podem levar ao fracasso em um empreendimento?..... 36

Gráfico 08 - Qual o motivo que levou a iniciar o próprio negócio?..... 37

Gráfico 09 - Qual sua contribuição na renda familiar?..... 38

Gráfico 10 - Há dificuldade em conciliar trabalho e família?..... 39

Gráfico 11 - Você sofreu ou sofre algum tipo de preconceito por parte da sociedade ou em contratos que queria manter?..... 40

Gráfico 12 - Qual sua principal contribuição para a sociedade Chapadinhense?..... 41

Gráfico 13 - Qual a diferença encontrada entre empreendedorismo feminino e masculino mais importante a ser destacada?..... 42

SUMÁRIO

		p.
1	**INTRODUÇÃO**	10
2	**O EMPREENDEDORISMO COMO CONSEQUÊNCIA DA GLOBALIZAÇÃO**	12
2.1	**O empreendedorismo no Brasil**	18
2.2	**O empreendedorismo feminino**	20
3	**METODOLOGIA**	27
3.1	**Tipo de pesquisa**	27
3.2	**Universo e amostra**	28
3.3	**Instrumentos de coleta de dados**	28
4	**ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS COLETADOS**	30
5	**CONCLUSÃO**	43
	REFERÊNCIAS	44
	APÊNDICE	48

1 INTRODUÇÃO

A escolha do tema surgiu a partir da necessidade de destacar o perfil de algumas mulheres empreendedoras no município de Chapadinha-MA. Considera-se que o empreendedorismo é um assunto bastante comentado nos dias atuais, pela sua relevância em disseminar o crescimento econômico e desenvolvimento social do país. Pois através da inovação – sua principal característica – tem a capacidade de dinamizar a economia.

Sabe-se que a sociedade atual é marcada pela desigualdade social, pela pobreza e pela violência, e é onde o individualismo impera sobre a coletividade social. Nessa perspectiva, partindo do pressuposto de que o capitalismo é o sistema que domina o mundo, entende-se que as diferenças sociais podem influenciar direta ou indiretamente no processo econômico e pode ainda ser reflexo das transformações da sociedade.

Dessa forma, acredita-se que o empreendedorismo feminino surgiu para quebrar paradigmas e mostrar que mulheres são capazes de dirigir empresas, liderar pessoas e obter sucesso.

Partindo dessa inquietação, delimitou-se o objetivo central da pesquisa que foi analisar o perfil de mulheres empreendedoras e suas principais dificuldades enfrentadas por na implantação de um empreendimento e suas contribuições para o crescimento econômico e social na cidade de Chapadinha, no estado do Maranhão.

Para a obtenção do objetivo escolhido delimitou-se algumas questões norteadoras:

- Qual a realidade de mulheres empreendedoras em Chapadinha?.
- Que benefícios as empreendedoras trazem para a sociedade chapadinhense?.
- Como são administrados os desafios enfrentados na criação de suas empresas na cidade?.
- Quais as principais dificuldades enfrentadas por essas mulheres na implantação de um empreendimento?.

Com a finalidade de obter respostas a essas questões, verificou-se inicialmente o perfil das mulheres empreendedoras no mercado de trabalho e suas contribuições para o crescimento econômico.

Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica e de campo: a bibliográfica respaldou-se em teóricos como Dornelas (2008), Drucker (2011), Nye Junior (2009), Comparato (2014), entre outros; e a de campo teve uma abordagem de caráter quantitativa, com aplicação de 01 (um) questionário com questões fechadas para mulheres

empreendedoras.

Quanto à estrutura do trabalho, está organizado em 5 (cinco) capítulos: o primeiro foi de modo introdutório, em que faz uma breve apresentação sobre o tema estudado; em seguida, fez-se uma contextualização do empreendedorismo como consequência da globalização, enfatizando ainda sobre o empreendedorismo no Brasil e o feminino; posteriormente, apresenta-se a metodologia aplicada no desenvolvimento da pesquisa e no quarto capítulo apresenta-se a análise e discussão dos dados coletados. Na conclusão, tem-se o resultado e suas considerações finais sobre o tema observado.

2 O EMPREENDEDORISMO COMO CONSEQUÊNCIA DA GLOBALIZAÇÃO

A globalização, as constantes oscilações sociais, o desemprego, a baixa renda, a visão para mudar o mundo, o desejo por uma transformação de vida são fatores que obrigam as pessoas a empreender. A maneira como isso acontece é traduzida por esse fenômeno que afeta diretamente a vida das pessoas e, consequentemente, da sociedade. Partindo desse princípio, percebe-se que há uma necessidade de mostrar quais as vantagens e desvantagens auferidas desse fato para o surgimento e desenvolvimento do empreendedorismo.

Tudo tem início com a estreita relação entre o instinto de sobrevivência humana e a necessidade de buscar soluções para melhorar de vida. A globalização é, portanto, um fator determinante que contribui para a origem deste estudo, uma vez que é o sistema responsável pelas mudanças vistas atualmente. Hobsbawm (2000, p.75) apresenta a seguinte visão da globalização:

> [...] a globalização implica em um acesso mais amplo, mas não equivalente para todos, mesmo na sua etapa, teoricamente mais avançada. Do mesmo modo, os recursos naturais são distribuídos de forma desigual. Por tudo isso, acho que o problema da globalização está em sua aspiração a garantir um acesso tendencialmente igualitário aos produtos e serviços em um mundo naturalmente marcado pela desigualdade e pela diversidade. Há uma tensão entre estes dois conceitos básicos. Tentamos encontrar um denominador comum acessível a todas as pessoas do mundo, a fim de que possam obter as coisas que naturalmente não são acessíveis a todos. O denominador comum é o dinheiro, isto é, outro conceito abstrato.

Apesar dos "produtos" da globalização estarem disponíveis a todos os sujeitos que compõem uma sociedade, eles são acessíveis a uma pequena parcela da população, uma vez que a condição financeira limita esse acesso. A divisão de classes encontrada nesse sistema faz com que exista uma desigualdade entre pessoas e uma tendência à procura de meios de sobrevivência.

> A globalização do mundo expressa um novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial. Um processo de amplas proporções envolvendo nações e nacionalidades, regimes políticos e projetos nacionais, grupos e classes sociais, economias e sociedades, culturas e civilizações. (IANNI, 2011, p. 11)

Entende-se, então, que o surgimento da globalização se deu através dos progressos do modo capitalista que há muito tempo domina o mundo. Nesse contexto, o autor refere-se que a globalização é consequência do progresso do capitalismo, ou seja, não somente no caráter produtivo, mas ao crescimento econômico e social contemporâneo. (IANNI, 2011).

Uma análise do mundo atual parece indicar que o processo de globalização representa uma nova etapa do desenvolvimento histórico do sistema capitalista. Pode-se afirmar que a tendência à globalização "[...] é um resultado natural desse desenvolvimento, na medida em que o capitalismo se implantou por todo o mundo a partir do século XIX" (MIGLIOLI, 1996, p. 140). Como todo desenvolvimento, o modelo de globalização visto atualmente funciona de uma maneira muito mais dinâmica, abrangente, acelerada e barata. O que se distancia das características capitalistas, considerada sua modalidade anterior.

Comparato (2014) comenta que "o capitalismo representa o traço de maior importância no processo de transformação global da vida em nosso planeta". Dessa forma, compreende-se que essa transformação engloba não somente o aspecto econômico, mas, também, o social e o cultural.

> A expansão do sistema capitalista, da Europa Ocidental ao mundo todo, representou um dos movimentos mais característicos daquilo que se denominou a *aceleração da História.* Essa façanha, sem precedentes no longo do processo de desenvolvimento da espécie humana na face da Terra, foi, sem dúvida, o resultado do exercício de uma nova modalidade de poder: O econômico. A dominação dos ricos sobre os pobres é tão velha quanto à própria humanidade. O capitalismo soube, porém, organizá-la de modo a lhe conferir extraordinária eficácia transformadora do meio social. (COMPARATO, 2014, grifo do autor).

Nesse contexto, entende-se que o capitalismo, do modo como é proposto, é o responsável pela divisão das classes sociais e por toda desigualdade existente a partir dela, pois esse sistema limita o poder somente para aqueles que são bem sucedidos economicamente.

Em suma, globalização se trata de uma modernização do capitalismo, trazendo em seu conceito todos os prós e contras inerentes ao tema. A globalização defende questões como o desenvolvimento de novas tecnologias, o surgimento de novos produtos, a divisão do trabalho, como também a integração de mercados a nível mundial, estreitando distâncias e facilitando as relações de forma rápida e eficaz, simplificando a vida de muita gente que têm acesso a esses benefícios.

Porém, a interligação entre os países que participam desse universo globalizado acaba se tornando um importante fator negativo para a continuidade desse processo. É o que pode ser definido como Interdependência. Segundo Nye Junior (2009, p. 250). "[...] Interdependência refere-se a situações nas quais os protagonistas ou os acontecimentos em diferentes partes de um sistema afetam-se mutuamente. Simplificando, interdependência significa dependência mútua".

Levando-se em consideração que a globalização promove uma integração entre nações e pessoas de toda parte do mundo, através das relações internacionais e acordos entre

diversos países, ou até mesmo de maneira mais simples, por meio do uso da internet, de intercâmbios culturais, ou seja, pela língua inglesa que se tornou um idioma oficial, essa mesma integração causa uma dependência entre regiões e o que afeta negativamente um país acaba atingindo outro, causando um efeito dominó. Cita-se, por exemplo, as grandes crises mundiais, que têm origem em um lugar e acaba comprometendo o resto do mundo.

É nessas circunstâncias que se instala a falta de crédito no mercado, a falência de empresas, o desemprego, a pobreza e a miséria, ocasionadas pela diminuição de investimentos e recesso na economia. Com isso, as pessoas se veem obrigadas a procurar alternativas para melhorar de vida e fugir das dificuldades instaladas. Esse é o momento que elas costumam empreender.

> Os tempos atuais são marcados pelo aumento da opção pelo auto-emprego e pelo surgimento de empreendedores involuntários, representados principalmente por recém-formados e por trabalhadores demitidos de corporações e órgãos públicos em virtude de reestruturações, fechamentos, privatizações, fusões, etc. Ou seja: pessoas que, não conseguindo colocação ou recolocação no mercado, se veem forçadas a criar seu próprio emprego como única alternativa de sobrevivência. (DOLABELA, 2008a, p. 36).

Essas pessoas, impulsionadas pela falta de emprego, procuram alternativas e acabam mostrando que suas dificuldades serviram para revelar o grande empreendedor que são. Descobrem, então, a capacidade que têm para crescer profissionalmente se beneficiando dessa importante arma: o desejo de promover inovações.

> O empreendedor [...] proporciona a energia que move toda a economia, alavanca as mudanças e transformações, produz a dinâmica de novas ideias, cria empregos e impulsiona talentos e competências. Mais ainda: ele é quem fareja, localiza e rapidamente aproveita as oportunidades fortuitas que aparecem ao acaso e sem pré-aviso, antes que os outros aventureiros o façam. [...] (CHIAVENATO, 2012, p. 03)

O empreendedor, como importante sujeito impulsionador da economia, utiliza o seu espírito criativo para encontrar uso para coisas até então inúteis, transformando-as em recursos, atribuindo-lhes utilidades. Junto da inovação, seu principal instrumento de trabalho, coloca recursos disponíveis e os aproveita para criação de riquezas, ou seja, encontra soluções para recursos de qualquer natureza, agregando valor econômico e transformando ideias em negócios.

Segundo a definição de Dolabela (2008b), "[...] empreendedorismo envolve qualquer forma de inovação que tenha uma relação com a prosperidade da empresa".

> [...] o empreendedorismo atualmente é o método mais eficiente para ligar ciência e mercado, criando novas empresas e levando novos produtos e serviços ao mercado. Essas atividades empreendedoras afetam de modo significativo a economia de uma área ao construir sua base econômica e gerar empregos. [...] (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009, p. 38).

Empreendedorismo, portanto, é um processo pelo qual o indivíduo passa, identificando ensejos e transformando-os em algo concreto. Inovação, criatividade, inquietude, iniciativa, liderança, inspiração em terceiros, isso tudo leva uma pessoa a ser um empreendedor.

"O empreendedor é alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar uma oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso". (TIMMONS apud DOLABELA, 2008a, p. 67). O apoio da sociedade, nesse momento, se torna de fundamental importância, pois a prática do empreendedorismo não leva somente pessoas à realização de suas necessidades individuais, mais do que isso, eles contribuem para a criação de novas oportunidades de empregos. E, consequentemente, se tornam uma importante força de caráter prático para o desenvolvimento econômico do mercado.

> [...] o empreendedor utiliza sua criatividade aliada às suas habilidades gerenciais e conhecimentos dos negócios para identificar oportunidades de inovar [...] tem uma visão mais abrangente e não se contenta em apenas fazer o que deve ser feito. Ele quer mais e busca fazer mais [...]. (DORNELAS, 2008, p. 18).

Ao mesmo tempo, são sujeitos guiados por sonhos, desejos e oportunidades. São motivados, inovadores, protagonistas de sua própria história, habilidosos e proativos. A busca pelo novo é o que os encoraja para a prática e concretização de suas ideias. Esse grupo de pessoas se diferencia dos demais por possuir características especiais e diferenciadas. São aqueles conhecidos por buscar sua autorrealização, que são guiados por suas ideias e objetivos e estão dispostos a lutar para que estes possam se tornar realidade. É ainda um inconformado com o mundo em que vive e que deseja mudá-lo, vai além de suas vontades e não se contenta com a mesmice.

> [...] o empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo. É protagonista e autor de si mesmo e, principalmente, da comunidade em que vive [...] (DOLABELA, 2008b, p. 24).

Empreendedores estão dispostos a direcionar todas as suas forças em prol de suas ambições, não têm medo de errar, de arriscar. É o indivíduo que identifica oportunidades e a partir delas sempre desenvolve algo novo. São independentes, visionários, donos do próprio destino e estão à frente das mudanças.

Em se tratando de uma sociedade movida por frequentes transformações, em que o cenário econômico muda constantemente, alguns fatores contribuem para a criação de dois grupos distintos de empreendedores: os que empreendem por necessidade e outros por

oportunidade.No que se refere a estes dois grupos e os motivos que levam as pessoas a se tornarem empreendedoras, Brito e Wever (apud SOUZA; TRINDADE, 2014), afirmam que:

> [...] Os empreendedores por oportunidade enxergam o que falta no mercado e as novas tendências como negócios a serem explorados, enquanto os empreendedores por necessidade têm por objetivo superar um momento difícil pelo qual estão passando.

Os empreendedores que surgem de uma oportunidade são aqueles que sabem explorar uma chance, possuem conhecimento prévio do que desejam fazer, assumem riscos calculados, são movidos por desafios e estão dispostos a criar valores para a sociedade, gerando empregos, dinamizando a economia e trazendo melhorias para a vida das pessoas. Por outro lado, os que empreendem por necessidade, na grande maioria das vezes, abrem o próprio negócio por falta de opção ou por estarem desempregados, preenchendo provisoriamente uma lacuna derivada de falta de alternativas. Por isso, muitos desses empreendimentos alargam uma triste realidade que é a alta taxa de mortalidade de novas empresas.

Considerando alto grau de relevância do assunto para o crescimento econômico e desenvolvimento social do país, é necessária a realização de políticas incentivadoras, que desenvolvam o potencial empreendedor e reconheça o papel de pessoas empreendedoras, como forma de subsídio, que garante a geração de oportunidades, na forma de emprego e renda, para a sociedade na qual estão inseridos. Dolabela, em uma de suas obras que tratam sobre o tema, faz referências importantes do empreendedorismo para a sociedade, como:

> ▪ O empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia.
> ▪O conceito de empreendedorismo trata não só de indivíduos, mas de comunidades, cidades, regiões, países. Implica a ideia de sustentabilidade.
> ▪ O empreendedorismo é a melhor arma contra o desemprego [...] (DOLABELA, 2008b, p. 24).

Um ambiente para se tornar economicamente sustentável precisa da ação de empreendedores para garantir o desenvolvimento de sua comunidade local. Por conseguinte, a criação de uma empresa gera empregos, combate a pobreza e ajuda na criação e incremento social e econômico do país**.**

Além disso, a criatividade, a iniciativa e outros fatores motivacionais presentes na população empreendedora, possibilitam o crescimento dos índices de criação de empresas e, consequentemente, combate a falta de empregos.

Outro fator de grande relevância para a disseminação da cultura empreendedora se trata dos princípios e valores éticos que, assim como qualquer outro cidadão, devem ser cultivados por possuírem grande influência econômica e social. A prática do

empreendedorismo necessita ir além do favorecimento ou enriquecimento individual para oferecer e promover valores para o coletivo.

No que se refere às questões de vinculadas ao empreendedorismo, tantos as empresas já consolidadas no mercado quanto as que estão iniciando suas atividades devem estar preocupadas não somente com questões econômicas e financeiras, mas devem estar voltadas para questões humanitárias e ecológicas, de forma a evidenciar o que de benefício elas irão trazer para sua região e para o meio ambiente.

Autoridades e, principalmente, consumidores estão cada vez mais exigentes e dispostos a fazer estas empresas mostrarem o seu comprometimento quando o assunto é sustentabilidade.

> Somente deve ser considerado empreendedor aquele que oferece valor positivo para a coletividade. Empreendedorismo não pode ser considerado exclusivamente como uma via de enriquecimento individual. [...] O empreendedor deve apresentar alto comprometimento com o meio ambiente e com a comunidade; ser alguém com forte consciência social. (DOLABELA, 2008a, p. 34).

Em uma época de acelerada atividade industrial, onde empresas são tidas como fontes de poluição e destruição do meio ambiente, o envolvimento da população torna-se fundamental, de forma a ajudar no combate à diminuição de problemas, como a poluição do ar, da água, da terra e desmatamentos que tanto afetam o planeta, já que o que se faz em um local reflete-se em toda parte do mundo. Essas são questões que fazem repensar e criar uma consciência de que algo precisa ser feito.

De acordo com o que foi exposto até agora, percebe-se que essa é uma questão que ainda não é tão importante na maior parte das organizações, já que o conceito é associado à ideia de que aumenta os custos de produção e venda, o que provoca um risco aos produtos/serviços na inserção no mercado. No entanto, cabe ao consumidor alertar e dar a resposta sobre a real situação do planeta e as formas de como esses grupos devem agir para conseguir espaço no mercado de uma forma legal.

O consumo acelerado da própria população torna-se um importante aliado na hora de fazer com que empresas repensem na forma de como produzir e prestar seus serviços, já que o consumidor consciente cria nas organizações uma necessidade de adaptações nos seus processos organizacionais, obrigando-as a mudar seus modos de produção, sobre pena de sofrerem com a rejeição de seu mercado consumidor.

> [...] surge a sustentabilidade empresarial que é o conjunto de medidas tomadas pelas empresas em busca do lucro sem prejudicar o planeta, ou seja, as empresas passam a não se preocupar apenas com os ganhos, mas também com o respeito aos fatores ambientais e sociais envolvidos em todo o processo em que está inserida. (EMPRESAS..., 2014).

Empresas que realmente estão preocupadas em implantar a sustentabilidade empresarial nas suas atividades e criar meios de reduzir o impacto que elas causam no meio ambiente, criam também uma forma de aperfeiçoar o uso de recursos ambientais em seu contexto organizacional. A adoção dessas soluções sustentáveis e ecologicamente corretas é decisiva não só para melhorar o conceito das suas empresas, mas também para aumentar sua rivalidade e rendimento nos negócios.

O Brasil é tido ainda como um dos países mais criativos e um dos que mais desenvolvem o potencial empreendedor das pessoas, graças às grandes quantidades de recursos disponíveis, aliados ao talento, a inovação e a criatividade presentes no povo brasileiro. Por outro lado, a baixa oferta de empregos formais, a crescente taxa de desemprego e o baixo nível de escolaridade são fatores negativos que acarretam na necessidade de criação de novos empreendimentos.

2.1 O empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2001), o empreendedorismo ganhou força no Brasil somente a partir da década 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX).

Anteriormente ao surgimento dessas entidades, o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada em função do ambiente político e econômico pouco propício para o país. Porém, isso não representa que não existiam empreendedores. Deve-se salientar que muitos visionários atuaram em um cenário obscuro, deram tudo de si, mesmo sem conhecerem formalmente finanças, marketing, organização e outros conteúdos da área empresarial, a exemplo, o célebre industrial Francisco Matarazzo, e tantos outros que contribuíram para o desenvolvimento da economia do país (SILVEIRA et al., 2014).

Existia, em determinada época e lugar, muitos empreendedores em atividade, porém, seus trabalhos muitas vezes eram inibidos, pela falta de conhecimentos específicos à área e pela falta de apoio a estes, até então desconhecidos.

Segundo Chiavenato (1995), o povo brasileiro é um dos mais empreendedores do mundo, detentor de uma habilidade nata e, sobretudo, de muita criatividade. O brasileiro, para superar crises e dificuldades, transforma ideias tidas por utópicas, surrealistas, desqualificadas, em alternativas de renda capazes de transformar suas vidas e de sua família,

mas para que isso ocorra, é necessário fazer um planejamento adequado do negócio para que o empreendimento seja bem-sucedido.

Para Dolabela (2008, p. 23) "O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)". A atividade empreendedora não é recente, existe desde sempre, "pois inovar é parte da natureza humana". Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio.

Segundo pesquisas, o Brasil ocupa a 7ª posição no ranking entre os dez países mais empreendedores, contribuindo assim para a geração de emprego e renda e alavancando a economia. Além disso, dados revelam que grande parte da população economicamente ativa esteja voltada e dedicada a novos empreendimentos. No entanto, o Brasil aparece nos últimos lugares quando se avalia a taxa de sucesso dos mesmos. Juntamente com isso, ao se estudar o índice de mortalidade de pequenas empresas, verifica-se que este índice é alarmante no país, chegando até a 73% (DORNELAS, 2001). Nesse sentido, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos são motivos para a popularidade do termo empreendedorismo, que tem recebido atenção especial por parte do governo e de entidades de classe.

Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas revelam que ainda no período de 1990 a 1999 foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de empresas, dentre as quais 2,7 milhões são microempresas. Ou seja, mais de 55% das empresas criadas nesse período são microempresas. Conclui-se então que a maior parte dos negócios criados no país é concebida por pequenos empresários, pequenos empreendedores.

De acordo com o relatório executivo de 2000 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000), o Brasil aparece como o país onde existe a maior participação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio no total dessa população: 1 (um) em cada 8 (oito) brasileiros abriu ou possui uma empresa. Esse dado é muito importante quando comparado com o resultado dos outros países, como por exemplo: os Estados Unidos que apresentam uma relação de 01 (um) em cada 10 (dez); a Austrália, 1 (um) em cada 12 (doze); a Alemanha, 01 (um) em cada 25 (vinte e cinco); entre outros.

É possível averiguar outras distinções que são direcionadas ao país: a participação empreendedora, como a ocupação em 15º (décimo quinto) lugar de empreendedorismo por oportunidade em 2005, caracterizada pela criação de uma atividade favorável pelo mercado socioeconômico. Em contrapartida, encontrava-se na 4ª (quarta) posição na iniciativa de empreendimentos por necessidade, que podem ser entendidos como aqueles em que os

profissionais iniciam sua ação diante da dificuldade de manter-se no mercado de trabalho, não encontrando soluções interessantes para si de ocupação e renda (GEM, 2005).

De acordo com os dados da pesquisa GEM de 2013, a cada 100 (cem) brasileiros que iniciam um negócio, 71 (setenta e um) são motivados pela oportunidade, e não pela necessidade, como era mais comum antigamente. Esse é o melhor índice já registrado desde o início do levantamento, há 12 anos. Em 2002, apenas 42% (quarenta e dois) das pessoas abriam uma empresa por identificar demanda no mercado, enquanto os demais tinham o empreendedorismo como única opção, por não encontrar alternativas no mercado de trabalho, segundo dados do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. (IBQP, 2014).

Ainda de acordo com o Relatório GEM (2010), "uma tendência indica que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, além do que, nos últimos anos, elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família, ampliando a participação na economia do país." O total de famílias chefiadas por mulheres no Brasil aumentou de 200 mil (1993) para 2,2 milhões (2006). Em 13 anos, esse modelo da família se expandiu 10 vezes, evoluindo de 3,4% para 14,2%, segundo a pesquisa Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça, elaborada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2008), juntamente com o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher**.** Visto esses dados, serão apresentadas as razões que levaram essas mulheres às atividades empreendedoras.

2.2 O empreendedorismo feminino

Em ascensão no Brasil, a abertura de novos negócios liderados por mulheres vem aumentando de forma constante, apresentando mudanças culturais, sociais, econômicas e comportamentais, e despertando o interesse em realizar estudos sobre o caso.

Segundo dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2004), as mulheres brasileiras fazem parte do grupo que, apesar de alcançar o maior índice de grau de escolaridade, encontra-se também na base da pirâmide, no que tange aos recursos financeiros que lhe são destinados por sua atuação profissional, dados estes também constatados no relatório "O poder das mulheres: avaliação das disparidades globais de gênero" do Fórum Econômico Mundial (FEM) no ano posterior. Segundo Anderson e Woodcok (apud JONATHAN, 2014),

> Os motivos das empreendedoras para empreender são sobrevivência, insatisfação com a liderança masculina, descoberta de um nicho de mercado, satisfação em fazer as próprias decisões, percepção do desafio que, em combinação com o prazer e o contentamento aí associados, constituiu o fator principal.

Muitas mulheres, buscando fugir do desemprego, ou pelo descontentamento com seus atuais empregos, ou ainda pelo aparecimento de uma nova tendência mercadológica, auxiliadas pela oportunidade em trabalhar com o que gostam, costumam abrir seu próprio negócio. Mas começar esse processo não é tarefa fácil, elas encontram muitos desafios pelo caminho.

> As dificuldades mencionadas por mulheres empresarias estão geralmente relacionadas com os pais, maridos ou filhos. Pode-se dizer que um dos motivos para que isso ocorra é porque as mulheres carregam consigo um peso adicional, que é a preocupação vinculada à constituição de uma família (MACHADO, apud ANDREOLI; BORGES, 2014).

Por muitos anos a mulher sempre foi vista como dona-de-casa ou mãe de família, desempenhando funções triviais e sendo submissa aos pais ou marido. O papel desenvolvido por elas durante muito tempo sempre foi atrelado à área doméstica: a responsável por educar os filhos, zelar pela saúde e harmonia da casa, reduzir despesas e outras atividades relativas à economia da família.

A Educação era uma palavra praticamente desconhecida e distante da realidade da maioria delas. Essas eram práticas da elite e as formas de ensino predominante levavam a aprendizagens de hábitos e condutas que eram apropriadas a cultura burguesa da época. Estas recebiam algumas instruções de formação religiosa e moral, além de aulas de bom comportamento e noções de leitura e línguas estrangeiras, tudo com o único objetivo de melhor prepará-las para conseguir um bom matrimônio.

Foi somente no século XIX que elas passaram a ter direito a uma educação "regular": sobre o império de D. Pedro I, nasceu a primeira norma que lhes garantiram inserção em uma escola:

> Mas foi com a lei de 1827 que pela primeira vez se determinaram aulas regulares para as meninas, embora ainda se justificasse que sua educação tinha por objetivo o melhor exercício das "funções maternais" que elas haveriam um dia de exercer. Essas aulas seriam ministradas por "senhoras honestas e prudentes" das quais não se exigiriam grandes conhecimentos [...] (ARANHA, 2006, p. 229, grifo do autor).

Ainda assim, todos os ensinamentos eram transmitidos sobre a preocupação de não perder a essência da feminilidade e outros adjetivos relativos à realidade da mulher, sobre pena de não alcançarem um bom casamento. Outra conquista feminina da época é marcada pelo movimento conhecido como Feminismo que teve registro no ano de 1948, em uma convenção que tratava dos direitos da mulher, que aconteceu na cidade de Nova York.

> Este movimento adquire cunho reivindicatório por ocasião das grandes revoluções. As conquistas da Revolução Francesa, que tinha como lema Igualdade, Liberdade e Fraternidade, são reivindicadas pelas feministas porque elas acreditavam que os direitos sociais e políticos adquiridos a partir das revoluções deveriam se estender a elas enquanto cidadãs. Algumas conquistas podem ser registradas como consequência da participação da mulher nesta revolução, um exemplo é o divórcio. (ARAUJO, 2014).

A ação feminina no movimento sempre traduzia a vontade de mudança e a luta pela igualdade entre os gêneros. Por muito tempo, a imagem da mulher sempre foi atrelada ao espaço doméstico enquanto a hegemonia masculina reinava nos diferentes espaços sociais. A classe notabilizou a oportunidade nesse momento histórico de reivindicar direitos, que antes eram dados somente a homens, chegarem até elas.

> Isso começou a acontecer de fato com a I e II Guerras Mundiais (1914-1918 e 1939-1945, respectivamente), quando os homens iam para as frentes de batalha e as mulheres passavam a assumir os negócios da família e a posição dos homens no mercado de trabalho. Mas a guerra acabou. E com ela a vida de muitos homens que lutaram pelo país. Alguns dos que sobreviveram ao conflito foram mutilados e impossibilitados de voltar ao trabalho. Foi nesse momento que as mulheres sentiram-se na obrigação de deixar a casa e os filhos para levar adiante os projetos e o trabalho que eram realizados pelos seus maridos. (FALCÃO apud VAZ; LAIMER, 2014).

Um forte impulsionador da entrada da mulher no mercado de trabalho deu-se no século XX com as 1ª e 2ª Guerras, pois com a falta de homens, em grandes números feridos ou até mortos para ocupar cargos, as mulheres assumiram seus lugares, se tornando enfermeiras ou chefes de família, devido à ausência de seus companheiros. Surgia, assim, um modelo dominante de nova sociedade.

Outro marco histórico da época também contribuiu para a disseminação do trabalho feminino, para a busca pelos seus direitos e para a tentativa de ocupação de postos de trabalho, conforme estudo proposto por Amorim e Batista (2014):

> A Revolução Industrial começou a modificar lentamente esse quadro. O número de mulheres empregadas aumentou significativamente, trouxe a mulher para trabalho fabril quando o aumento da produtividade era necessário, apesar disso tanto a jornada de trabalho quanto os salários eram muito desiguais. [...]
> [...] A ausência dos homens enviados para combate e posteriormente a quantidade de homens mortos durante o conflito tornou imprescindível a contratação de mulheres para funções que antes eram exclusivamente masculinas. As mulheres ganharam mais espaço no mercado de trabalho. Nesse período nascem os primeiros movimentos feministas. As mulheres começaram uma luta mais organizada por seus direitos e pela igualdade de oportunidades no trabalho.

As fábricas, necessitando de um número cada vez maior de empregados, acabaram optando pela contratação de mulheres, devido à ausência de homens enviados às guerras. As dificuldades, porém, não paravam, pois elas não podiam abandonar seus lares e suas vidas como esposas e mães de família. Ficaram, portanto, com duplas jornadas de trabalho. Sobre o motivo que as levaram a procurar empregos, apresenta-se uma importante observação a ser

destacada:

> [...] Os salários de seus maridos eram insuficientes para sustentar o lar; outras eram viúvas ou abandonadas; outras eram estéreis ou tinham filhos crescidos; algumas tinham maridos que eram desempregados, ou empregados em empregos sazonais; e algumas poucas decidiram trabalhar para ganhar dinheiro para confortos extras em casa, embora os salários de seus maridos fossem suficientes para cobrir as necessidades. (OS EFEITOS DA REVOLUÇÃO..., 2014).

O salário oferecido a elas não era o maior atrativo e a maioria delas carregava consigo o preconceito de não possuir uma família estruturada, tida como parâmetro para a constituição de um lar comum à época. Mas a partir daí observou-se a oportunidade de lhes garantir um meio de sobrevivência e independência financeira que elas tanto almejavam.

Dessa maneira, o período do século XX representa o surgimento social da mulher. Foi nesse momento que elas conseguiram romper com o título de "sexo frágil" associado à mulher e se tornaram iguais perante os homens. As mudanças ocorreram a passos lentos, porém contribuíram para o surgimento da história das mulheres, evidenciando sua luta pelos seus direitos sociais, civis e trabalhistas, além da sua afirmação de identidade.

Como exemplo, pode ser citada a conquista do voto feminino em 1932, que antes era exercido somente pelos homens e é um marco histórico da época. A aquisição marca os avanços em prol da igualdade entre os sexos. Na lei, foi reconhecido o direito de votar e de se tornarem candidatas em eleições (TSE, 2014).

Porém, o ganho de maior importância revela-se a partir da Constituição Federal de 1988, que no artigo 5°, parágrafo 1°, estabelece que "[...] homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações". Nesse novo código, não haverá distinção entre sexos. Homens e mulheres são livres para resolver questões familiares e a liderança da casa pode ser exercida por ambos. Além disso, obrigações como a educação dos filhos, assim como despesas com o sustento da família, passam a ser de responsabilidade do casal.

> A mulher que viu nascer o século XX como relativamente incapaz de gerir sua pessoa e seus bens, ainda que casada, com o advento da nova Constituição, emancipou-se política, civil e socialmente, levando o constituinte, não somente a conceder uma igualdade, porém, muito mais, a reconhecer uma paridade conquistada à duras penas e com inúmeros anos de atraso. (RIBEIRO, 2014).

Com sua emancipação, muitas mulheres deixaram o conforto de seus lares e foram em busca de oportunidades e de crescimento pessoal e profissional. Foi em busca dessa autorrealização que elas começaram a criar e gerenciar seus próprios negócios.

Atualmente, existe um novo cenário onde mulheres fazem parte e são peças fundamentais do crescimento e desenvolvimento do mundo dos negócios. Com isso, podem ser percebidas grandes transformações, já que elas desempenham papéis cada vez mais

importantes na sociedade, contribuindo, dessa forma, para um novo panorama no aspecto profissional.

> Dentre as transformações sociais de maior impacto na última década está o fim da família patriarcal, principalmente no Ocidente. O desdobramento econômico desse fato trouxe consequências também para a demografia empreendedora, pois houve um número significativo de mulheres que se tornaram financeiramente independentes e iniciaram empreendimentos próprios, ou ainda buscam brechas no mercado de trabalho como empreendedoras autônomas sem registro, buscando compatibilizar o trabalho no lar com uma atividade que gere renda. (CASTELLS, apud GEM, 2008, p. 70).

Com o enfraquecimento da supremacia dos homens ocorrido no século citado, o sexo feminino ganhou força, destaque e espaço perante os outros e pôde, progressivamente, mostrar sua capacidade de superar obstáculos que há muito tempo as impediam de se tornarem independentes financeira e moralmente. Um exemplo crescente no aumento quantitativo de mulheres que iniciaram suas atividades no campo empresarial através da inclusão do empreendedorismo em suas vidas, trazendo melhorias para elas e para outras pessoas que poderão ser beneficiadas com a criação de empregos que elas podem gerar.

O empreendedorismo desperta um interesse tão grande que foi criado o Global (GEM) Entrepreneurship Monitor, maior estudo já realizado sobre empreendedorismo no mundo. Em uma de suas pesquisas a respeito do empreendedorismo realizado por elas, estudiosos do caso afirmam que, em 2008, o empreendedorismo feminino no Brasil foi o 10º(décimo) mais atuante no mundo, com taxa de 9,61% das entrevistadas, o que representa cerca de 5,5 milhões de mulheres empreendedoras em estágio inicial.

Seja por oportunidade ou por necessidade, o número de mulheres frente ao seu próprio negócio é cada vez maior, considerando que elas têm uma maior facilidade em conciliar as atividades domésticas com atividades profissionais. Além disso, elas encontraram nesse crescente fenômeno a chance de mudarem o rumo de suas histórias.

Adicionalmente a esses fatos, em estudos realizados e buscando compreender as razões que levam tantas mulheres a criarem seus próprios negócios e estarem à frente de grandes empreendimentos, Morgan e Eneida, traçaram um perfil feminino, mostrando os adjetivos que se sobressaem aos demais, acrescentando que:

> O novo modelo de gestão das organizações tende a requerer um perfil de profissional mais flexível, sensível e cooperativo [...] Nota-se também que a mulher tem uma visão mais holística, mais ampla do negócio, com uma tendência conciliatória e harmonizante em um grupo de trabalho. (MORGAN; ENEIDA apud ANDREOLI; BORGES, 2014).

Além disso, o sexo feminino possui uma maior facilidade de resolver com mais amplitude aquilo que lhe é proposto, indo além de uma simples execução de tarefas. Elas

buscam a satisfação de todos que as cercam, porque são mais cooperativas e altruístas.

Diferente do modelo de gestão masculina em que predomina a objetividade e a praticidade, na administração feminina características como intuição, transparência, sensibilidade, ética, além da facilidade de manter melhores relacionamentos, juntamente com um campo de envolvimento mais amplo que visa resultados mais eficazes – não almejando exclusivamente o lado lucrativo, mas a preocupação com questões ecológicas e sociais presentes na sociedade na qual estão inseridas – dão o diferencial na sua forma de gerência.

Soma-se a isto, a opinião de Wever (apud ANDREOLI; BORGES, 2014) que traz à mostra as habilidades femininas, ressaltando os atributos que se fazem presentes na vida de grandes gestoras, em um cenário onde deve predominar a busca pelo novo:

> Outro atributo feminino bastante destacado devido às novas exigências das empresas de hoje é a multifuncionalidade do profissional, isto é, a capacidade de realizar múltiplas tarefas e funções, cuidando de vários assuntos ao mesmo tempo, e a habilidade em desempenhar diferentes papeis na organização. A capacidade de improvisar também é bastante comentada, ressaltando a busca constante de novas alternativas, habilmente sendo capaz de quebrar velhos paradigmas.

O modo gerencial comandado por mulheres mostra uma tendência comportamental caracterizado por adjetivos como: administração criativa e flexível, presentes em um comportamento estratégico inovador, realizam uma boa condução na realização das atividades da empresa, devido às estruturas simples criadas por elas, traçam objetivos claros, metas simples e tangíveis, possuem estilos cooperativos de liderança, onde predomina a valorização do indivíduo, aliados a personalidades ativas, estáveis, com foco na qualidade e com um alto poder de persuasão.

Em termos de dificuldade e desafios, são notórios os problemas que mulheres encontram na implantação e gestão de seus empreendimentos: Falta de oportunidades oferecidas no mercado, falta de confiança e excesso de preconceito, são alguns dos fatores que por vezes inibem a vontade de empreender. É o que mostra a opinião de Lages (2014):

> No Brasil, desde os primeiros anos de dominação colonial, a mulher vem sendo submetida a um discurso moralizador e patriarcal, [...] assim como submetê-la a diversos tipos de restrições, que abarcam vários campos. Dentre eles, o do trabalho, em que as mulheres, além de obterem menores salários, têm dificuldades em assumir postos de comando dentro das empresas. [...] A impossibilidade de compartilhar com os homens tais campos [...] acabou por naturalizar a incapacidade e a inferioridade femininas.

Apesar do século XXI apresentar um cenário para transformações radicais, o conceito da mulher ainda figura como o “sexo frágil”, incapaz de ter identidade própria e autonomia diante da sociedade. Tais dificuldades estão intimamente ligadas a um passado histórico marcado pelas relações de poder, onde quem dominava eram os homens. Tudo isso

ajudou a contribuir para a formação de entidades que muitas vezes inviabilizam ajuda quando se fala de subsídio financeiro. As dificuldades aumentam quando elas ainda têm que construir sua própria imagem, mostrando independência perante os outros. Diante do exposto, Langowits e Machado (apud ANDREOLI; BORGES, 2014, grifo do autor) alegam que:

> A falta de apoio seja por parte de seus familiares ou amigos (emocional), ou seja, por parte dos bancos que inviabilizam a concessão de empréstimos (financeira), é a crítica mais argumentada por parte das mulheres. Logo em seguida vem a descrença ou falta de confiabilidade por parte de clientes, fornecedores e acionistas, ou ainda o desmerecimento e/ou menosprezo sofrido por colegas de trabalho.

Mesmo após grandes vitórias conquistadas por mulheres, ainda é grande o preconceito e as diversas barreiras encontradas por elas. São questões que insistem em fazer parte de uma sociedade machista, onde predomina a desconfiança e a descrença gerada por seus empreendimentos. Mesmo com essas dificuldades enfrentadas, estudos comprovam que é cada vez maior o número de mulheres que se entusiasmam com a ideia de ter seu próprio negócio e têm se arriscado a se tornar uma empreendedora de sucesso.

A seguir, serão apresentados dados de uma pesquisa de campo, fundamentados em uma investigação bibliográfica, realizadas no município de Chapadinha-MA.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa tem por objetivo oferecer subsídios para a análise, identificação e avaliação de um problema e como chegar as suas soluções.

O tipo de pesquisa escolhida para a formulação do estudo foi exploratória, por ter sido realizada em um campo com pouco conhecimento sistematizado e permitir a coleta de elementos e informações de forma mais coerente possível, uma vez que o pesquisador está em contato direto com a população que deseja estudar. Esse modelo de pesquisa pode ser definido como: "A investigação exploratória [...], é realizada em uma área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por ser de natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa". (VERGARA, 2011, p. 42).

A pesquisa exploratória permite ao pesquisador chegar de maneira mais eficaz no problema apresentado, uma vez que, nesse tipo de pesquisa se pode fazer o uso de entrevistas, questionários, etc., chegando mais rápido nas informações necessárias para a obtenção dos resultados almejados. A fundamentação do tema foi realizada através da pesquisa bibliográfica, já que para buscar a solução do problema foram utilizados livros, revistas, periódicos e internet.

A pesquisa bibliográfica pode ser resumida como: "[...] o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral". (VERGARA, 2011, p. 43).

Esse tipo de investigação permite que o pesquisador seja colocado em contato direto com tudo que foi dito ou documentado sobre determinado assunto, de maneira simples e instantânea. Além da pesquisa descrita acima, foi utilizado também a pesquisa de campo, com o objetivo de coletar dados e analisá-los de maneira suficientemente concreta.

> Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. (VERGARA, 2011, p. 43).

É esse tipo de observação que permite que o investigador vá ao local onde ocorreu o objetivo do estudo, podendo fazer uso de questionários, trazendo as informações necessárias para a concretização da análise.

3.2 Universo e amostra

O estudo foi realizado no município de Chapadinha, cidade que tem uma população, segundo dados do IBGE do último senso realizado no ano de 2010, de 73.350 habitantes, sendo que o total de homens é de 36.243 e 37.107 mulheres.

O município conta ainda com 880 empresas atuantes, incluindo 4.174 empregados assalariados, que vivem com uma remuneração média mensal de 1,9 salários mínimos. Estas são Estatísticas do Cadastro Central de Empresas, realizada no ano de 2011 e fornecidas também pela instituição IBGE.

"Universo ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum." (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 27). Trata-se, portanto da definição de toda a população da amostra. Podendo às vezes ser confundida com o número total de habitantes de determinado local, mas corresponde ao conjunto de elementos, nesse caso, pessoas e empresas que têm as mesmas características e que formam o objetivo do estudo.

Sabendo que se tornaria inviável colher informações de toda uma população, é necessário investigar apenas uma parte desse universo. A finalidade da amostra é, portanto, escolher a parte mais significativa dessa população e traçar o perfil do objetivo da pesquisa. Sendo assim, "a amostra é uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população), é um subconjunto do universo [...]".(MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 29).

A amostra é composta por um grupo de oito mulheres empreendedoras dos ramos de assessoria jurídica, comércio e prestação de serviços em geral.

3.3 Instrumentos de coleta de dados

Com o objetivo de conhecer o perfil das mulheres que criaram e diversificaram novos e diferentes ramos de comércio em Chapadinha, os instrumentos utilizados para a coleta de dados foram feitos através de questionário com perguntas abertas. No entendimento de Vergara (2011 p. 52) considera que:

> O questionário caracteriza-se por uma série de questões apresentadas ao respondente, por escrito, de forma impressa ou digital. [...] O questionário pode ser aberto, pouco ou não estruturado, ou fechado, estruturado. [...] no fechado, o respondente faz escolhas, ou pondera, diante de alternativas apresentadas.

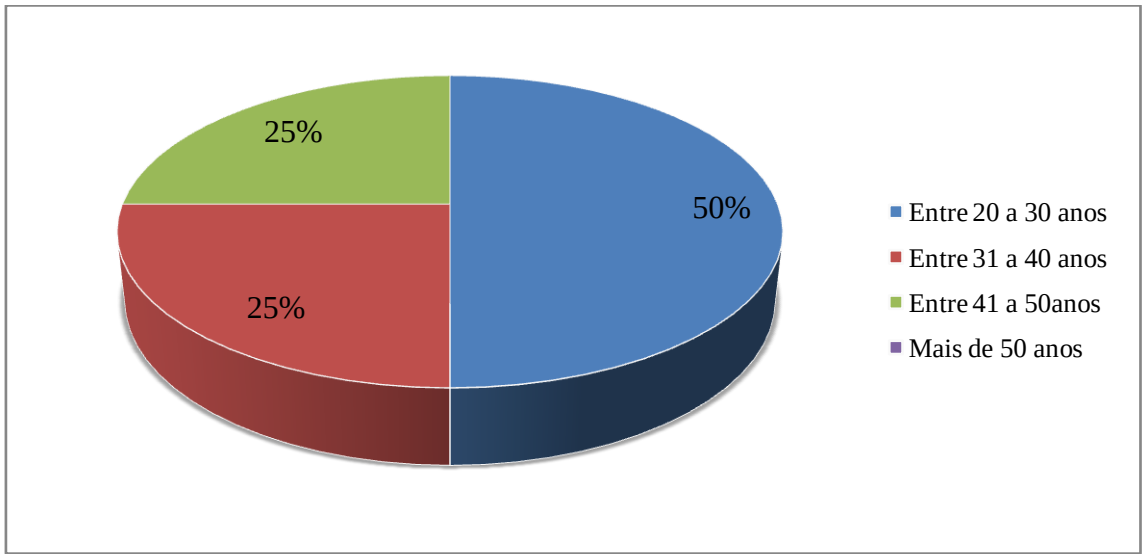
Trata-se, portanto de uma técnica de coleta de dados, onde o pesquisador além de atingir um maior número de pessoas ao mesmo tempo, obtém respostas mais rápidas e

precisas, já que devido à possibilidade de se manter no anonimato, não existem riscos de distorção nas respostas que poderiam ser influenciadas pelo entrevistador, além de permitir ao entrevistado maior liberdade nas respostas, podendo responder em tempo e local mais apropriado.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS COLETADOS

Neste capítulo, serão analisados os questionários destinados às mulheres empreendedoras, visando compreender seus reais compromissos e percepções a respeito da temática pesquisada. Para tanto, os resultados dos dados foram tabulados e constituídos com o intuito de edificar as análises descritas a seguir:

Gráfico 1 - Qual a sua idade?.



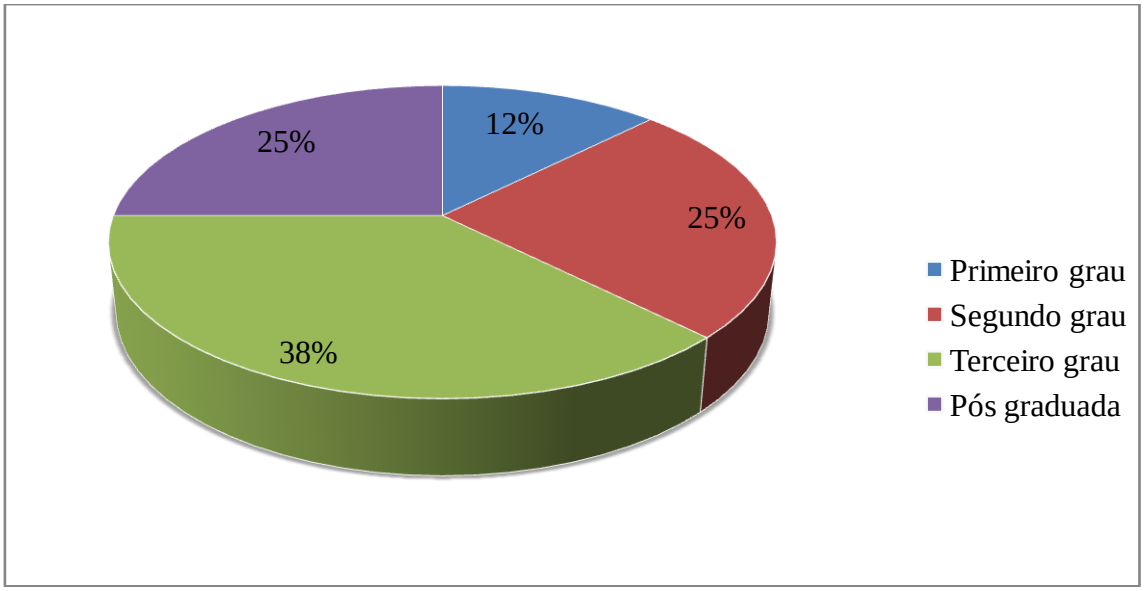
Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

No que diz respeito à faixa etária das entrevistadas, os resultados obtidos acima revelam números expressivos sendo que 50% do total delas possuem idade entre 20 a 30 anos, 25% entre 31 a 40 anos e os outros 25% correspondem a 41 e 50 anos, sendo que nenhuma possui idade superior a 50 anos.

> As pessoas mostram diferenças individuais expressivas ou variações na maneira como reagem à mesma situação com base em características pessoais. [...] Compreender as diferenças individuais ajuda a explicar o comportamento humano, mas influências ambientais também são importantes. (DUBRIN, 2003, p. 24).

Portanto, entende-se que as diferenças individuais próprias de cada uma influenciam no espaço organizacional e na maneira como elas gerenciam suas empresas. Pois todo conhecimento adquirido ao longo de suas experiências vividas contribui para criar ferramentas imprescindíveis na forma como as determinações serão tomadas na organização e no momento da execução delas, sendo indispensáveis para alcançar resultados na empresa, principalmente na hora de se tomar decisões.

Gráfico 02 - Qual seu grau de escolaridade?.

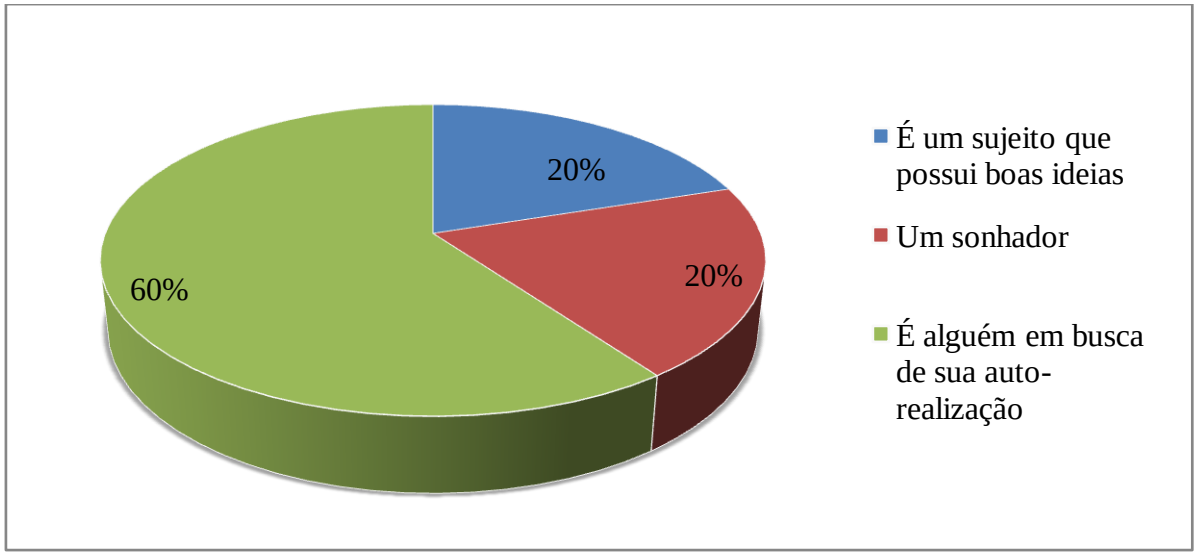


Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Diante do resultado acima, percebe-se que a maioria das entrevistadas possui graduação, totalizando 38%. Outras 25% possuem algum tipo de pós-graduação. As outras fatias se dividem entre aquelas que têm o segundo grau completo, 25% e outros 12% para aquelas que têm apenas o primeiro grau. Partindo dessa concepção é possível compreender que o mercado de trabalho, costuma ser seletivo quanto aos profissionais que tendem a atuar nele. Logo, quanto mais o sujeito se qualifica, mais ele terá a capacidade de desenvolver competências e habilidades imprescindíveis na administração de um negócio.

Sendo assim, "[...] quanto mais os indivíduos avançarem em seus estudos, mais empreendedoras serão suas carreiras e mais exigentes os seus desafios para o aprendizado [...]" (DRUCKER, 2011, p. 362). Diante desse posicionamento, entende-se que é importante um profissional se mostrar sempre disposto a procurar novos conhecimentos. Todas as habilidades e instrumentos aprendidos e usados por eles hoje serão novos e diferentes daqui a alguns anos conforme passar o tempo. E existe a necessidade de se reciclar e evoluir com essas ferramentas para se tornarem aptas frente ao surgimento de novas eras. Conclui-se que a qualificação profissional resulta em efeitos positivos no mundo dos negócios.

Gráfico 03 - Para você, qual a definição de empreendedor?.



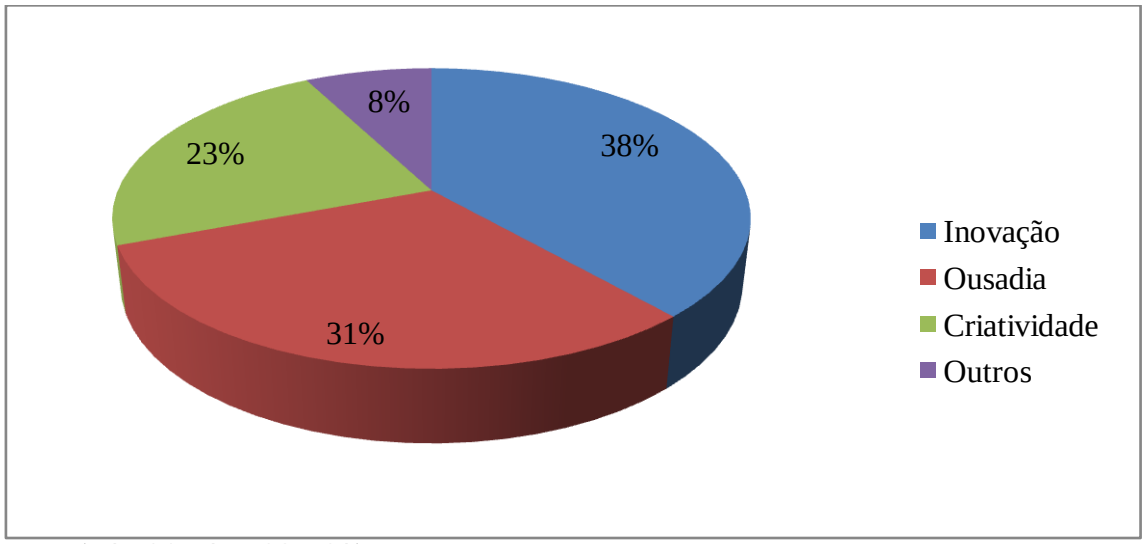
Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Diante dos dados no gráfico acima, constata-se que 60% das empreendedoras afirmam que um empreendedor se define como um sujeito que está em busca de sua autorrealização, enquanto outras 20% consideram que é alguém com coragem e que confia em si mesmo, e as 20%restantes afirmam que é um agente sonhador.

> Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, habilitam-no a transformar uma ideia simples em algo que produza resultados concretos e bem-sucedidos no mercado. (CHIAVENATO, 2012, p. 08).

Para ter sucesso, não é preciso somente ser uma pessoa com boas ideias e ter criatividade o suficiente para executá-las. O que define a maneira como surge um empreendedor vai além disso. A questão é tão importante que a cada dia surgem mais estudos a fim de disseminar essa cultura tão atrativa e inovadora. A busca pela autorrealização, pela independência, seja financeira, seja pessoal, são capazes de fazer com que pessoas se mexam de maneira mais frenética para, enfim, realizarem seus objetivos. A busca pelo bem-estar de cada um nunca foi tão exaltada antes em uma sociedade.

Gráfico 04 - Quais as características que você julga importante para uma pessoa se tornar um empreendedor de sucesso?.

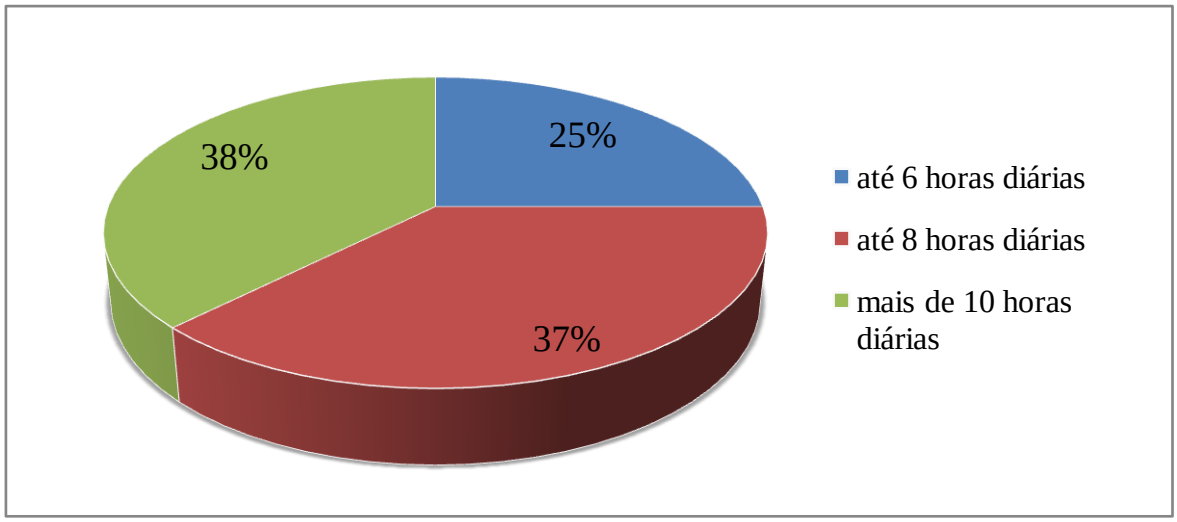


Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Quando indagadas sobre as características que julgam essenciais para se criar um empreendedor de sucesso, 38% responderam que todo empreendedor, precisa antes de tudo, ser inovador, enquanto 31% afirmam que é ser ousado, 28% disseram que é ser criativo e 8% ressaltam que são outras características. "[...] O empreendedor não é um aventureiro; assume riscos moderados. Gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo. (A inovação está relacionada ao produto). [...]". (DOLABELA, 2008, p. 32).

Segundo o autor, a inovação é uma espécie de matéria prima que move um sonho empreendedor. A partir dela que se pode lutar para que sua ideia se torne realidade. Todas as outras características são tidas também como forças motrizes que guiam o sujeito na concretização de seus objetivos. Portanto, o empreendedor é alguém que assume riscos, que não tem medo de errar e que é movido pela sua insatisfação em querer transformar o mundo em que vive.

Gráfico 05 - Quanto tempo você dedica diariamente à administração de seu empreendimento?.

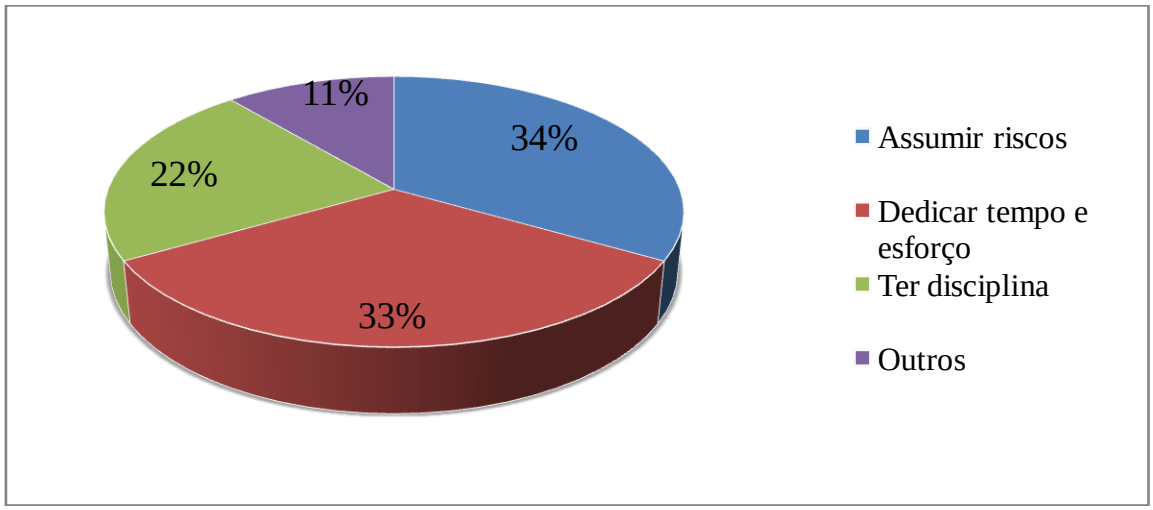


Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Ao serem indagadas sobre o tempo que elas destinam no gerenciar de suas empresas, 38% responderam que passam mais de 10 horas em atividade, enquanto as demais correspondentes a 37% dedicam 8 horas por dia e outras 25% oferecem 6 horas de seu tempo, somente por possuírem outras tarefas não relativas à empresa como, por exemplo, a ocupação com a casa e família ou um segundo emprego.

"O empreendedor, mesmo muito bem sucedido, geralmente trabalha de doze a dezesseis horas por dia, não raro sete dias por semana. Ele sabe o valor de seu tempo e procura utilizá-lo ao máximo trabalhando arduamente na consecução de sua realização". [...] (DEGEN, 2009. p. 14). Conforme conclui o autor, um bom administrador é incansável e sabe que além de não possuir horários flexíveis, precisa dedicar o máximo de tempo possível a favor da realização das atividades da empresa, afim de que possam ser solucionadas em tempo hábil todas as questões que naturalmente surgem dentro de todo ambiente empresarial. A dedicação de tempo para a organização é fundamental para o cumprimento de todo cronograma existente dentro dela.

Gráfico 06 - Quais os elementos que você julga importante para manter uma empresa dentro de uma perspectiva de sucesso?.



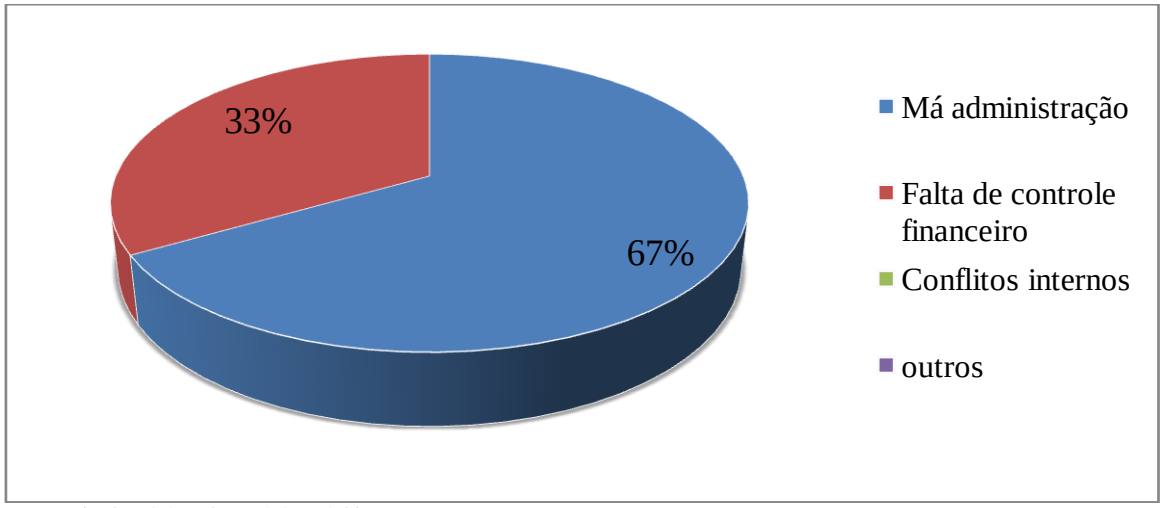
Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Quando perguntadas sobre os elementos que julgam mais importantes para sua empresa se manter no mercado de forma mais atrativa, 34% das empreendedoras consideram necessário assumir riscos, 33% responderam que dedicar tempo e esforço são mais importantes, 22% afirmam que é ter disciplina e 11% citaram outros elementos. Diante dos resultados, pode-se constatar que a maioria cita como principal atitude para sustentar seu negócio, o fato de não ter medo e assumirem riscos, vindo logo em seguida a dedicação de tempo, empenho e coragem na realização das tarefas rotineiras e por último ter disciplina, para que nada saia do seu domínio.

> É frequente os empreendedores tomarem decisões em ambientes altamente inseguros, com altos riscos, intensas pressões de tempo e considerável investimento emocional. [...] Dada à natureza do ambiente de tomada de decisões de um empreendedor, às vezes ele precisa (1) executar, (2) se adaptar ao modo cognitivo e (3) aprender com o fracasso. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 51).

Em ambientes cada vez mais mutáveis, incertos e dinâmicos, empreendedores são treinados a pensarem de maneira racional, sobre pena de sofrerem consequências. A dinâmica na qual estão frequentemente expostos faz com que eles se adaptem a essas necessidades diárias de tomadas de decisões cada vez mais rápidas e em curto espaço de tempo.

Gráfico 07 - Quais os principais fatores que podem levar ao fracasso em um empreendimento?

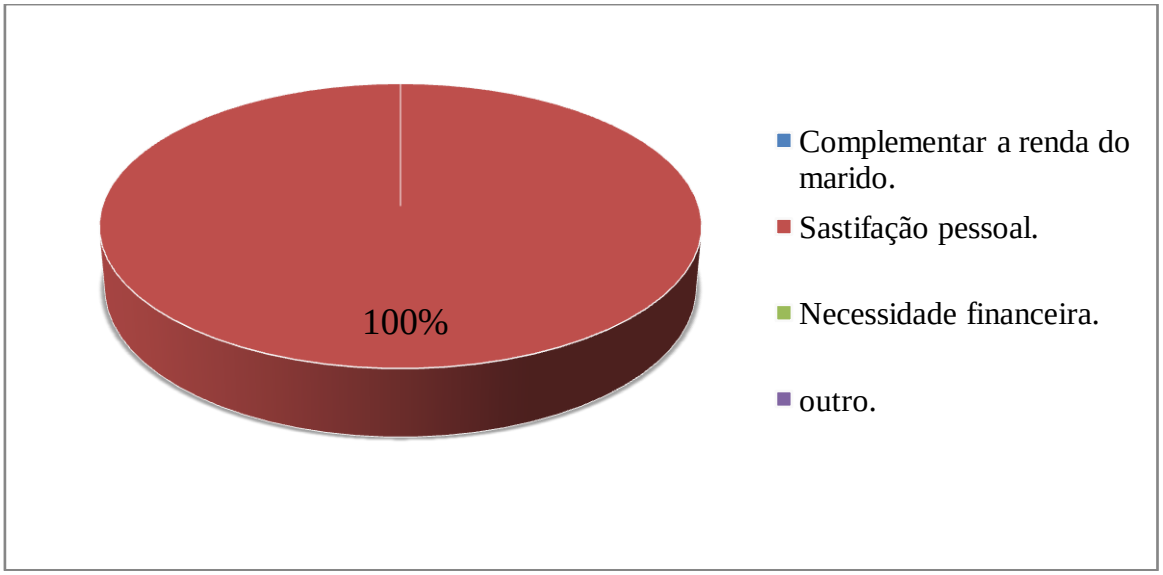


Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Ao serem questionadas sobre os fatores que levam ao fracasso no empreendimento, os resultados obtidos foram os seguintes: 67% disseram que a má administração é a principal causa de um fracasso na empresa, enquanto 33% acham que a falta de controle financeiro é a causa que deve vir em primeiro lugar. Nenhuma delas julgou os conflitos internos como principal motivo. Quanto ao tema, Drucker (2011, p. 62) possui a seguinte opinião: "[...] um bom número de fracassos são, naturalmente, nada mais que erros, os resultados da ganância, estupidez, participação irrefletida, ou incompetência, no projeto ou na execução [...]".

Existe atualmente uma crescente tendência que se define como administração empreendedora. Boas ideias não são somente importantes na hora de criar algo novo e se tornar um empreendedor de sucesso. A maneira como o gerente administra e mantém sua empresa também precisa contar com maneiras inovadoras de tomada de decisões para levar um empreendimento adiante. Diariamente, se tem casos de empresas que por causa de uma única falha, seja por falta de planejamento, organização, controle ou direção entram para a triste estatística de falências organizacionais. Por isso, decisões devem ser tomadas de maneira racional, trazendo soluções criativas e invocadoras de se solucionar um problema, afim de que a empresa não pague por isso.

Gráfico 08 - Qual o motivo que levou a iniciar o próprio negócio?.



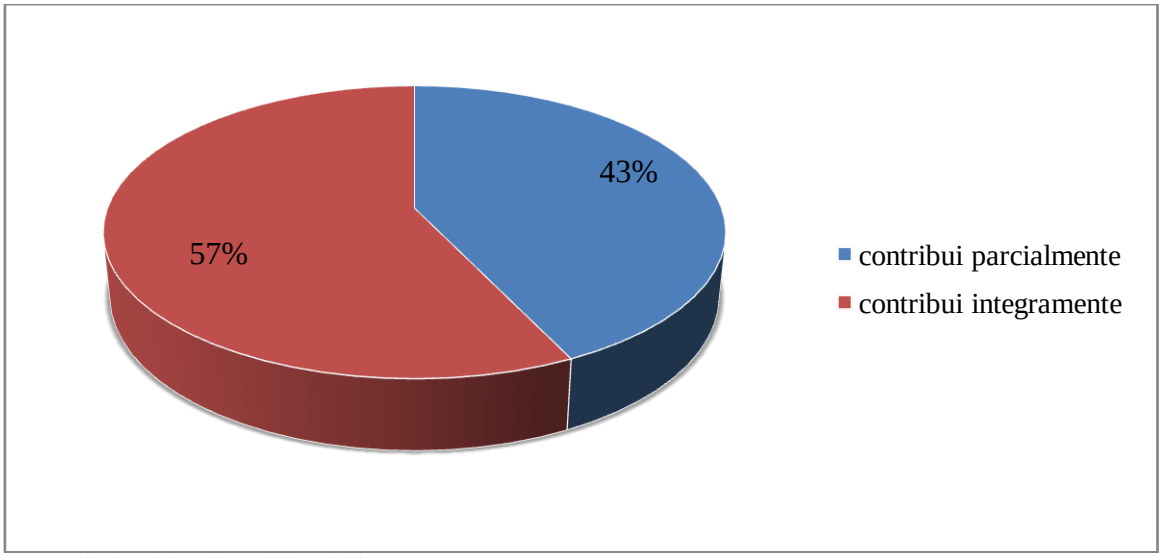
Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

No gráfico que trata dos motivos que as levaram a iniciar o próprio negócio, houve uma unanimidade de respostas. 100% delas afirmaram categoricamente que começaram o seu negócio a fim de se satisfazerem pessoalmente. Pode-se concluir ainda que tudo isso foi possível porque todas elas tinham o mesmo motivo: o fato de serem independentes.

> Os pontos de partida e os motivos para iniciar um negócio são semelhantes para homens e mulheres. Em geral, ambos têm forte interesse e experiência na área de seu empreendimento. [...] As mulheres, por outro lado, frequentemente abandonam ocupação anterior com um alto nível de frustração com o emprego, bem como de entusiasmo com o novo empreendimento, em vez de experiência prática, o que torna a transição mais difícil. Às vezes, o que acaba se tornando um empreendimento, para as mulheres, começa como uma busca pessoal [...]. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 86).

Pode-se constatar, de acordo com os autores, que o motivo que leva muitas mulheres a iniciarem o próprio negócio é a prática já mencionada anteriormente conhecida como empreendedorismo por necessidade, onde elas, por estarem passando por alguma crise familiar ou até mesmo no emprego, decidem abrir a própria empresa. Foi observado também que as chances de o empreendimento prosperar são grandes, já que elas geralmente começam com algo que as causam prazer e entusiasmo no fazer.

Gráfico 9 - Qual sua contribuição na renda familiar?.



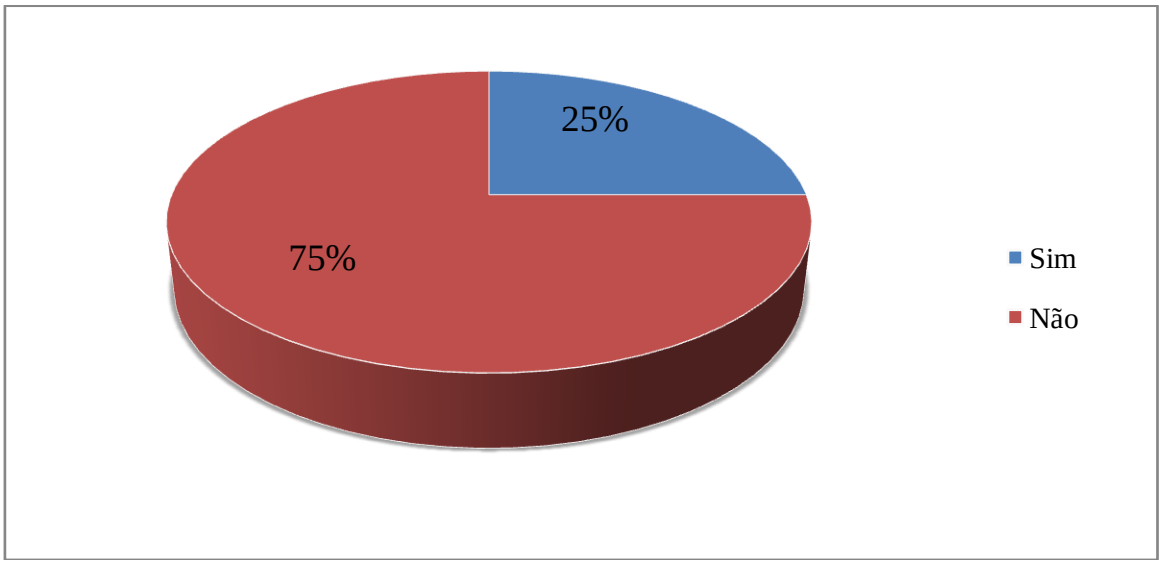
Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Com relação ao resultado acima, compreende-se que 57% das empreendedoras são responsáveis em manter integralmente a renda da família. No entanto, 43% delas só contribuem parcialmente. Pode-se ainda afirmar que isso se trata da contribuição vinda de outras figuras existentes dentro de seu lar, como os maridos ou outro membro familiar.

> Atualmente, um número cada vez mais expressivo de mulheres trabalha fora de casa e contribui com a renda da família. [...] Percebemos a relevância desse tema na realidade brasileira, mais especificamente, devido ao crescimento, nos últimos anos, do número de lares brasileiros em que o trabalho feminino passa a representar a principal fonte de sustento econômico da família. [...] No Brasil, 27,5% dos lares têm na mulher a maior referencia familiar, em termos de suporte financeiro. (FLECK; WAGNER, 2014).

A busca pela autorrealização tão desejada por mulheres que iniciam seus negócios pode ser comemorada sobre duas óticas: a maioria trabalha fazendo o que gosta e ainda é remunerada por isso. Esse é um índice que cresce a cada dia e que tem como decorrência o índice crescente de empresarias que entram no mercado de trabalho, pela busca da sua independência financeira, pelo ganho de uma profissão, ou após um divórcio, uma viuvez, gerando consequentemente a necessidade do sustento da família.

Gráfico 10 - Há dificuldade em conciliar trabalho e família?.



Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

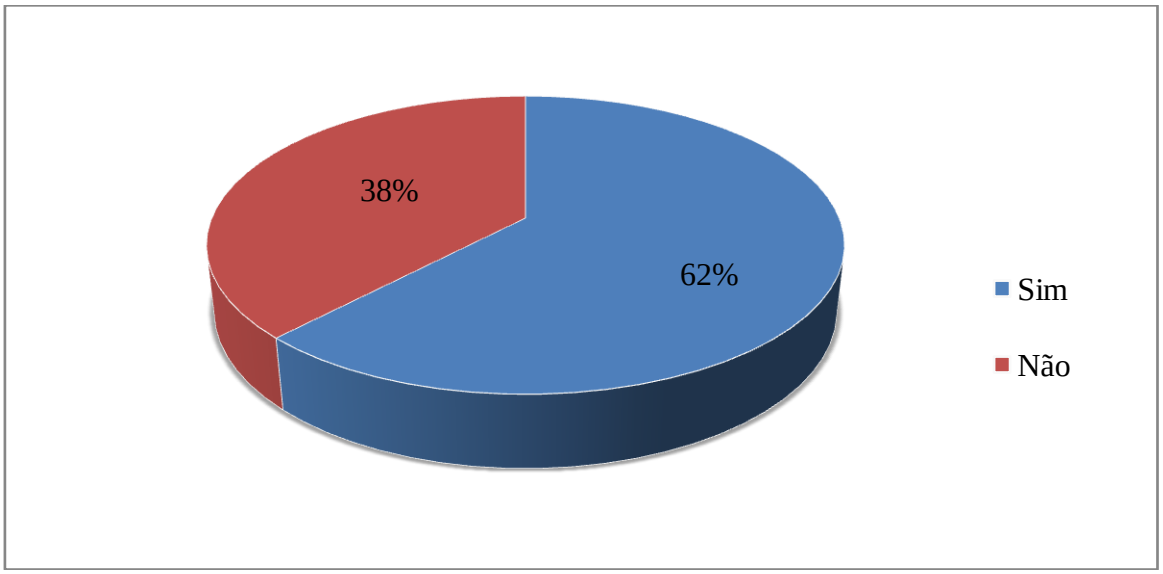
Quando perguntadas se sentem dificuldades de conciliar o trabalho e família, 75% afirmaram que não que possuem dificuldade alguma, e somente 25% confirmaram que têm dificuldades. Diante desse resultado, percebeu-se que a maioria se adaptou facilmente ao mercado de trabalho e soube conciliar tanto a sua responsabilidade familiar quanto empresarial.

> De fato, pesquisas recentes sobre o papel da mulher no mercado de trabalho mostram que a identidade feminina está voltada tanto para a atividade profissional como para a família. O perfil das trabalhadoras indica que atualmente elas são mais velhas, casadas e mães: trabalham, mais continuam responsáveis pelos afazeres domésticos e cuidados com os filhos, ou seja, tratam-se de modelos que geram o conhecido fenômeno da dupla jornada. (TONELLI; ANDREASSI, 2014).

Essa realidade se explica pelo fato de mulheres possuírem uma maior capacidade de realizar múltiplas tarefas ao mesmo tempo. O próprio modelo de nova sociedade, onde as atividades são mais dinâmicas e requer um profissional mais prático, eficaz e ágil, contribui para o aperfeiçoamento dessa admirável característica feminina.

É possível compreender, ainda, que o aparecimento de mulheres com diversas ocupações contribui para o desenvolvimento de um novo tipo de profissional, mais preparado e dinâmico. Partindo desse princípio, é possível diagnosticar que a relação família e mulher empreendedora se torna cada vez mais estimulante.

Gráfico 11: Você sofreu ou sofre algum tipo de preconceito por parte da sociedade ou em contratos que queria manter?.



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

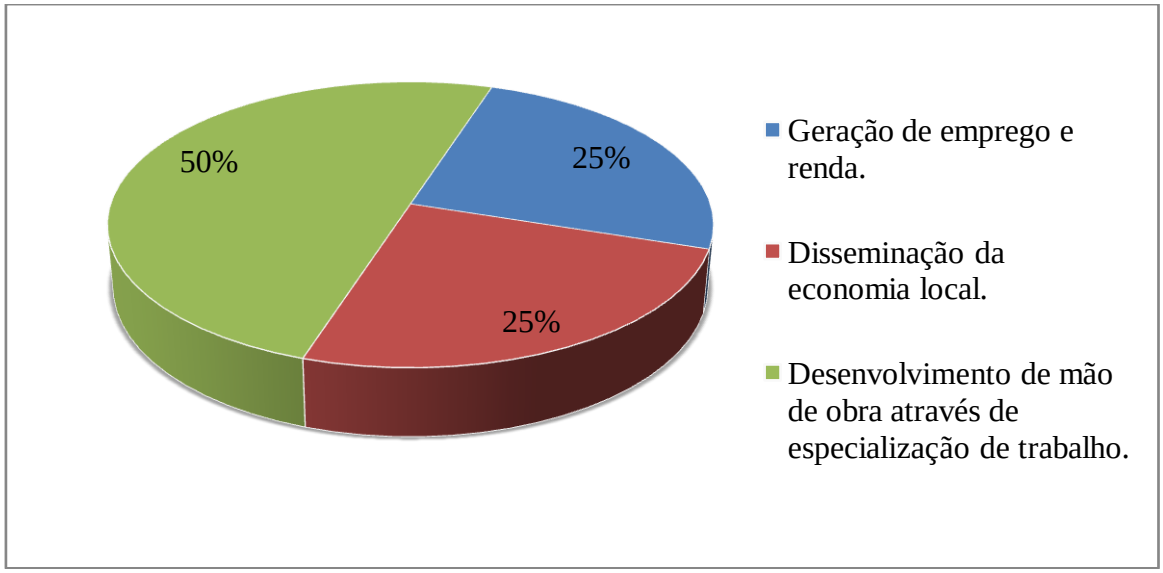
Diante dos resultados acima, constatou-se que a maioria já sofreu algum tipo de preconceito, sendo 62% das entrevistadas, e somente 38% disseram que não. Portanto, percebe-se que mesmo com os avanços da conquista feminista em vários campos, a mulher ainda não conseguiu conquistar de forma integral seu espaço no mercado de trabalho. Mesmo em plena modernidade, ela ainda é vista como aquela que é responsável pelos afazeres do seu lar.

> De acordo com os relatos das mulheres [...], a maior barreira que ultrapassaram diz respeito ao preconceito por serem mulheres e empreenderem em ramos tidos como masculinos o que gerou falta de credibilidade de outras pessoas. Além disso, um agravante maior é o fato de serem jovens, além da necessidade de conciliação de múltiplos papéis. (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

O ingresso da mulher no mercado de trabalho ainda é marcado por inúmeros desafios: o preconceito, a falta de confiança na hora de contratação de crédito, conciliação casa *versus* trabalho. Tudo isso ainda inibe bastante a atuação feminina no cenário dos negócios.

Embora estudos comprovem que grande parte delas está em condições mais favoráveis e preparadas que o sexo oposto, algumas atitudes ainda podem prejudicar o seu acesso em um novo negócio. A descrença sofrida pela maior parte delas é o maior prejuízo que elas carregam consigo. A competência, a aptidão, o grau de instrução, ainda são barrados pela falta de confiança encravada na sociedade.

Gráfico 12: Qual sua principal contribuição para a sociedade chapadinhense?

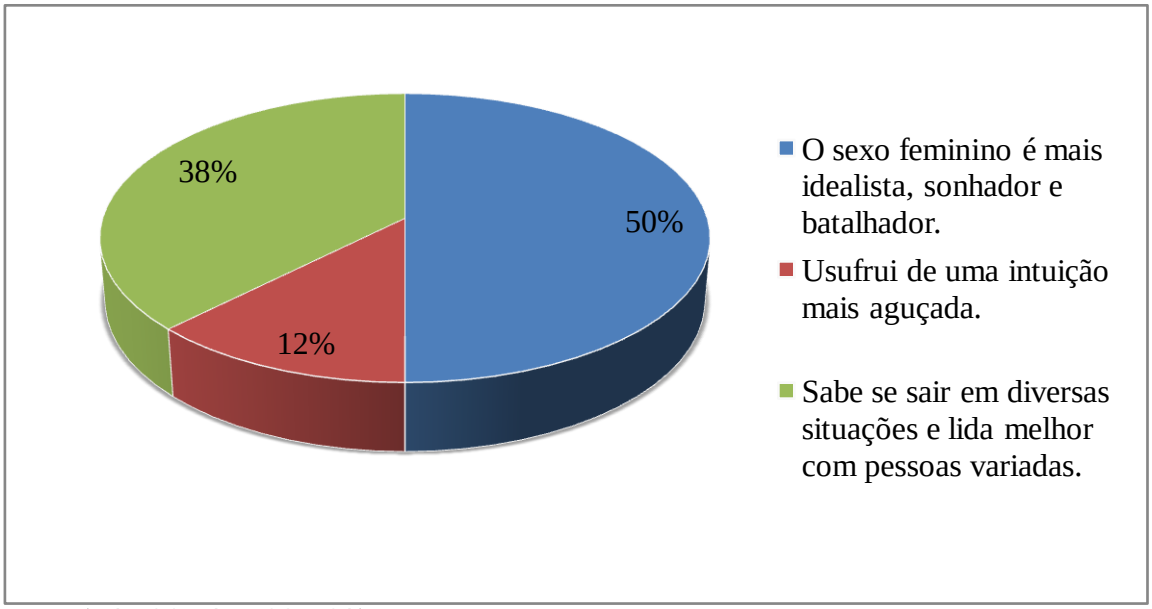


Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Ao serem questionadas sobre sua contribuição para a sociedade, 50% das empreendedoras acreditam que possibilitam o crescimento/desenvolvimento de mão de obra local, além de contribuir na especialização de trabalho. 25% afirmaram que sua maior contribuição é na geração de emprego, e outros 25% enfatizaram que sua atuação favorece a disseminação da economia chapadinhense. Diante disso, pode-se concluir que todas as características são importantes para o crescimento da sociedade. Neste contexto, Dolabela (2008, p. 24): ressalta que "O empreendedor deve ter um compromisso com a localidade em que atua. Não basta ter um bom faturamento, um bom lucro. É preciso contribuir para o bem estar social do local".

Partindo desse posicionamento, percebe-se que para assegurar o sucesso e crescimento econômico e social é indispensável às contribuições de um empreendedor para a localidade em que vive. O seu subsídio na forma de geração e promoção de emprego e renda para a população é de fundamental importância para movimentar a economia e fazer seu negócio desenvolver de forma mais limpa e sustentável. Logo, hoje, empresas não podem somente abrir as portas e ter um comportamento egoísta visando somente lucros, é necessário criar valor à sociedade e mostrar comprometimento com a sua região.

Gráfico 13: Qual a diferença encontrada entre empreendedorismo feminino e masculino mais importante a ser destacada?.



Fonte: (DADOS DA PESQUISA).

Em relação ao gráfico acima, constatou-se que 50% das empreendedoras ressaltaram que o sexo feminino é mais influente pelo fato de ser mais idealista, sonhador e batalhador. 38% afirmaram que é pela forma de saber lidar com diversas situações e com pessoas variadas e apenas 12% destacaram que a diferença estar em tem uma intuição mais aguçada.

> Embora as características de empreendedores e empreendedoras geralmente sejam muito semelhantes, as mulheres diferem em termos de motivação, habilidades empresariais e histórico profissional. Os fatores no processo inicial de um negócio também são diferentes para homens e mulheres, principalmente em áreas como sistemas de apoio, fontes de recursos e problemas [...]. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 86).

Desse modo, fica evidente que apesar das semelhanças, as mulheres têm seu diferencial no que se refere aos motivos que as levam a abrirem a própria empresa e ao estilo como elas administram tudo isso. Assim, é importante destacar a maneira como elas conseguem se sobressair das características masculinas, ressaltando seu alto potencial frente a um cenário dominado exclusivamente por homens. Todos esses fatores são determinantes na maneira como elas costumam se posicionar frente ao seu negócio.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como finalidade principal analisar o perfil de mulheres o empreendedora e suas contribuições na ampliação da economia do município de Chapadinha-MA, e a conquista do seu sucesso pessoal. A pesquisa mostrou que elas têm faixa etária que varia entre 20 (vinte) a 50 (cinquenta) anos, o que indica que um número significativo de mulheres economicamente ativas, que poderiam ser colaboradoras em outras organizações, preferiu estar à frente de seu próprio negócio. Este episódio confirma o que foi observado anteriormente quanto ao fato delas empreenderem por oportunidade, buscando sua autorrealização.

Apesar da complexa desigualdade entre gêneros persistente até os dias atuais, é notório o avanço da conquista da mulher no âmbito empresarial. A força dessas mulheres empreendedoras vem vencendo inúmeras barreiras. Muitas vezes elas conciliam as responsabilidades de casa com os desafios profissionais, e mostram tamanha garra, coragem e determinação, sempre se apropriando de um espaço maior na sociedade.

Essas empreendedoras são muito importantes para a sociedade em geral, pois contribuem positivamente para o desenvolvimento econômico, gerando emprego para si e para os outros. E, por serem mulheres, adotam um estilo peculiar e diferente dos homens, o que se torna um grande diferencial.

Portanto, após toda a reflexão sobre o empreendedorismo feminino, pode-se sugerir que o governo por meio das políticas públicas deve incentivar e aderir a programas e técnicas capazes de melhorar aptidões e competências das empreendedoras dentro deste contexto.

Diante da consequência do resultado sobre o tema estudado, conclui-se que a mulher é dotada de capacidade e autonomia para estar à frente de seus empreendimentos, gerando empregos, trazendo renda, disseminando o crescimento econômico, alcançando seu sucesso e, principalmente, quebrando barreiras, se tornando pioneiras em estudos crescentes que tratam desse fenômeno crescente que é o empreendedorismo feminino no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, M. ***Globalização:*** características mais importantes. ***Revista Visões,*** julho/dezembro 2007, 3. ed. Disponível em: <http://www.fsma.edu.br/visoes/ed03/3ed_artigo1.pdf>. Acesso em: 04 de maio 2014.

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. **Empreendedorismo Feminino:** dificuldades vivenciadas em histórias de Vida. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/266.pdf>. Acesso em: 30 de jul. 2014.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**.** Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/finan/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>. Acesso em: 20 abr. de 2014.

ANDREOLI, Taís Pasquotto; BORGES, William Antonio**. Empreendedorismo feminino**: uma analise do perfil empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um próprio negócio. Disponível em:<http://www.administradores.com.br>. Acesso em 25 de jun. de 2014.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda. **História da educação e da pedagogia:** geral e Brasil. 3 ed. São Paulo: Moderna, 2006.

ARAUJO, Francisca Socorro. **Feminismo**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/sociologia/feminismo/>. Acesso em 18 de jul. de 2014.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital.** São Paulo: Xamã, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Vamos abrir um novo negócio?**. São Paulo, Makron Books, 1995.

_____. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Manole, 2012.

COMPARATO, Fábio Konder**. Capitalismo:** civilização e poder. Estudos avançados. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142011000200020&script=sci_arttext>.Acesso em: 26 de mar. de 2014.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor:** a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008 a.

_____. **O segredo de Luísa:** uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 2008b.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo:** como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** práticas e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

_____. **O gerente eficaz**. Editora Zahar, São Paulo, 1974.

EMPRESAS SUSTENTÁVEIS: Importância do conceito para negócios. Disponível em: <http://www.atitudessustentaveis.com.br/atitudes-sustentaveis/empresas-sustentaveis-importancia-do-conceito-para-negocios/>. Acesso em: 03 de jan. de 2014.

FLECK, Ana Claúdia; WAGNER, Adriana. A mulher como a principal provedora do sustento econômico familiar. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v8nspe/v8nesa05.pdf>. Acesso em 25de jul. 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.Relatório global 2000.

_____.Relatório global 2005.

_____.Relatório global 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil- 200**7. Curitiba: IBQP, 2008.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOBSBAWM, Eric J. **O novo século:** entrevista a António Políto**.** São Paulo: Companhia da Letras, 2000.

IANNI, Octávio. **A era do globalismo**. 11 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

IINSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICDADA. **Cresce número de mulheres chefes de família.** 2008. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/cresce-numero-de-mulheres-chefes-de-familia-diz-pesquisa/17121>. Acesso em 26 de mar. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. **Dados da pesquisa GEM 2013.** 2014. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/noticia/97/divulgados-os-dados-da-pesquisa-gem-2013>. Acesso em 27 de mar. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2004. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 26 mar. 2014.

OS EFEITOS DA REVOLUCAO INDUSTRIAL NAS MULHERES E CRIANCAS. Disponível em: <http://www.libertarianismo.org/joomla/index.php/academia/artigosnovo/31-os-efeitos-da-revolucao-industrial-nas-mulheres-e-criancas>. Acesso em: 04 de agost. de 2014.

JONATHAN, Eva G**. Mulheres empreendedoras:** o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. Disponível

em:<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-56652011000100005&script=sci_arttext>. Acesso em: 18 de jul. de 2014.

LAGES. Sônia Regina. **Desafios do empreendorismo feminino:** uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. Disponível em:<https://www.google.com.br/search?hl=pt&source=hp&q=desafios+do+empreendedorismo+feminino&gbv=2&oq=desafios+do+empreee&gs_l=heirloom hp.1.6.0i13l4j0i13i30l6.7972.15631.0.22729.21.17.0.4.4.0.718.3043.3-4j2j0j1.7.0....0...1ac.1.34.heirloom-hp..10.11.3121.TRnS4MreF48>. Acesso em 03 Jan. 2014.

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS. Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MIGLIOLI, Jorge. **Globalização:** uma nova fase do capitalismo?Crítica Marxista, São Paulo, Brasiliense, 1996.

NYE JUNIOR. Joseph S. **Cooperação e conflito nas relações internacionais:** uma leitura essencial para entender as principais questões na política mundial. São Paulo: Editora Gente, 2009.

RIBEIRO, Leandro De Moura. **A igualdade jurídica de homens e mulheres:** constituição e ações afirmativas. Disponível em: <http://www.ambito juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9390>. Acesso em: 22 de mar. de 2014.

SILVEIRA, A. et al. **Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender**.Disponível em:<http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo_daniele.pdf>. Acesso em 27 de mar. 2014.

SOUZA**,** Maria José Barbosa de; TRINDADE, Fernanda de Magalhães. **Empreendedorismo Feminino:** um estudo de caso com mulheres proprietárias de empresas turísticas de Florianópolis / SC. Disponível:<http://eventos.univerciencia.org/index.php/seminANPTUR/2009/paper/viewFile/388/78> Acesso em: 20 de jan. de 2014.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Série Inclusão:** a conquista do voto feminino no Brasil. Brasília-DF. 18 de abril de 2013. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/noticias-tse/2013/Abril/serie-inclusao-a-conquista-do-voto-feminino-no-brasil>. Acesso em 27 de mar. 2014.

TONELLI, Maria José; ANDREASSI, Tales. **Mulheres empreendedoras:** além de promover a inclusão de muitas profissionais no mercado, o empreendedorismo feminino incentiva o desenvolvimento de comunidades mais prósperas. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/20638/19371>. Acesso em: Acesso em 10 Jan. 2014.

VAZ, Caroline de Fátima Matiello; LAIMER, Rosane Terezinha. **A inserção da mulher no mercado de trabalho e o surgimento da profissão secretária.** Disponível

em:<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.upf.br%2Fseer%2Findex.php%2Fser%2Farticle%2Fdownload%2F1783%2F1188&ei=_RAqVL__ILaTsQSv_4KoCA&usg=AFQjCNFEkYQFMemhj0wbEdKOkAj02-CZTg&bvm=bv.76477589,d.cWc>. Acesso em: 13 de jul. de 2014.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 13 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

APÊNDICE A – Questionário aplicado às mulheres empreendedoras da cidade de Chapadinha-Ma.

1) Qual a sua idade?

2) Qual seu grau de escolaridade?

3) Para você, qual a definição de empreendedor?

4) Quais as características que você julga importante para uma pessoa se tornar um empreendedor de sucesso?

5) Quanto tempo você dedica diariamente à administração de seu empreendimento?

6) Quais os elementos que você julga importante para manter uma empresa dentro de uma perspectiva de sucesso?

7) Quais os principais fatores que podem levar ao fracasso em um empreendimento?

8) Qual o motivo que levou a iniciar o próprio negócio?

9) Qual sua contribuição na renda familiar?

10) Há dificuldade em conciliar trabalho e família?

11) Já sofreu ou sofre algum tipo de preconceito por parte da sociedade ou em contratos que queira manter?

12) Qual sua principal contribuição para a sociedade chapadinhense?

13) Qual a diferença encontrada entre empreendedorismo feminino e masculino mais importante a ser destacada?