

MOTIVAÇÕES, CARACTERÍSTICAS E DIFICULDADES NO EMPREENDEDORISMO DE GÊNERO

MOTIVATIONS, CHARACTERISTICS, AND DIFFICULTIES IN GENDER ENTREPRENEURSHIP

Elayne Gomes de Sousa ¹[0009-0003-7556-7933]
Benedita Marta Gomes Costa ¹[0000-0002-2740-0560]
Sefisa Quixadá Bezerra ¹
Levi Leonido Fernandes da Silva ²[0000-0001-6603-034X]
Elsa Maria Gabriel Morgado ³[0000-0002-3653-7876]

¹ Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA)

² Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

³ Instituto Politécnico de Bragança (IPB), Centro de Investigação em Educação Básica
elaynegst@gmail.com, marta_costa@uvanet.br,
sefisaquixada@gmail.com, levileon@utad.pt, elsa.morgado@ipb.pt

Resumo. Com as crises econômicas das últimas décadas o empreendedorismo tem se tornado uma alternativa cada vez mais procurada pelas pessoas, mesmo que possa ser um caminho arriscado, caso o negócio não seja conduzido de maneira eficiente. Mas justamente por esse motivo é fundamental ter coragem e persistência para alcançar resultados de médio a longo prazo. Daí surge a figura do empreendedor. Empreendedores têm características distintas. São pessoas ousadas, visionárias, que buscam algo diferente e têm visão de futuro. É também perceptível uma maior participação das mulheres no mercado empreendedor, e um aumento, por parte de estudiosos, a busca da compreensão, os motivos e desafios desse mercado, desde o seu ingresso. Visando estudar o empreendedorismo feminino, este artigo se diferencia focando na cidade de Tianguá, município localizado na região da Chapada da Ibiapaba que apresentou a maior densidade de empreendedores individuais, 0,82% em 2016. Tem-se o propósito de compreender melhor os motivos que levaram mulheres a iniciar um empreendimento, conhecendo as suas dificuldades e identificando se há desigualdade de gênero no ambiente em que atuam. Para isso, será estudada a participação das mulheres no mercado empreendedor brasileiro, regional, estadual até chegarmos à localidade pretendida. O estudo é classificado como pesquisa aplicada, exploratória descritiva, com abordagem quantitativa, junto a mulheres tianguaenses. Pela análise dos dados, apesar de cada entrevistada possuir sua jornada particular no empreendedorismo, muitas motivações, características e percepções são comuns entre elas. Tangente a isso, é importante destacar a relevância que elas dão à persistência dentro do ambiente empreendedor para poder vigorar o negócio e que a sociedade ainda possui dificuldade em compreender que empreendedorismo, liderança ou cargos de poder não são objetos inerentes da figura masculina.

Palavras-chave: Gênero. Mulheres. Sociedade. Empreendedorismo. Motivações.

Abstract. With the economic crises of recent decades, entrepreneurship has become an alternative increasingly sought by people, even though it can be a risky path if the business is not managed efficiently. Precisely for this reason, courage and persistence are essential to achieve medium- and long-term results. From this emerges the figure of the entrepreneur. Entrepreneurs have distinctive

characteristics. They are bold, visionary people who seek something different and have a vision for the future. Greater participation by women in the entrepreneurial market is also noticeable, together with growing interest among scholars in understanding the reasons for and challenges of this market from the moment women enter it. Seeking to study female entrepreneurship, this article distinguishes itself by focusing on the city of Tianguá, a municipality located in the Chapada da Ibiapaba region that had the highest density of individual entrepreneurs, 0.82%, in 2016. Its purpose is to better understand the reasons that led women to start a business, to learn about their difficulties, and to identify whether gender inequality exists in the environment in which they operate. To this end, women's participation in the Brazilian entrepreneurial market will be studied at the regional, state, and national levels until reaching the intended locality. The study is classified as applied, exploratory, and descriptive research with a quantitative approach, conducted with women from Tianguá. Analysis of the data shows that, although each interviewee has her own particular entrepreneurial journey, many motivations, characteristics, and perceptions are shared. In this regard, it is important to emphasize the relevance they assign to persistence within the entrepreneurial environment in order for the business to thrive, and that society still has difficulty understanding that entrepreneurship, leadership, or positions of power are not objects inherent to the male figure.

Keywords: Gender. Women. Society. Entrepreneurship. Motivations.

Introdução

O empreendedorismo tem se tornado uma alternativa cada vez mais procurada pelas pessoas, mesmo com a possibilidade de ser um caminho arriscado. Nesse aspecto, o mercado empreendedor tem apresentado um cenário promissor para quem, além da necessidade, consegue discernir as oportunidades. De acordo com dados avaliados pelo Sebrae (2021), em 2011 os micros e pequenos negócios representavam 27% do PIB brasileiro, gerando 52% dos empregos com carteira assinada no país.

Dornelas (2003) alega que empreendedores têm características distintas, são indivíduos ousados, visionários, que buscam algo diferente e têm visão de futuro. Além disso, de acordo com Vieira (2021), a questão de gênero vem sendo mais abordada na literatura acerca do empreendedorismo. Nesse contexto, é notada uma participação crescente das mulheres no mercado empreendedor, assim como um aumento gradual, por parte de estudiosos, acerca da compreensão dos seus motivos e desafios para ingressarem nesse meio. O fato é que, no Brasil, as mulheres estão em menor número tanto na categoria de empreendedores iniciais, como de empreendedores estabelecidos (GEM, 2019), sendo que nessa segunda categoria a disparidade é maior.

O diferencial deste artigo está presente justamente no recorte da pesquisa, que é voltado para mulheres, estas moradoras do interior do Ceará, especificamente da cidade de Tianguá. O Ceará é um dos Estados que compõem a região Nordeste do Brasil, tendo a população estimada em pouco mais de nove milhões de habitantes (IBGE, 2021) e Tianguá é uma cidade do interior do estado com alta densidade de empreendedores individuais (SEBRAE, 2017).

Esse estudo tem o propósito de compreender os motivos que levam mulheres tianguaenses a iniciar um empreendimento, bem como entender as dificuldades que enfrentam, identificando se há desigualdade de gênero no ambiente em que atuam. A finalização desse estudo deverá proporcionar dados que auxiliem outras empreendedoras e agências fomentadoras, e quiçá o próprio Governo, a compreender a grandiosidade e o valor dessa força de trabalho.

Material e Métodos

Estudo classificado como pesquisa aplicada. De acordo com os seus objetivos é um estudo exploratório descritivo, com abordagem quantitativa, tendo sido aplicado os construtos em 15 mulheres do local, numa amostra classificada como não probabilística intencional ou por julgamento, que segundo Mattar (2001:139) “é uma estratégia muito utilizada a de se escolherem casos julgados como típicos da população em que o pesquisador está interessado”.

A aplicação realizou-se entre os meses fevereiro e maio de 2020. O construto era dividido em três seções: a primeira acerca dos dados de identificação ou classificação da empreendedora, a segunda tratava especificamente do negócio e a terceira, sobre a experiência da entrevistada com o empreendedorismo, levando em consideração as suas motivações, características e dificuldades.

Resultados

Visando compreender quais motivos levam mulheres a iniciar um empreendimento, conhecendo as dificuldades que enfrentaram e identificando se há desigualdade de gênero no ambiente em que atuam, 67% das mulheres afirmaram existir tal disparidade. No que tange esse assunto, 13% das empreendedoras já tiveram o seu trabalho abertamente questionado apenas pelo fato de ser mulher. Cabe destacar que a maioria das mulheres que colaboraram com a pesquisa são adultas, têm filhos, já concluíram uma graduação, estão há menos de 20 anos no mercado e estabeleceram um horário flexível para o trabalho no seu empreendimento.

Além disso, a maior parcela dessas mulheres afirmou ter iniciado o seu negócio por ter identificado uma oportunidade para tal. Sobre os principais motivos para dar início a um empreendimento, 80% delas destacou que equilibrar a sua vida pessoal com profissional seria um deles, ou seja, a possibilidade de trabalhar no que gosta, gerar seu sustento e da sua família e ainda ter tempo para cuidar de todos. O que corrobora com a percepção de Quental e Wetzel (2002) de que esse é um dos motivos mais fortes para que as mulheres empreendam.

Entretanto, a motivação citada por 93% delas foi a de poder trabalhar com o que realmente gostam. Levando em consideração pontos destacados por Gomes (2006) e Paladino (2010) acerca de particularidades das mulheres que empreendem, foi possível compreender melhor como as mulheres se enxergam enquanto empreendedoras. Os resultados apresentaram que 100% delas, ou seja, todas as mulheres consideram possuir boa intuição enquanto donas de um negócio, já quando abordadas sobre a questão da autoconfiança, esse percentual não é unânime, reduzindo para 87% que afirmou possuir essa característica. Sobre as adversidades, “a cobrança vinda de outras pessoas e de si mesma” foi a mais citada (80%). Porém, mesmo com percalços, todas as empreendedoras falaram sobre as suas perspectivas de futuro.

Conclusões

Os resultados advindos da pesquisa permitem algumas reflexões acerca do empreendedorismo feminino. Ao analisar os dados, pudemos perceber, que cada entrevistada possui sua jornada particular na carreira empreendedora, mas identificamos algumas motivações e características comuns entre elas, inclusive dificuldades.

Considerando ainda a estrutura conservadora da sociedade, a própria disposição das leis, que há pouco tempo permitiu a mulher abrir seu próprio negócio, o fato do estudo ter sido conduzido numa cidade interiorana e as cobranças impostas ao “papel feminino”, tudo isso afeta a vida dessas mulheres e consequentemente o desenvolvimento do seu negócio. Justamente por essa razão, as empreendedoras precisam fazer alguns sacrifícios, como neutralizar comentários e cobranças de terceiros para poder conquistar o seu sucesso profissional, que, de acordo com a pesquisa realizada, é uma grande motivação para fazer com que elas iniciem um negócio. Tendo em conta os dados levantados na pesquisa, algumas das entrevistadas revelaram já ter seu trabalho questionado apenas pelo seu gênero. A princípio esse dado pode não parecer relevante, mas é amedrontador perceber que a sociedade ainda possui dificuldade em compreender que empreendedorismo, liderança ou cargos de poder não são objetos inerentes da figura masculina. Embora o estudo tenha se dado num contexto restrito e considerando o seu público-alvo, há desigualdade de gênero no ambiente empreendedor de Tianguá, em função de experiências que elas vivenciaram ou das quais já ouviram falar. Por fim, é relevante destacar que as mulheres estão conseguindo inserção, manutenção e progresso no empreendedorismo por suas próprias habilidades e competências empresariais.

REFERÊNCIAS

1. DORNELAS, J. C. A.. 2003. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se identificar em organizações estabelecidas. Elsevier.
2. GEM. Global Entrepreneurship Monitor. 2019. Empreendedorismo no Brasil. IBPQ.
3. GOMES, A. F.. 2006. Mulheres empreendedoras. Edições Uesb.
4. IBGE.. 2021. Panorama Brasil Ceará. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/panorama>. Acesso em: 09 de julho de 2023.
5. MATTAR, F. N.. 2001. Pesquisa de Marketing. (p. 137-139). 3. ed. São Paulo. Atlas.
6. PALADINO, G. G.. 2010. Uma questão de Gênero. In Greco, S. M. S. S. et al. (org.), Empreendedorismo no Brasil: uma questão de gênero (p.74-84). IBQP.
7. QUENTAL, C., & Wetzels, U.. 2002. Equilíbrio trabalho-família e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Salvador, BA.
8. SEBRAE.. 2017. Relatório de escritórios regionais: estudo socioeconômico. Sebrae Ceará. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ce/sebraeaz/regional-ibiapaba-estudo-socioeconomico,e1b0bca45479e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 07 de julho de 2023.
9. SEBRAE.. 2021. Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 07 de julho de 2023.
10. VIEIRA, M. O.. 2021. A intenção empreendedora e o gênero: um estudo na Escola de Engenharia da Universidade do Minho. Universidade do Minho, Escola de Engenharia.