

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM  
EMPRESAS**

**TAIZE DOS SANTOS FERNANDES**

**A INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO EMPODERAMENTO DAS  
MULHERES EMPRESÁRIAS NA REGIÃO DO EXTREMO SUL DE SANTA  
CATARINA.**

**CRICIÚMA-SC**

**2015**

**TAIZE DOS SANTOS FERNANDES**

**A INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO EMPODERAMENTO DAS  
MULHERES EMPRESÁRIAS NA REGIÃO DO EXTREMO SUL DE SANTA  
CATARINA.**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas no curso de Administração com formação específica em empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador (a): Prof. a. Msc. Gisele Silveira Coelho Lopes

**CRICIÚMA-SC**

**2015**

**TAIZE DOS SANTOS FERNANDES**

**A INFLUÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO EMPODERAMENTO DAS  
MULHERES EMPRESÁRIAS NA REGIÃO DO EXTREMO SUL DE SANTA  
CATARINA.**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel em Administração de Empresas, no Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Empresas.

Criciúma, 04 de Dezembro de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. a. Gisele Silveira Coelho Lopes – Msc. – UNESC - Orientadora

---

Prof. a. Melissa Watanabe – Dra. – UNESC

---

Prof. a. Cristina Keiko Yamaguchi – Dra. – UNESC

## **Dedicatória**

Dedico esta Monografia a minha família, em especial ao meu esposo que sempre me incentivou e contribuiu para esta pesquisa e ao meu filho que foi fonte de minha motivação e determinação.

## **AGRADECIMENTOS**

Quero primeiramente agradecer a Deus, pela força e graças alcançadas na minha vida acadêmica, pois só Deus nos permite seguir o caminho certo sem desistir e lutar com perseverança.

Reverencio a Prof. a. Msc. Gisele Silveira Coelho Lopes do curso de Administração- Linha específica em Empresas, pela sua dedicação e profissionalismo, atenção e orientação do trabalho de conclusão de curso.

Também por meio deste, agradecer a toda comunidade da Universidade do Extremo Sul de Santa Catarina (UNESC), pela oportunidade e apoio a monografia, em especial a Prof. (a). Msc. Valéria Araújo, orientadora no Projeto de Trabalho de Conclusão Curso e ao Prof. Msc. Júlio Cesar de Farias Zilli orientador na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso- Tcc I, ambos também pela dedicação e aprendizagem na elaboração de projeto TCC e da monografia.

Agradecer aos amigos (as) pelo incentivo e força na caminhada acadêmica e a minha família pela cooperação e inspiração para o desenvolvimento de minha pesquisa, em especial ao meu esposo, que sempre esteve ao meu lado me ajudando e incentivando.

E por fim agradeço a banca que se dispôs em avaliar a monografia e agradecer de coração a CDL- Câmara de Dirigentes Lojistas pelo fornecimento do número de empreendimentos femininos na cidade e principalmente as empresárias conveniadas a CDL do município de Forquilha/SC que disponibilizaram toda a informação necessária para a pesquisa de campo, onde proporcionaram experiências da vida real acerca do tema abordado na monografia.

**“É importante frisar que quando empodera uma mulher você muda o mundo. Espero que, em 20 anos, tenhamos menos batalhas e que toda mulher possa ser aquilo que deseja”**

**Diane Von Furstenberg**

## RESUMO

FERNANDES, Taize dos Santos. **A influência do empreendedorismo no empoderamento das mulheres empresárias na região do extremo sul de santa catarina.** 2015, 92 Págs. Monografia do Curso de Administração - Linha específica em Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Este trabalho objetiva conhecer a influência do empreendedorismo no empoderamento das mulheres empresárias na região do extremo sul de Santa Catarina, especificamente no município de Forquilha-SC. Para desenvolvimento da pesquisa, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica, descritiva e de campo. A técnica de coleta dos dados foi por meio de entrevista gravada com roteiro semiestruturado. A unidade de análise foram 15 mulheres empreendedoras residentes em Forquilha- SC. A técnica de análise foi de conteúdo e qualitativa. Os resultados da pesquisa evidenciaram que as mulheres empreendedoras entrevistadas iniciaram seus negócios muito cedo, cujos motivos que as levaram permanecer em seus negócios foi à família, a autorrealização profissional e a própria necessidade. Quanto ao empoderamento, pode-se dizer a maioria se sente empoderada no seu empreendimento e na família. Essa conquista proporcionou a realização profissional desejada. É possível concluir que o empreendedorismo facilitou no empoderamento das mulheres empresárias na oportunidade de empreender no mercado de trabalho e estas mulheres criaram seus negócios pela capacidade de se empoderar pelos espaços oportunizados, porém sem o apoio da família estas mulheres talvez não tivessem conseguido realizar seus objetivos pretendidos pessoais e profissionais.

Palavras-chave: Empoderamento, Empreendedorismo, Feminino.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Participação das Mulheres como empreendedoras (2002 a 2012- em %).23

Figura 2- Participação das Mulheres por porte de negócio (2002 a 2012- em %). ....24



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Ocupação por gênero feminino (2002 a 2012- em mil pessoas).....	25
Quadro 2- Ocupação por gênero masculino (2002 a 2012- em mil pessoas).....	26
Quadro 3 - As dimensões do <i>Empowerment</i> feminino.....	30
Quadro 4- Referencial teórico da pesquisa bibliográfica.....	39
Quadro 5- Estruturação da população-alvo.....	41
Quadro 6- Síntese do delineamento da pesquisa.....	42
Quadro 7- Faixa Etária.....	44
Quadro 8- Estado Civil e filhos/ quantidade e idade.....	45
Quadro 9- Graduação de escolaridade.....	46
Quadro 10- Idade que iniciou no mercado.....	46
Quadro 11- Tempo no mercado x Influências externas para abrir o negócio próprio.....	48
Quadro 12- Condição financeira do negócio.....	50
Quadro 13- As opiniões de ter o desejo de trabalhar fora e ter sua própria renda.....	52
Quadro 14- Organização na vida pessoal com a profissional e carga horária própria.....	53
Quadro 15- Razões que as impulsionaram e influências.....	55
Quadro 16- Estabilidade Econômica e Financeira.....	56
Quadro 17- Desempenho no negócio.....	57
Quadro 18- Bem-estar.....	59
Quadro 19- Sucesso profissional.....	60
Quadro 20- Plano para o futuro e ou objetivo de vida.....	62
Quadro 21- Dificuldades na atividade de Empreendedora.....	64
Quadro 22- A influência do Grau de Escolaridade e a busca conhecimento profissional.....	66
Quadro 23- Grau de participação nas decisões da casa e no trabalho.....	69
Quadro 24- Liberdade Profissional.....	69
Quadro 25- Características como empreendedoras.....	70

Quadro 26- Significado de Família e reconhecimento familiar.....	72
Quadro 27- Trajetória profissional.....	73
Quadro 28- Preconceito e Dificuldades da mulher em inserir no mercado.....	74
Quadro 29- Diferenças no perfil empreendedor masculino e feminino na sociedade.....	75
Quadro 30- Participação na sociedade.....	76
Quadro 31- Perfil de liderança e capacidade de delegação de responsabilidade para outras pessoas.....	77

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**CDL-** Câmara de Dirigentes Lojistas

**CNPJ-** Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

**GEM-** Global Entrepreneurship Monitor (Monitoramento Global de Empreendedorismo).

**SEBRAE-** Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

**SPC-** Serviço de Proteção ao Crédito.

**UNESC-** Universidade do Extremo Sul Catarinense

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA .....	16
1.2 OBJETIVOS .....	17
1.2.1 Objetivo geral .....	17
1.2.2 Objetivo específicos .....	17
1.3 JUSTIFICATIVA .....	17
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>19</b>
2.1 O EMPREENDEDORISMO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS.....	19
2.1.1 O empreendedorismo e o desenvolvimento socioeconômico .....	21
2.1.2 O empreendedorismo e as diferenças de gêneros.....	24
2.1.3 O perfil da mulher empreendedora <i>versus</i> o perfil do homem empreendedor.....	27
2.2 O EMPODERAMENTO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS.....	28
2.2.1 As dimensões ou fases do empoderamento .....	30
2.2.1.1 <i>Dimensão Econômica</i> .....	31
2.2.1.2 <i>Dimensão psicológica</i> .....	31
2.2.1.3 <i>Dimensão Políticas e Grupal</i> .....	32
2.2.1.4 <i>Dimensão familiar</i> .....	32
2.2.1.5 <i>Dimensão sociocultural ou educacional</i> .....	33
2.2.2. O empoderamento feminino e o mercado de trabalho .....	33
2.3 O EMPREENDEDORISMO E O EMPODERAMENTO FEMININO: FATORES DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL .....	35
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>37</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	37
3.1.1. Tipos de Pesquisa .....	38
3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO.....	40
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS .....	42
3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS .....	42
3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	42

<b>4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>44</b>
4.1 PERFIL DAS ENTREVISTADAS.....	44
4.2 ASPECTOS DETERMINANTES PARA A EFETIVAÇÃO DO EMPREENHIMENTO.....	48
4.3 O EMPODERAMENTO DAS MULHERES EMPREENDEDORAS E AS DIMENSÕES.....	51
4.4 DISCUSSÃO OS RESULTADOS.....	78
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>81</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>84</b>
<b>APÊNDICES (S).....</b>	<b>88</b>
APÊNDICE A- ROTEIRO DE PESQUISA COM AS EMPRESÁRIAS DE FORQUILHINHA/SC.....	89

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo surgiu no Brasil a partir da década de 1990, pelas mudanças relacionadas à globalização, atualmente é visto como uma opção para os diplomados e os que desejam se estabelecer no mercado de trabalho (DORNELAS, 2005).

Hisrich e Peters (2004) definem o empreendedorismo como o processo de criar algo novo com valor, partindo da dedicação de tempo e de esforços necessários dos riscos consequentes. Na verdade os autores defendem a ideia de que o empreendedorismo instiga as pessoas a possuir um comportamento inovador, voltado para a criação de um novo negócio com reconhecimento, independente dos riscos e das mudanças.

Ao referir-se ao gênero feminino em relação ao empreendedorismo, cabe citar que a influência das atividades empreendedoras, proporcionou a mulher oportunidades de inserir-se no mercado de trabalho. Como faz notar que as mulheres têm participado ativamente no cenário empreendedor, motivadas pela sobrevivência no mercado e a participação maior vem dos negócios iniciais em favor dos empreendimentos estabelecidos (NATIVIDADE, 2013).

Silva (2013) faz sua contribuição ao empreendedorismo feminino, quando aponta que as mulheres avançaram na conquista do seu espaço na sociedade, e isto provém da consciência do papel social que desempenham, apesar de suas limitações que lhe são impostas culturalmente. Essas delimitações que o autor refere-se são as desigualdades sociais relacionadas pelo gênero feminino e conflitos trabalho-família.

Nesta mesma corrente, apesar das influências em relação ao gênero feminino, o cenário econômico traz crescimento da participação da mulher no mercado nacional pelos novos empreendimentos, por meio de pesquisas (Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em Micro e Pequenas empresas, 2014) entre o período 2002 a 2012. A qual a participação das mulheres nos negócios no Brasil foi de 878 mil para pouco mais de (1) um milhão nos setores de comércio e serviços (SEBRAE, 2014).

Ao analisar a região Sul do Brasil, os relatórios do Monitoramento global do empreendedorismo - GEM (2014), o programa de empreendedorismo,

apresentou uma taxa de 49,9% da participação da mulher em relação aos negócios iniciais, enquanto os homens a participação apresenta uma taxa de 50,1%, pode-se perceber que as mulheres estão evoluindo pelo aumento de negócios no mercado de trabalho e pela oportunidade oferecida pelo empreendedorismo. E a maior parte dos empreendedores iniciais dessa região, encontra-se na faixa etária de 18 a 34 anos.

Tratando-se da cidade de Forquilha- SC, no que se refere na inserção em tipos do negócio, as mulheres estão efetivando empreendimentos por meio das micro e pequenas empresas, nos segmentos de comércio e serviços.<sup>1</sup>

Identifica-se em base a Silva (2013) e aos dados SEBRAE (2014) que a influência do empreendedorismo para os negócios femininos obtém-se não apenas das ações empreendedoras e oportunidades, mas da luta em romper as barreiras em relação à desigualdade social, da necessidade de ter sua renda própria e por meio do empoderamento feminino, as mulheres conseguiram inserir-se no mercado como empregadoras e trabalhar por conta própria.

O significado de Empoderamento é relacionado ao poder que o indivíduo ou grupos possuem para resolver questões ou problemas que dizem respeito, ou quase que sinônimo de autarquia (HOROCHOVSKI, 2006).

No que se refere ao empoderamento feminino, Melo e Lopes (2012) sustentam que a primeira vertente sobre o assunto no país surgiu a partir da década de 1970, onde se iniciou a conscientização das mulheres da necessidade de se empoderar para se igualar socialmente com os homens, pela razão econômica e política, quanto para ampliar o acesso a direitos humanos e fundamentais, como saúde e educação.

Em virtude aos dados apresentados, o presente estudo buscou-se compreender a inserção da mulher nos negócios, por meio do empoderamento feminino. Por isso torna o empreendedorismo e empoderamento feminino uma temática que desperta interesse de estudo, sendo assim a presente pesquisa busca apresentar como objetivo, a análise da influência do empreendedorismo no empoderamento das empresárias na região do extremo sul de Santa Catarina, especificamente na cidade de Forquilha/ SC.

---

<sup>1</sup> Informação fornecida por Maciel, secretário da ACIF- Associação Comercial e Industrial de Forquilha em Março de 2015.

A pesquisa está dividida em cinco partes, sendo a primeira parte, a introdução, bem como, a situação problema, justificativa e objetivos. Já a segunda etapa compõe da fundamentação teórica, onde o embasamento teórico traz alguns autores em destaque, com publicações relevantes acerca dos temas trabalhados na pesquisa. A metodologia utilizada para aplicação da pesquisa junto com as mulheres empresárias de Forquilha/SC está apresentada com profundidade no terceiro capítulo. No quarto capítulo destacam-se os dados coletados com a pesquisa de campo realizada e as análises, com o intuito de atender os objetivos do trabalho de conclusão de curso. E na última etapa, a conclusão, referências e apêndices.

### 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Considerando a participação da mulher no desenvolvimento socioeconômico do país, por meio do empreendedorismo e do poder de decisão, ainda busca questionar a influência do empreendedorismo no empoderamento das mulheres empresárias no município de Forquilha - SC.

Tanto o empreendedorismo quanto o empoderamento feminino, são temas considerados novos no Brasil. Algumas pesquisas debruçaram esforços para investigar a temática do empreendedorismo feminino (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2014; SILVA, 2013; CRAMER ET AL, 2012). Da variável empoderamento (DEERE; LEÓN, 2002; MELO; LOPES, 2012; HOROCHOVSKI, 2006; LISBOA, 2007).

Em relação ao empreendedorismo feminino, alguns autores como Silva (2013), retratam as barreiras que a mulher teve que enfrentar na inserção no mercado de trabalho, já Gouvêa, Silveira, Machado (2013), buscam destacar o perfil pessoal e profissional das mulheres empreendedoras. Se tratando do empoderamento, Melo e Lopes (2012) e Horochovski (2006), destacam a importância e características deste novo termo, para o novo modelo de gestão, bem como, na perspectiva das mulheres nas organizações, e Lisboa (2007) e Deere e Léon (2002), trata o empoderamento como capacitação e valorização das mulheres no mercado de trabalho.



Esse trabalho se alia o corrente teórico o empreendedorismo e empoderamento feminino, analisar a influência do empreendedorismo, isso porque, há estudos e pesquisas que destacam as características e práticas dessas variáveis.

O trabalho se justifica por que nas investigações teóricas e empíricas que não foram encontradas com esse propósito no país, os achados podem contribuir com outros estudos semelhantes.

Neste sentido, a questão da pergunta que deu origem a presente pesquisa é: **qual a influência do empreendedorismo no empoderamento das mulheres empresárias na região do extremo sul de Santa Catarina?**

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

Conhecer a influência do empreendedorismo no empoderamento das mulheres empresárias na região do extremo sul de Santa Catarina.

### 1.2.2 Objetivos Específicos:

- a) Identificar o perfil das mulheres empreendedoras da região do extremo sul de Santa Catarina, especificamente do município de Forquilha - SC;
- b) Levantar os aspectos determinantes para a efetivação do empreendimento pelas mulheres;
- c) Apontar as dimensões de empoderamento feminino a partir das razões que levaram a criar o próprio negócio;

## 1.3 JUSTIFICATIVA

O presente estudo propõe conhecer a influência do empreendedorismo no empoderamento feminino das empresárias de Forquilha/SC. O que justifica a realização deste estudo é que estes dois temas têm despertado interesse para estudos por alguns autores, conforme apresentado na seção 1.1. Atingir os objetivos propostos é de grande valia, devido à crescente participação das mulheres nos

negócios no mercado nacional, influenciadas pela necessidade de se empoderar tanto na sociedade ou quanto em suas relações familiares.

Esta pesquisa é de muita importância para as mulheres empresárias de Forquilha/SC e região, visto que muitas ainda não reconhecem que por meio do empoderamento, elas conseguiram alcançar seus objetivos e se estabilizar nos seus empreendimentos. E incentivará a participação de mais mulheres no mercado de trabalho, em que desejam a criar seu negócio próprio por meio do empreendedorismo. O estudo também terá relevância para o meio acadêmico, pois servirá como subsídio a muitos dos discentes e docentes em seus trabalhos e pesquisas, proporcionando crescimento individual, coletivo de seu saber.

O tema a ser discutido é oportuno pelo crescimento de mulheres empreendedoras inseridas no mercado de trabalho durante os últimos 10 anos, e pelo reconhecimento da mulher nos negócios. E em relação ao tema, cabe citar que os dois assuntos abordados, são poucos explorados em forma de pesquisa e estão influenciando no aquecimento da economia do país.

A viabilidade do estudo foi por meio da disponibilidade de acesso pela pesquisadora a todos dados necessários, como, livros e artigos sobre os temas, e pelas informações obtidas das empresárias de Forquilha na pesquisa de campo. E também foi viável pela possibilidade da realização do mesmo no tempo devido e para aprovação do curso de bacharelado em Administração, com linha específica em empresas da UNESC- Universidade do Extremo Sul Catarinense.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão apresentadas referências teóricas acerca dos temas pesquisados. Onde nesta seção serão fundamentados os conceitos sobre empreendedorismo, empreendedorismo feminino e também pressupostos sobre empoderamento, empoderamento feminino e bem como as suas dimensões existentes.

### 2.1 O EMPREENDEDORISMO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

O conceito de empreendedorismo origina-se da palavra em francês- *entrepreneur* que significa empreiteiro, empreendedor e empresário ou aquele que está à frente ou estar entre (FERREIRA; GIMENEZ; AUGUSTO, 2014).

O significado da palavra empreendedorismo para Oliveira (2014) traz como um processo evolutivo e inovador das capacidades, habilidades e atitudes profissionais direcionadas por meio dos resultados dos empreendimentos. O autor ainda evidencia que o termo empreendedorismo historicamente foi projetado por Josep Shumpeter, uns dos mais importantes economistas australianos, nos anos de 1883 a 1950, pois este conseguia almejar seus resultados relacionados às inovações implantadas na sua vida de executivo.

Na visão de Ferreira, Gimenez e Augusto (2014), o empreendedorismo apresenta uma multiplicidade de conceitos, origens e definições. Os autores ressaltam em um dos conceitos, que o empreendedorismo está ligado com a noção de destruição criativa, ou seja, na inserção de atitudes inovadoras ou de novas combinações de algo que já existe.

Hisrich e Peters (2004) evidenciam que a teoria do empreendedorismo iniciou-se no passado com Marco Polo, conhecido como embaixador e explorador veneziano, a partir do momento em que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente. E na idade média, o termo empreendedor, surgiu com os administradores de produção, e o sistema de empreendedorismo evoluía com base nas classes dos comerciantes e na ascensão das cidades.

O termo empreendedorismo passou por três eras distintas quanto ao pensamento empreendedor, a primeira conhecida como a era econômica, por volta

dos anos 1870-1940, a segunda chamada era das ciências sociais, entre 1940-1970 e a terceira como a era estudos de gestão, nos anos de 1970 (VERGA; SILVA, 2014). Verga e Silva (2014) explicam que na era econômica, o interesse do empreendedorismo veio por parte dos economistas, já na era das ciências sociais, foi um interesse marcado pelos estudiosos das áreas sociais que direcionaram seus interesses no empreendedor como indivíduo com personalidade, e na era de estudos de gestão, foi marcada por mudanças políticas, econômicas e tecnológicas, e neste contexto o empreendedorismo passou a ser um tema dominante na sociedade.

No Brasil, o empreendedorismo surgiu em meados dos anos 1990, a partir da influência da globalização e pelo capitalismo dos Estados Unidos e do mundo. Nos países do exterior, o empreendedorismo é referenciado como *Entrepreneurship*, termo em inglês (DORNELAS, 2005). Dornelas (2005) evidencia que pelo fato de ser um tema novo no país e um influenciador no crescimento econômico, este termo propiciou uma crescente ênfase de pesquisas relacionadas ao assunto no meio acadêmico e na criação de programas específicos voltados para o público empreendedor, como exemplo, o SEBRAE.

Mas na visão de Oliveira (2001), o empreendedorismo apesar de se evidenciar nos anos 90, teve sua evolução de forma muito lenta no Brasil, pelo protecionismo existente na época, pois o mercado interno era muito restrito a importações e barreiras eram estabelecidas por parte do governo que proporcionou aos empresários apenas crescimento no âmbito interno no país. A falta de tecnologia também favoreceu ao nível baixo de evolução desta atividade e pela falta de recursos, causadas pelo comodismo.

A atividade empreendedora assume um papel importante e central da economia de um país e tem como vantagem, influenciar a evolução empresarial e proporcionar as mudanças do cenário organizacional, com a introdução de novas empresas, por meio de ações inovadoras e por novas oportunidades (NOGAMI; MEDEIROS; FAIA, 2014).

Dornelas (2005) sustenta que o empreendedorismo não deixa de ser um processo que impulsiona o indivíduo ao objetivo desejado, e surge pelas oportunidades oferecidas do mercado ou de sua personalidade, sempre acompanhada da pergunta: o que empreender? Na verdade o autor define o

empreendedorismo como algo que influencia as pessoas em ter a oportunidade de abrir seu próprio negócio ou exercer uma atividade empreendedora em algum tipo de organização.

Portanto, o empreendedorismo é um fenômeno complexo, mas por outro lado, essencial no contexto atual. Entender o processo de evolução do empreendedorismo, bem como suas características e visões, torna-se um passo importante para a compreensão nas pesquisas sobre empreendedorismo (VERGA; SILVA, 2014).

### 2.1.1 O empreendedorismo e o desenvolvimento socioeconômico

O empreendedorismo e sua relação com o crescimento e desenvolvimento dos países, tem evidenciado um campo de pesquisa caracterizado pela sua interdisciplinaridade e complexidade, mas também pelas suas possibilidades de desenvolvimento científico (FONTENELE, 2010). Além de influenciar no crescimento econômico de um país, aponta o Monitoramento global de empreendedorismo - GEM (2014) que esta atividade também reflete no desenvolvimento social de uma região.

Para Hisrich e Peters (2004), a função de empreendedorismo como a máquina propulsora para economia, influencia não apenas no aumento da produção e na renda *per capita*, mas principalmente promove mudanças na sociedade e na estrutura do empreendimento.

O empreendedorismo possui vários fatores no desenvolvimento de um país, como: a criação de novos negócios, os incentivos regionais quando estimulados pela sociedade ou governo, e em situações ocasionadas pelo desemprego, surge o empreendedorismo por necessidade, e também a empregabilidade pela criação de novos empreendimentos (OLIVEIRA, 2001).

Fontenele (2010) ressalta que a contribuição do espírito empreendedor para o desenvolvimento de um país pode ser avaliada pelas transformações decorrentes da introdução de novos produtos no mercado, ou pelas mudanças tecnológicas e mudanças nos processos produtivos. Em base a visão do autor, pode-se dizer que as atividades empreendedoras proporcionam uma grande

eficiência em relação à concorrência e também mudanças no comportamento do consumidor, que buscam sempre por produtos inovadores no mercado.

Para Veiga e Silva (2014), a relação do empreendedorismo com crescimento há duas linhas de pensamentos. A primeira tem uma visão mais reduzida de desenvolvimento ao igualar o empreendedorismo com o crescimento econômico, a produtividade ou emprego. A outra tem uma visão ligada às atribuições de papéis ou funções, que inclui a realocação de recursos, o risco, o ambiente para inovação e concorrência.

Outro fator que a atividade empreendedora auxilia no cenário econômico, é a possibilidade de variação da taxa de desemprego. Com o aumento de empreendimentos em um país ou região, logo o número de desemprego cai (NOGAMI, MEDEIROS, FAIA, 2013).

Tratando-se dos tipos de empreendimentos existentes pelas mulheres e pelos homens, Natividade (2009), salienta que o Brasil tem maior vigor em empreendimentos nos setores de comércio varejista, com ênfase em alimentação, vestuário e em serviços, principalmente os que têm pouco valor tecnológico agregado.

De acordo com Hisrich e Peters (2004), em relação ao empreendedorismo feminino, teve grande influência para economia nos últimos tempos, tanto como autônomas e pela empregabilidade. Os autores ainda reforçam que geralmente as mulheres tem mais iniciativa em novos negócios do que o gênero masculino.

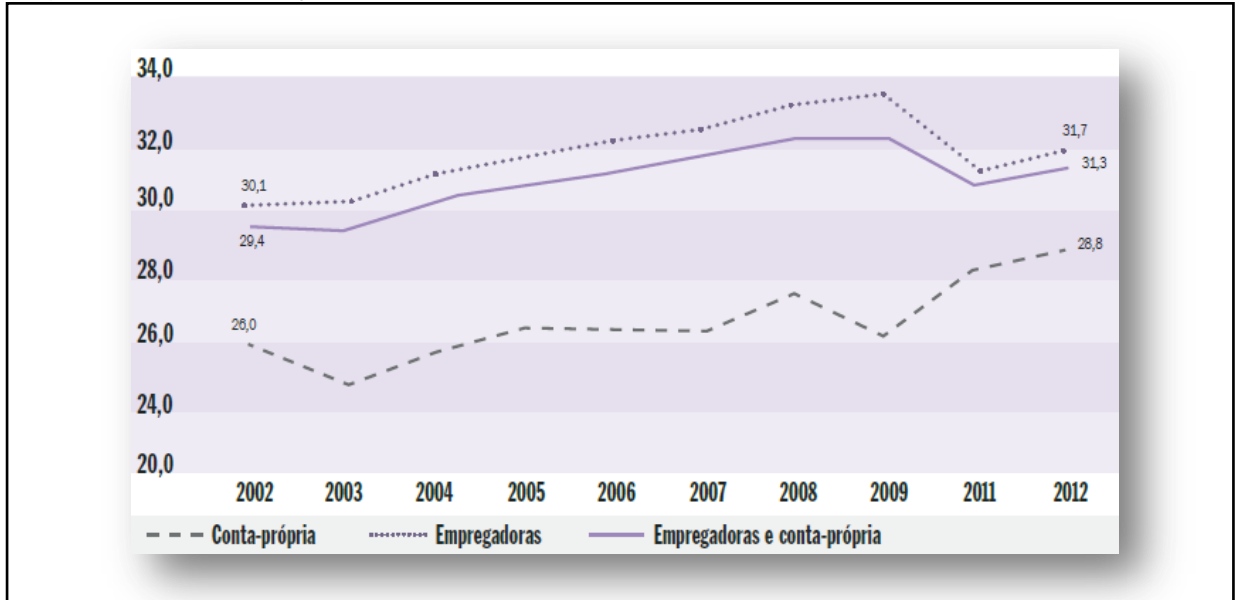
Em base aos dados do SEBRAE (Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em Micro e Pequenas empresas, 2014), na década de 2002 a 2012, as mulheres aumentaram a participação no mercado nacional devido ao crescimento na economia por meio das micro e pequenas empresas e por optarem por trabalharem por conta própria (os empreendedores individuais), apesar da participação ainda ser maior como assalariadas.

Vale ressaltar ainda nesta mesma linha, que o conjunto de empregadoras que trabalham por conta própria ou que possuem seu próprio negócio como microempreendedor no país cresceu devido às oportunidades do mercado e por necessidade (GEM, 2014).

E em relação à participação das mulheres como empreendedoras ao total de empreendedoras no país, o SEBRAE (2014) ressalta que a composição se dá

com forte influência do número de empregadoras e por conta própria, que representa no período em 31,7 % e 31,3%, uma participação relativamente estável conforme Figura 1:

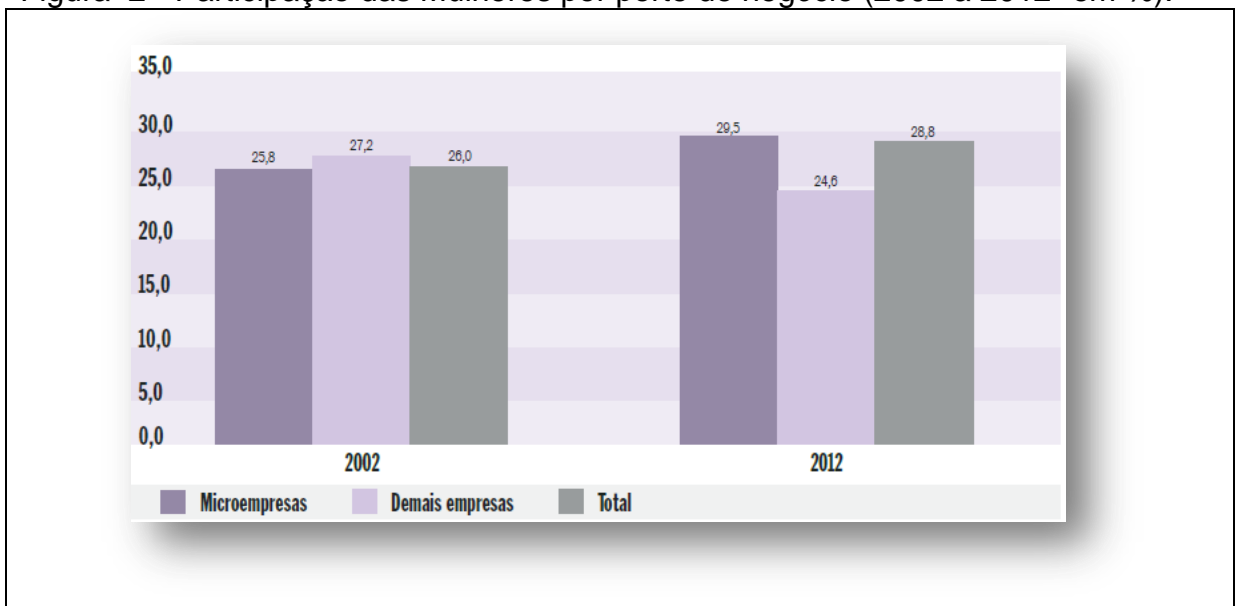
Figura 1 - Participação das Mulheres como empreendedoras (2002 a 2012- em %).



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2014, p.32)

Ao analisar a participação das mulheres por porte de empreendimento, o SEBRAE (2014), proporcionou os seguintes dados, conforme a Figura 2:

Figura 2 - Participação das Mulheres por porte de negócio (2002 a 2012- em %).



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2014, p. 33)

Percebe-se na figura 2, que entre 2002 e 2012, a participação da mulher entre empregadores cresceu nas microempresas e quanto nas demais empresas diminuíram, com uma diferença de 27,2% para 24,6%. Nas microempresas, ficou entre 25,8%, em 2002, e em 2012 passou a ser 29,5%. (SEBRAE, 2014). Esse acréscimo na participação feminina entre os empregadores foi resultado de dois movimentos: redução de totais homens empregadores e o crescimento do número de mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2014).

Diante das ideias apresentadas por Hisrich e Peters (2004), Fontenele (2010) e Veiga e Silva (2014), pode-se compreender que o empreendedorismo além de influenciar na economia do país, proporciona o desenvolvimento social, aumentando o número de empregos e rendas principalmente possibilitando oportunidades ao gênero feminino.

Natividade (2009) pode contribuir na questão que o empreendedorismo se destaca principalmente no comércio, e conforme o SEBRAE (2014) e o GEM (2014), além de se destacar nesta área, o serviços também ajudaram a destacar novos empreendedores, principalmente se tratando das mulheres. E ao analisar o gênero feminino nos novos empreendimentos, o SEBRAE (2014) ainda destaca que o número cresceu de mulheres nos negócios por microempresas e por mulheres que trabalham por conta própria.

### 2.1.2 O empreendedorismo e as diferenças entre gêneros

Gouvêa, Silveira e Machado (2013), se tratando do gênero feminino, enaltecem que os estudos de Schwartz de 1976, foi um dos pioneiros sobre mulheres empreendedoras, e apontava os obstáculos encontrados por elas, principalmente na concessão de crédito e discriminação em relação à lucratividade do seu negócio e logo a redução de rendas em relação ao gênero masculino.

Na realidade, a introdução da mão de obra feminina no mercado de trabalho, desperta uma série de discussões que relacionam a interação entre homens e mulheres no comportamento empresarial, bem como a trajetória da mulher em cargos de poder ou como empreendedora de seus próprios negócios (CRAMER ET AL, 2012).



Partindo da premissa que os pontos de partida e as razões para iniciar um negócio são semelhantes entre os gêneros, para Hisrich e Peters (2004), há uma diferença, apesar de em geral, ambos terem um forte interesse e experiência na área de seu empreendimento. Os homens aproveitam a experiência do seu trabalho anterior para aplicação no seu negócio atual, com isso tornam seu empreendimento um *hobby* para sua vida. Já as mulheres, não aproveitam a ocupação anterior por motivos de frustração, e com isso acabam partindo para um negócio novo, agindo com mais entusiasmo e dinamismo.

Em relação à vida familiar e ao negócio, as empreendedoras no início de seu empreendimento sofrem com o preconceito pelo seu gênero e também pela falta de colaboração de seus parentes. E com isso acabam não fazendo uma boa administração de seus negócios (CRAMER ET AL, 2012).

Silva (2013) defende que o empreendedorismo feminino propiciou aumento na economia pelo posicionamento da mulher no mercado de trabalho e vários motivos influenciou-a como, escolaridade maior em relação ao gênero masculino, pelo número reduzido de filhos, e valorização da mulher na sociedade.

Mas apesar das diferenças em gêneros, os homens saem na frente perante as mulheres principalmente nos empreendimentos e como trabalhadores assalariados em base ao Sebrae (2014), esta diferença se explica nos Quadros 1 e 2, onde os homens em relação a ocupação, tiveram um aumento significativo na década 2002 à 2012, pelas oportunidades e segmentos no mercado. Esses dados mostram que o posicionamento da mulher em relação aos cargos se diferencia do homem, mas os dados mostram que está tendo um crescimento de mulheres inseridas em todos os cargos.

Quadro 1 - Ocupação por gênero feminino (2002 a 2012- em mil pessoas).

<b>Posição na ocupação</b>	<b>2002</b>	<b>2012</b>
Mulheres	32.933	40.708
Assalariadas	21.204	29.600
Com carteira	9.658	16.191
Sem carteira	8.703	9.303
Militares e funcionárias públicas	2.839	4.105
Conta-própria	5.334	6.208
Empregadoras	878	1.044
Trabalhadora na produção para próprio consumo	2.284	2.046
Trabalhadora na construção	16	9

para o próprio uso		
Não remunerada	3.217	1.722

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2014, p. 49)

Pode-se perceber no Quadro 1, em destaque que as mulheres tiveram um aumento como empregadoras e por conta própria de 2002 para 2012. Mas as ocupações como assalariadas se destacam tanto em 2002 e 2012.

Quadro 2 - Ocupação por gênero masculino (2002 a 2012- em mil pessoas).

<b>Posição na ocupação</b>	<b>2002</b>	<b>2012</b>
Homens	46.773	55.393
Assalariados	28.201	36.314
Com carteira	15.299	23.516
Sem carteira	10.647	9.832
Militares e funcionários públicos	2.252	2.965
Conta própria	12.413	13.544
Empregadores	2.502	2.576
Trabalhadores na produção para próprio consumo	872	1.698
Trabalhadores na construção para o próprio uso	134	70
Não remunerado	2.651	1.191

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2014, p. 50)

Já em relação à distribuição de ocupados por ocupação por gênero, tanto no Quadro 1 e 2, é notável que tanto as mulheres ou quanto aos homens, se destacam mais nos cargos de assalariados. E no que diz respeito em trabalhar por conta própria e como empregadores, as mulheres possuem um nível mais baixo de participação ao mercado de trabalho em relação aos homens (SEBRAE, 2014).

A atuação de mulheres no papel empreendedor tem aumentado não apenas no Brasil, mas no mundo todo. Um dos desdobramentos deste fato é o de que os estudos de mulheres empreendedoras tornou-se um tópico de pesquisas em empreendedorismo, presentes em conferências internacionais (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013). Apesar de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), ressaltarem que as mulheres estão tendo crescimento na questão do empreendedorismo, os dados do SEBRAE (2014), nos retrata que as mulheres estão se superando como empreendedoras, mas ainda é um desafio ao comparar com os homens que ficam sempre acima da posição das mulheres em questão aos negócios e cargos.

### 2.1.3 O perfil da mulher empreendedora *versus* o perfil do homem empreendedor

Avaliando o perfil dos empreendedores e das empreendedoras, as empresas comandadas por mulheres têm resultados menores que as comandadas por homens em aspectos como: taxas de receitas, lucro, crescimento e falência. Enquanto as taxas de falência por mulheres são mais elevadas nas empresas dirigidas por homens (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013).

Embora as características de empreendedores e empreendedoras geralmente sejam muito semelhantes, as mulheres diferem em relação à motivação, habilidades e histórico profissional (HISRIC; PETERS, 2004).

Nesta mesma linha, Gouvêa, Silveira e Machado (2013), afirmam que em relação à motivação para iniciar um negócio, os homens são motivados por ganhos financeiros, autorrealização e autonomia, enquanto as mulheres o *status* é um fator de motivação adicional significativo.

Natividade (2009) contrapõe que os dados obtidos do comportamento das mulheres referentes à sobrevivência nos negócios são possíveis considerar no seu perfil uma capa de insegurança em manter no negócio pelo dilema da mulher brasileira, conciliar a vida profissional e familiar e ainda sobressair por intermédio de sua orientação empreendedora.

Partindo do pressuposto em relação à personalidade, Hisrich e Peters (2004) afirmam que ambos possuem semelhanças entre empreendedores e empreendedoras em serem energéticos visionários e independentes. Quanto à confiança os homens tendem serem mais confiantes e flexíveis os que resultam em estilos administrativos diferentes.

Vale ressaltar que no mercado nacional as mulheres em seus empreendimentos desejam manter uma relação saudável com a família *versus* ao negócio, fazendo assim um autocontrole em sua vida profissional e familiar, e com isso conseguem se beneficiar com o trabalho e em relação a sua família (JONATHAN, 2011).

Seguindo a mesma linha, Jonathan (2011) sustenta que por meio deste equilíbrio em sua vida profissional e familiar, o gênero feminino alcança o sucesso profissional e consegue desempenhar seus diversos papéis na sociedade. O

resultado disto proporciona alacridade para as mulheres pela capacidade de solucionar seus problemas e conseguir se adaptar aos desafios existentes.

No que se refere ao nível profissional, Silva (2013) assim como Jonathan (2001), defende que as mulheres se diferenciam pela estabilidade nos negócios entre família e trabalho, já os homens, focam mais no serviço apenas, separando família e negócios.

Conclui-se que as mulheres em relação ao perfil masculino se destacam no campo motivacional, pelo do equilíbrio profissional e conseguem assim manter uma relação com a família, ao contrario do homem. E o nível de mortalidade das empresas é mais ocasionado por homens do que pelas mulheres (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013),

## 2.2 O EMPODERAMENTO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

A palavra Empoderamento originou-se do vocábulo inglês *empowerment*, esse termo foi utilizado inicialmente em países de língua inglesa, sobretudo nos EUA. O significado desse termo é quase sinônimo de autonomia, na verdade refere-se à capacidade do indivíduo e ou grupos poderem decidir sobre as questões que lhes dizem respeito (HOROCHOVSKI, 2006).

O conceito tem raízes na reforma protestante, desde em lutas pelos direitos na sociedade no movimento feminino e na ideologia da ação social, principalmente nos países desenvolvidos por volta dos séculos XX (BAQUERO, 2012).

*Empowerment* possui significados distintos, em algumas situações, o termo expressa sentido de emancipação, controle e busca de poder social ou político, em outras palavras, percebem-se pessoas obtendo controle sobre suas próprias vidas e planejando futuro, como forma de mudança desejada (DEERE; LÉON, 2002).

Kleba e Wendausen (2009) sustentam que no Brasil há também dois sentidos de empoderamento, sendo o primeiro ao processo de mobilizações e práticas que objetivam promover e impulsionar grupos e comunidades na melhoria de suas condições de vida, aumentando a autonomia. E o outro sentido refere-se às ações destinadas a promover a integração dos excluídos e carentes de bens

elementares a sobrevivência e serviços públicos por meio de projetos de ações de cunho assistencial.

Para Martins (2003), a definição da palavra empoderamento aborda exatamente encorajamento, uma vez que o termo implica atribuir poderes a alguém, ou seja, transferir poderes de decisão a funcionários individuais e a equipes, mas procedendo à potencialização do comprometimento dos mesmos com os resultados organizacionais.

Seguindo a mesma linha, entende-se que então a utilização do conceito empoderamento para as organizações, serve como instrumento de maior controle para os grupos e/ou líderes, os quais condicionariam a distribuição de poder aos interesses de seus grupos corporativos. (KLEBA; WENDAUSEN, 2009). O empoderamento para cargos de liderança e organizações implica mudanças nas formas de pensar e agir dos indivíduos e aborda encorajamento para delegação de tarefas a grupos ou individualmente (MELO; LOPES, 2012).

Uma vez que o empoderamento organizacional foi possível ser identificado desde a transição do processo de produção fordista para o toyotista, sua contribuição foi para o aumento de produção na empresa (BAQUERO, 2012).

Empoderar-se está relacionado às mudanças não apenas nas próprias experiências dos sujeitos, mas também nas das outras pessoas, grupos e instituições envolvidas, bem como nas políticas e nas estruturas culturais. (LANDERDAHL ET AL, 2013). A abordagem empoderamento é fundamental para implantação da igualdade social entre o gênero feminino e o masculino, no que diz respeito a competência e o poder de decisões (LISBOA, 2007).

Sendo assim, o termo empoderamento além de favorecer a quebra da desigualdade social entre gêneros, está relacionado à condição do indivíduo em relacionar-se, na forma de encorajar-se perante as pessoas no ambiente que vive (HOROCHOVSKI, 2006; MARTINS, 2003).

Os autores como Kleba e Wendausen (2009), Deere e Léon (2002), Landerdahl et al (2013) e Melo e Lopes (2012) sustentam que o empoderamento ele não está apenas ligado a capacidade individual, mas também na relação social, e organizacional como algo que proporciona controle nas outras pessoas ou até mesmo a questão designar poderes a alguém.

Vale ressaltar que *Empowerment* ou empoderamento, avança nas questões relacionadas à democracia e participação na vida social. E além de estar envolvido com questões políticas, envolve também a econômica e cognitiva, ao envolver as várias dimensões individuais e sociais a favor desta categoria, terá a eficácia do processo de *empowerment* (BAQUEIRO, 2012).

### 2.2.1 As dimensões ou fases do empoderamento

As dimensões do empoderamento citadas pelos autores Kleba e Wendausen (2009) trazem que no processo de empoderar há duas faces: a dimensão psicológica e a política. A primeira refere-se ao desenvolvimento de um determinado modelo de autorreconhecimento, por meio do qual as pessoas adquirem ou fortalecem seu sentimento de poder, competência, de autovalorização e autoestima. E a segunda implica na transformação das estruturas sociais visando à redistribuição de poder, produzindo mudanças das estruturas de oportunidades da sociedade.

Já na concepção Selvatty, Moreira e Baêta (2013), o empoderamento está relacionado com três grandezas: **Intrapessoal**, que reflete na autopercepção e pode incluir variável como percepção de controle, autoeficácia e competência. **Interpessoal**, tem como objetivo captura a compreensão dos indivíduos e da relação com o meio ambiente e pode incluir variável como o desenvolvimento de habilidades e conhecimento de recursos. **Comportamental**, representa participar em atividades tanto comunitárias e organizacionais.

Luttrell (2009) aponta que as dimensões do empoderamento são manifestações e ações para o fortalecimento do gênero feminino, assim as relações de poder vai depender dos envolvimento destas dimensões para atender ao processo. Luttrell (2009) refere-se como as dimensões do *empowerment* em cinco categorias:

Quadro 3 - As dimensões do *Empowerment* feminino.

<b>Categorias</b>	<b>Caraterísticas</b>
Econômica	Mulheres ganham participação por meios de rendas próprias para produção familiar e controle sobre os ativos produtivos e bens;
Psicológica	Mulheres sobre o controle familiar por meio do poder de decisão
Sociocultural/ Eduacional	Grupos de indivíduos capazes de desafiar concepções culturais agregando valor familiar

Políticas e grupal	Engajamento com posição de autoridade por parte dos grupos.
Familiar	Envolvimento na capacidade de proteção e apoio a família

Fonte: Adaptado de Luttrell (2012, p.8)

### *2.2.1.1 Dimensão Econômica:*

A participação econômica favorece principalmente as mulheres para o mercado de trabalho, nos cargos e nas rendas de forma igual aos homens. Diz respeito à qualidade do envolvimento econômico da mulher (MELO; LOPES, 2012).

Para Costa (2008), além de propiciar a mulher no mercado de trabalho, traz a independência econômica da mulher, influenciando o empoderamento psicológico.

Silva (2013) aponta que as mulheres trabalham para buscar algo realizador e não apenas ganhos financeiros, na verdade elas lutam pela satisfação profissional e também o bem-estar de sua família e principalmente o sentimento de colaborar com algo na vida social. Para Malhotra (2002), nesta dimensão, o empoderamento da mulher possibilita em ter o controle aos recursos da família e proporciona o canal ao crédito e emprego.

### *2.2.1.2 Dimensão psicológica:*

A dimensão psicológica por sua vez origina-se da capacidade da consciência dos indivíduos de força e se expandir por meio da autoconfiança e motivação. Esta por sua vez está relacionada ao poder pessoal, onde a capacidade das pessoas em avançarem na conquista da autonomia e emancipação (LISBOA, 2007). Para Malhotra (2002), esta dimensão refere-se à autoestima do indivíduo, bem-estar, senso a aceitação dos direitos.

Na perspectiva como nível pessoal, umas das influências que esta dimensão proporciona é a mudança de mentalidade a partir da percepção dos indivíduos sobre a capacidade de se motivar e pela força, fazendo assim um maior controle sobre suas vidas, compreende que o empoderamento se resume em um sentimento capaz do sujeito se despertar na condição humana (KLEBA; WENDAUSEN, 2009).

Em relação ao gênero feminino, este componente favorece os sentimentos das mulheres na conquista de seus objetivos, melhorando a autoconfiança, autoestima na sua condição de vida (COSTA, 2008).

#### *2.2.1.3 Dimensão Políticas e de Grupo*

Nesta dimensão referem-se às organizações sociais ou de grupos, comunitárias, esta por sua vez, proporciona oportunidades para que grupos possam se desenvolver num sentido de confiança e melhorar a vida social e comunitária. O poder do grupo deve ser estabelecido diante aos objetivos em comum que levam como respeito à cultura e a diferenças, criando assim a característica dos grupos (KLEBA; WENDAUSEN, 2009).

Segundo Lisboa (2007), a dimensão política envolve sujeitos de unidades doméstica ao qual exercem poder de decisão, essa capacidade de se empoderar está relacionada não só a democracia, mas principalmente a ação coletiva.

O empoderamento se expressa na busca do poder social, sobre suas próprias vidas e a mudança desejada, conquistando controle de seus próprios assuntos e tomam consciência de sua capacidade para agir e socializar (DEERE; LÉON, 2002). Tratando-se das mulheres, o poder de decisão compreende a forma de agir em níveis micro e macro da sociedade, envolvem as relações e ideologias sobre gênero, e direitos na sociedade (COSTA, 2008).

#### *2.2.1.4 Dimensão familiar*

Para Silva (2013), homens e mulheres em relação aos ideais, possuem comportamentos parecidos na conquista do controle familiar e econômico. Mas mulheres sofrem nesta situação por querer trabalhar e fazer seus papéis de mães em suas casas da mesma proporção.

Nesta dimensão o empoderamento feminino desafia as relações existentes entre homens e mulheres, na atuação dentro da família e na capacidade ao acesso a recursos e vantagens da vida profissional, onde a participação econômica favorece as mulheres em empoderar-se sobre a vida familiar (MELO; LOPES, 2012). Na visão de Malhotra (2002), a mulher pode fazer suas tomadas de



decisões tanto em relação ao aumento de membros na família e quanto às decisões domésticas.

#### *2.2.1.5 Dimensão sociocultural ou educacional*

Nesta por sua vez, está relacionado à busca de conhecimento e técnicas, e garante a sobrevivência dos indivíduos e a liberdade econômica (LISBOA, 2009). No que diz respeito às mulheres, o processo de empoderamento nesta dimensão, assume papéis diferentes na sociedade e transforma a capacidade de se relacionar, construindo mecanismos de responsabilidades coletivas (COSTA, 2008).

Malhotra (2002) evidencia que nesta dimensão as mulheres possuem liberdade de movimento, acesso aos espaços sociais e participações em grupos e redes sociais e mudanças nas normas religiosas. Por meio da educação, as mulheres tem acesso à aquisição de novos valores e a relacionamento com outros indivíduos (DEERE; LÉON, 2002).

O processo do empoderamento tem potencial a partir do momento que o conhecimento seja transferido, para o desenvolvimento da participação ativa nos sujeitos, assim favorece condições para que os envolvidos tomem conta do poder que conseguem em se transformar na sociedade (SOUZA; MOREIRA; BOURGUIGNON, 2014).

Para Mageste, Melo e Ckagnazaroff (2008), no nível relacional, a educação é um pré-requisito essencial para o empoderamento das mulheres na sociedade como uma forma de se emancipar com saber e habilidades que geram autoconfiança para uma participação na esfera pública.

Pode-se dizer que as dimensões do empoderamento tanto para Luttrell (2012), Malhotra (2002) e Kleba e Wendauzen (2009), favorecem tanto para as mulheres ou os indivíduos na maneira de se relacionar com outras pessoas, na tomada de decisão e na geração da consciência de valor na sociedade.

#### *2.2.2 O empoderamento feminino e o mercado de trabalho*

Guida (2009) aponta que a luta das mulheres na inserção ao mercado de trabalho e na sociedade capitalista aconteceu de forma lenta, por preconceitos e

entre gêneros. O papel das mulheres eram apenas a criação de filhos, responsabilidades em relação à casa e ao cônjuge.

Considerando a questão da valorização do gênero feminino, cabe citar que no século XIX, nos Estados Unidos e Inglaterra a mulher casada tinha mais disponibilidade sobre seus bens e sua renda, enquanto a América Latina ficou para trás em relação aos direitos. Em relação aos direitos, como o de poder de votar, as mulheres da América Latina por volta dos anos 1940 a 1950 não podiam exercer essa atitude de cidadania, devido ao preconceito enraizado pela sociedade (DEERE; LÉON, 2002).

As mulheres começaram a vivenciar mudanças ao preconceito a partir da primeira guerra mundial, pois precisaram sair de suas casas para cobrir os cargos dos homens nas fábricas, frente aos negócios, e os homens seguiam suas missões nas batalhas (PROBST, 2003).

O empoderamento das mulheres desafia as relações patriarcais no que se refere ao poder dominante do homem, à manutenção dos seus privilégios de gênero e principalmente à sua atuação dentro da família (MELO; LOPES, 2012).

Para Selvatty, Moreira e Baêta (2013), o empoderamento feminino incide quando a mulher deixa de ser, tradicionalmente, dominada pelo homem, seja em suas opções de vida, seus bens ou em sua sexualidade. Seguindo a mesma linha, os autores, ainda afirmam que a crença por parte das mulheres de romper as barreiras para ter acesso ao exercício de poder, se estabelece como um dos principais desafios ao processo de empoderamento, uma vez que, ao longo dos séculos, esse poder cabia aos homens, tanto na área pública quanto familiar.

O termo empoderamento chama atenção para a palavra poder e o conceito de poder enquanto social. O poder condiciona a experiência da mulher em um duplo sentido para Deere e Léon (2002): um caracterizado como uma fonte de sua opressão quando objeto de abuso e o outro como uma fonte de emancipação em seu uso.

Melo e Lopes (2012), apontam que há uma mudança no comportamento das mulheres, não para se assemelharem aos homens, mas sim para competir em igualdade. Os autores ainda afirmam que principalmente a educação feminina vem contribuindo para esta mudança, seja na expansão nos níveis educacionais ou na maior oferta de cursos superiores, qualificando as mulheres no mercado de trabalho.

Neste mesmo sentido, Melo e Lopes (2012) sustentam que a mulher era dependente financeiramente do marido ou do pai, porém ao longo do tempo deseja mais que do que constituir matrimônio ou família, procura construir sua própria identidade considerando seu modo de ser e agir, buscando independência para trilhar seu próprio caminho.

O empoderamento feminino tanto para Guida (2009) e Deere e Léon (2002), se desenvolveu lentamente na sociedade, e para as mulheres lutarem por seus direitos e poder participar da sociedade tiveram que enfrentar preconceitos. Já para Melo e Lopes (2012) e Selvatty, Moreira e Baêta (2013), desafia as relações na convivência entre gêneros, onde as mulheres passaram enfrentar seus papéis na sociedade como incapazes de trabalhar e cuidar de suas famílias, assim a mulher passou a ter sua própria identidade. A questão empoderar-se contribuiu para que elas proporcionassem tais mudanças e principalmente a relacionada à participação econômica.

### 2.3 O EMPREENDEDORISMO E O EMPODERAMENTO FEMININO: FATORES DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

O número de mulheres inseridas no mercado brasileiro está tendo um crescimento relativo nos últimos anos. Devido à valorização que o gênero feminino está conquistando e ao se empoderar nos seus empreendimentos e cargos, inclusive nos setores de órgãos públicos e instituições de ensino (SILVA, 2013).

Vale ressaltar que o empoderamento feminino desafia relações patriarcais, pois pode levar ao desempoderamento do homem e certamente leva à perda da posição privilegiada de que ele desfruta sob o patriarcado (DEERE; LÉON, 2002).

Todavia, a crença por parte das mulheres de ter capacidade de romper as barreiras para ter acesso ao exercício de poder se estabelece como um dos principais desafios de empoderamento, uma vez que a subordinação de gênero foi injetada pelas mulheres e é o ponto crítico para as transformações do empoderamento (MELO; LOPES, 2012).

Gouvêa, Silveira e Machado (2013), identificam que o que levou a mulheres a ter participação relevante no mercado por meio de seus negócios foi à

propensão do gênero feminino em iniciar em suas empresas, responsabilidade, participação da renda familiar, nível de educação superior, bem como alerta a oportunidades e a importância relativa das variáveis sociodemográficas.

Vale ressaltar então que o empreendedorismo feminino não se manifesta só pela entrada de novas empresas no mercado, mas também por entradas inovadoras e imitativas em novos mercados por parte das organizações estabelecidas. Nesta mesma corrente, o fortalecimento econômico propicia mais oportunidade para atividade empreendedora e para desenvolvimento de inovação para uma economia (NOGAMI; MEDEIROS; FAIA, 2014).

É interessante destacar que devido à influência do empreendedorismo, a mulher, passou a assumir um papel matriarcal, ou seja, a mulher já produz sua renda sozinha que é minimamente necessária para liderar uma casa, caracterizando uma inversão de papéis dentro da sociedade (MELO; LOPES, 2012). Esse papel matriarcal adquirido pela mulher, por meio do poder, transforma as relações de gênero, portanto é uma pré-condição para a obtenção da igualdade entre homens e mulheres. (DEERE; LÉON, 2002).

Em relação às consequências do empreendedorismo na vida das mulheres, Jonathan (2011) evidencia que as mulheres donas de seus próprios negócios, apresentam maiores índices de satisfação do que as executivas em cargos de gerentes. Ainda nesta direção, o autor afirma que a crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico e a significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país.

Pode-se dizer que a influência do empreendedorismo no empoderamento feminino, foi por meio das transformações obtidas ao longo dos anos pelas mulheres (MELO E LOPES, 2012). E com base em Silva (2013), a mulher está conseguindo cada vez mais se empoderar nos negócios e na família, esta relação proporciona uma combinação de satisfação e autorrealização para sua vida.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo foram definidos os métodos estabelecidos para o tipo de pesquisa realizada, bem como o conjunto os processos a serem realizados na busca da verdade ou do conceito.

A palavra metodologia é empregada por diversos significados, se destaca pela disciplina e ao seu objetivo, identificando os estudos do método ou os meios empregados por uma ciência (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Para Filho e Santos (1998, p. 95), o método é o caminho a ser trilhado pelos pesquisadores na busca do conhecimento. Existe o método geral, aplicado a qualquer área do conhecimento humano, e o método particular específico para cada campo da ciência, com suas próprias especificidades.

Segundo Gil (2002), para que um estudo possa ter importância, é necessário identificar os problemas técnicos que possibilitem sua verificação, em relação ao determinar os métodos que possibilitou o alcance dos objetivos.

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Nesta seção serão identificados os tipos de pesquisa a ser utilizado para investigação científica do estudo.

O delineamento da pesquisa ou as estratégias da pesquisa servem para designar as diferentes maneiras de trabalhar e estudar os dados empíricos no contexto das ciências sociais aplicadas (MARTINS; THEÓPILO, 2009).

Filho e Santos (1998), abordam que o termo pesquisa é utilizado para estabelecer todo o trabalho destinado à busca das soluções dos problemas que norteiam as pessoas no seu cotidiano.

Na verdade a pesquisa é uma atividade muito importante na vida de um cientista ou do pesquisador, pois é a definição do trabalho que se pretende fazer (FILHO; SANTOS, 1998).

A pesquisa é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos. Na realidade, a pesquisa desenvolve ao longo de um processo que envolve inúmeras fases, desde a adequada formulação do problema até a satisfatória apresentação dos resultados. (GIL, 2002, p. 17)

Há três modelos de pesquisa: a exploratória, conclusiva ou descritiva e a explicativa (GIL, 2002). A seguir serão apresentadas as pesquisas utilizadas para este objeto deste estudo.

### 3.1.1 Tipos de Pesquisa

- Quanto aos fins de investigação a pesquisa tem caráter descritivo e quanto aos meios bibliográfico e de campo.

#### **a) Pesquisa Descritiva**

A pesquisa descritiva tem como objetivo principal, a descrição das características de determinada população. E geralmente tem como meta estudar os perfis de determinado grupo: idade, escolaridade, sexo e demais dados. E para fazer a realização desta pesquisa, a coleta de dados se dá por meios de questionário e observação sistematizada (GIL, 2002).

Lakatos e Marconi (1992), este tipo de pesquisa analisa as características de um fato e isolam a variável chave e são abordadas de forma quantitativa.

A escolha da pesquisa é realizar o propósito de avaliação dos resultados do estudo por meio da pesquisa de campo.

- Quanto aos meios de investigação a pesquisa teve caráter bibliográfico e pesquisa de campo:

#### **b) Pesquisa Bibliográfica**

Por meio da pesquisa teórica, o pesquisador pode ter como objetivo maior desenvolver novas teorias e novos modelos teóricos. Tem como finalidade o enriquecimento do conhecimento científico (FILHOS; SANTOS, 1998).

Segundo Lakatos e Marconi (1992), este tipo de pesquisa pode ser reconhecido como um procedimento formal com critérios de pensamento reflexivo que necessita um tratamento mais científico e forma no caminho para se conhecer a realidade. “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente por livros e artigos científico” (GIL, 2002, p.44). Martins e Theóphilo (2009) ressaltam que uma pesquisa teórica tem o objetivo explicar e discutir um assunto, tema ou problema com embasamento de referências

já publicadas em artigos, livros, revistas, anais e demais meios existentes.

Esta pesquisa é caracterizada bibliográfica, pelo fato da acadêmica pesquisadora utilizar diversos meios para a pesquisa, desde livros, artigos e sites como o Sebrae para um melhor embasamento acerca do assunto. No Quadro 4 serão citados os autores utilizados pela pesquisadora:

Quadro 4 - Referencial teórico da pesquisa bibliográfica.

<b>Assuntos</b>	<b>Autores</b>	<b>Temas abordados</b>
2.1 Empreendedorismo	Dornelas (2005) Ferreira; Gimenez; Augusto (2012) Hisrich e Peters (2004) Nogami; Medeiros; Faia (2014) Oliveira (2001) Verga e Silva (2014)	Definições e características
	Fontenele (2010) GEM (2014) Natividade (2013) Nogami; Medeiros; Faia (2013) SEBRAE (2014) Verga e Silva (2014)	Empreendedorismo e o desenvolvimento Sócio Econômico/ Estatísticas
	Cramer; Capelle; Andrade; Brito, (2012); Gouvêa; Silveira; Machado (2014) Hisrich e Peters (2004) Jonathan (2011) Natividade (2013) Silva (2013),	Empreendedorismo Feminino e diferenças entre gêneros
2.2 Empoderamento	Deere; León (2002) Horochovski, (2006) Kleba; Wendausen (2009) Landerdahl et al (2013) Selvatty, Moreira e Baêta (2013)	Definições
	Kleba; Wendausen (2009) Luttrell (2009) Malhotra (2002) Selvatty, Moreira e Baêta (2013)	Dimensões
	Deere; León (2002) Guida (2009) Melo; Lopes,(2012) Selvatty, Moreira e Baêta (2013)	Empoderamento Feminino
	Deere; León (2002) Melo; Lopes,(2012) Selvatty, Moreira e Baêta (2013) Silva (2013),	Empoderamento Feminino e o mercado de trabalho
2.3 Empreendedorismo e o empoderamento feminino: fatores de desenvolvimento	Deere; León (2002) Nogami; Medeiros; Faia (2013) Silva (2013),	Empreendedorismo e o Empoderamento feminino como influências no desenvolvimento

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015)

#### d) Pesquisa de Campo

Segundo Filho e Santos (1998), este tipo de pesquisa tem como base observar os fatos, analisar tal como ocorrem. E primeiramente é necessário que o pesquisador tenha pleno conhecimento do estágio que encontra o assunto a ser trabalhado. A partir disto trabalhar com o universo a ser estudado por meio de questionários e entrevistas e definir a amostra, para tirar as devidas conclusões.

Na pesquisa de campo, procura-se o aprofundamento das questões propostas, do que as características da população segundo determinadas variáveis. Como consequência, o planejamento do estudo de campo, apresenta muito maior a flexibilidade [...] (GIL, 2002, p. 53).

A pesquisa de campo utilizada teve objetivo em avaliar a viabilidade do estudo pelas empresárias de Forquilha-SC.

### 3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO

A população define-se pelo número total dos elementos que constituem o objeto da pesquisa e pode ser por meio das pessoas ou por objetos, e fatos (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Para Barbetta (2001), há dois tipos de população:

- **População alvo** é o conjunto dos elementos que se deseja almejar no objeto de estudo.
- **População acessível**, ou simplesmente como população, é o conjunto dos elementos que queremos para o estudo e que serão passíveis de serem observados.

E como população para a pesquisa, a análise foi por meio das empresárias conveniadas a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) da cidade de Forquilha-SC. A CDL é uma entidade civil, sem fins econômicos e lucrativos, possui serviços como SPC- Serviço de Proteção ao Crédito, para promover uma informação consolidada dentro de toda Santa Catarina e vem ao encontro das necessidades do lojista para promover a proteção e possíveis riscos (FORQUILHINHA, 2015).



Malhotra (2005, p 258) define que, “na amostragem um elemento é objeto (a pessoa), da qual a informação é desejada [...]. A população ou censo é o total de elementos que compartilham um conjunto de características”.

Segundo Barbeta (2001), um plano de amostral deve ser estabelecido os objetos de pesquisa, a população a ser amostrada, bem como os parâmetros que precisa estimar para que se atinja aos objetivos da pesquisa.

Ao efetuar a seleção dos elementos que serão definidos como a amostra, é necessária definir a unidade de amostragem, ou os próprios elementos da população (BARBETTA, 2001).

Mattar (1996) sustenta que há dois tipos de amostragem: a probabilística, cada elemento da população tem uma chance conhecida e diferente de zero de ser selecionado para compor a amostra. A amostra não probabilística é aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra, depende ao menos em parte do julgamento ou por conveniência do pesquisador.

A amostra aplicada para esta pesquisa foi não probabilística por acessibilidade, pois foram solicitada autorização das profissionais por participarem da pesquisa. Na amostragem não probabilística por acessibilidade, o pesquisador seleciona membros da população mais acessíveis (MATTAR, 1996).

A seguir a estruturação da população-alvo definida pela pesquisadora.

Quadro 5 - Estruturação da população-alvo.

Objetivos	Período	Extensão	Unidade de Amostragem	Elemento
Conhecer a influência do empreendedorismo no empoderamento das mulheres empresárias no município de Forquilha.	01/08/2015 à 31/08/2015	Município de Forquilha-SC	Mulheres empresárias associadas à CDL-Forquilha	Mulheres empreendedoras que tem o seu negócio próprio

Fonte: Dados elaborados pela pesquisadora (2015).

- **População:** 42 empreendimentos com inclusão no CNPJ criado por mulheres, conveniadas a CDL-Forquilha, SC.
- **Amostra:** não probabilística por acessibilidade, ou seja, somente aqueles que aceitem participar da pesquisa, totalizando 15 mulheres empresárias.

### 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

No plano de coleta de dados, é necessário que o tema e os objetivos estejam definidos e que a fundamentação teórica esteja concluída, para que desenvolva uma estruturação da coleta de dados (CERVO; BERVIAN, 1996).

Para Gil (2002), para realização desta etapa é necessário que se utilize a manipulação de certas condições e métodos por observação. Os aparelhos muitos utilizados para a coleta seriam os gravadores, câmera de vídeo e espelho.

Nesta pesquisa foram utilizados dados primários, por meio da pesquisa de campo e um questionário semiestruturado com perguntas abertas às mulheres empresárias de Forquilha/SC conveniadas a CDL/Forquilha para buscar respostas sobre a influência do empreendedorismo no empoderamento das empresárias da cidade de Forquilha. A entrevista realizada na pesquisa de campo foi gravada e feita pessoalmente.

### 3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

O procedimento da análise de dados se obtém do *feedback* das questões abordadas no questionário semiestruturado, com os dados estatísticos é realizado a codificação das respostas. E para que o pesquisador esteja alinhado à pesquisa, é necessário além da observação das respostas, as teorias precisam estar em concordância com os dados estatísticos (GIL, 2002).

A abordagem utilizada é de caráter qualitativo, devido à análise de conteúdo para transcrever e analisar os dados obtidos das entrevistas realizadas com as empresárias, para que a obtenção de informação seja viável e claramente definida.

### 3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quadro 6 - Síntese do delineamento da pesquisa.

Objetivos Específicos	Tipo de Pesquisa Quanto aos fins	Meios de Investigação	Técnica de coleta de dados	Procedimentos de coleta de dados	Técnica de análise dos dados
Identificar o perfil das mulheres empreendedoras do município de Forquilha - SC;	Exploratória e descritiva	Bibliográfica e Pesquisa de Campo	Roteiro semi-estruturado	Entrevista em Profundidade, gravada, pessoalmente.	Qualitativa Análise de conteúdo
Levantar os aspectos determinantes para					

a efetivação do empreendimento pelas mulheres;					
Apontar as dimensões de empoderamento feminino a partir das razões que levantaram a criar o próprio negócio;					

**Fonte:** Elaborado pela pesquisadora (2015).

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentadas as análises dos dados obtidos pela pesquisa de campo, tendo sido entrevistadas 15 mulheres empresárias do ramo do comércio conveniadas ao CDL de Forquilha- SC. A pesquisa buscou enfatizar primeiramente os dados como a identificação dos perfis socioeconômicos das entrevistadas como categoria I, a atividade empreendedora e aspectos do empreendimento como categoria II, e o empoderamento feminino e as dimensões de empoderamento a partir das razões que levaram a criar o próprio negócio como categoria III. Estas dimensões são caracterizadas como: econômicas, psicológicas, educacionais, cognitivas, políticas, familiar e de grupo.

### 4.1 PERFIL DAS ENTREVISTADAS

Nesta seção é apresentado o perfil das entrevistadas inclui a faixa etária, estado civil e filiação, grau de instrução e idade que iniciou no mercado de trabalho.

#### a) Faixa Etária

Em relação a faixa etária o Quadro 7 resume os resultados encontrados.

Quadro 7 - Faixa Etária

Entrevistadas	Ano de Nascimento	Idade
E4	1995	20
E5	1991	24
E7	1989	26
E6	1986	29
E3	1985	30
E10 e E11	1980	35
E9	1978	37
E12	1975	40
E2	1972	43
E1	1969	46
E15	1965	50
E8 e E13	1964	51
E14	1959	56

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Conforme o Quadro 7, a variação de idade ocorre entre 20 a 56 anos. Vale ressaltar que 4 (quatro) das entrevistadas possuem idade entre 20 a 29 anos, 5 (cinco) possuem de 30 a 39 anos, 3 (três) estão na faixa de 40 a 49 anos e 4

(quatro) possuem a idade entre 50 a 59 anos. Esses dados indicam que as empreendedoras possuem um perfil tanto jovem e também mais experiente, perante as idades abordadas. O resultado mostra também que as mulheres estão começando seus negócios antes dos 30 anos.

## b) Estado civil e filhos

Na questão estado civil e filhos, o Quadro 8 apresenta diversos perfis das empreendedoras, desde casada, viúva, solteira e divorciada. E no que diz respeito a filhos, a maioria possuem filhos.

Quadro 8 - Estado Civil e filhos/ quantidade e idade

Entrevistadas	Estado Civil	Possuem Filhos	Quantidade
E4 e E5	Solteira	Não	-
E1	Casada	Não	-
E7	Casada	Sim	1
E2	Casada	Sim	2
E3 e E6	Casada	Sim	1
E9	Casada	Sim	2
E10	Casada	Sim	2
E11	Casada	Sim	1
E12	Casada	Sim	3
E13	Casada	Sim	1
E8	Divorciada	Sim	2
E15	Divorciada	Sim	3
E14	Viúva	Sim	2

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Ao observar os resultados do Quadro 8 o estado civil das entrevistadas é predominantemente casadas (10 dez), em seguida divorciadas (2 duas), solteira (2 duas) e viúva (1 uma). Somente as solteiras não possuem filho com exceção de 1 (uma) casada, as demais possuem entre 1(um) a 3(três) filhos.

## c) Grau de Instrução

O mercado vem cada vez mais exigindo qualificações dos profissionais empreendedores por competências múltiplas nos negócios e por lidar com seus empregados e ou subordinados e terceiros. Devido a isso o grau de escolaridade é um requisito importante para a formação da carreira. O Quadro 9 apresenta os resultados referente ao grau de instrução das entrevistadas.

Quadro 9 - Grau de escolaridade.

Entrevistadas	Grau de Escolaridade
E1, E5, E6, E7	Ensino médio Completo
E8, E12, E13, E14, E15	
E2	Técnica de Administração
E3	Técnica em Enfermagem
E4	Superior Incompleto
E10	Ensino Superior em Modas
E11	Ensino Superior em Processos Gerenciais
E9	Pós Graduação em Educação

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Conforme resultados do Quadro 9, verifica-se que todas as entrevistadas possuem o ensino médio completo, sendo que 6(seis) foram além do ensino médio, investiram em ensino técnico (2 duas), ensino superior completo (1 uma), ensino superior incompleto (1 uma) e pós-graduação (1 uma). Esse resultado indica que estas mulheres não deixaram de investir no grau de instrução, o que pode ser um indicador de coragem para investir num negócio próprio.

#### d) Idade que iniciou no mercado de trabalho

O objetivo desta categoria é conhecer a idade que as entrevistadas iniciaram suas atividades e a função no mercado de trabalho, como mostra no Quadro 10. Esta questão econômica mostra que o empoderamento das mulheres ajudou como uma influência na participação das rendas familiares e contribuição para o desenvolvimento da economia. Vale destacar que as mulheres além de conseguirem trabalhar fora do eixo familiar, ainda realizam atividades em casa e estão competindo igualmente com os homens assumindo cargos e funções que outrora eram ocupadas predominantemente pelo gênero masculino (CARVALHO, 2011)

Quadro 10 - Idade que iniciou no mercado

Entrevistadas	Idade que iniciou no mercado de trabalho	Atividade/segmento	Síntese das respostas
E15	7 anos	Vendedora de roupas/ pessoal	E3, E8, E15 Começaram muito cedo as atividades por necessidade
E3	8 anos	Ajudava os pais no bar/armazém	
E8	9 anos	Auxiliava na agricultura os pais	
E2	12 anos	Ajudava os pais no restaurante	E2, E1, E5, E11, E12 e E13 Começaram cedo para
E1	13 anos	Atendente de Farmácia	
E5	14 anos	Serviços gerais em uma	

		cozinha industrial	terem suas próprias rendas e tentar algo novo
E11	14 anos	Babá do sobrinho/em casa	
E13	14 anos	Serviços gerais numa cerâmica	
E12	15 anos	Vendedora/comércio	E4, E6, E7, E9, E10, E10 e E14 Começaram mais tarde, porém também com a necessidade de terem suas rendas e não depender dos pais.
E10	16 anos	Costureira/ empresa de confecção	
E14	16 anos	Empregada doméstica/casa	
E4	17 anos	Estagiária em Fábrica de Jeans	
E7	17 anos	Costureira/fábrica de roupas	
E6	18 anos	Atendente de agropecuária	
E9	18 anos	Vendedora/ comércio	

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

A partir das informações do Quadro 10, das 15 empreendedoras as funções variam conforme cada história de vida. Do total das entrevistadas, 3 (três) iniciaram suas atividades muito cedo antes dos 10 anos, 6 (seis) começaram a trabalhar entre os 10 anos à 15 anos, (6 seis) a partir dos 16 anos puderam começar suas atividades e poder ter sua própria renda.

Esses resultados demonstram que a vida fez com que elas já começassem cedo a entrar no mercado de trabalho por necessidade de ter sua própria renda ou até mesmo ajudar os pais. Como exemplo a E15 e a E2 em suas falas, dizem que começaram muito cedo suas atividades.

[...] eu comecei já vendendo coisas dos 7 anos até 12 anos, trabalhava fora e ajudava em casa com os pais, antes eu cuidava das crianças do meu tio, e depois fui trabalhar com restaurante, fazia sobremesas e lavava pratos, depois fui monitora por 8 anos quando passei no concurso da prefeitura [Grifo nosso] (E15).

Comecei... eu tinha 12 anos quando comecei com meus pais, tinha restaurante e dali pra frente sempre trabalhei com restaurante, com hotel e com pousada, administrando né...coisas com comida... eu tenho um curso de culinária também, então sempre trabalhei com esse tipo de coisa, eu sempre quis trabalhar com roupa, mas antes de trabalhar com roupa, fui ser instrutora de auto escola de transito, depois disso vim pra loja [Grifo nosso] (E2)

Outro ponto interessante é que se não começavam no comércio, iniciavam como babá na agricultura, por causa da necessidade financeira e a situação que viviam. *Quando era adolescente, trabalhava na agricultura, e depois fui trabalhar numa fábrica de sapatos, com a experiência fui tentar um negócio no ramo de sapatos, daí abri a loja e comecei sozinha [...]* [Grifo nosso] (E8).

Já a entrevistada E3, trabalhar cedo foi provocada pela realidade da família que tinha um comércio, e desde muito jovem convivia com os pais no dia a dia do negócio. Pôde-se perceber que a entrevistada nesta época agia

naturalmente, pois o comércio da família era como se fosse uma rotina normal para todos.

[...] no mercado de trabalho... o meu pai tinha bar aqui na Forquilha... que era o famoso italiano dá decida da ponte, aqui o bar, então ali desde que nasci de uma certa forma a gente ajudava ele, a gente ficava no balcão desde os 8 anos, e eu saí daqui de Forquilha com 9 anos, e depois fiz o técnico de enfermagem, retornei em 2006, daí trabalhei 6 anos na área da saúde, e depois que encerrei a profissão pelo horário que fazia de trabalho e iniciei na loja [...] [Grifo nosso] (E3).

Diante dos aspectos supracitados, é possível dizer que estas mulheres iniciaram suas atividades profissionais em funções operacionais, desde babá, auxiliar de produção a vendedora.

#### 4.2 ASPECTOS DETERMINANTES PARA A EFETIVAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Nesta categoria, tem-se o objetivo de apresentar o que levou as empresárias a abrir seus empreendimentos, o ano que iniciaram como empreendedoras e se precisaram de planejamento ou recursos para abrir seus próprios negócios.

##### a) **Tempo no mercado x influências externas para abrir o empreendimento**

O objetivo desta questão é compreender quanto tempo estas mulheres atuam como empreendedoras no município de Forquilha, SC. Além disso, teve-se o interesse de entender se a abertura do negócio foi provocada por um agente externo, por exemplo, Sebrae ou consultorias, ou se foi por iniciativa própria.

Quadro 11 – Tempo no mercado X Influências externas para abrir o negócio próprio.

Entrevistadas	Ano de abertura do negócio	Tempo no Mercado	Teve influência de Sebrae ou algum planejamento para abrir seu empreendimento.	Síntese das respostas
E1	1991	24 anos	Foi em busca da realização de seus sonhos	E1 e E15 Tinham como foco a realização de um sonho
E15	1989	26 anos	Na busca do sonho	
E2	2015	0 anos	Foi na vontade própria e apoio do marido	E2, E7 e E10 Tiveram apoio dos maridos
E7	2011	4 anos	Iniciou o negócio com o esposo	
E10	2014	1 ano	Ideia da empreendedora e do marido	



E3	2012	3 anos	Fez planejamento pessoal	E3 e E6 Com planejamento pessoal
E6	2005	10 anos	Bem planejado e analisado o município	
E4	2014	1 ano	Dos pais e pela experiência de curso superior	E4 e E9 Experiência do curso de graduação e Sebrae
E9	2013	2 anos	Auxílio do Sebrae	
E5	2012	3 anos	Pela fabricação em casa e vendas	E5, E11 e E12 Apoio de parentes e experiência do dia a dia
E11	2006	9 anos	Na experiência do dia a dia e parentes	
E12	2000	15 anos	Com apoio da sócia (parente)	
E8	1991	24 anos	Na força de vontade e na necessidade	E8, E13 e E 14 Por necessidade
E13	2006	9 anos	Necessidade de mudar e tentar algo novo	
E14	1985	30 anos	Com a coragem e necessidade	

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Com base no Quadro 11, pode-se perceber que a maioria das entrevistadas não utilizaram apoio do Sebrae para seus empreendimentos. O negócio que está há mais tempo no mercado é o da E14 (30 anos) e o negócio mais recente foi aberto em 2015 da E2.

Os fatores que influenciaram estas mulheres a abrir um negócio próprio foram classificados como: realização de um sonho (E1 e E15), apoio dos maridos (E2, E7 e E10), experiência do curso de graduação e apoio do Sebrae (E4 e E9), apoio dos parentes e experiência do dia a dia (E5, E11 e E12), por necessidade (E8, E13 e E14).

A entrevistada E1 destaca que atribui seu sucesso pela dedicação pessoal para realizar um sonho. Segundo ela, o seu empreendimento foi um dos pioneiros da cidade e ela acredita na sua fé que foi importante para permanecer no mercado por tanto tempo, 24 anos.

No ano de 1991, iniciei minhas atividades [...] não procurei nada... acreditei no meu sonho e fui a luta. Hoje vejo muitas pessoas buscando isso, até pela concorrência do mercado e pela dificuldade que tem. Quando iniciei era praticamente a única loja do centro de Forquilha que tinha esse segmento de moda, até então as lojas anteriores que tinham eram mais populares de mercadorias [...]. Coloco tudo isso né como Deus abrindo as portas e eu aproveitando aquele momento [Grifo nosso] (E1).

Para a entrevistada E6 o planejamento inicial foi fundamental para identificar as oportunidades que estavam carentes no município de Forquilha. Segundo ela, a estratégia foi perceber o que ainda não tinha sido oferecido no município que ela poderia explorar. Neste caso, percebeu que no município estava

faltando uma estamperia, sendo que em 2005 abriu o seu negócio, quando na época só tinha 20 anos de idade.

Foi em 2005, vai fazer 10 anos, eu tinha 20 anos... foi bem feito e planejado no município o negócio... vimos que tava faltando uma estamperia, que não tinha na época, a nossa estamperia foi a primeira a ser aberta no município de Forquilha [Grifo nosso] (E6).

O fator necessidade foi um indicativo apresentado pelas entrevistadas E8, E13 e E14. A necessidade foi apontada como uma alternativa de sustento da família e ampliar a condição econômica para viabilizar conforto e acesso a educação dos filhos. É o que afirma a E8.

Há 24 anos, não tive auxílio de nada, foi na força de vontade e na necessidade, porque tinha que sustentar meus filhos e dar uma boa educação... pois eram pequenos, tive que pagar os estudos pra eles na faculdade e também ajudar eles como ajudei a minha filha a comprar um apartamento, pensando no futuro deles [Grifo nosso] (E8).

A partir dos aspectos mencionados, é importante evidenciar que os negócios em questão estão no mercado em média a 10 (dez) anos. Percebe-se que o apoio familiar e a necessidade de ampliar a renda da família para proporcionar uma melhor condição financeira, foram os fatores que influenciaram essas mulheres a abrir seus próprios negócios. E para estas mulheres se manterem em seus empreendimentos, o apoio familiar foi fundamental.

Seguindo esta mesma linha, Jonathan (2011), ressalta que as mulheres em seus empreendimentos desejam manter uma relação saudável com a família *versus* ao negócio, por isso o apoio familiar é tão importante quanto à lucratividade do negócio.

## **b) Condição financeira do negócio: recursos próprios ou de terceiros?**

O Quadro 12 apresenta se o negócio se mantém com recursos próprios ou terceiros.

Quadro 12 – Condição financeira do negócio

<b>Entrevistadas</b>	<b>O negócio mantém com recursos próprios ou terceiros</b>	<b>Síntese das respostas</b>
E6, E15	Depende de recursos do outro negócio	Está no início de seu empreendimento e possui sócio
E2, E10	Depende de recursos de terceiros	Está no início de seu empreendimento
E9	Recursos próprios	O negócio começou a se pagar
E1, E3, E4, E5,	Recursos próprios	Por planejamento e maturidade do

E7, E8, E11, E12, E13, E14		negócio
-------------------------------	--	---------

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Em base ao Quadro 12 fica claro que das 15 entrevistadas, a maioria dos negócios conseguem se manter com recursos próprios, com exceção da E2, E6, E10 e E15. A E11 em seu relato, afirma que: *“Não. No começo até precisei, fui batalhando, pedindo emprestado até no banco, isso durou uns 6 anos... mas depois a loja começou a se pagar e hoje posso dizer que to estabilizada e ta muito bom”* [Grifo nosso] (E11).

Nesta questão ainda vale lembrar que as mulheres na maioria até precisaram apoio do marido ou familiares no começo, mas com determinação, elas planejam, e afirmam que a partir do momento em que o negócio não se mantém pode fechar as portas conforme afirma a E1.

*Não, graças a Deus... com recursos próprios, até mesmo pela forma que administro, eu nunca à 23 anos precisei pegar recursos de fora pra manter a minha empresa. E quando eu achar que isso tá acontecendo, então eu vou chegar ao momento que tenho que parar e não sou uma boa administradora. Hoje a gente tem um crediário em até 5 vezes sem juros e sem acréscimos... diferenciado [...] que ajuda muito pra loja... E a partir do momento que eu pegar dinheiro com banco não sou uma boa administradora. Hoje tenho estabilidade no negócio, algumas pessoas não tem porque não sabem administrar sua empresa e graças a Deus ta tranquilo [Grifo nosso] (E1).*

Não apenas a E1, mas a maioria das empresárias em seus relatos afirmaram que se o negócio não proporcionar fontes de recursos próprios, torna-se algo preocupante, nesta situação cabe a administradora rever seus métodos de gestão.

#### 4.3 O EMPODERAMENTO DAS MULHERES EMPREENDEDORAS E AS DIMENSÕES

Esta categoria apresenta as dimensões do empoderamento, bem como a participação das entrevistadas no acesso ao poder ao longo da sua trajetória profissional, dentre as quais são: econômica, psicológicas, educacional, cognitivas, política, familiar e grupal.

### a) Econômica

A dimensão econômica está relacionada ao nível econômico das mulheres por meio do acesso aos recursos do trabalho e dos negócios. Proporciona as mulheres o direito de decisão nas suas relações em casa e no trabalho. A participação das mulheres no mercado advém da capacidade de romper suas barreiras e do desejo de ter sua renda própria (MELO E LOPES, 2012). Neste sentido, foi questionado se as entrevistadas sempre tiveram desejo de trabalhar fora e ter sua própria renda e se a renda sempre contribuiu no orçamento familiar e quantos (%) representam.

#### ***Trabalhar fora e contribuição no orçamento familiar***

O Quadro 13 retrata o motivo das entrevistadas de trabalhar sempre fora e a (%) de contribuição no orçamento familiar.

Quadro 13 – As opiniões de ter o desejo de trabalhar fora e ter sua própria renda

Entrevistada	As opiniões de ter o desejo de trabalhar fora e ter sua própria renda	(%) contribui no orçamento familiar	Síntese das respostas
E1	[...] Sim... é algo dentro do teu coração e que te faz impulsionar [...]	50%	Trabalhar fora é um prazer e nunca quis depender de ninguém
E2	Sempre tive [...] desde 12 anos, sempre trabalhei fora e tive meu dinheiro [...]	20%	Sempre tiveram desejo de ter sua renda desde novas ou pequenas
E10	Sempre trabalhei fora, nunca fiquei em casa [...]	30%	
E3	Ah sim, desde que comecei com meu pai no bar [...]	50%	
E13	Sempre, sempre desde pequena [...]	100%	
E15	Sempre, 100% sempre, minha mãe não tinha condições e tive que me virar [...]	100%	
E6	Sempre quis poder contribuir na renda familiar.	50%	As entrevistadas além do desejo de ter sua renda queriam se valorizar como esposas e mulheres
E7	Sim, eu sempre quis me manter [...]	50%	
E9	Sim, desde os 18 anos [...]	-	
E11	Sim, sempre porque queria ter meu dinheiro e me valorizar como mulher [...]	50%	
E12	Sim, é complicado depender de marido [...]	50%	
E5	Com certeza, sempre ajudei com alguma coisa, mas o pai sempre pagou tudo em casa [...]	10%	A renda contribui, mas em casa, não é prioridade.
E14	Sempre, porque a gente ser funcionário tem suas	100%	Ter sua renda

	limitações [...]		com seu próprio negócio.
E4	[...] todo mundo quer ter seu próprio dinheiro e tal [...]	100%	Sempre teve a necessidade de Trabalhar fora e a ter responsabilidade.
E8	Não... foi a necessidade [...]	100%	

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

A partir das considerações das entrevistadas, é possível verificar que todas contribuem no orçamento família. As entrevistadas E13, E14, E15, E4 e E8 contribuem 100% no orçamento familiar, já as demais (E2, E5 e a E10) possuem uma participação de 50%, com exceção da E9 não contribui no orçamento familiar.

Em relação ao desejo de trabalhar fora, a E1, quer dizer que ter sua renda é uma consequência do trabalho dela, de um sonho de vida. Já as entrevistadas E2, E3, E10, E13 e E15, afirmam que desde pequenas já queriam ter suas rendas e precisavam ajudar em casa. Para as entrevistadas E7, E9, E11 e E12, trabalhar fora e ter sua renda é uma questão de valorização da mulher e esposa, pois não gostam de depender dos maridos. A E5 destacou que sua renda não contribui diretamente no orçamento familiar devido ao pai sempre manter as contas da casa. Percebe-se que para a E14, ter sua renda sempre se aliou a necessidade de ter seu negócio próprio, porém para as entrevistadas E4 e E8, ter a própria renda é uma questão de necessidade, pois foram obrigadas a trabalhar.

### ***Organização na vida pessoal com a profissional e carga horária própria***

O objetivo desta questão é conhecer como as entrevistadas organizam a vida pessoal e profissional em relação à carga horária diária. O Quadro 14 apresenta as contribuições das entrevistadas em relação a esse questionamento.

Quadro 14 – Organização na vida pessoal com a profissional e carga horária própria

<b>Entrevistadas</b>	<b>Organização da vida pessoal com a profissional e carga horária própria</b>
E1, E13, E15	Administram às duas jornadas, possuem carga horária própria e possuem tempo para laser.
E2, E4, E3, E5, E6, E9, E11, E12,	Administram as duas jornadas e possui carga horária própria, mas tempo para laser e atividades físicas é complicado.
E7, E8, E10, E14	Administram apenas a jornada trabalho, usam finais de semana para organizar-se em casa.

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

As mulheres além de conquistarem o mercado de trabalho e terem suas próprias rendas, ainda procuram conciliar as duas jornadas, casa e trabalho. Um desafio para algumas empreendedoras, como pode ser visto nos depoimentos do Quadro 14, as empresárias não conseguem ter o tempo para atividade física e lazer, apenas se organizam com trabalho. As entrevistada E4 e E7 afirmam que conseguir fazer as duas jornadas está muito longe de acontecer.

É complicado, porque além de eu trabalhar aqui, eu trabalho em mais dois, e um lugar é no final de semana... porque saio daqui, eu to trabalhando ainda na loja, atualizando o facebook, to sempre trabalhando e a loja depende de mim, não tenho suporte...mas é tranquilo... gosto de fazer isso, então não ligo, gosto de vender acessório... [...] [Grifo nosso] (E4).

É complicado, porque ficamos aqui 12 horas por dia na farmácia, de segunda a sexta, e no sábado até as 6:00 hs, com uma carga horária menor de duas horas, daí só sobra o domingo e o sábado à noite... é complicado, tem que ter o companheirismo, principalmente para a mulher. E o tempo que tenho pra organizar em casa, conto com uma funcionária meio período na farmácia, e daí com isso me ajuda muito, onde consigo fazer alguma coisa em casa [...] [Grifo nosso] (E7).

Se tratando das entrevistadas que consegue 100% fazer suas cargas horárias e ainda ter seu tempo para lazer e realização na vida pessoal, pode-se referenciar a E1:

Na verdade é assim... hoje temos a igreja, fizemos entrevistas nas casas das pessoas e para as empresas. Agente tem duas vezes por semana culto e nos outros dias vamos fazer as entrevistas... e o único dia que sobra pra nós dois é o domingo para passear [...]. e também moro no centro, é mais perto da empresa... [...]. Tudo é uma questão de organização, tu não pode dizer sim eu posso fazer ou não? Isso cria uma ansiedade e entra no estresse... temos que saber nossos limites [...] [Grifo nosso] (E1).

Na fala da E1, a questão de ter tempo está ligada a organização e priorizar atividades que são muito importantes para poder viver bem a vida. Na verdade, das 15 entrevistadas, a maioria conseguem fazer sua carga horária própria, conciliar as atividades casa e trabalho, e aquelas que não conseguem, talvez seja porque estão no início do negócio e querem fazer outras atividades. Mas todas desejam ainda tirar um tempo para lazer ou alguma atividade física, com exceção da E15, E13 e E1, que já conseguem porque seus negócios são mais sólidos no mercado.

### **Motivos que impulsionou a ter o negócio próprio**

O Quadro 15 destaca as razões que levaram as entrevistadas em ter seus empreendimentos.

Quadro 15 – Razões que as impulsionaram e influências

<b>Entrevistadas</b>	<b>Razões que as impulsionaram e influências</b>
E1,	A necessidade e o desejo de ter seu próprio negócio e não teve apoio familiar
E2, E8	Ter o negócio próprio para garantir o futuro da família
E3, E7	A carga horária do emprego anterior atrapalhava e a influencia do marido
E13, E14	Vendas de porta em porta
E4, E5, E6, E15,	Não querer ser mais empregado
E9, E10	Ter algo novo na cidade e realização profissional
E11	Gostar do ramo de comercio e apoio da sócia
E12	Ter sua própria renda e fazer sua própria carga horária e apoio familiar

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Na visão de Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo é a busca de um novo negócio. Está ligado ao processo de empreender porque envolve questões como reconhecimento e o desenvolvimento de novos horizontes. Ao analisar o Quadro 15, pode-se perceber que o que levou estas mulheres a ter seu negócio próprio foi a vontade de mudar de vida e procurar novas oportunidades.

Das 15 empresárias, 5 (cinco) não queriam ser mais funcionárias ou a carga horária atrapalhava o relacionamento em casa, como a E6 destaca:

Sim, porque trabalhar para os outros? Então a gente sempre foi meia sacoleira, dai meu marido disse: vamos abrir um negócio para nós? E ele sempre continuou trabalhando fora, mas aqui eu que toco, na verdade ele colocou pra me ajudar e pra mim cuidar...[Grifo nosso] (E1).

A oportunidade de vender em porta em porta, tanto estimulou a E13 e a E14, como também a E6 em ser empresárias. Já no que diz respeito a ter algo novo e diferente na cidade, a E9, E10 e E11, em suas entrevistas deixaram evidente porque primeiramente planejaram para depois abrir o negócio.

Eu sempre quis abrir algo neste ramo, já era cliente deste produto, já gostava deste ramo e morando em Forquilha, vi que não tinha uma loja assim e a dificuldade de achar produtos assim, pois via sempre pessoas comprando sapatos, roupas e sempre quis trabalhar pra mim, mesmo com filhos, que a dificuldade era maior, e ter um negócio pra ter meu próprio horário, com os filhos seria melhor...[Grifo nosso] (E9).

A E9 além de afirmar que buscou por algo diferente, também mostrou a importância em ter o negócio pensando na família. Além da E9, as demais também deixaram explícito na pesquisa que o foco maior era ter um empreendimento que

agregasse valor, realização e pensando no futuro dos filhos ou no tempo de participar da vida dos filhos. No que se refere ao gostar do que faz a E1 afirma:

Na verdade, pela ajuda da minha família, não tive nenhuma, até pela minha mãe ela não queria que eu começasse com a loja. E quando iniciei assim né, tive bastante dificuldade [...] senti forte que Deus colocou no meu coração e não me arrependo [...] a palavra de Deus, mesmo diz: cada um tem um dom e que tem se aperfeiçoar com que cada um sabe fazer [...]. Quando tu faz o que gosta e faz com amor e tu sente alegria do que ta fazendo, isso é muito bom, e hoje agradeço a Deus ...[Grifo nosso] (E1)

Um ponto digno de nota, é que as empresárias destacam muita fé no que vão fazer e atribuem a Deus suas realizações, como se pode constatar nos depoimentos das entrevistadas E1, E9, E141, E14. Em relação ao apoio em seus empreendimentos, das 15, apenas a E1 não teve, porém as demais tiveram apoio dos seus maridos, filhos e sócios.

### ***Estabilidade Econômica e Financeira***

O objetivo desta questão foi compreender se as entrevistadas já conquistaram estabilidade econômica nos negócios que empreendera. O Quadro 16 apresenta a síntese das opiniões a respeito deste questionamento.

Quadro 16 – Estabilidade Econômica e Financeira

<b>Entrevistadas</b>	<b>Estabilidade Econômica e Financeira</b>
E1, E3, E4 E6, E7, E8, E11, E12, E13, E14, E15	Possuem estabilidade pelo negócio estar a mais tempo no mercado.
E2, E5, E9, E10	O negócio ainda está no começo, não possui estabilidade.

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

A estabilidade econômica e financeira com certeza é uma garantia para o empreendimento ter durabilidade e resistir às mudanças do mercado. Mas quando se trata de novos empreendimentos, a estabilidade consiste a partir do momento que o negócio vai tendo a sua própria clientela e a marca for reconhecida no mercado. O Quadro 16 traz duas situações em relação à estabilidade financeira. As empresárias E2, E5, E9 e E10 não conseguiram ainda a estabilidade financeira, pois seus negócios são novos em Forquilha/SC e também algumas tiveram que priorizar a liquidação de empréstimos, porém paralelamente estão conquistando ainda sua carteira de clientes e lutam para que seus empreendimentos sejam reconhecidos no município. Em relação à estabilidade do negócio, Silva (2013) traz



que este fator está associado na capacidade da mulher conseguir lidar com as duas jornadas, casa e trabalho e principalmente ao fator motivacional.

### ***Desempenho pessoal no negócio***

O objetivo desta questão foi compreender como as entrevistadas se veem em relação ao seu desempenho pessoal em administrar seu próprio negócio. O Quadro 17 demonstrará os desempenhos das entrevistadas perante seus empreendimentos.

Quadro 17 – Desempenho no negócio.

<b>Entrevistada</b>	<b>Desempenho no negócio</b>	<b>Síntese das respostas</b>
E3, E6	Precisam buscar mais conhecimento	Acreditam que o conhecimento é fundamental e sempre tem que estar se atualizando
E5	Acredita que nunca está totalmente desempenhada ao negócio	
E9	Ainda considera insegura no comercio	
E2, E4	Está preparada no negócio	Pelas relações com colaboradores e fornecedores e os próprios clientes
E1, E7	Avalia em nota: 8,0	Se sentem bem desempenhadas e convictas nos negócios próprios
E8, E11, E12, E14	A experiência no comercio ajudou muito no desempenho	A experiência é um fator muito importante neste quesito
E10	Sempre teve convicção em suas decisões	Determinada e possui muita fé em suas atitudes
E13	Muito elogiada pelos clientes seu desempenho	O próprio cliente mede o desempenho
E15	Bem preparada, a experiência contou, mas o mercado e impostos atrapalham.	A instabilidade do mercado atrapalha no seu desempenho.

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

O desempenho está muito relacionado às experiências e a preparação do empreendedor em lidar com as variáveis do mercado ou na atividade que realiza. O Quadro 17 apresenta que 4 (quatro) (E3, E6, E5, E9) entrevistadas acreditam que ainda não estão totalmente preparadas para administrar seus negócios, para elas a busca do conhecimento precisa ser contínua, pois há no mercado muita concorrência.

A entrevistada E10 se mostrou muito convicta no seu desempenho, conforme afirma:

Eu não sei, te dizer certo. Mas quando eu abri a loja, tinha convicção que o negócio ia dar certo. Eu acho que ta dando super certo. E sempre a gente aprende alguma coisa, e vai sempre aprender, pois a gente nunca sabe tudo, por isso não consigo avaliar meu desempenho, porque em relação a comercio do aprendendo... [Grifo nosso] (E10)

Além de se sentirem preparadas, acreditam que o conhecimento é essencial para o empreendimento e possuem muita fé, e não buscam mais pelo tempo já está totalmente comprometido, como afirma a E1.

Como tenho muito que aprender ainda, eu daria nota 8,0, assim... eu tenho muito que buscar e as vezes não busco mais conhecimento, pelo tempo que ta todo preenchido e hoje não tenho nada a pedir, só agradecer a Deus...[Grifo nosso] (E1)

E neste ponto de vista a E7 também afirma: “*Eu acho que se for pra dar uma nota, talvez um 8, e depois a gente tem que ta sempre aprendendo algumas coisas, todo dia é um desafio diferente, uma meta diferente...*”[Grifo nosso] (E7). Já em relação à experiência, esta conta muito no desempenho das lojistas, mas muitas aprenderam com os pais, trabalhos anteriores e até mesmo as vendas como sacoleiras. Como a E4, afirma que precisou de ajuda. “*Hoje, tenho uma experiência maior, muito, antes eu precisava da ajuda de minha mãe [...] não era habilitada a fazer isso, também vai pegando experiência com que trabalha [...]*”[Grifo nosso] (E4)

Um fato bem interessante citado foi que os clientes medem e ajudam muito as empresárias para avaliação de seu desempenho em seus negócios, como a E13 relata:

Assim, a gente tem bastante elogio dos clientes... e eu me acho preparada por não misturar as coisas e de não levar pra casa os problemas, e também de não me abalar com uma crítica de um cliente... hoje além de tocar o negócio, saber vender, ainda temos que ser psicólogo para alguns clientes...[Grifo nosso] (E13)

As empresárias que ainda não se sentem preparadas acreditam que também a experiência vai ajudar a melhorar o desempenho e os próprios clientes contribuem para isso. O mercado está sempre em constante mudança, e por isso precisam se atualizar, pois o segmento que elas trabalham também há concorrência e devido a isso precisam estar sempre em busca do diferencial profissional e do negócio em si.

## **b) Psicológicas**

O poder psicológico se origina da consciência individual de força e transmissão da autoconfiança do indivíduo para outras pessoas. Pode-se dizer que

é o poder pessoal, muito importante para a igualdade dos gêneros. No empoderamento feminino torna o incremento da capacidade das mulheres avançarem na conquista da autonomia e emancipação na sociedade (LISBOA, 2007). Nesta dimensão estão relacionados os aspectos como bem-estar, sucesso profissional, objetivo de vida e o enfrentamento das dificuldades.

### ***Bem-estar e sucesso profissional***

O bem-estar envolve o controle de uma pessoa sobre a própria vida e o que leva ao sucesso profissional e realização. Diante deste pressuposto, foram questionadas as questões como bem-estar e sucesso profissional com as 15 entrevistadas. O Quadro 18 apresenta as seguintes concepções.

Quadro 18 - Bem-estar

<b>Entrevistadas</b>	<b>Bem-estar</b>
E1	Ter paz consigo mesma na vida
E2	Consciência tranquila nos negócios
E3	Realização dos sonhos
E4, E7	Conciliar a vida pessoal com a profissional
E5, E6	Satisfação do cliente
E8, E9	Estar bem com a família
E10, E12	Estar bem com a família e bem no trabalho
E11	Não possuir dívida
E13	Ter horas de lazer e participar da igreja
E14	Paz em casa e o negocio se manter
E15	Estabilidade no negócio e horas de lazer, participar da igreja

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

O que é possível constatar no Quadro 18, é que são variáveis das respostas em relação ao bem-estar, como no caso da E1, bem-estar seria algo que vem dentro da pessoa: “*Bem-estar pra mim é estar em paz comigo mesma, estar em paz com minha família e poder fazer de bom para as pessoas, para poder receber aquilo que está plantando...*” [Grifo nosso] (E1). Já no caso da E2, E11e 15 apontam que o bem-estar está mais ligado a consciência tranquila e não ter dívida:

Bem estar é... dormir com a consciência tranquila de que alguma maneira até naquele dia ali eu fiz o que tinha que fazer e se eu não conseguir fazer, é porque não deu pra mim fazer...ter a tranquilidade de saber que o que eu puder fazer eu fiz... daqui pra frente não sei o que vai acontecer ...[Grifo nosso] (E2)

A E6 em seu relato, como também a entrevistada E5, afirmam que esta questão depende do nível de satisfação dos seus clientes e isso é o que realmente importa.

Na empresa, a satisfação do cliente, o lucro é consequência, sempre procuro a satisfação do cliente como a estampa. Em casa, estar de bem com meu marido, meu filho, ter paz... acho que é isso bem-estar...[Grifo nosso] (E6)

As entrevistadas E8, E9, E10, E12 consideram que bem-estar é obter a tranquilidade financeira no negócio e estar bem com a família, *“É estar de bem com minha família e tranquilidade financeira” (E8)*.

A estabilidade do negócio também conta muito para as entrevistas, como a E9 aponta:

Hoje, tenho 37 anos, e conseguir manter minha loja, minha família, com dois anos de tempo de negócio, já é muito importante. Como gosto muito de vender, considero que to numa fase muito boa de bem estar, consigo conciliar a família, meus filhos e marido e trabalho e fazer o que gosto, encantar os clientes com presentes e fazer com que ele saia daqui feliz pela compra, isso me deixa feliz... [Grifo nosso] (E9)

E a maioria das entrevistadas apontou que gostar do que faz, também traz a sensação de bem-estar, como no caso da E12 e demais. *“Acho que estar bem com os dois, é gostar do que faço e da família também” (E12)*. Já a E14 em sua fala mostra a importância da família unida e a superação dos desafios, isto conta muito para estar bem na vida e nos negócios.

Com a família, é a união da família, ta todo mundo reunido, hoje tenho 2 netos, umas gracinhas e no trabalho, ter a expectativa de estar sempre superando teu seu negócio e os desafios. Hoje o maior desafio é se manter com o negócio e ta sempre buscando coisas novas, hoje com internet é uma ferramenta que ajuda muito...[Grifo nosso] (E14)

Conclui-se que para as entrevistadas a questão bem-estar está relacionado em estar bem com a família e o trabalho, a realização do negócio, manter as contas em dia e principalmente os clientes gostarem dos produtos e dos atendimentos destes empreendimentos. Para elas, todos esses fatores proporciona uma tranquilidade para os negócios e para elas em si.

A questão relacionada ao sucesso profissional contém algumas semelhanças na questão bem-estar como o Quadro 19 vai relacionar.

Quadro 19 - Sucesso profissional

Entrevistada	Sucesso profissional
E1	Estar no caminho de Deus
E2	Trabalhar e executar as tarefas sempre pensando positivo
E3	O negócio se manter com próprios recursos
E4, E5, E12, E14	Ter uma boa carteira de clientes e clientes satisfeitos

E6	O reconhecimento profissional e o conjunto de tudo, família e trabalho bem
E7	O negócio se manter e realizar meu sonho de ser mãe
E8	O reconhecimento profissional e situação financeira bem
E9	Estar bem com a família e saúde
E10	Fazer algo que te faz feliz na vida
E11	Realizada no negócio e na família
E13	Ter família, amigos e um Deus para agradecer.
E15	A conquista dos sonhos

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Dentre os aspectos citados no Quadro 19, a entrevistada E13 e a E1 destacam que para ter sucesso atribuem a opção religiosa, uma crença. “*Estar em paz, ter paz e estar em paz com Deus... estar no caminho com Deus pra mim já é sucesso”... [Grifo nosso] (E1). Já as entrevistadas E3, E6, E8 e a E11, acreditam que o sucesso é o negócio estar bem e também o reconhecimento conta muito nesta parte. “*Manter o negócio em pé... no dia que a gente ta hoje... e manter o negócio em pé pra mim e funcionando já é um grande sucesso... na crise que estamos hoje”... [Grifo nosso] (E3), “*Ser reconhecida pelo esforço que fiz, mas se tiver uma situação financeira melhor, ajuda muito, e manter o negócio...” [Grifo nosso] (E8).***

Na questão sucesso profissional, a importância do relacionamento com os clientes também conta muito para o negócio e logo para o sucesso, como a E5 relata. “*É ter meu negócio, ter um bom relacionamento com os clientes e satisfeitos, poder fazer as coisas que ainda quero fazer com meu trabalho... [Grifo nosso] (E5).*

O sucesso profissional envolve para as entrevistadas a família unida, a fé, tempo para a saúde e lazer, uma carência que mostrou na pesquisa, talvez isso explica porque o negócio ainda está no processo de desenvolvimento e amadurecimento, pois são poucas que conseguem tirar seu tempo para lazer.

Eu ainda quero mais pra frente, além da família, filhos, loja, quero um conceito de saúde, fazer academia, pilates... de ter tempo e conciliar, porque soma muito, esta junção de corpo e alma, é o que ao logo do tempo vou conciliar ...[Grifo nosso] (E9).

Sucesso é ter família, ter amigo, ter um Deus pra agradecer todos os dias e saber que ele te atende. Eu sempre saio de manhã de casa e digo: Jesus proteja meu caminho... e sucesso é tu pedir uma coisa e ser atendido e todos clientes serem fiéis e ver um cliente seu estar usando a roupa que comprou aqui, isto me deixa muito feliz ...[Grifo nosso] (E13)

Pode-se deduzir na questão sucesso profissional que para as entrevistadas o sucesso é um conjunto, desde ter a família e apoiando no negócio, clientes satisfeitos, realização e reconhecimento e a atribuição a uma crença

religiosa. Jonathan (2011) evidencia que o sucesso profissional para mulheres está entre o equilíbrio em sua vida profissional e familiar e que as mulheres conseguem desempenhar seus diversos papéis na sociedade com muito mais facilidade do que os próprios homens.

### ***Planos para o futuro e ou objetivo de vida como empreendedora***

O Quadro 20 apresenta os aspectos em relação ao sonho das entrevistadas e ou planos em suas vidas.

Quadro 20 - Plano para o futuro e ou objetivo de vida

<b>Entrevistadas</b>	<b>Planos para o futuro e objetivo de vida</b>	<b>Síntese das respostas</b>
E1	Trabalhar na obra de Deus, ou servir na Igreja e conciliar o negócio.	Com o negócio estável, a entrevistada deseja agora ter o tempo para a vida pessoal.
E2	A busca da tranquilidade financeira	A E2, E6, E13 Focam na situação financeira tranquila no negócio
E6	Situação financeira estável	
E13	Trabalhar com reservas e estabilidade no negócio	
E3	Abrir uma filial em outra cidade	Aumentar o negócio
E5	Ter a casa própria e filhos	A E5, E8 e E15 Trabalhar para um futuro melhor para os filhos e realização na vida pessoal
E8	Ajudar na realização dos sonhos dos filhos	
E15	Continuar amar o que faz e um futuro para os filhos	
E7	A satisfação dos clientes	E7, E9 e E10 Ambas têm como objetivo manter clientes satisfeitos e o negócio superar desafios
E9	Trabalhar conciliando família, casa e clientes satisfeitos.	
E10	Superação nas vendas planejadas	
E11	Manter o negócio no mercado	E4, E11, E12 e E14 Desejam manter o empreendimento e ter seu tempo para lazer
E12	Continuar com a loja	
E4	Continuar no comércio	
E14	Manter o negócio e tempo para família e saúde	

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Ao analisar o Quadro 20, em base as sínteses das respostas, a questão ao planejamento de vida, a entrevistada E1 ela sempre atribui sua vida a uma crença religiosa:

Na verdade em questão da empresa e falando de mim... hoje to totalmente realizada, meu foco é trabalhar na obra de Deus, porque tudo que eu precisava ele colocou nas minhas mãos, é uma forma de agradecer a Deus por tudo que foi feito [...] A palavra de Deus diz: para aquele que tudo foi dado, terá que ser agradecido [Grifo nosso] (E1)

As entrevistadas E2, E13 e E6 focam em trabalhar e com algo diferente para ter uma situação financeira estável, pois assim elas conseguirão ser felizes e estarem bem em seus empreendimentos e em casa.

Acho que ter o negócio, procurar sempre trazer as coisas diferentes dos outros, pra poder seguir e o que eu faço aqui é uma consequência vamos

dizer, do futuro, e o que eu vou colher no futuro daqui 3 ou 4, 5 anos é a busca dessa tranquilidade... aqui ou em outro lugar tem que trabalhar [Grifo nosso] (E2)

O modo de pensar das entrevistadas E5, E8 e E15 são semelhantes no que diz respeito à dedicação ao trabalho para garantir um futuro para os filhos e realização dos objetivos de vida. A E8 destaca a importância além de garantir o futuro dos filhos pra ela é uma questão de necessidade manter o negócio. “Se mantiver na loja, e continuar ajudando meus filhos, até mesmo porque hoje sou divorciada, tenho que batalhar” [Grifo nosso] (E8).

A entrevistada E3 hoje se considera bem realizada profissionalmente, e ainda deseja aumentar seu negócio com outras filiais em outras cidades, e além da entrevista analisada, todas mostraram muita determinação. “Depois de ter aumentado a loja, que foi o objetivo alcançado, meu próximo objetivo é abrir uma filial, daí começa a questão de estudar qual local, levantamento, o próximo objetivo é a filial e hoje a gente ta focado nisso” [Grifo nosso] (E3).

Entretanto as entrevistadas E7, E9 e E10, acreditam que se suas lojas não possuírem clientes satisfeitos, nada vai adiantar continuar seus empreendimentos e ter um bom relacionamento com a família e o trabalho, como a E9 relata. “Trabalhar, encantar clientes, poder conciliar família com meu trabalho e meus clientes saírem daqui satisfeitos e felizes, é tudo” [Grifo nosso] (E9).

Por outro lado, às entrevistadas E4, E11, E12 e a E14, colocam que o objetivo de vida está aliado ao desejo de continuarem com suas lojas, e se manter, é o essencial pra elas. “Meu objetivo no momento é ficar com a loja e se manter e que melhore o movimento, pensar positivo, mesmo em momentos de crise. O problema é que a mídia coloca na cabeça do povo esta tal crise” [Grifo nosso] (E11). “O meu objetivo maior é se manter no mercado, e aproveitar os momentos de vida que a gente tem, viajar, trabalhar e ter um tempo pra família ... é isso que vale a pena e cuidar da saúde” [Grifo nosso] (E14)

O objetivo de vida por certo lado faz com que as empreendedoras foquem em suas trajetórias nos negócios e não desistam de ser comerciantes, pois além delas gostarem do que fazem, anseiam em realizar sonhos de vida e garantir um futuro para sua família.

### ***Dificuldades na atividade de Empreendedora***

O Quadro 21 apresenta as dificuldades que as entrevistadas encontraram em suas trajetórias como empreendedoras.

Quadro 21 - Dificuldades na atividade de Empreendedora

<b>Entrevistadas</b>	<b>Dificuldades na atividade de Empreendedora</b>	<b>Síntese das respostas</b>
E1	As críticas na sua vida profissional e funcionários	A E1 por sempre lidar sozinha no comércio e existem funcionários despreparados
E14	Funcionários capacitados	
E2	A crise de 2015	Começou seu negócio entre 2014 e 2015
E3, E8, E11	Inadimplência	Um problema bem sério para as entrevistadas
E4	Credidiário e Inadimplência	
E6	Inadimplência e carga tributária	
E5	Fazer a clientela e a carga tributária	
E15	carga tributária e o menor lucro	A carga tributária atrapalha muito
E7	Lidar com o povo	Há clientes de vários perfis
E9, E10	A loja ser reconhecida no mercado	Ambas acreditam que é uma das primeiras dificuldades
E12	Manter o negócio no começo	Por pagar os recursos emprestados e honrar as dívidas
E13	As fiscalizações como INMETRO e multas	Incomoda muito na vida do comerciante

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Fazendo uma análise do Quadro 21, as dificuldades existentes são questões relacionadas com a inadimplência, funcionários preparados para atender bem os clientes e a carga tributária. A E9 como está somente há dois anos no mercado, relata que seu maior desafio é ser reconhecida pelos clientes, como é possível identificar no seu relato.

A dificuldade, claro que inicialmente é a loja ser reconhecida, hoje tem apenas 2 anos, no início a loja não fica bem visível. E saber os clientes que aqui tem o presente que ele precisa, isto leva tempo... *isso gera dificuldade*, mas no começo...hoje a loja tem uma cartela de clientes bem grande né e isto já muito gratificante [Grifo nosso] (E9)

O problema da inadimplência atrapalha os negócios das empreendedoras, a maioria mostrou esta questão como uma pedra no caminho. E como exemplo tanto a E11 e a E3 frisaram: A inadimplência, se não fosse isso, seria uma bênção, este ano mesmo tá muito difícil... mas graças a Deus hoje neste ponto comercial que a loja tá, é muito melhor do que o outro ponto que trabalhava antes do outro lado da ponte” [Grifo nosso] (E11)



A maior dificuldade...hoje a maior dificuldade no mercado é a inadimplência né, a gente luta contra isso... é o que atrapalha mais... e funcionários nunca me incomodei...pra mim são os melhores os que tive até agora... tive que por uma pra rua esta semana, mas não tem problema nenhum[Grifo nosso] (E3)

Um fator que está preocupando as lojistas é a crise de 2015, que na verdade a própria mídia enfatiza nesta questão e as pessoas acabam vendo como um grande problema e se assustam, uma das entrevistadas até retratou isso em suas falas:

Agora vamos dar um exemplo... essa crise imaginária, retratada pela globo, vamos dizer assim... ninguém que compra aqui tá desempregado, continua as mesmas coisas...é uma influência que vem da televisão... este mês tive o obstáculo de honrar meus compromissos, tive que planejar diferente este mês, segurar algumas contas no começo do mês e o resto trabalhar... trabalhar para pagar até final do mês... tudo ajuda né [Grifo nosso] (E2)

As fiscalizações e a carga tributária para as entrevistadas também são retratadas como um problema sério para o comércio. A E6 também relata como um sentimento de desafio. *“Mais a inadimplência e a carga tributária. Hoje eu tive que abrir uma outra loja, por causa do imposto... e funcionários me encomendei bastante”* [Grifo nosso] (E6). Em relação aos funcionários a E14 também mostra certa dificuldade.

Um das principais dificuldades que tivemos foi achar funcionários eficientes, pois o funcionário não adianta só ganhar bem, tem que ter qualificação e hoje ta tudo mais difícil, esta é a dificuldade também de hoje né... até temos funcionários qualificados, mas são poucos. Acho que quando tu quer uma coisa, você consegue[Grifo nosso] (E14)

Diante dos aspectos supracitados, é possível perceber que os desafios mais evidentes foram à inadimplência, a gestão de pessoas (funcionários), a fiscalização e a carga tributária. É importante evidenciar que as empresárias não apresentaram desafios relacionados a elas em si, mas deram destaques a fatores externos ao empreendimento.

Essa realidade o Monitoramento global de empreendedorismo – GEM (2014), traz nos seus relatórios, cujas são as condições que interferem na atividade empreendedora são: finanças, políticas e governamentais. Nos motivos levantados pelas empresárias de Forquilha, pode-se perceber que realmente o fator governo desestimula as mulheres entrevistadas em seus empreendimentos.

### c) Educacional

A educação para as mulheres nas condições históricas sempre tiveram maiores barreiras. A capacitação educacional para mulheres ajudou muito no processo empoderamento. Em relação ao avanço educacional, sem dúvida, isto foi o avanço para o empoderamento das mulheres em todas as esferas da sociedade (MELO; LOPES, 2012). A partir desta premissa, este estudo teve o interesse de compreender se o grau de escolaridade influenciou as empreendedoras a buscar o conhecimento a respeito dos seus empreendimentos.

O Quadro 22 traz as principais influências acerca da escolaridade e a questão da busca do conhecimento.

Quadro 22 - A influência do Grau de Escolaridade e a busca conhecimento profissional

Entrevistadas	A influência do Grau de Escolaridade e a busca conhecimento profissional	Síntese das respostas
E1, E2	O conhecimento é essencial	E1, E2, E4, E6 e E9 Ambas relatam que o conhecimento é muito importante pra elas
E4	Preparar para a vida e principalmente em lidar com as pessoas	
E6, E9	O aperfeiçoamento é fundamental	
E3, E5, E13	Não é tão importante, o dia-a-dia aprendemos ensina mais com clientes.	E3, E5, E12, E13, E15 O aprendizado maior é questões do cotidiano e amar sua carreira
E12	É bom, mais a força de vontade faz a diferença.	
E15	O mais importante do que conhecimento é gostar do que faz	
E8	O curso superior em Administração é muito importante para minha profissão e me daria um norte maior	Gostaria de ter feito a faculdade de Administração, mas o tempo é difícil
E10	O curso superior em Moda visou em ter o negócio	E7, E10, E11 e E14 Acreditam que O nível superior ajudou muito nos seus negócios e aperfeiçoamento em cursos
E11	Necessitou fazer a faculdade e quer se aperfeiçoar sempre mais	
E14	Para ter um negócio tem que ter conhecimento	
E7	Foi à base para trabalhar com farmácia	

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

O Quadro 22, além trazer as concepções das entrevistadas em relação a escolaridade, mostra semelhanças nas respostas, em que umas apontam que o conhecimento ajuda muito na gestão do empreendimento, como afirma a E1.

Olha [...] na questão de ser empreendedora, um pouco de conhecimento é importante, porque se tem pouco grau de escolaridade... é importante que

busque conhecimento em leituras no que está trabalhando, para que não seja uma pessoa fechada, porque vai vir muitas informações e tu tens que saber administrar tudo isso e ter muito jogo de cintura né [...] [Grifo nosso] (E1)

“Sim, antes eu achava que até não precisava, que sabia tudo. Mas agora terminando a faculdade, vejo que abriu minha mente e vi como estava errada e fazia coisas que não precisava ser feitas, olha que faz tempo de loja que tenho” [Grifo nosso] (E11). Outras trazem que a escolaridade é boa, mas a convivência com os clientes conta muito mais e o dia-a-dia, como a E13 destaca em sua fala.

Não. Porque meu marido é formado em Administração e fez pós-graduação e tudo... e vejo que pensamos totalmente diferente, ele é perfeito nas coisas da escola, mas não tem coragem que eu tenho no negócio, até por ele não estar aqui todos os dias... aproveito sempre nas viagens e to sempre focada nas vendas... acho que com o dia a dia a gente aprende muito mais, e só estudar não adiante, tem que por em prática[...] [Grifo nosso] (E13)

Já a E12, acredita que a força de vontade é o que faz a diferença, mas confessa que poderia ter estudado mais, pois a vida propiciou mais acomodação nesta questão, devido ao tempo que se envolveu com a loja. “Acho que foi mais a força de vontade, mas claro que se tivesse mais aperfeiçoamento, eu gostaria até de voltar a estudar... “mas acabei me acomodando” “ [Grifo nosso] (E12)

Um fato interessante é que para algumas entrevistadas o nível superior ajudou a ter o foco para o que abrir de empreendimento ou até mesmo para poder trabalhar com o ramo que escolheu e a lidar com as pessoas, como a E7. “Sim e muito. Tive que fazer cursos, pra poder trabalhar na farmácia. Pra mim é muito importante. E principalmente em lidar com as pessoas” [Grifo nosso] (E7).

Em relação à busca de conhecimento a maioria sempre procurou e procuram se atualizar como é possível constatar no relato da E2. “Com certeza, sempre na internet, sempre por dentro do que vai ser, do que é agora, do que vai acontecer mais na frente, as tendências, as cores, as vitrines... tem que se atualizar [Grifo nosso] (E2)”. A E5 destacou a importância do CDL e SEBRAE para o conhecimento.

A gente sempre busca, na internet, com as palestras, que a gente vai às da CDL, que sede pra gente, até mesmo agora o SEBRAE, nos mandou um guia de estudo, estamos lendo... nossa é bem legal e as coisas que temos dúvidas, eles mostram pra gente... é bem legal mesmo [Grifo nosso] (E5)

E além de trazer conhecimento para o cotidiano, aperfeiçoa para lidar com os clientes e conhecer o que o mercado precisa. A E9 afirma : “Com certeza, acho que toda informação e todo tipo de estudo, mesmo que não seja minha área,

tudo ajuda. O conhecimento ajuda na forma de atender os clientes, na sensibilidade com o cliente e toda informação é válida “[Grifo nosso] (E9).

Sim, sempre procurando estar por dentro das novidades, das tendências. Porque quando uma cliente chega e querem saber o que ta na moda e muitas já vem com o modelo pronto ou querem coisas atualizadas e por isso temos que estar sempre atualizadas e também por fazer vestidos de 1ª mão [Grifo nosso] (E12)

A influência da escolaridade em base as opiniões das entrevistadas é muito importante para algumas empresárias, pois é simplesmente o básico para outras. Já em relação à busca do conhecimento é algo essencial como empreendedoras. O que fez estas mulheres empreender talvez não fosse tanto à escolaridade, mas a oportunidade e a força de vontade. O conhecimento ajuda a se manterem no mercado e se atualizarem. Tratando-se desta questão, Mageste, Melo e Ckagnazaroff (2008), afirmam que a educação é um pré-requisito essencial para o empoderamento das mulheres na sociedade como uma forma de se emancipar com saber e habilidades que geram autoconfiança em sua forma de se relacionar.

#### **d) Cognitivas (Poder de Decisão)**

As transformações ocorridas em relação ao gênero feminino na questão do empoderamento possibilitou a mulher na condição para a igualdade com homens em vários aspectos, desde a profissão, ter sua própria renda e emancipação (LISBOA, 2007). Essa dimensão compreende a necessidade da mulher de ser e fazer suas escolhas mesmo que possam ir contra as expectativas culturais e sociais (COSTA, 2008). Diante disso, este estudo teve o intuito de compreender o grau de participação das mulheres empresárias, sua liberdade profissional e suas características como empreendedora e o que faz delas serem o que são atualmente.

#### ***Grau de participação nas decisões da casa e no trabalho***

O poder de decisão proporciona para mulher a tomada da consciência do que falta para ela realizar para que seu potencial seja por completo e até mesmo o desejo de mudança. O Quadro 23 apresenta o grau de participação das empresárias nas decisões.

Quadro 23 - Grau de participação nas decisões da casa e no trabalho

Entrevistada	Grau de participação decisões	(%)
E1	Vem de dentro o poder de decisão	100%
E2	Tranquila, porém para ter certeza de algo pede opinião para outros.	50%
E4, E6	Forte em casa e no trabalho	100%
E5	Controla apenas a loja e a casa depende dos pais	100%
E7	Tem opinião, mas a decisão final é do marido.	30%
E8, E13, E15	Decidi em tudo	100%
E9	O marido apoio sempre	100%
E3, E10, E12	Procura manter um consenso nas decisões em casa e no trabalho	50%
E11	Tanto na loja com a sócia e em casa com o marido	50%
E14	Eu digo a palavra final, mas conversa com os filhos	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

O Quadro 23 apresenta que das 15 entrevistadas, 60% utilizam o poder de decisão muito forte, tanto nas atividades de casa quanto no trabalho. E 33% das entrevistadas as suas opiniões dependem de outras visões, principalmente acerca das ideias dos maridos, filhos e sócias. Acreditam que sempre é bom ter outra opinião quando vai decidir algo muito importante e até mesmo em questões do dia-a-dia. E apenas uma representando 7% do total, não possui o poder de decisão em casa e no trabalho.

### ***Liberdade Profissional***

A liberdade profissional só pode ser conquistada devido ao comportamento das mulheres, não para se igualar aos homens, na conquista da expansão nos níveis educacionais e mercado de trabalho. Antes a mulher dependia dos pais e marido, ao longo do tempo conquistou sua própria renda e liberdade de escolha (MELO; LOPES, 2012).

Deste modo, o Quadro 24 apresenta os significados da liberdade profissional.

Quadro 24 - Liberdade Profissional

Entrevistada	Liberdade Profissional	(%)
E1	Casada, mas não deixa de fazer nada por causa do marido.	100%
E2, E3, E6, E9, E10, E12, E14	Considera independente	100%
E4	Considera independente, mas isto gera conflitos com a mãe.	100%
E5	Pela própria confiança da vida pessoal e no trabalho	100%
E7	Em algumas situações, mas na farmácia depende do marido.	50%
E8, E15	Atualmente sim, super independente, mas depois da separação.	100%

E11	Desde muito nova	100%
E13	Totalmente desde a vida pessoal a profissional	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Em analisar o Quadro 24 o poder de decisão automaticamente proporciona para as mulheres a liberdade profissional. Como pode ser visto, 93% das entrevistadas possuem a liberdade em suas escolhas e apenas uma não consegue, representando 7% do total das mulheres empresárias. Esta por sua vez, ainda é submissa ao marido e a própria cultura que sua família traz.

Um fato interessante foi a E5 em sua fala que apresentou que a liberdade só pode ser conquistada pela confiança. Segundo ela, *“acredito que sim, já tenho a própria confiança, porque tem pessoas que não sabem separar o que é da loja e o que preciso na vida pessoal, isto consigo separar, acho que é isso”* [Grifo nosso] (E5).

Já no caso da liberdade, para a E8 e para a E15, a conquista da liberdade só aconteceu após o divórcio. [...] *Hoje? Sim! Antes com meu ex-marido era difícil, estou separada já a cinco anos...* [Grifo nosso] (E8).

É possível perceber que as mulheres estão tendo a possibilidade de se empoderar e ter sua liberdade profissional, mas no caso da E15 e da E8, elas precisaram se divorciar dos seus cônjuges para conquistar seus espaços na sociedade. A E7 se considera independente, mais há uma forte influência em relação as suas decisões por parte do marido tanto na vida pessoal quanto na profissional. Alcançar o empoderamento feminino está intimamente relacionado com as mudanças pelo preconceito, na busca na igualdade dos direitos tanto no lado profissional e afetivo. Apesar da cultura que ainda existe em relação ao gênero feminino, as mulheres estão ganhando controle de suas próprias vidas e a capacidade de agir nas questões pertinentes (MALHOTRA, 2002).

### **Características como empreendedora**

Neste aspecto serão apresentadas as características das 15 empreendedoras entrevistadas, expostas ao Quadro 25.

Quadro 25 - Características como empreendedoras

Entrevistadas	Características como empreendedora
E1	Perseverança e a persistência e determinação.
E8	Persistência, força de vontade e a necessidade.

E3, E4	Persistência e determinação
E2	Planejamento e determinação
E5	Determinação e confiança
E9	Otimismo e determinação
E12	Determinação e foco no objetivo
E7	Gostar do que faz
E10	Autoconfiança e a inovação e controle de tudo
E15	Autoconfiança, determinada e trabalhadeira.
E11	Estar sempre envolvida com o negócio e a liberdade
E14	Força de vontade e a liberdade
E6	Poder de decisão e força de vontade
E13	Não ter preguiça, disciplinada e a humildade.

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

A partir das considerações do Quadro 25, analisando as principais características das 15 entrevistadas como empreendedoras, foram possíveis constatar a determinação, persistência, força de vontade, autoconfiança e a liberdade profissional.

Mas entre as principais características, é importante destacar o depoimento da E13, a humildade e o bom relacionamento.

Acho que não tenho preguiça, e quando elas vão embora, se precisar limpar e organizar coloco a mão na massa, sou humilde. E tenho um bom relacionamento com todos, desde as pessoas que viajam comigo no ônibus, funcionários, e comunidade. Ah posso dizer que sou muito determinada e disciplinada [Grifo nosso] ( E13).

O modo de pensar da E1 mostra que a determinação relacionada com o desejo do coração, faz lutar pelo o que gosta.

Pra mim... a minha característica, é o dom de Deus, e também a perseverança e a persistência. O que conheço hoje é que... não desisto do meu sonho e devemos lutar por aquilo que a gente faz... que é o desejo do seu coração [Grifo nosso] ( E1).

Como visto que à persistência também é predominante nas características das empresárias, mas a necessidade conta muito, como a E8 relata. *“Acho que a persistência, força de vontade e a própria necessidade de fazer algo pra manter minha família. Porque no tempo que era casada, ele nunca me ajudou e incentivou e sempre tive que tocar a loja sozinha”* [Grifo nosso] (E8).

Estas características levantadas pelas entrevistadas com certeza é o que faz a diferença destas mulheres se empoderar nos negócios e se diferenciar de outras mulheres, de lutar pelo sustento de suas famílias e da busca da realização dos objetivos e principalmente manter os negócios.

## e) Familiar

Com o avanço na inserção das mulheres no mercado de trabalho, houve alterações na questão familiar, a mulher passou a ajudar na renda familiar e os homens se deram conta que isto era necessário. Segundo Moreira et al (2012), esta dimensão está relacionada com a de decisão do lar, da própria maternidade e com o cônjuge.

As mulheres tem se dedicado tanto ao ingresso ao mercado de trabalho, como um intenso envolvimento em atividades bem sucedidas fora do lar, bem como a participação em casa e nos cuidados com a família. (SILVA, 2013).

### ***Significado de Família e reconhecimento familiar no campo profissional***

Nesta seção serão apresentados os significados de família e o que é reconhecimento familiar para as entrevistadas. Esta questão para as mulheres é muito importante, pois além de empreender, a família representa um fator estimulante e o principal motivo que as levam em manter seus negócios.

O Quadro 26 demonstra a importância da família para as empresárias e o reconhecimento familiar que possuem nos negócios

Quadro 26 - Significado de Família e reconhecimento familiar

<b>Entrevistada</b>	<b>Significado de Família</b>	<b>Reconhecimento e incentivo familiar</b>
E1	Muito importante é a consolidação do casal	Reconhecimento do marido
E2	É tudo na vida e a base	Do marido e dos filhos
E3	Família é o alicerce e a base	Da família e dos clientes
E4	É a base para educação	Não há reconhecimento da família
E5	Família é tudo	Namorado e os pais incentivam muito
E6	Família primeiro lugar	A família
E7	Porto seguro	O marido e até a família do meu marido
E8	Quando se tem uma família completa e tem interesse junto	Dos filhos, mas é pouco
E9	A base e a meta pra vida	Total família
E10	Alicerce e uma família estruturada, tudo fica bem.	O marido ajuda muito
E11	O pilar e fica em primeiro lugar na vida	A própria sócia que é cunhada e marido, os filhos.
E12	A base de tudo	O marido é sempre otimista e me ajuda muito
E13	Família é tudo e Deus em primeiro lugar	Desde pais, irmãos, marido e filhos
E14	Ter a ligação forte com a família	O filho ajuda muito no negocio e a filha nas ideias
E15	Muito bom, mas preocupante também.	A valorização da família, por parte dos filhos.



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Como observado no Quadro 26, às empresárias em suas concepções, em sua maioria, veem a família como a base pra tudo e acreditam que isto conta muito no reconhecimento que elas possuem, e se não fosse isto, talvez elas nem continuassem com seus negócios.

#### f) Políticas (inclusão das mulheres e seus direitos)

O empoderamento estrutural ou político envolve a dimensão política da conformação da vida social. Pode ser entendido como um processo que pessoas ou grupos renunciam uma posição dominante e se apropriam de habilidades do direito de votar e de poder (KLEBA; WENDAUSEN, 2009). Percebe-se que o acesso à informação, as mulheres conseguem poder e autonomia, e com isso podem confiar em si próprias e lutar pelo reconhecimento profissional, assim desenvolvem uma boa trajetória profissional (MELO; LOPES, 2012).

#### ***Trajatória profissional***

Nesta etapa, serão referenciados desde a trajetória das empresárias conforme o Quadro 27, bem como as dificuldades que tiveram em suas carreiras como mulheres e as concepções acerca do homem empreendedor e da mulher empreendedora como no Quadro 28.

Quadro 27 visa demonstrar a trajetória profissional das empresárias, desde suas primeiras atividades à atual, hoje lojistas ou comerciantes. Vale destacar que as entrevistadas em suas atividades profissionais sempre se relacionaram com o público e comércio, com isso facilitou na sua carreira.

Quadro 27 - Trajetória profissional

Entrevistadas	1ª Profissão	2ª Profissão	3ª Profissão	4ª Profissão	5ª Profissão	6ª Profissão	7ª Profissão
<b>E1</b>	Atendente farmácia	vendedora	Lojista				
<b>E2</b>	Adm. Restaurante	Adm. Fast-foods	Mercado/caixa	Secretária	Instrutora Auto-escola	Lojista	
<b>E3</b>	Atendente Bar/pais	Agricultura	Enfermagem	Lojista			
<b>E4</b>	Fábrica	Lojista					

	Auxiliar Marketing						
E5	Contabilidade	vendas	Sacoleira	Lojista			
E6	Agropecuária Atendente	Lojista					
E7	Confecção	Atend. farmácia	Adm. farmácia				
E8	Agricultura	Fabrica sapatos	Lojista				
E9	Comercio	Lojista					
E10	Confecção	Contabilidade	Lojista				
E11	Agricultura	Baba	Serv. Gerais Shopping	Vendas	Lojista		
E12	Comercio	Lojista					
E13	Sacoleira	vendas	Adm. malharia				
E14	Domestica	Contabilidade	Lojista				
E15	vendas	Baba	Sacoleira	Restaurante	Monitora	Decoradora festas	lojista

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Ao observar o Quadro 27 todas as empresárias tiveram experiências anteriores ao abrir o negócio próprio. Cada uma apresentou uma trajetória distinta, sendo que algumas já tiveram experiências anteriores de comércio antes de terem o seu próprio negócio.

### ***Dificuldades da mulher em inserir-se no mercado e Preconceito em relação à vida profissional por ser mulher***

O Quadro 28 apontara as dificuldades em inserir no mercado como empresarias mulheres e se houve preconceito e os preconceitos existentes.

Quadro 28 - Preconceito e Dificuldades da mulher em inserir no mercado

<b>Entrevistadas</b>	<b>Preconceito em relação à vida profissional por ser mulher</b>	<b>Dificuldades na inserção ao mercado</b>
E1	Sempre foi abençoada	Depende da relação da mulher em casa
E2	Não por ser mulher, mas pela idade sim	Depende de cada mulher não da sociedade
E3	Sempre trabalhou praticamente na área da saúde, nunca existiu.	Do ramo de comercio não.
E4	Por ser nova, falta de experiência.	Hoje não, ao contrario tem oportunidades.
E5	Nunca sofreu	O respeito conta muito
E6	Teve poucas experiências no mercado trabalho, então não sofreu com isso	Há mais facilidades do que dificuldade
E7	Sempre foi elogiada, na farmácia	Tendo vontade de trabalhar basta
E8	Desde a agricultura, nunca houve	A necessidade é mais importante, há oportunidades
E9	nunca	Basta ter persistência e paciência
E10	No comercio é difícil ter preconceito	Se for bem instruída não terá problema
E11	nunca	Hoje está mais fácil para mulheres e há oportunidades
E12	Não	Só quem não trabalha quem quer cuidar só da família
E13	Ao contrario hoje em dia, os homens	Não existe dificuldade

	estão perdendo pelas mulheres.	
E14	Não	Depende de certos cargos e empregos
E15	Sempre recebeu outras propostas de trabalho	Ao contrário, as mulheres estão cada vez mais tendo oportunidades

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Com base ao Quadro 28, tanto a questão de haver preconceito ou de ter dificuldades como mulher, as empresárias apontaram que no comércio principalmente não sofreram preconceito, talvez só pela idade como aponta uma das entrevistadas. Já e em relação as dificuldades existentes para mulheres se inserir no mercado, hoje não se vê mais, ao contrário, há oportunidade e facilidades para o gênero feminino.

### ***Diferença do homem versus a mulher como empreendedor na sociedade***

O Quadro 29 mostra as diferenças do homem empreendedor para as mulheres empreendedoras nas visões das entrevistadas.

Quadro 29 - Diferenças no perfil empreendedor masculino e feminino na sociedade

<b>Entrevistadas</b>	<b>Homens empreendedores</b>	<b>Mulheres empreendedoras</b>
E1	Possuem mais oportunidades	São determinadas
E2	Visualiza mais	Sabe fazer muitas coisas ao mesmo tempo e controlar
E3	É mais de pensar o que fazer	É mais de agir
E4	São mais fechados, não tem visão.	Tem visão e fazem muita coisa ao mesmo tempo
E5	Os homens em questão ao atendimento bom vão depender do segmento	As mulheres sabem lidar com vários clientes
E6	Desistam fácil	Pé no chão
E7	São responsáveis	Atendimento melhor e lidar com as pessoas
E8	Não são determinados	Persistente e sabem relacionar família com trabalho
E9	Não há diferença	Não há diferença
E10	Controladores	Inovadora
E11	São superiores só pela sociedade em alguns cargos	Organizada e correta
E12	Falta criatividade	Preparadas e pacientes pelo fato de ser mãe a maioria
E13	Alguns cargos homens ficam na frente	O comercio é mais direcionado para mulheres
E14	Homens desistem fácil	Flexível nos relacionamentos
E15	Homem tem uma só visão	As mulheres mantem mais negócios

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Com base ao Quadro 29, as entrevistadas retrataram que o perfil masculino de empreender é mais frio e racional. A E3 destaca que o homem é mais focado para a reflexão e as mulheres para a ação. Já a E10 frisa que o homem é mais controlador e a mulher mais inovadora, essa justificativa também é confirmada pela E12 que destaca que o homem é pouco criativo, porém a mulher por ter a experiência materna, é mais preparada e paciente.

Em relação ao perfil empreendedor, a diferença entre mulheres e homens, para Hisrich e Peters (2004) está apenas na confiança, afirmam que os homens tendem serem mais confiantes e flexíveis os que resultam em estilos administrativos diferentes, mas ambos possuem semelhanças em possuírem sua independência, serem energéticos visionários.

### **g) Grupal**

Esta dimensão está relacionada às organizações sociais, comunitárias ou estruturais que ofereçam oportunidades para lidar com as questões da sociedade ou desenvolver um sentido de confiança e melhorar a situação de comunidade ou até mesmo individuais (KLEBA; WENDAUSEN, 2009).

### ***Grau de participação na sociedade***

O Quadro 30 apresenta o nível de participação das entrevistas na vida social.

Quadro 30 - Participação na sociedade

<b>Entrevistadas</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>Curto</b>	<b>Médio</b>	<b>Longo</b>	<b>Grupos ou associações</b>
E1	x				x	Igreja e CDL
E2	x		x			CDL
E3	x		x			
E4	x		x			
E5	x		x			
E6	x		x			
E7	x		x			
E8	x				x	CDL
E9	x		x			
E10	x				x	
E11	x				x	
E12	x				x	
E13	x				x	Igreja e CDL
E14	x				x	Igreja e CDL
E15	x				x	Igreja e CDL

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

É possível perceber que todas as entrevistadas possuem um relacionamento restrito com a CDL. Somente as entrevistadas E1, E13, E14 e E15 também interagem com igrejas além da CDL.

***Perfil de liderança e a capacidade de delegação de responsabilidade para outras pessoas***

O Quadro 31 demonstrara o perfil de liderança das empresarias e a capacidade de delegação nas tarefas com seus colaboradores

Quadro 31 - Perfil de liderança e capacidade de delegação de responsabilidade para outras pessoas

<b>Entrevistadas</b>	<b>Perfil de liderança</b>	<b>Capacidade de delegação de responsabilidade para outras pessoas</b>
E1	Chefe amiga	Saber ouvir e puxar a orelha na hora certa
E2	Líder controladora e amiga	Gosta de dar as coordenadas
E3	Liberal	Deixa os colaboradores a vontade e quando tem que decidir algo chama os funcionários
E4	Mandona	Procura dar sempre a opinião dela primeiro
E5	Sou controladora e equilibrada	Delega responsabilidades quando tem algo pra fazer
E6	Amiga	Procura ouvir opiniões primeiro
E7	Controladora e servidora	Procura servir e dar exemplo
E8	Amiga	Não possui funcionários, já possuiu.
E9	Chefe colega de trabalho	Trabalham juntas em tudo
E10	Líder amigo	Ouvir opinião e há sintonia na relação
E11	Brincalhona e controladora	Ser flexível e saber controlar na hora certa
E12	Calma	Relacionamento amigo e ser exemplo
E13	Democrática	Um bom relacionamento, dar liberdade para funcionários com limite
E14	Controladora e democrática	Gosta de ouvir opiniões e dar o norte
E15	Sabe ouvir e boazinha	Funcionarias ajudam muito

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

O Quadro 31 traz os tipos de líderes existentes em relação às entrevistadas, e a forma de delegação de tarefas com seus funcionários. É possível perceber que as maiorias das entrevistadas se consideram amigas controladoras na hora certa e demonstraram muito a importância de saber ouvir, da busca por outras opiniões. Apenas a E4 e a E2 se mostraram ser mais mandonas, pois acreditam que esta capacidade de liderança está enraizada em sua formação.

#### 4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As empresárias que foram entrevistadas nesta pesquisa possuem idade média de 37 anos (perfil de mulher madura), casada (em sua maioria), com filhos (média, dois filhos). Em relação à escolaridade a maioria possui nível médio completo e ativamente ocupadas com seus negócios, ao qual se dedicam acerca de 8 horas diárias.

Em seus empreendimentos os segmentos são voltados para comercialização de roupas e acessórios são classificadas como microempresas, com menos de 10 funcionários. O setor que se encontra marcante foi do setor de comércio. E a média de tempo do empreendimento é em torno de 12 anos.

No primeiro eixo, se tratando da questão do desafio de escolher o empreendimento, as mulheres acreditaram muito em seus sonhos e lutaram por independência financeira e renda própria, mas a influência da família proporcionou a realização dos negócios. O empreendimento próprio emerge algo desafiador e prazeroso, onde as empresárias possam imprimir seus próprios valores e formas de agir. Pode-se dizer que a escolha do empreendedorismo como forma de inserção no mercado de trabalho trouxe para as empresárias satisfações em poder ajudar na renda familiar e planejar um futuro melhor para seus filhos. Na verdade foi possível perceber que a razão do empreendimento talvez já venha da vontade de trabalhar desde cedo, a maioria começou a trabalhar em média com 13 anos.

No segundo eixo sobre o empoderamento destas mulheres, o estudo destacou que as empresárias se sentem economicamente realizadas e estabilizadas e com desempenhos bons no negócio, além da confiança que possuem, onde retrata um fator muito importante para uma boa administração acerca de suas visões e ainda pensam que é necessário estar sempre em busca de informações, o empreendedor, precisa se atualizar. Já se tratando das questões psicológicas como sucesso e bem-estar, para as empreendedoras isto está voltado para uma boa qualidade de vida, em poder conciliar a vida profissional com a pessoal e a própria realização do negócio em relação à satisfação dos clientes e por poderem ajudar suas famílias nos sonhos e planos para o futuro como objetivo de vida.

O empoderamento proporciona para estas mulheres motivação e também o reconhecimento para seus empreendimentos, e no quesito ser reconhecida, a

influência da família foi um aspecto essencial para todas as entrevistadas se manterem em seus negócios. Em relação à contribuição na renda familiar, proporcionou para as mulheres empresárias a realização profissional (MELO; LOPES, 2012); Atualmente a importância do apoio familiar transforma valores fundamentais na inserção das mulheres no mercado de trabalho, visto que antigamente, as mulheres tiveram muita dificuldade na ascensão profissional, por causa da cultura enraizada e por ter que primeiramente o gênero feminino atender a família e o trabalho seria apenas para os homens. Com a busca da valorização do gênero feminino e pela realização em suas carreiras, paradigmas são rompidos, mas as mulheres estão muito vinculadas aos cuidados da casa e dos filhos (SILVA, 2013).

Em relação à questão educacional, no presente estudo, pode-se perceber que o crescimento profissional e estabilidade no negócio está associado à capacitação profissional, mas para ter o empreendimento a educação não teve influência, visto que a busca de informações é importante para estas mulheres, mas para efetivação do negócio, o apoio familiar contou muito mais. É interessante frisar que para alguns negócios, algumas entrevistadas passaram que a escolaridade maior propiciou mais visão e foco no negócio que escolheram. E muitas não continuaram seus estudos pela falta de tempo e costume.

Nas expressões cognitivas ou poder de decisão, a maioria das mulheres entrevistadas relatou que a capacidade de empoderar-se ajuda muito no funcionamento do negócio e para a realização nas decisões da casa e no trabalho. A maioria possui grau de participação muito alto em seus negócios e lares. A pesquisa mostrou que a participação destas empresárias em tomadas de decisões, proporciona a ascensão e satisfação em seus empreendimentos, na verdade se sentem confiantes e preparadas. Apesar de a maioria serem casadas, isto não implica na liberdade profissional, ao contrário, são apoiadas e elogiadas. O empoderamento feminino destas mulheres mostra semelhança nas características como empreendedoras apontadas por elas, como sendo as principais, a determinação, persistência e força de vontade. Isto explica o sucesso nos negócios.

Nas expressões políticas, é interessante frisar que no ramo que trabalham estas empresárias, afirmam que nunca sofreram preconceito pela sociedade, ao contrário, as mulheres estão vivendo numa fase que são reconhecidas. Ainda

apontam que hoje não há dificuldade para o gênero feminino empreender-se e se inserir no mercado de trabalho, com determinação, oportunidades não vão faltar, relataram. Na participação social, as entrevistadas relataram certa carência, se envolvem apenas em associações empresarial e algumas na comunidade, o motivo de não se envolver mais na sociedade, foi caracterizado pela falta de tempo e pelo envolvimento que possuem com a família, complica nas participações sociais. Vale ressaltar que nesta questão algumas entrevistadas até sugeriram para que eu como acadêmica juntamente com minha orientadora fizéssemos a frente na criação de uma associação empresarial feminina no município de Forquilha, SC. Com isto pode perceber a carência e a necessidade de um apoio para estas empresárias que acreditam que iria ser algo que agregasse muito valor em suas carreiras como empresárias.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino possibilita uma contemplação sobre a relação das mulheres com o poder. E a opção pelo empreendedorismo pelas mulheres como forma de inserção no mercado vem ao encontro com a capacidade de se empoderar dos espaços oportunizados. Em base nisso o presente estudo teve o objetivo de conhecer a influência do empreendedorismo no empoderamento das mulheres empresárias na região do extremo sul de Santa Catarina, especificamente na cidade de Forquilha/SC.

De acordo com a pesquisa, foi possível analisar que as empresárias residentes em Forquilha/SC, em sua maioria são casadas com um nível de maturidade em relação às idades, média de (2) dois filhos e com escolaridade com nível de ensino médio. E em relação à inserção no mercado, pode-se perceber que começaram muito novas, pela própria necessidade e pelo desejo de ter a renda própria e liberdade pessoal. Nos seus empreendimentos, as entrevistadas em sua maioria, começaram seus negócios pela própria necessidade e busca de algo novo que oferecesse a estabilidade profissional e poder conciliar as responsabilidades familiares, apontaram que ser trabalhadora assalariada nas empresas não proporcionaria tal liberdade como empreendedoras.

Analisou-se que as entrevistadas em relação à participação econômica, a maioria com seus negócios ajudam com 100% nas contribuições financeiras em casa. E apenas as entrevistas com mais tempo no negócio conseguem conciliar suas vidas pessoais com profissionais. Nas expressões psicológicas, em base as suas afirmações elas se sentem confiantes e empenhadas nos empreendimentos, proporcionando assim o bem-estar e o sucesso profissional, mas vale ressaltar que para que haja as duas relações, a satisfação dos clientes e o apoio da família contam muito em manter-se em seus comércios.

As dificuldades encontradas por estas mulheres em se manter em seus estabelecimentos ou chegar aonde chegaram, apontam a questão da carga tributária e a inadimplência. É interessante frisar que a busca por conhecimento no negócio é fundamental para as empresárias e umas não cursam cursos superiores pela falta de tempo e comodidade. O poder de decisão das mulheres é fortemente visível pela

coragem e determinação nos seus empreendimentos e também nas relações familiares em base a pesquisa. Mas se tratando das relações sociais em sua maioria apenas participam de associações empresariais.

Dessa forma, a empreendedoras analisadas com negócios na cidade de Forquilha/SC, empoderaram-se por meio do apoio emocional e familiar. O empreendedorismo influenciou e contribuiu a estas mulheres na oportunidade de se inserir no mercado de trabalho, e também nas relações sociais, onde são reconhecidas tanto pelos clientes e pela própria família. E com o poder de decisão, estas mulheres além empreender, conquistassem a confiança da família, a realização dos seus sonhos e a liberdade profissional e pessoal. Como elas mesmas em seus depoimentos relataram, hoje está muito mais fácil para o gênero feminino, há oportunidades em se inserir ao mercado de trabalho só existem dificuldades para aquelas que realmente querem como opção ficar cuidando apenas de suas famílias.

Concluem-se a partir dos resultados obtidos que as dimensões que mais se destacaram no objeto de estudo, foram desde as expressões psicológicas, marcada pela motivação que as empresárias possuem na luta para que seus negócios possam continuar no mercado de trabalho, as expressões familiares também influenciou para que estas mulheres se sintam confiantes em seus empreendimentos e por fim as expressões cognitivas, onde as empresárias de Forquilha/SC são fortemente empoderadas pelo poder de decisão, este por sua vez, incide tantos em seus empreendimentos ou quanto na vida pessoal e de fato foi o que fez destas mulheres se tornassem empreendedoras. Os objetivos desta pesquisa foram alcançados por meio das entrevistas em profundidade realizadas com as empresárias que residem e possuem seus negócios no município Forquilha/SC.

No que se refere ao cruzamento do empreendedorismo com o empoderamento feminino, pode-se verificar que esta aliança se contempla por meio da motivação obtida por estas mulheres empresárias ao empoderar-se em seus empreendimentos e pela contribuição na renda familiar e conseqüentemente a realização profissional.

Por fim as contribuições significativas deste estudo para o avanço da ciência nesta temática, vão desde as informações obtidas pelas entrevistadas, bem como as visões dos autores supracitados no estudo na pesquisa bibliográfica para

aprofundamento do tema. A limitação metodológica está em poucas pesquisas que debruçaram esforços na questão empreendedorismo e empoderamento feminino. E sugere-se para as entrevistas futuras, mais estudos sobre a temática do empreendedorismo e empoderamento feminino, para que esta possa ser levada em consideração para um avanço do tema, pois é um campo com poucas literaturas no país, mas em outros países, principalmente a questão do empoderamento há muitas reflexões e discussões já exploradas.

## REFERÊNCIAS

- BAQUEIRO, R.V.A. Empoderamento: Instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. **Revista Debates**, v. 6, n.1 p. 173-187, 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/26722-109718-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/26722-109718-1-PB%20(3).pdf) Acesso em: 15 Out.2015.
- CARVALHO, Debora Jucely. A conquista da Cidadania Feminina. **Revista Multidisciplinar da Uniesp – Saber Econômico**, n °11 – Jun. 2011/ ISSN. 1980-5950. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/revista/revista11/pdf/artigos/12.pdf>. Acesso em: 10 Out. 2015.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 4 ed. São Paulo: Makron Books, 1996.
- COSTA, Ana Alice. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. 2008. 9p. Disponível em: <https://pactoglobalcreapr.files.wordpress.com/2012/02/5-empoderamento-ana-alice.pdf> Acesso em: 14 out. 2015.
- CRAMER, Luciana et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 1, 2012. Disponível em:< <http://www.spell.org.br/documentos/ver/30698/representacoes-femininas-da-acao-empreendedora--uma-analise-da-trajetoria-das-mulheres-no-mundo-dos-negocios/i/pt-br>> Acesso em: 29 mar. 2015.
- DEERE, Carmen Diana; LÉON, Magdalena. **O Empoderamento da Mulher: direitos à terra e direitos de propriedade na América Latina**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 3. reimpressão.
- FILHO, Domingos Parra; SANTOS, João Almeida. **Metodologia Científica**. São Paulo: Futura, 1998.
- FERREIRA, Felipe Leal Alves; GIMENEZ, Fernando Antônio Prado; AUGUSTO, Paulo Otávio Mussi. Empreendedorismo e o processo de criação de uma nova organização. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, p. 70-93, 2014. Disponível em:< <http://www.spell.org.br/documentos/ver/32529/empreendedorismo-e-o-processo-de-criacao-de-uma-nova-organizacao/i/pt-br>> Acesso em: 22 abr. 2015.
- FONTENELE, Raimundo Eduardo Silveira. Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 14, n. 6, p. 1094-1112, Dez. 2010 . Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v14n6/v14n6a07.pdf>> Acesso em: 23 abr. 2015.

FORQUILHINHA. **CDL- Câmara Dirigentes e Lojistas**. Disponível em: <http://www.forquilha.cdl-sc.org.br/>. Acesso em: 26 de jun. 2015.

GEM-Programa de Empreendedorismo. **Global Entrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo na região sul do Brasil. Relatório Executivo 2014. Curitiba: IBQP, 2014. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/gem>. >Acesso em: 14 de Out. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzká; MACHADO, SILVEIRA, Amélia; MACHADO, Hilka Vier. Mulheres Empreendedoras: Compreensões do Empreendedorismo e do Exercício do Papel Desempenhado por Homens e Mulheres em organizações. **Revista de Empreendimentos e Gestão de Pequenas Empresas**, v.2, n.2, p. 32-54, 2013. Disponível em: <[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Gouv%C3%AAa\\_Silveira\\_Machado\\_2013\\_Mulheres-empreendedoras--compr\\_30757.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Gouv%C3%AAa_Silveira_Machado_2013_Mulheres-empreendedoras--compr_30757.pdf)> Acesso em: 29 de mar. 2015.

GUIDA, V. **Mulheres na luta fazendo historia, 2009**. Disponível: <http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>. Acesso em: 14 Out.2015

HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi. Empoderamento: definições e Aplicações. In: 30º Encontro Anual da ANPOCS, 24 a 28 Out. 2013. **Anais**. Disponível em: <[http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=3405&Itemid=232](http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=3405&Itemid=232)> Acesso em: 29 de mar. 2015.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia clínica**.. Rio de Janeiro , v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011 . Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/pc/v23n1/a05v23n1.pdf>> Acesso em: 26 jun. 2015.

KLEBA, Maria Elisabeth; WENDAUSEN, Agueda. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde soc.**, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 733-743, Dez. 2009 . Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v18n4/16.pdf>> Acesso em: 22 de abr. 2015.

LANDERDAHL, Maria Celeste et al. Processo de empoderamento feminino mediado pela qualificação para o trabalho na construção civil. **Esc. Anna Nery**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 306-312, Jun. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ean/v17n2/v17n2a15.pdf>>. Acesso em 22 abr. 2015.

LISBOA, Tereza Kleba. **Empoderamento de mulheres e participação na gestão de políticas públicas, 2007**. Disponível em: <[http://www.sociologia.ufsc.br/npms/teresa\\_kleba\\_lisboa.pdf](http://www.sociologia.ufsc.br/npms/teresa_kleba_lisboa.pdf)> Acesso em: 23 mar. 2015.

LUTTRELL, C. et al. Understanding and operationalising empowerment. London, UK: OverseasDevelopmentInstitute, 2009. Disponível em: <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/5500.pdf>. Acesso em: 10 Out. 2015.

MAGESTE, G. S; MELO, M. C. O. L; CKAGNAZAROFF, I. B. **Empoderamento de mulheres**: uma proposta de análise para as organizações.2008. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/eneo\\_2008/2008\\_ENEO548.pdf](http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/eneo_2008/2008_ENEO548.pdf). Acesso em: 15 Out.2015

MALHOTRA, A. Measuring Women's Empowerment as a Variable in International Development, 2002. Disponível em: <http://siteresources.worldbank.org/INTEMPowerment/Resources/486312-1095970750368/529763-1095970803335/malhotra.pdf>> Acesso em: 14 out. 2015.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de Marketing**. 1996. São Paulo: Atlas, 1996.

MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; LOPES, Ana Lucia Magri. Empoderamento de mulheres gerentes: a construção de um modelo teórico de análise. **Revista Gestão e Planejamento**, v.12, n.3, p.648-667, set/dez, 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Melo\\_Lopes\\_2012\\_Empoderamento-de-mulheres-gere\\_32748.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Melo_Lopes_2012_Empoderamento-de-mulheres-gere_32748.pdf)> Acesso em: 23 de mar. 2015.

MOREIRA, Nathalia Carvalho et al . Empoderamento das mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família na percepção dos agentes dos Centros de Referência de Assistência Social. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro , v. 46, n. 2, p. 403-423, Apr. 2012 . Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rap/v46n2/a04v46n2.pdf>> Acesso em: 14 out.2015.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231-256, Feb. 2009 . Disponível em:< <http://www.scielo.br/pdf/rap/v43n1/a11v43n1.pdf>> Acesso em: 22 de abr. 2015.

NOGAMI, Vitor Koki da Costa; MEDEIROS, Juliana; FAIA, Valter da Silva. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre os anos de 2000 e 2013. **Revista de Empreendimentos e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n.3, p. 31-76, 2014. Disponível em: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Nogami\\_Medeiros\\_Faia\\_2014\\_Analise-da-evolucao-da-ativida\\_34577.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Nogami_Medeiros_Faia_2014_Analise-da-evolucao-da-ativida_34577.pdf) > Acesso em: 23 de mar. 2015.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação, direcionadas para plano de negócios.** São Paulo: Atlas, 2014.

PROBST, E.; RAMOS, P. **A evolução da mulher no mercado de trabalho.** 2003. Disponível em: <http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf> Acesso em: 15 Out. 2015

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, **Empreendedorismo feminino: Anuário das mulheres empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas.** 2014. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/06dff153a520c1bea2d58ffc6aaa7580/\\$File/5313.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/06dff153a520c1bea2d58ffc6aaa7580/$File/5313.pdf)> Acesso em: 10 de out. 2015.

SELVATTY, Joyce de Souza; MOREIRA, Natália Carvalho; BAÊTA, Odemir Vieira. Empoderamento de Mulheres: Um Estudo no Women's Center da Universidade de Minnesota (EUA). **Revista NAU Social-** v,3, n.5, p.227-242.nov 2012/abr. 2013. Disponível em: <http://www.periodicos.adm.ufba.br/index.php/rs/article/viewFile/240/207>. Acesso em: 13 mai. 2015.

SILVA, Wankleber de Farias. **Empreendedorismo feminino no município de Picos Piauí.** 68 p. Monografia (Graduação de Administração) - Universidade Federal do Piauí- UFPI, Picos- PI, 2013. Disponível em: <<http://www.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/Wankleber%20-%20TCC%20concluido.pdf>.> Acesso em: 29 mar. 2015.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas,** v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014. Disponível em:<<http://www.spell.org.br/documentos/ver/34576/empreendedorismo--evolucao-historica--definicoes-e-abordagens/i/pt-br>> Acesso em: 23 abr. 2015.

**APÊNDICE(S)**



APÊNDICE A – ROTEIRO DE PESQUISA COM AS EMPRESÁRIAS DE  
FORQUILHINHA-SC

CATEGORIA I- PERFIL SOCIOECONOMICO

- QUAL O ANO QUE VC NASCEU?
  - ESTADO CIVIL ATUALMENTE?
  - SEU GRAU DE INSTRUÇÃO?
  - POSSUI FILHOS (AS)? QUAL A IDADE?
  - COM QUE IDADE INICIOU NO MERCADO DE TRABALHO?
- 

CATEGORIA II- ASPECTOS DETERMINANTES PARA A EFETIVAÇÃO DO  
EMPREENDIMENTO

- EM QUE ANO ABRIU SEU NEGÓCIO? TEVE ALGUM AUXÍLIO DE SEBRAE  
OU ALGUM PLANEJAMENTO PARA SEU EMPREENDIMENTO? OU FOI  
CRIADO POR NECESSIDADE?
  - O SEU NEGÓCIO SE MANTEM COM RECURSOS PRÓPRIOS OU HÁ  
NECESSIDADE DE APOIO DE TERCEIROS?
- 

CATEGORIA III- EMPODERAMENTO FEMININO E AS DIMENSÕES DO  
EMPODERAMENTO A PARTIR DAS RAZÕES QUE LEVARAM A CRIAR O  
PRÓPRIO NEGÓCIO

a) **Dimensão Econômica: Participação e oportunidade econômica e  
segurança econômica e estabilidade.**

- SEMPRE TEVE DESEJO DE TRABALHAR FORA E TER SUA RENDA  
PRÓPRIA? SEMPRE CONTRIBUIU COM SUA RENDA NO ORÇAMENTO  
FAMILIAR? QUANTOS (%) REPRESENTAM SUA RENDA NO ORÇAMENTO  
FAMILIAR HOJE?
- COMO QUE VOCÊ ADMINISTRA SUA VIDA PESSOAL E  
PROFISSIONAL...? CONSEGUIE FAZER SUA CARGA HORÁRIA PRÓPRIA?

- QUAIS OS MOTIVOS QUE A IMPULSIONOU PARA TER SEU NEGÓCIO PRÓPRIO? TEVE ALGUMA INFLUÊNCIA DE UM TERCEIRO OU FAMILIAR?
- VOCÊ POSSUI ESTABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA EM RELAÇÃO A OUTRAS MULHERES QUE NÃO POSSUI O SEU NEGÓCIO PRÓPRIO?
- E COMO AVALIA SEU DESEMPENHO NO SEU NEGÓCIO HOJE?

**b) Expressões Psicológicas (motivação/ autoconfiança).**

- O QUE SIGNIFICA BEM ESTAR PARA SUA VIDA? E COMO É ESTAR BEM COM SUA FAMÍLIA E NO SEU TRABALHO?
- PODERIA ME FALAR QUAL SEU SONHO OU OBJETIVO DE VIDA? OU QUE FATOR QUE TE IMPULSIONA EM NÃO DESISTIR DE SER EMPREENDEDORA?
- O QUE SIGNIFICA SUCESSO PRA VC?
- QUAIS AS DIFICULDADES QUE ENCONTROU NA SUA ATIVIDADE DE EMPREENDEDORA?

**c) Expressões Educacionais**

- VOCÊ ACREDITA QUE O GRAU DE ESCOLARIDADE TE INFLUENCIOU NA SUA CAPACIDADE DE SER EMPREENDEDORA?
- PARA SE MANTIVER EM SUA ATIVIDADE EMPREENDEDORA BUSCA ALGUM CONHECIMENTO E APERFEIÇOAMENTO COMO MELHORIA E CRESCIMENTO PROFISSIONAL?

**d) Expressões Cognitivas (poder de decisão e limites)**

- QUAL SEU GRAU DE PARTICIPAÇÃO NAS DECISÕES DA CASA E NO TRABALHO?
- VC SE CONSIDERA INDEPENDENTE? TENS LIBERDADE PARA TOMAR SUAS DECISÕES SOZINHAS?
- COMO AVALIA SUA AUTOCONFIANÇA EM SEU TRABALHO?
- QUAIS AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS QUE A FAZ SER UMA EMPREENDEDORA?
- QUAL SEU GRAU DE PARTICIPAÇÃO NA COMUNIDADE, NO SEU BAIRRO OU MUNICÍPIO? VC SE CONSIDERA UMA PESSOA INFLUENTE PARA A SOCIEDADE, FAMÍLIA E TRABALHO?

**e) Expressões políticas (inclusão da mulher e seus direitos)**

- PODERIA RESUMIR OU FALAR DE SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL?
- SENTE QUE TEM LIBERDADE PROFISSIONAL E PESSOAL PARA REALIZAR SUAS ATIVIDADE COMO MULHER? E DURANTE OS ANOS ISTO DIMINUIU OU AUMENTOU?
- EM ALGUM MOMENTO PERDEU ALGUMA OPORTUNIDADE DE TRABALHO OU DE ABRIR SEU NEGÓCIO PRÓPRIO POR SER MULHER?
- VOCÊ ACHA QUE HOJE HÁ DIFICULDADE PARA AS MULHERES TEREM SEU NEGÓCIO PRÓPRIO E TER SEU ESPAÇO NO MERCADO DE TRABALHO?

- COMO MULHER, VC PERCEBE UM TRATAMENTO DIFERENTE NA RELAÇÃO COM MULHERES X COM HOMENS POR PARTE DA SOCIEDADE?
- QUAL SEU GRAU DE ENVOLVIMENTO COMO EMPREENDEDORA EM ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS OU COMERCIAIS NO MUNICÍPIO?

**f) Expressões de ambiente familiar (reconhecimento familiar e apoio)**

- QUAL O SIGNIFICADO DE FAMÍLIA PRA VOCÊ?
- PARA SUA ATIVIDADE DE EMPREENDEDORA, HÁ RECONHECIMENTO E INCENTIVO POR PARTE DE SUA FAMÍLIA?
- COMO VC ADMINISTRA AS DUAS JORNADAS DE TRABALHO (CASA E TRABALHO)?

**g) Expressão grupal ou Organizacional**

- COMO VOCÊ SE AVALIA COMO LIDER? COMO VOCÊ AVALIA SUA CAPACIDADE DE DELEGAÇÃO DE RESPONSABILIDADE PARA OUTRAS PESSOAS?