

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO COM LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
COMÉRCIO EXTERIOR**

MAITÉ CARDOSO DE SOUZA

**EMPODERAMENTO E EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE
SÃO JOÃO DO SUL - SC**

CRICIÚMA

2016

MAITÉ CARDOSO DE SOUZA

**EMPODERAMENTO E EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE
SÃO JOÃO DO SUL - SC**

Monografia, apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior no Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof^a. Melissa Watanabe

CRICIÚMA

2016

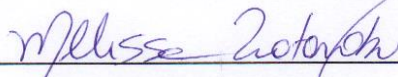
MAITÉ CARDOSO DE SOUZA

**EMPODERAMENTO E EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE
SÃO JOÃO DO SUL - SC**

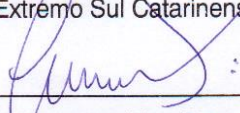
Monografia apresentada para a obtenção do
Grau de Bacharel em Administração com Linha
de Formação Específica em Comércio Exterior
da Universidade do Extremo Sul Catarinense,
UNESC.

Criciúma, 04 de julho de 2016

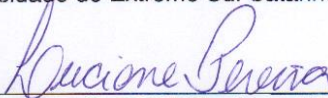
BANCA EXAMINADORA



Prof. Melissa Watanabe – Orientadora
Universidade do Extremo Sul Catarinense - (UNESC)



Prof. Cristina Keiko Yamaguchi – Dra. - Examinadora
Universidade do Extremo Sul Catarinense - (UNESC)



Prof. Luciane Carvalho Pereira – Me - Examinadora
Universidade do Extremo Sul Catarinense - (UNESC)

Um dos maiores mercados em crescimento no mundo pode surpreendê-lo. Você já ouviu falar sobre as oportunidades que se abrem em países como China, regiões como a Ásia e as indústrias com tecnologia verde. Mas um dos principais mercados emergentes ainda não recebeu a atenção que merece: as mulheres.

(Hillary Clinton)

RESUMO

SOUZA, Maitê Cardoso de. **Empoderamento econômico feminino no município de São João do Sul - SC**. 2016. 65f. Monografia do Curso de Administração com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

Este estudo trata do empoderamento econômico feminino no município de São João do Sul, SC. Para o cumprimento do mesmo, foi realizada uma pesquisa descritiva, aplicada, bibliográfica e de campo. As técnicas utilizadas foram pesquisa documental e questionário. Para a pesquisa de campo, foi considerado o universo de mulheres empreendedoras registradas junto ao Portal do Microempreendedor Individual, num total de 87. A amostra considerou esta população finita e uma margem de erro de 10%, resultando em 47 elementos. Diante dos resultados obtidos, pôde-se concluir que o empreendedorismo no município de São João do Sul é bastante fomentado, com a participação expressiva de mulheres, havendo relação entre esta iniciativa e o empoderamento e autonomia, sobretudo financeira, além de gerar ganhos na qualidade de vida da população feminina.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empoderamento. Empoderamento Feminino.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - As bases para o <i>empowerment</i>	16
Figura 2 – Evolução do empreendedorismo no Brasil.....	24
Quadro 1 – Os dez países mais empreendedores do mundo.	24
Figura 3 – Características dos empreendedores.....	25
Quadro 2 - Estruturação da população-alvo.....	33
Quadro 3 - Fórmula para o cálculo do tamanho mínimo da amostra.	34
Figura 4 – Localização do município de São João do Sul.	37
Figura 5 – Área geográfica e confrontações de São João do Sul.	38
Quadro 2 – Resumo geral das características do município de São João do Sul.	40
Figura 6 – Microempreendedores de São João do Sul em relação ao gênero.	41
Figura 7 – Microempreendedores de São João do Sul em relação ao segmento.	42
Figura 8 – Idade.	44
Figura 9 – Escolaridade.	45
Figura 10 – Estado civil.	46
Figura 11 – Número de filhos menores/dependentes.....	47
Figura 12 – Procedência.	48
Figura 13 – Profissão/atividade anterior.....	49
Figura 14 – Aumento da qualidade de vida por meio do empreendedorismo.	52
Figura 15 – Autonomia/empoderamento pelo empreendedorismo.....	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Microempreendedores de São João do Sul em relação ao gênero.	41
Tabela 2 - Microempreendedores de São João do Sul em relação ao segmento.	42
Tabela 3 - Empreendedores conforme gênero e segmento de atuação.	43
Tabela 4 – Idade.	44
Tabela 5 – Escolaridade.....	45
Tabela 6 – Estado civil.	46
Tabela 7 – Número de filhos menores/dependentes.....	47
Tabela 8 – Procedência.	47
Tabela 9 – Profissão/atividade anterior.	48
Tabela 10 – Motivações para o empreendedorismo	49
Tabela 11 – Requisitos indispensáveis ao empreendedorismo de sucesso.	50
Tabela 12 – Principais vantagens do empreendedorismo feminino.	51
Tabela 13 – Fatores limitantes (desvantagens) do empreendedorismo feminino	51
Tabela 14 – Aumento da qualidade de vida por meio do empreendedorismo.....	52
Tabela 15 – Autonomia/empoderamento pelo empreendedorismo.....	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA	10
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 Objetivo geral	11
1.2.2 Objetivos específicos	11
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 SIGNIFICADO DE <i>EMPOWERMENT</i> (EMPODERAMENTO)	13
2.2 <i>EMPOWERMENT</i> NA ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE PESSOAS	14
2.3 EMPODERAMENTO DAS MULHERES.....	17
2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO	20
2.4.1 Aspectos sobre o empreendedorismo	20
2.4.2 As mulheres e o empreendedorismo	26
2.5 EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO	28
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	32
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	32
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO ALVO.....	33
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	34
3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS	35
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA	37
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DO SUL - SC	37
4.2 EMPREENDEDORISMO LOCAL.....	41
4.2.1 Total de empreendedores no município	41
4.2.2 Empreendedorismo conforme o ramo de atuação	42
4.3 EMPODERAMENTO ECONÔMICO.....	44
4.3.1 Perfil das empreendedoras	44
4.3.2 Análise dos dados da pesquisa	49
5 CONCLUSÃO	54
REFERÊNCIAS	54

1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história da humanidade, por muito tempo, encontrava-se e ainda encontra-se muitas sociedades nas quais as mulheres eram consideradas inferiores aos homens. Nestas sociedades acima referidas, a educação limitava-se à aprendizagem de competências “femininas”, com as mulheres sendo subordinadas primeiro à autoridade de seus pais e depois aos seus maridos. Quando negras, pobres, mães solteiras ou separadas, a situação ainda era pior (FARAH, 2004).

Após algumas lutas, as mulheres, no mundo, tiveram alguns avanços, como o direito ao voto, uma das primeiras conquistas femininas. Paulatinamente, foram abrindo-se espaço para dar sua voz na sociedade, para se inserirem no mercado de trabalho, na política e no mundo empresarial.

Atualmente, a questão da emancipação feminina ainda está longe dos muitos direitos e garantias a serem ainda obtidos. Mas muitas são as conquistas no contexto da igualdade do gênero, com as mulheres competindo em pé de igualdade com os homens em muitos campos (DEMO, 2010).

A inserção das mulheres no campo empresarial, por exemplo, apesar de pouco discutida, já é uma realidade, tornando-se consenso que o exercício de uma atividade empresarial, especialmente o empreendedorismo, é um dos pontos capazes de trazer ao universo feminino uma contribuição para o bem-estar econômico da família, para a comunidade, gerando rendas, empregos, aumentando a autoestima e o empoderamento das mulheres (COSTA, 2008).

O empoderamento, do inglês *empowerment*, é uma variável que surgiu nos campos da Filosofia, por volta do início dos anos 80, disseminando-se para as áreas de Psicologia, Sociologia, Serviço Social e Administração. Na administração, foi considerado por muitos, no início, apenas como um modismo passageiro. Porém, o conceito adentrou no universo das empresas, onde tem significado e objetivo de valorizar as pessoas e equipes de trabalho, dotando-lhes de autonomia e poder, para poderem se responsabilizar e tomar decisões sem precisar percorrer uma grande hierarquia organizacional (CHIAVENATO, 2014).

Esta forma de intervenção também passou a ser muito utilizada nos estudos e iniciativas que buscam fornecer às mulheres mais ferramentas e instrumentos para que lutem por conquistas por seus espaços, tornando-se menos

ou totalmente independentes dos homens, nos campos psicológicos, culturais, políticos, sociais e principalmente econômicos (DEMO, 2010).

No campo econômico, uma das vias para que as mulheres tornem-se empoderadas é por meio do empreendedorismo, que significa iniciar um negócio, para geração de sua renda. A iniciativa empreendedora colabora para romper o velho esquema de receberem menores salários do que os homens, mesmo ocupando os mesmos postos, executarem a mesma jornada de trabalho e com igual tempo de serviço na empresa. Devido a isso, o empreendedorismo é crucial para as mulheres, pois além de contribuir para a geração de uma renda justa por sua capacidade, aumenta sua autoestima, qualidade de vida e empoderamento frente à sociedade (COSTA, 2008).

Este estudo busca discutir esta questão, ou seja, a contribuição do empreendedorismo para o empoderamento feminino, tendo como ambiente de análise o município de São João do Sul, SC.

1.2 SITUAÇÃO PROBLEMA

Em sociedades antigas as mulheres foram confinadas a quatro paredes, não tinham direitos. Sua vida resumia-se a cuidar da casa, do marido e dos filhos. No entanto, na sociedade moderna, após muitas lutas e conquistas, elas saem das quatro paredes para participarem em todos os tipos de atividades, incluindo o mercado de trabalho.

No ambiente econômico estabelecido atualmente, as mulheres em nível mundial realizam 66% do trabalho do mundo, produzem 50% dos alimentos, mas ganham apenas 10% do PIB mundial e detém entre 1 a 2% das propriedades. Portanto, mesmo tendo potencial para contribuir para o crescimento econômico e bem-estar social, os padrões de acesso ainda são diferenciais no que se refere aos papéis de gênero (DEMO, 2010).

Uma das formas das mulheres fugirem a estes padrões e buscarem a justiça em termos de renda e poder, frente à capacidade que possuem, é por meio do empreendedorismo. O empoderamento feminino por meio do empreendedorismo tornou-se parte integrante dos esforços de muitos países e instituições, devido a principalmente três razões importantes: o desenvolvimento da mulher, o crescimento econômico e a questão da igualdade de gênero (COSTA, 2008).

Nas comunidades menores, como os municípios de pequeno porte, o empreendedorismo é crucial, pois é por meio desta iniciativa que se aumenta o desenvolvimento. Nestes locais, quando se trata de empreendedorismo feminino, a questão aumenta de importância, pois culturalmente nos municípios de pequeno porte, devido a poucas opções de trabalho e geração de renda, as mulheres podem ficar confinadas ao lar, muitas vezes não aproveitando seu potencial para se autodesenvolverem, como para contribuir para o desenvolvimento da própria localidade.

Diante destas colocações, o estudo busca responder a seguinte questão: O empreendedorismo contribui para o empoderamento feminino no município de São João do Sul, SC?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Identificar a contribuição do empoderamento para o empreendedorismo no município de São João do Sul, SC.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar o município de São João do Sul em seus aspectos geográficos, sociais e econômicos;
- b) Avaliar o comportamento dos empreendedores do município em relação ao gênero e segmento de atuação;
- c) Verificar o perfil das mulheres empreendedoras locais;
- d) Investigar a motivação, os requisitos indispensáveis, vantagens e desvantagens associadas à iniciativa empreendedora por parte do público feminino no município;
- e) Identificar se a iniciativa empreendedora contribui para a melhoria da qualidade de vida e autonomia das mulheres no município.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo tem por objetivo identificar a contribuição do empreendedorismo para o empoderamento feminino no município de São João do Sul, SC.

O empoderamento das mulheres é estar ciente, saber e reconhecer-se como um indivíduo e não se deixar ser definida por estereótipos, reconhecendo-se como um indivíduo capaz de fazer aquilo que deseja. É não aceitar receber a mesma remuneração por igual trabalho, sabendo que suas capacidades e conhecimentos podem trazer melhor renda e benefícios econômicos e sociais. O empoderamento feminino também é o reconhecimento que as mulheres merecem os mesmos direitos e não devem ser discriminadas pelo simples fato de não pertencerem ao sexo masculino. Num modo geral, portanto, é a igualdade para as mulheres, num espaço em que a mulher possa fazer escolhas, tenha opções e possibilidades.

Dessa forma, o trabalho é útil para a acadêmica, para a universidade e para o município.

Para a acadêmica, o estudo contribui para ampliar o entendimento de vários temas, tais como o empoderamento pessoal, empoderamento nas organizações e empoderamento feminino, além de fazer refletir sobre a igualdade de gêneros, o que poderá ser útil enquanto administradora, atuando no mercado de trabalho, ao se deparar com estas questões. Para a universidade, o estudo contribui para aumentar o acervo sobre o assunto, sobretudo com a questão do empoderamento das mulheres por meio do empreendedorismo, tendo em vista que estudos sobre o mesmo ainda são escassos. Para o município, o trabalho fornece um panorama sobre a atividade empreendedora local, como também para a verificação da participação das mulheres na criação e condução de empreendimentos.

A viabilidade do estudo é devida ao fato de que a acadêmica é moradora do município em estudo, conhecendo as diversas características de seu entorno. Além disso, possui proximidade com as mulheres a serem envolvidas na pesquisa, fatores que viabilizam a coleta e a análise dos dados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, são abordados conceitos para explicar o tema em estudo, o *empowerment* ou empoderamento, que implica no poder e autonomia dos envolvidos. Com isso, o tema empoderamento com ênfase em mulheres no empreendedorismo tem como objetivo mostrar como este público lida com autonomia econômica e como este contribui para ajudar na questão da igualdade do gênero.

2.1 SIGNIFICADO DE *EMPOWERMENT* (EMPODERAMENTO)

O termo *empowerment* pode ter vários significados e definições. A Psicologia e Filosofia também abordam o método do empoderamento, que também é muito comum na indústria da autoajuda e ciências da motivação. O empoderamento como fenômeno sociológico está muitas vezes relacionado com membros de grupos que são discriminados pela sua raça, religião ou sexo. Ele se refere a um aumento de força política e social desse grupo ou de um único indivíduo discriminado, através do fortalecimento de suas próprias capacidades (MARRAS, 2011).

Desse modo, pode-se entender *empowerment* ou capacitação, como o ato de delegar poder e autoridade para outras pessoas e dar-lhes a sensação de que elas são donas do seu próprio trabalho. Em sua forma literal, o termo inglês *empowerment* significa empoderamento, um neologismo que designa as relações de poder dentro de uma sociedade. Suas palavras sinônimas ou derivadas são usadas em diferentes significados e contextos, tais como permitir, conceder poder, autorizar, conferir competência e autorizar (OLIVEIRA, 2010).

Empoderamento, para Long (1997, p.15), é “a habilidade em permitir que outros assumam as responsabilidades, os riscos e as recompensas associadas à tomada das próprias decisões”.

Na visão de Chiavenato (2014), o conceito de *empowerment* é universal, ou seja, tem o mesmo significado em qualquer âmbito, significando que, com o *empowerment*, o ser humano pode se desenvolver e se tornar mais ativo dentro da empresa e sociedade. Trata-se, portanto, de uma mudança cultural da forma de se abordar e gerir as pessoas.

2.2 EMPOWERMENT NA ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DE PESSOAS

O aumento da concorrência, combinada com a alta demanda e exigências dos consumidores para a qualidade, flexibilidade, velocidade, funcionalidade e baixo custo, tem sido um estado de revolução não apenas nas organizações, mas também nas pessoas que estão envolvidas nessas. Isso levou a uma nova mentalidade de administração: o *empowerment* (YOUNGER; BROCKBANK; ULRICH, 2013).

No campo da Administração, *empowerment* é dar poder e responsabilidade para os funcionários desempenharem determinada tarefa, juntamente com o uso de metas bem definidas e constantes avaliações. É autonomia com limites e almeja como efeitos, produtividade, autoconfiança e autoestima, além do atendimento dos clientes, passando de hierarquia tradicional para equipes autogerenciadas (FIDELIS; BANOV, 2007).

Esta ferramenta substitui a antiga hierarquia com equipes autogerenciadas, quando as informações não eram compartilhadas com todos. Com o *empowerment*, os funcionários têm a oportunidade e a responsabilidade de darem o melhor de si (OLIVEIRA, 2010).

Long (1997, p. VII) conceitua como “um compromisso de estabelecer entre os funcionários um grau mais elevado de trabalho em equipe, com um maior grau de responsabilidade delegado através da organização”.

Conforme Demo (2010, p. 62), é “o processo de delegar tarefas e responsabilidades aos empregados para que contribuam com a produtividade e a qualidade das organizações”.

Marras (2011) afirma que as organizações adotam condutas que têm por base o *empowerment* para que o trabalhador possa se sentir mais participativo nos processos decisórios da organização e, conseqüentemente, mais colaborativo.

Nas organizações que usam o empoderamento, as pessoas passam a ter mais autonomia sobre suas decisões. O uso deste método nas empresas é sempre positivo, pois faz com que as pessoas trabalhem com mais vontade e mais dispostas, com autoestima elevada e buscando sempre melhorias contínuas (CHIAVENATO, 2014).

O *empowerment* é todo um conceito, uma filosofia de gestão, uma nova forma de gestão da empresa, onde todos os recursos são integrados: capital,

fabricação, produção, vendas, marketing, tecnologia, equipamentos e gestão de Recursos Humanos, utilizando uma comunicação eficaz e eficiente para atingir os objetivos da empresa (OLIVEIRA, 2010).

O *empowerment* surgiu nas organizações após a constatação de que um dos mais grandes desafios apresentados às empresas diz respeito à necessidade de se reduzir a dependência dos funcionários em relação aos líderes, bem como o controle por parte de cada membro individual em relação o trabalho que executam ou às tarefas que desenvolvem. Com isso, o processo chamado de *empowerment* é reconhecidamente eficiente para conferir a autonomia dos trabalhadores e qualidade ao trabalho (GIL, 2012).

Entende-se que o *empowerment* implica em dotar de autoridade e responsabilidades os funcionários, individualmente ou em equipes, para tomarem decisões, o que tradicionalmente têm sido tarefas dos líderes (OLIVEIRA, 2010).

Isso significa que os funcionários, gerentes e equipe em todos os níveis da organização passam a ter o poder de tomar decisões sem a necessidade de autorização de seus superiores. A ideia em que se baseia o empoderamento é a de que aqueles que estão diretamente relacionados a uma tarefa estão em melhor posição para tomar uma decisão sobre a compreensão que possui sobre a mesma (GIL, 2012).

Chiavenato (2014, p. 168-169) apresenta as finalidades do processo de *empowerment* nas organizações.

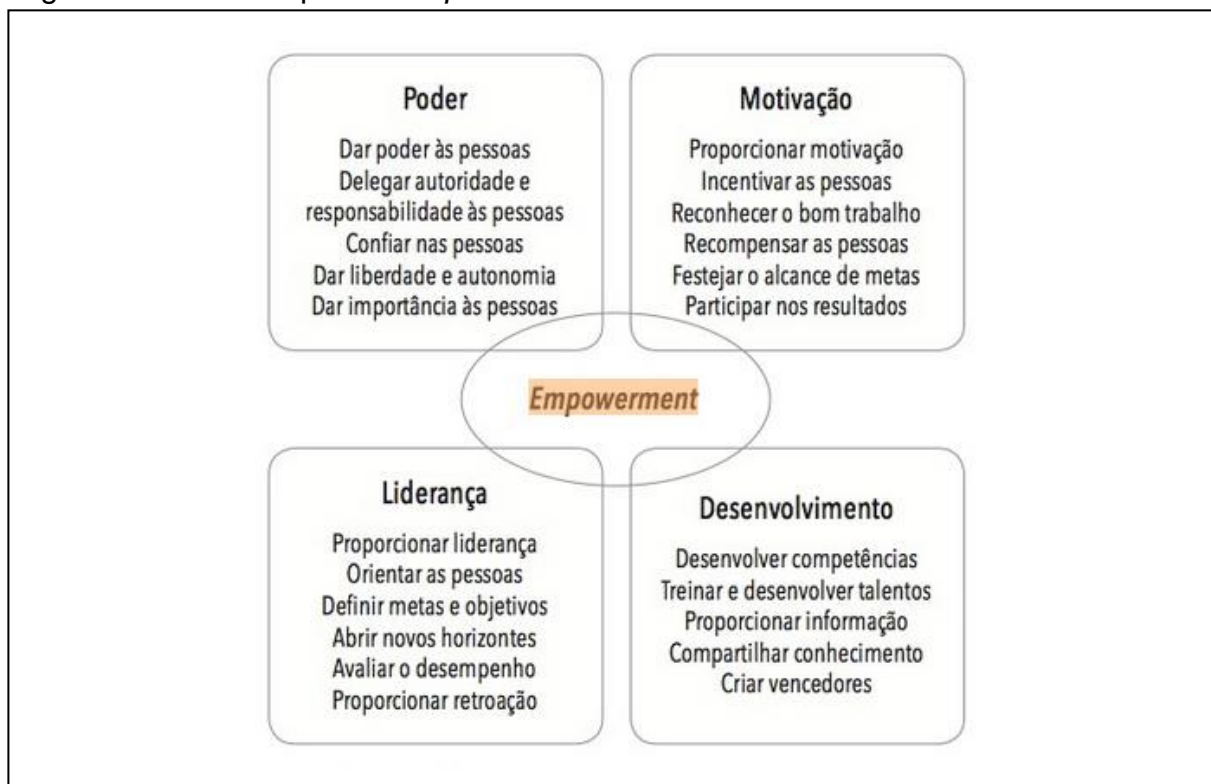
Seu objetivo é simples: transmitir responsabilidade e recursos para todas as pessoas, a fim de obter energia criativa e intelectual, de modo que possam mostrar a verdadeira liderança nas próprias esferas individuais de competência e, ao mesmo tempo, ajudar a enfrentar os desafios globais de toda a empresa. O *empowerment* busca a energia, o esforço e a dedicação de todos – lamentavelmente características difíceis de encontrar nas empresas – e tirar do gerente o antigo monopólio do poder, informações e desenvolvimento. Empoderar é dar poder e autonomia aos funcionários para aproveitar ao máximo o seu talento coletivo.

Empowerment significa criar um ambiente no qual os funcionários em todos os níveis sentem que têm uma influência real sobre as normas de qualidade, serviço e eficiência dos negócios dentro de suas áreas de responsabilidade. Isso gera um envolvimento dos funcionários para atingir as metas organizacionais com

um sentido de compromisso e autocontrole e, por outro lado, os gestores estão dispostos a desistir de parte do seu poder de decisão e dar aos trabalhadores (MARRAS, 2011).

A Figura 1 demonstra os elementos básicos do processo de *empowerment* nas organizações.

Figura 1 - As bases para o *empowerment*.



Fonte: Chiavenato (2014, p. 169).

Como o *empowerment*, os funcionários, as equipes administrativas ou de trabalho têm o poder de tomar decisões em seus respectivos campos, isto implica a aceitação da responsabilidade por suas ações e tarefas (FIDELIS; BANOVA, 2007).

Desse modo, os melhores benefícios disponíveis são acessados. Todos os membros têm acesso total e uso de informações críticas, possuem tecnologia, habilidades, responsabilidade e autoridade para usar informações e conduzir os negócios da organização (DEMO, 2010).

Devido a isso, no atual contexto, *empowerment* nas organizações tornou-se uma ferramenta estratégica que fortalece a liderança, que dá sentido ao trabalho em equipe e permite que a qualidade não seja apenas uma filosofia motivacional do ponto de vista humano (MARRAS, 2011).

Para a implementação do *empowerment* deve-se inicialmente conhecer tal método. Após aprender os sentidos do processo que implica a alteração de papéis quer da parte do gerente quer da parte do empregado. É, portanto, um processo de dois sentidos em que ambas as partes têm funções definidas e funcionam em parceria. Sendo assim, cabe ao gerente criar um ambiente propício para o *empowerment*, enquanto os empregados devem assumir propriedade e autoridade para tomarem decisões (GIL, 2012).

Em seguida, saber quais os erros a evitar, os problemas que se deparam a uma organização quando decide iniciar um processo de mudança, a implementação do empoderamento requer especial atenção sobre algumas façanhas que podem comprometer o seu sucesso. É sabido que muitos gestores prometem delegar e depois acabam querendo fazer tudo. Ao mesmo tempo, prometem conferir mais poder aos colaboradores e depois não abdicam do que têm. Deve-se criar um ambiente de *empowerment*, conhecer as bases do processo, aplicar o *empowerment* e por fim criar equipes (DEMO, 2010).

Neste caso, a estratégia implícita de implementação do *empowerment* nas empresas será: começar pela base a partir da compreensão da necessidade de mudança com ênfase na perspectiva dos empregados; modelar o comportamento do empregado capacitado para decisões; formar times para encorajar o comportamento cooperativo; encorajar a tomada de ação de risco inteligente; confiar no desempenho das pessoas (YOUNGER; BROCKBANK; ULRICH, 2013).

No entanto, há muitas dificuldades para as empresas que vão começar a implementar o *empowerment*, pois é uma mudança geral de todo um processo já estabelecido, levando em conta todos os membros envolvidos, principalmente as mulheres, que possuem um histórico de desigualdade em relação aos homens, mas que devem ser privilegiadas nas organizações que praticam esta ferramenta (FIDELIS; BANOV, 2007).

2.3 EMPODERAMENTO DAS MULHERES

As mulheres vêm se constituindo uma das forças econômicas mais dinâmicas para o crescimento acelerado no mundo atual, representando ativos na ordem de US\$ 20 trilhões em todo o mundo. Nos Estados Unidos, por exemplo,

empreendimentos que pertencem às mulheres geram aproximadamente US\$ 4 trilhões (CASCIO; BROUDEAU, 2014).

Neste contexto, conforme Cascio e Broudeau (2014, p. 101):

Vários países aprovaram legislações que determinam uma cota mínima de participação das mulheres tanto nas empresas quanto na política. Várias multinacionais têm alinhado elementos de seus negócios para apoiar e fornecer oportunidades para mulheres nas comunidades em que atuam.

Com isso, passou a haver um maior nível de consciência de que o talento feminino deve receber a oportunidade de liderar, tomar decisões e delegar. O que pode ser obtido por meio do *empowerment* feminino nas organizações (YOUNGER; BROCKBANK; ULRICH, 2013).

Empoderamento feminino é um termo que foi criado na Conferência Mundial sobre a Mulher, realizada em Pequim, em 1995, pela Organização das Nações Unidas – ONU, para referir-se ao aumento da participação das mulheres nos processos de tomada de decisão e acesso ao poder (IVANCEVICH, 2010).

Após a Conferência de Pequim, que foi considerada como uma poderosa estratégia para promover a igualdade de gênero no mundo, o conceito entrou no discurso oficial associado com a ideia de que o empoderamento das mulheres contribui para atingir metas de desenvolvimento global (IVANCEVICH, 2010).

A Organização das Nações Unidas está ciente de que a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres, especialmente a sua emancipação econômica, tem um impacto positivo considerável sobre o crescimento econômico e desenvolvimento industrial sustentável. Para este fim, a ONU encontra-se firmemente empenhada em integrar as questões de gênero em todas as suas políticas, práticas e programas como um meio para atingir os objetivos da igualdade entre sexos e empoderamento das mulheres (FARAH, 2004).

Atualmente esta expressão, empoderamento feminino, implica também uma outra dimensão: a consciência do poder individual e/ou coletivo que assegura às mulheres a luta para a recuperação da dignidade como pessoas e como agentes econômicos e sociais (YOUNGER; BROCKBANK; ULRICH, 2013).

O empoderamento feminino traz uma nova concepção de poder, assumindo formas democráticas, construindo novos mecanismos de responsabilidades coletivas, de tomada de decisões e responsabilidades

compartidas. O empoderamento feminino é também um desafio às relações patriarcais, em relação ao poder dominante do homem e a manutenção dos seus privilégios de gênero, é uma mudança na dominação tradicional dos homens sobre as mulheres, garantindo-lhes a autonomia no que se refere ao controle dos seus corpos, da sua sexualidade, do seu direito de ir e vir (FARAH, 2004).

Devido a isso, as empresas devem adotar os Princípios de Empoderamento das Mulheres, desenvolvidos por meio de uma parceria entre a ONU Mulheres - ramo da ONU que se dedica às causas femininas - e o Pacto Global das Nações Unidas, que objetivam fornecer instruções práticas para as empresas sobre como empoderar as mulheres no trabalho, na economia e na comunidade (COSTA, 2008).

Os Princípios de Empoderamento das Mulheres foram projetados para ajudar as empresas a reverem suas políticas e práticas existentes, ou estabelecerem novas para dotar as mulheres de poder (IVANCEVICH, 2010).

Em suma, estes princípios são resumidos nas alíneas a seguir, de acordo com Ivancevich (2010):

- a) Ter uma direção favorável para a igualdade de gênero no mais alto nível corporativo;
- b) Tratar todas as mulheres e homens de maneira justa no trabalho, respeitar e apoiar os direitos humanos, não havendo discriminação;
- c) Garantir a saúde, a segurança e o bem-estar das mulheres trabalhadoras;
- d) Promover a educação, formação e desenvolvimento profissional das mulheres;
- e) Implementar práticas que capacitam mulheres no desenvolvimento de negócios, cadeia de suprimento e comercialização;
- f) Promover a igualdade através de iniciativas comunitárias e de mobilização social;
- g) Medir e relatar o progresso no sentido da igualdade de gênero no âmbito das organizações.

Para a empresa, a igualdade de gêneros é um bom negócio, pois os Princípios enfatizam o interesse comercial das ações de promoção da igualdade de gênero e empoderamento das mulheres nas práticas de negócios reais. Eles também refletem os interesses dos governos e da sociedade civil e servem para

apoiar as interações entre as partes interessadas, requerendo a participação de todos os participantes nos mais diversos níveis hierárquicos nas empresas (COSTA, 2008).

Uma outra forma de empoderamento das mulheres pode ocorrer por meio do incentivo às atividades empreendedoras, conforma se verifica nos itens subsequentes.

2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Tanto as mulheres como os homens enfrentam desafios na criação de seu próprio negócio, mas para as mulheres as barreiras são muitas vezes maior e mais difíceis de serem ultrapassadas. Elas são frequentemente confrontadas com a falta de apoio do governo em termos de política, leis e serviços, e em alguns países só têm acesso limitado a contas formais dos bancos, o que as impede de ter acesso a empréstimos ou a crédito (FARAH, 2004).

Contudo, antes de se adentrar ao tema, convém apresentar alguns aspectos sobre o empreendedorismo, para melhor se compreender a importância deste para o empoderamento das mulheres.

2.4.1 Aspectos sobre o empreendedorismo

As profundas mudanças sociais e econômicas que estão ocorrendo hoje nas sociedades fazem com que a criação de novas empresas seja um dos principais motores de geração de emprego e renda. Além disso, as relações de trabalho tradicionais estão passando por grande transformação devido à elevada taxa de desemprego em determinados setores, como o declínio do emprego público e a terceirização em grandes organizações. Tais fatores promovem as iniciativas para o empreendedorismo como fator chave para o crescimento econômico (MOREIRA; MOREIRA; SILVA, 2014).

O conceito empreendedorismo apareceu pela primeira vez em 1700, formulado pelo escritor e banqueiro francês Richard Cantillon (1680-1734). A partir disso, o termo evoluiu com o decorrer dos tempos, sendo compreendido como a força que empurra para a criação de uma nova empresa ou negócio (LEITE, 2012).

Neste sentido, o empreendedor seria aquele que está disposto a assumir o risco de criar um novo negócio, considerando que tem uma boa chance de lucrar. Outros enfatizam o papel do empreendedor como um inovador que comercializa sua invenção. Ainda outros dizem que são empresários que desenvolvem novos produtos ou processos requeridos pelo mercado, mas que ainda não estão disponíveis (MARIANO; MAYER, 2011).

No século XX, o economista Joseph Schumpeter (1883-1950) estudou a dinâmica das invenções e as melhorias que estas levavam a mudanças na economia. Para ele, o empreendedorismo é uma “destruição criativa” do movimento até então observado. Schumpeter propôs que o empreendedor é aquele que realiza novas combinações que fazem as atividades ou modelos atuais tornarem-se obsoletos. Em outras palavras, a maneira tradicional de exercer uma atividade econômica é levada pelo aparecimento de uma nova maneira de fazer as coisas de forma mais eficiente, ou seja, a inovação é o espírito do empreendedorismo (MOREIRA; MOREIRA; SILVA, 2014).

Um dos mais famosos especialistas em gestão, Peter Drucker, ampliou ainda mais essa idéia, descrevendo o empreendedor como alguém que procura a mudança, reage e opera a mesma como uma oportunidade. A evolução das atividades de comunicação no século passado, a partir da máquina de escrever para o computador pessoal e a Internet, ilustram essa visão (LEITE, 2012).

Dentro deste contexto, pode-se empreendedores como o desenvolvimento de projetos ou oportunidade para se criar um negócio lucrativo. É a capacidade de desenvolver uma nova ideia ou modificar uma já existente para se obter uma atividade social rentável e produtiva (MARIANO; MAYER, 2011).

Dornelas (2014, p. 14) afirma:

As inovações, geralmente trazidas ao mercado por empreendedores por meio de novos produtos e serviços, criam mudanças significativas e até proporcionam o surgimento de novos mercados. Com isso, passa a ocorrer uma renovação da dinâmica capitalista, com a destruição de modelos de negócio e mercados anteriormente dominantes, substituídos pelo novo. Em vários setores da economia, isso tem sido constatado, e, atualmente, essa proposição continua ainda mais vigente, haja vista a impressionante velocidade com que as mudanças ocorrem, regendo ou sendo regidas pelo surgimento das inovações.

O empreendedorismo é também uma forma de pensamento, raciocínio e agir focado nas oportunidades, com base numa visão global e realizada por meio de uma liderança equilibrada e gestão de um risco calculado. O resultado do empreendedorismo é uma criação de valor com benefícios para a economia e sociedade (CARREIRA et al, 2015).

Empreendedorismo como um tema-chave de desenvolvimento de negócios tem sido abordado a partir de vários níveis, desde uma concepção econômica que explica o seu desenvolvimento no contexto da criação de empresas (DORNELAS, 2014).

Um dos maiores estudos mundial é a pesquisa GEM – Global Entrepreneurship Monitor, em parceria com Babson College e London Business School, que é realizada desde o ano de 1999. Iniciada com apenas 10 países, atualmente engloba dados sobre o empreendedorismo em 170 nações, sendo considerada como o maior estudo mundial sobre o tema, ao cobrir 90% do PIB – Produto Interno Bruto global e 75% da população mundial.). No Brasil, a pesquisa é realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), com aportes financeiros e técnicos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) (GEM, 2015).

Conforme o GEM (2014, p. 7), o empreendedorismo “é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

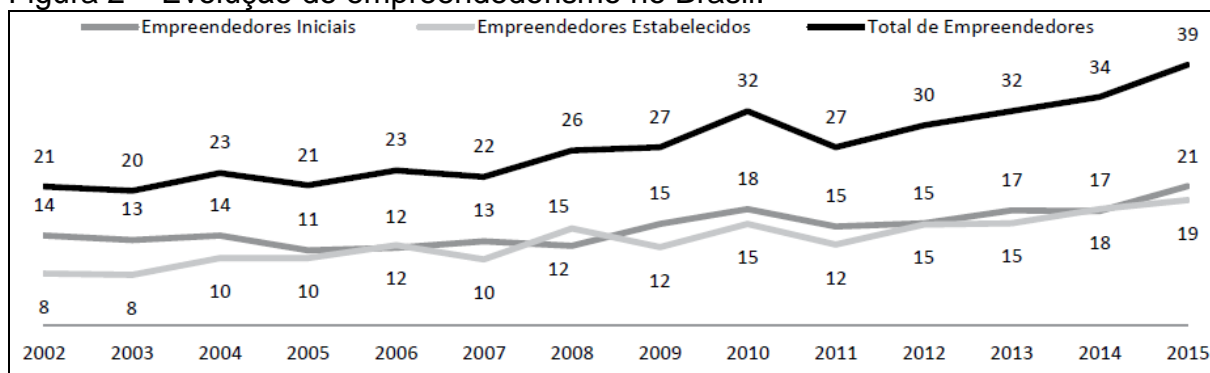
A partir desta perspectiva, a ação empreendedora pode ser considerada em duas vertentes: o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade (LEITE, 2012).

O empreendedorismo por necessidade ocorre quando a pessoa busca a jornada empreendedora por não ter outra opção, ou seja, por não ter alternativas de trabalho ou um emprego formal. Nesses casos, os negócios geralmente são criados de maneira informal, sem planejamento. Muitos deles rapidamente fracassam, agravando as estatísticas de fechamento dos negócios e conseqüentemente não gerando desenvolvimento econômico (DORNELAS, 2014).

Já o empreendedorismo por oportunidade, o indivíduo enxerga uma possibilidade de abrir um negócio, capacita-se, investe com riscos, obtendo mais chances de êxito, pois está consciente dos mais variados fatores que podem afetar ou contribuir para o empreendimento no mercado (DORNELAS, 2014).

A figura 2 representa a evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil, conforme os resultados da pesquisa GEM (2015).

Figura 2 – Evolução do empreendedorismo no Brasil.



Fonte: GEM (2015, p. 8).

Conforme se verifica, a TTE - Taxa Total de Empreendedorismo no Brasil ficou na ordem de 39,3%. Isso significa que no ano de 2015, um total de 52 milhões de pessoas, entre 18 e 64 anos, envolveram-se na manutenção (empreendimento estabelecido) ou na criação (empreendimento inicial) de alguma forma de negócio. Estes resultados também indicam que 4 entre 10 brasileiros são empreendedores. Ao se comparar a TTE do ano anterior, ou seja, em 2014, pode-se observar que o índice, 34,4%, registrou um significativo aumento, intensificando uma trajetória ascendente desde o ano de 2011. Além disso, a taxa brasileira de 39,3% foi o maior dos índices do 14 anos últimos, quase dobrando a taxa observada em 2002, que era de 21% (GEM, 2015).

Pode-se constatar que o Brasil possui uma taxa expressiva nos números do empreendedorismo em termos mundiais, tendo alcançado o topo no *ranking* dos países com maior número de empreendedores ou de iniciativas empreendedoras, segundo os dados revelados pelo GEM (2015), demonstrados no Quadro 1.

Quadro 1 – Os dez países mais empreendedores do mundo.

PAÍS/POSIÇÃO	TAXA
1 - Brasil	39,3%
2 – China	26,7%
3 – Estados Unidos	20%
4 – Reino Unido	17%
5 – Japão	10,5%
6 – Índia	10,2%
7 – África do Sul	9,6
8 – Rússia	8,6%
França	8,6%
9 – Itália	8,1%

Fonte – Adaptado de GEM (2015).

Dentro deste contexto, pode-se afirmar que muitas são as características do empreendedor. Em todos os casos, é necessário que seja um indivíduo inovador, criativo, visionário, independente, na busca constante de melhorias para o mercado e para sua própria vida (MARIANO; MAYER, 2011).

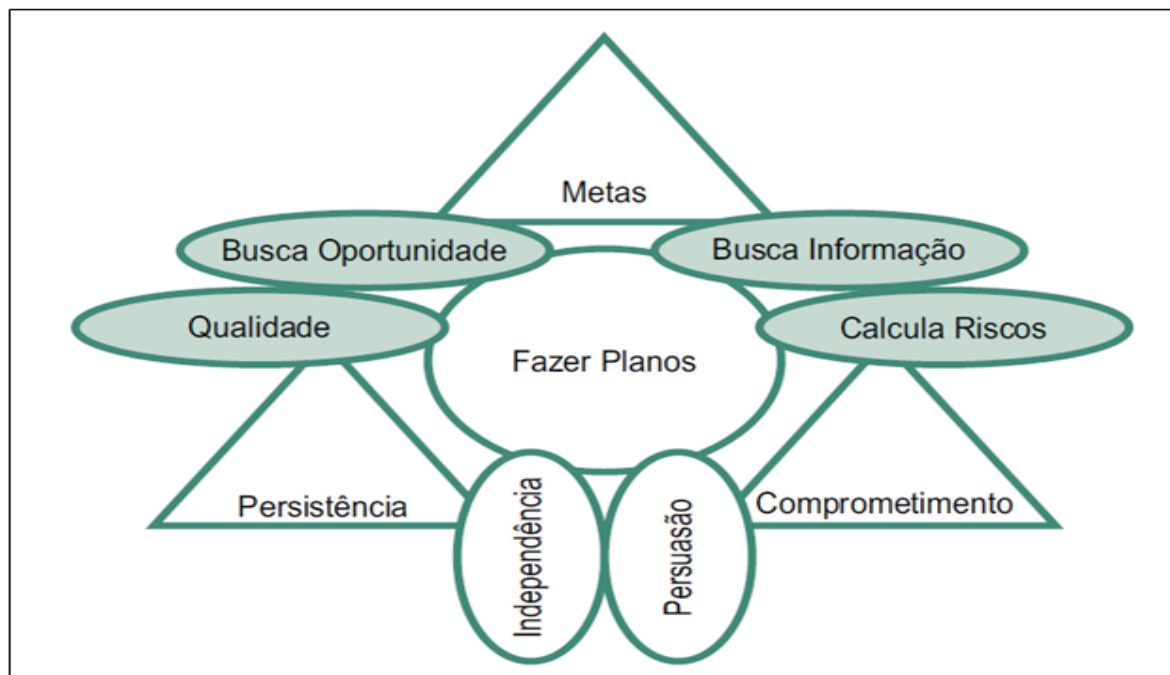
Porém, não há um consenso no que se refere ao perfil da pessoa empreendedora, mesmo que muitas características de seu comportamento sejam alvo de estudo. Contudo, é consenso de que não existe o empreendedor nato, pois muitas dessas características podem ser desenvolvidas ou aprendidas (MOREIRA; MOREIRA; SILVA, 2014).

Sobre as características dos empreendedores, Moreira, Moreira e Silva (2014, p. 05) comentam:

Os empreendedores sabem conviver com o risco e tirar proveito das oportunidades, possuem um perfil diferente de motivação. Acredita-se que o empreendedor se motive pelo desejo de realização e independência provenientes do sucesso empresarial e da distinção social. Os empreendedores são fundamentais para promover o crescimento econômico, criar empregos e renda, melhorando assim as condições de vida da população. Indicadores demonstram a importância da atividade empreendedora na economia, não só no Brasil, mas em todo o mundo. Empreendedores são o sustentáculo de uma economia em qualquer lugar do mundo. São eles que agregam valor a produtos e serviços.

Algumas características gerais dos empreendedores podem ser evidenciadas na Figura 3.

Figura 3 – Características dos empreendedores.



Fonte: Carreira et al (2015, p. 8).

Dentro deste contexto, a maioria dos economistas atualmente concorda que o empreendedorismo é um fator chave para o crescimento econômico e a criação de emprego em todas as sociedades. Nos países em desenvolvimento, pequenas empresas bem sucedidas são um motor essencial da criação de emprego, crescimento da renda e redução da pobreza. Por isso, o apoio do Estado para o empreendedorismo é crucial para o desenvolvimento econômico, sobretudo para as iniciativas empreendedoras por parte das mulheres (CARREIRA et al, 2015).

2.4.2 As mulheres e o empreendedorismo

O empreendedorismo, definido como o processo pelo qual os indivíduos utilizam oportunidades no mercado para a criação de novas empresas, é relativamente novo na questão do gênero feminino. A primeira publicação focada em mulheres empreendedoras foi em 1976, cuja autora foi Eleanor Schwartz. Um obstáculo para a compreensão dos desafios para o espírito empresarial das mulheres e seu impacto sobre o crescimento econômico ainda carece de dados confiáveis e válidos, pois apenas muito recentemente é que este campo começou a ser reconhecido por pesquisadores de diferentes áreas (FARAH, 2004).

Contudo, já é consenso que as mulheres possuem mais dificuldades

quando decidem empreender. O fato de que o público feminino recebe educação ou treinamento de habilidades limitadas, ou orientação de carreira única, agravando estas dificuldades. A falta de acesso a recursos necessários impede ainda mais as mulheres de alcançarem seu pleno potencial. Além disso, em algumas regiões do mundo, as mulheres têm menos direitos que os homens, e em muitos países existem distinções legais entre mulheres e homens, que limitam as oportunidades econômicas (COSTA, 2008).

Da mesma forma, existem muitas nações onde o empreendedorismo é visto como uma escolha inadequada para as mulheres. As sociedades tradicionalmente masculinas e com clara delimitação dos papéis femininos, frequentemente são reforçadas por crenças culturais e religiosas, fazendo com que as oportunidades das mulheres para se engajarem em trabalho remunerado ou fundação de empresas sejam muitas vezes limitadas. Ao mesmo tempo, a percepção de responsabilidade familiar representa um desafio, com atitudes patriarcais restringindo as mulheres para o trabalho doméstico e familiar, e evitando assim o seu agir independentemente (MACHADO et al, 2003).

Nas últimas duas décadas, no entanto, tem havido algum progresso na igualdade de gênero. Mas apesar dos progressos, as mulheres continuam em desvantagem em termos de resultados no mercado de trabalho e opções de meios de vida sustentáveis. Mulheres são mais envolvidas em formas de emprego informal, ganham substancialmente menos e sua contribuição econômica em alguns países permanece estática (AVENI, 2014).

Frente a isso, as disparidades de gênero impõem custos reais para a sociedade, pois quando as mulheres não participam igualmente, as economias perdem os benefícios que seriam fornecidos por novos produtos e serviços, receitas adicionais e novos postos de trabalho (FARAH, 2004).

Disso, pode-se entender que o subdesenvolvimento do empreendedorismo das mulheres representa um potencial inexplorado para o crescimento e prosperidade em muitos países. Com o empreendedorismo, as mulheres criam empregos, geram renda, contribuem para o desenvolvimento de independência econômica e contribuem para o desenvolvimento sustentável (COSTA, 2008).

No Brasil, por exemplo, as mulheres representam uma expressiva participação nas iniciativas empreendedoras do país, o que indica uma grande força

impulsionadora para a economia. Desde o ano de 2009, a pesquisa do GEM vem indicando a quase equiparação numérica do empreendedorismo feminino sobre o masculino, tanto no empreendedorismo por necessidade como no empreendedorismo por oportunidade (GEM, 2015).

Em 2015, as mulheres empreendedoras foram ligeiramente menos ativas do que os homens nas taxas de empreendedorismo, tanto no empreendedorismo por necessidade como no de oportunidade, ficando apenas 2% abaixo dos empreendedores masculinos (GEM, 2015).

Além disso, ainda considerando-se o público feminino, o Brasil encontra-se como o segundo país mais empreendedor do mundo (mesmo sendo o líder do *ranking* em termos mundiais), sendo só superado pela Guatemala, no qual a presença feminina empreendedora foi de 54% (GEM, 2015).

Apesar da figura do empreendedor apresentar diversas características, algumas diferenças fundamentais são encontradas entre o empreendedorismo feminino e empreendedorismo dos homens. O que torna a situação das mulheres especial é que elas estão moldando novos modelos de liderança, experimentando processos originais, trazem mais valores ao trabalho e possuem uma dinâmica diferenciada com os processos de desenvolvimento de seus negócios, mesmo que a área ainda esteja sub-pesquisada e com falta de conhecimento cumulativo (DORNELAS, 2014).

Devido a isso, existe a necessidade de proporcionar às mulheres empreendedoras cursos de formação para melhorar as suas competências de gestão de negócios. Assim, a prioridade para as mulheres é remover barreiras ao empreendedorismo, promover serviços financeiros inclusivos e adaptados às suas políticas comerciais e realidade de seus negócios (AVENI, 2014).

Assim, as consequências claras da marginalização econômica das mulheres enfatizam ainda mais a necessidade urgente para a igualdade de gênero e o empoderamento econômico das mulheres, o que pode ser obtido por meio da atividade empreendedora. Isso porque o empreendedorismo pode dar uma contribuição significativa para a vida das mulheres e tem um papel fundamental nas estratégias de gênero (SEBRAE, 2014).

2.5 EMPODERAMENTO ECONÔMICO FEMININO

Em todas as partes do mundo, as mulheres recebem menos pelo seu trabalho e têm menos benefícios do que os homens. Além disso, discriminação e responsabilidades domésticas reduzem o seu acesso ao capital e o tempo necessário para melhorar seus negócios ou para se dedicarem aos mesmos, comparativamente aos homens (MACHADO et al, 2003).

Porém, o papel econômico das mulheres é essencial para o crescimento e para uma distribuição mais equitativa da riqueza. Isso porque, as possibilidades e oportunidades econômicas para o campo feminino de hoje são muito mais elevadas do que foi para a geração anterior. As mulheres agora estão desempenhando um papel vital nos assuntos econômicos como empreendedoras e contribuem diretamente para o crescimento econômico de seu entorno, bem como para o seu empoderamento (COSTA, 2008).

Conforme visto, o empoderamento é um processo pelo qual as pessoas estão assumindo o controle de seus destinos, ou seja, definem os seus próprios objetivos, adquirem certas habilidades, constroem a confiança, resolvem problemas e desenvolvem a sua autonomia (FARAH, 2004).

O empoderamento das mulheres, ou seja, a sua capacidade para provocar uma mudança econômica por si mesma, visa promover a participação das mesmas em pé de igualdade perante os homens, e contribuir para o seu fortalecimento econômico e social, quando estas iniciam um negócio para geração de renda ou mesmo para expandir seu empreendimento já existente (YOUNGER; BROCKBANK; ULRICH, 2013).

O empoderamento econômico das mulheres é cada vez mais visto como o mais importante fator que contribui para alcançar a igualdade entre mulheres e homens. Mais economicamente fortalecidas, as mulheres (que são metade da força de trabalho do mundo) não só estimulam o crescimento econômico, mas também contribuem para a questão de avanço dos direitos humanos femininos. Quando os governos, empresas e comunidades investem em mulheres, e quando trabalham para eliminar as desigualdades, os países, principalmente os menos desenvolvidos, são mais propensos a eliminarem a pobreza. Nações inteiras também podem melhorar suas chances de se tornarem mais fortes no mercado global (SEBRAE, 2014).

Portanto, promover capacitação econômica das mulheres por meio do empreendedorismo é visto como uma das mais importantes forças motrizes da

redução da pobreza, para o crescimento econômico e redução das desigualdades de gênero (MACHADO et al, 2003).

Outros motivos para promover o empoderamento econômico das mulheres por via do empreendedorismo são apresentados nas alíneas, segundo Ivancevich (2010):

- a) Onde a participação das mulheres na força de trabalho cresceu mais rápido, a economia experimentou maior redução nas taxas de pobreza;
- b) Quando as mulheres podem acessar os recursos de que necessitam, torna-se menos provável que fiquem sob o jugo do poder masculino;
- c) Quando as mulheres têm autonomia econômica, podem ter mais poder de barganha em casa. Isto, por sua vez, pode ajudar a reduzir a sua vulnerabilidade à violência doméstica e à infecção por doenças venéreas e contagiosas contraídas dos maridos/companheiros.

Além disso, uma série de estudos tem demonstrado que o investimento nas mulheres tem retornos mais elevados (tanto econômicos como não econômicos), do que investir em homens. As mulheres são mais propensas a compartilhar as recompensas com os outros, como seus filhos, trazendo benefícios para a sua educação e saúde (AVENI, 2014).

Esses tipos de fatores são essenciais para se compreender a necessidade de se empoderar as mulheres para se tornarem fortes e contribuir de forma mais eficaz financeiramente para suas famílias, comunidades e países (YOUNGER; BROCKBANK; ULRICH, 2013).

Com isso, o empoderamento feminino na sociedade pode ser considerado como a capacidade das mulheres aumentarem a sua própria autonomia e sua força interna (autoconfiança, autoestima); o direito de fazer escolhas na vida e influenciar a direção de mudanças, obtendo também o controle sobre os seus recursos econômicos. Desse modo, quando empreendedoras, as mulheres ganham confiança, autoestima e a tomada de decisões levam a maior controle sobre suas vidas (FARAH, 2004).

Portanto, existe uma necessidade significativa para se criar condições mais favoráveis para o desenvolvimento e fortalecimento do empreendedorismo

feminino, com melhores políticas concebidas, bem como são essenciais medidas fortes para aumentar o empoderamento das mulheres. Assim, é importante aprimorar o estabelecimento de um diálogo público-privado, a melhoria do acesso ao crédito e serviços financeiros, a prestação de melhores serviços públicos para melhoria do clima competitivo de negócios com acesso à informação e aos mercados (SEBRAE, 2014).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O propósito fundamental da ciência é chegar à veracidade dos fatos, é distinto das demais formas de conhecimento, pois sua característica principal é a sua verificabilidade. Para que isto ocorra, é necessário determinar o método que possibilitou atingir a esse conhecimento. O método, então, pode-se definir como o caminho que possibilitou chegar aquele determinado resultado (GIL, 2002).

Segundo Minayo (2003, p.16), entende-se por pesquisa “a atividade básica da ciência na sua indagação e construção da realidade”.

Neste contexto, a pesquisa científica tem objetivo estabelecer uma série de compreensões no sentido de descobrir respostas para as indagações e questões que existem em todos os ramos do conhecimento humano, envolvendo o mundo social, vegetal, animal, mineral, além do espaço e do mundo marinho (OLIVEIRA, 2002).

Diante disso, o presente capítulo apresenta a metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para a classificação desta pesquisa, adota-se como referência a categorização apresentada por Vergara (2009), que classifica em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios de investigação.

Neste sentido, quanto aos fins, a pesquisa foi descritiva e aplicada.

As pesquisas descritivas têm como finalidade a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou, então, estudar as características de determinado grupo (GIL, 2002).

Para Cervo e Bervian (2002, p.49) “A pesquisa descritiva desenvolve-se, principalmente, nas Ciências Humanas e Sociais, abordando aqueles dados e problemas que merecem ser estudados e cujo registro não consta em documentos”.

Neste trabalho, o estudo foi descritivo, pois foram apresentados os resultados da forma com que foram coletados, ou seja, sem que houvesse manipulação dos mesmos.

Quanto aos fins, a pesquisa também é enquadrada como aplicada, pois

conforme Cervo e Bervian (2002, p.47), esta ocorre quando “o investigador é movido pela necessidade de contribuir para fins práticos mais ou menos imediatos, buscando soluções para problemas concretos”.

Quanto aos meios de investigação, o estudo é do tipo bibliográfico e pesquisa de campo.

A pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, redes eletrônicas, isto é material acessível ao público (VERGARA, 2009). Ainda segundo a referida autora, há quem imagine que a coleta de dados só se faz pelos instrumentos como: questionários, entrevistas, formulários, grupos de foco ou observação. Não é correta tal afirmação. Estes instrumentos referem-se à pesquisa de campo.

Já a pesquisa de Campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu o fenômeno. Pode incluir entrevista, aplicação de questionário ou observação (GIL, 2002).

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO ALVO

O universo da pesquisa de campo foi constituído pelas mulheres empreendedoras do município São João do Sul - SC.

O conjunto deste universo levou em conta os microempreendedores do município de São João do Sul, obtidos no Portal do Empreendedor (2016) (ANEXO A). Verificou-se que no município estão cadastrados um total de 164 empreendedores, dos quais 87 mulheres e 77 são homens. Desse modo, a pesquisa considerou como população, as 87 empreendedoras do município.

O Quadro 2 representa a síntese levada em consideração para a estruturação da população-alvo, conforme o objetivo geral pretendido neste estudo.

Quadro 2 - Estruturação da população-alvo.

OBJETIVO GERAL	PERÍODO	EXTENSÃO	UNIDADE DE AMOSTRAGEM	ELEMENTO
Identificar a contribuição do empreendedorismo para o empoderamento feminino no município de São João do Sul, SC.	Primeiro semestre de 2016	Município de São João do Sul - SC	Empreendedores cadastrados no Portal do Microempreendedor Individual	Empreendedoras femininas

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2016).

Para se calcular a amostra a ser envolvida no estudo, utilizou-se a forma proposta por Barbeta (2001), considerando-se uma população finita e um erro amostral de 10%, conforme segue no Quadro 3:

Quadro 3 - Fórmula para o cálculo do tamanho mínimo da amostra.

População Infinita	População Finita
$n_0 = \frac{1}{E_0^2}$	$n = \frac{N.n_0}{N + n_0}$
<p>N = tamanho da população n = tamanho da amostra n_0 = uma primeira aproximação para o tamanho da amostra E_0 = erro amostral tolerável</p> <p>Onde:</p> $n = \frac{87 \times 100}{87 + 100} = \frac{8.700}{187} = 47$	

Fonte: Barbeta (2001, p. 60 - adaptado).

Conforme se verifica, considerando-se a fórmula, a amostra resulta no total de 47 empreendedoras, que foram consideradas no estudo.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Os dados considerados no estudo tiveram origem primária e secundária. Os dados primários são aqueles que ainda não receberam tratamento, não se encontrando, portanto, disponíveis. Já os dados secundários, como se pode supor, já se encontram à disposição, bastando ao pesquisador efetuar a sistematização e análise dos mesmos (OLIVEIRA, 2002).

Para a coleta dos dados primários, foi aplicado um questionário junto às mulheres empreendedoras do município, que integraram a amostra.

Mc Daniel e Gates (2005, p. 165) definem esta técnica de estudo:

O questionário pode ser definido como um dos instrumentos de coleta de dados em pesquisa de marketing que é preenchido pelos informantes, sem necessitar da presença direta do pesquisador. Ele pode ser identificado por uma série de perguntas ordenadas que uma certa amostra deve responder. Esse instrumento é o mais utilizado em pesquisas

quantitativas, principalmente quando se mencionam pesquisas de grande escala no marketing.

O questionário foi aplicado por meio de e-mail, telefone e alguns pessoalmente, de forma aleatória, conforme dados da lista do Portal do Microempreendedor Individual. O questionário foi composto por dois blocos: perfil das empreendedoras e contribuição do empreendedorismo para o empoderamento das mesmas (Apêndice A).

Os dados secundários referem-se à pesquisa documental realizada, para se cumprir os objetivos de avaliar o comportamento dos empreendedores do município em relação ao gênero e segmento de atuação.

Malheiros (2011, p. 101) explica:

A pesquisa documental é aquela realizada com documentos considerados cientificamente autênticos. Os documentos contemporâneos ou retrospectivos são considerados dados secundários e podem ter sido coletados como parte de uma pesquisa realizada por instituições de ensino, órgãos de governo, representantes de classe, empresas privadas ou empresas de pesquisa.

Além dos dados do Portal do Microempreendedor Individual, também foram utilizadas outras fontes, como relatórios, mapas, informes e outros documentos sobre o município, além de trabalhos acadêmicos.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

Para tratamento da pesquisa documental, foi utilizada a abordagem qualitativa.

Já para tratar os dados da pesquisa de campo, a abordagem utilizada foi do tipo quantitativa.

No entendimento de Fachin (2006, p. 52) sobre a abordagem qualitativa:

A *priori*, o método qualitativo difere, em princípio, do quantitativo à medida que não adota um instrumental estatístico como base do processo de análise de um problema. A pesquisa qualitativa então não pretende numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas. Assim sendo, observa-se que as características qualitativas de uma investigação estão presentes principalmente nas informações coletadas. Se essas informações forem transformadas em dados quantificáveis, tornam-se de caráter quantitativo.

De acordo com Mc Daniel e Gates (2005, p. 167), pode-se entender esta forma de abordagem:

As pesquisas quantitativas têm a vantagem de permitir que a realidade se torne quantificável. Se é possível transformar um determinado evento em um número, desde que exista uma relação de grandeza, é possível tornar essas informações mais visuais. Elas utilizam os recursos visuais (tabelas e gráficos) para dar credibilidade às interpretações feitas pelo pesquisador, além de se apoiarem no que está disponível para concluir. A análise sempre é sustentada por duas vertentes: os dados trazidos no momento da coleta e o referencial teórico utilizado.

Os resultados obtidos encontram-se no capítulo a seguir.

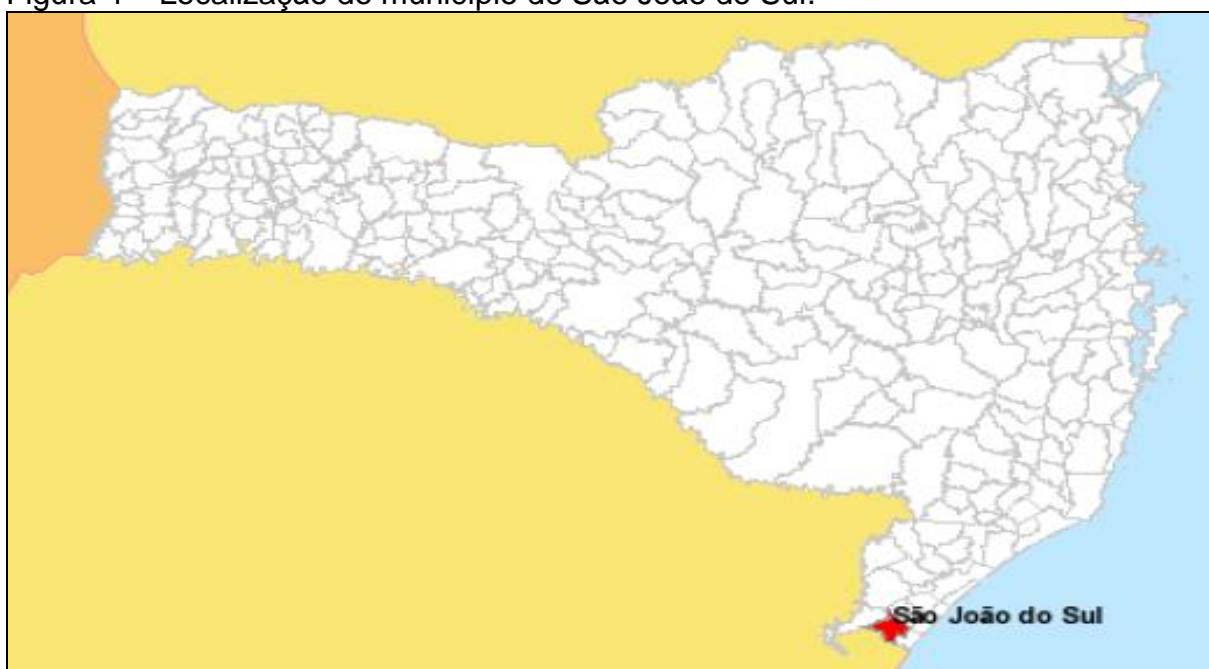
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo, são apresentados os dados obtidos na pesquisa documental e de campo efetuada.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DO SUL - SC

O município de São João do Sul é de pequeno porte e encontra-se localizado no extremo sul de Santa Catarina (Figura 4). Pertence à zona fisiogeográfica chamada Litoral Sul do Estado. Administrativamente, compõe a AMESC – Associação dos Municípios do Extremo Sul Catarinense. Encontra-se sob jurisdição da Comarca de Santa Rosa do Sul. A distância da capital é de 264 Km (IBGE, 2016).

Figura 4 – Localização do município de São João do Sul.

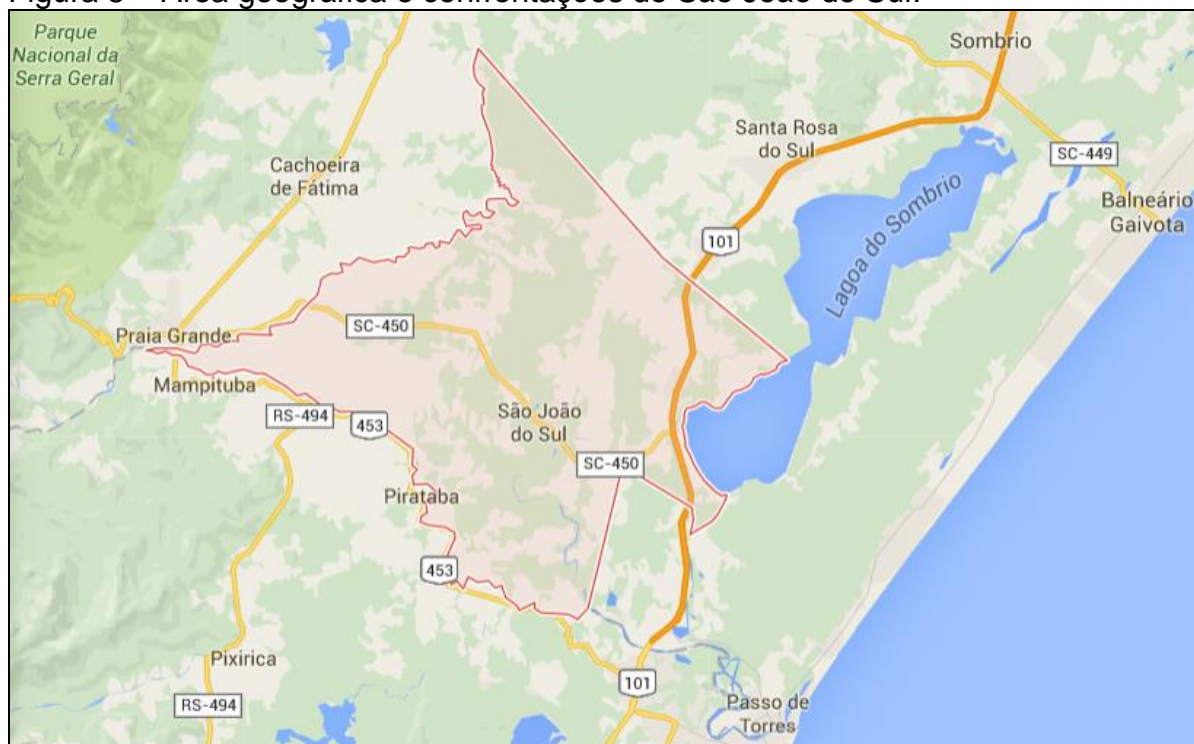


Fonte: Delfino (2011, p. 17).

Com uma altitude de 15 m acima do nível do mar, São João do Sul possui um território de 183,358 km², dos quais 93.358 km² são de área rural e 90.000 km² de área urbana. O município é formado por 19 comunidades, cuja sede localiza-se na porção leste da cidade. Limita-se ao norte com Jacinto Machado e Santa Rosa do Sul; ao leste, com Passo de Torres; ao Sul, com o Estado do Rio Grande do Sul; e ao oeste, com Praia Grande (Figura 5). O Rio Mampituba, Rio Canoas, Rio Sertão e

Rio Verde drenam o território da cidade, correndo para a porção leste, onde desembocam no Oceano Atlântico. Na hidrografia, ainda registram-se lagos e riachos (sangas) (IBGE, 2016).

Figura 5 – Área geográfica e confrontações de São João do Sul.



Fonte: Google Maps (2016).

O município foi colonizado por três etnias. Num primeiro momento, no pequeno povoado chamado “Passo do Sertão”, no ano de 1856, chegaram as famílias de dois imigrantes alemães, oriundas de Sombrio. No ano de 1870, instalaram-se imigrantes açorianos. Já no século XX, a comunidade recebeu famílias italianas. Contudo anteriormente ao movimento imigratório, as terras onde hoje se localiza o município eram habitadas por povos indígenas (DELFINO, 2011).

Em 1891, o povoado, com então 55 moradias, foi elevado à categoria de vila de Passo do Sertão, vinculado ao município de Araranguá. Em 1938, Passo do Sertão passou à categoria de distrito. Finalmente, em 1961, obteve sua emancipação, tornando-se município, com o nome de São João do Sul, em homenagem ao padroeiro da comunidade, São João Batista (DELFINO, 2011).

Com uma densidade demográfica de 38,38 hab./km², a população encontra-se na ordem de 7.226 habitantes, dos quais 3.684 são homens (50,90%) e 3.542 mulheres (49,10%), respondendo por 0,11% da população catarinense, com

6.173 eleitores.

O IDH - Índice de Desenvolvimento Humano, calculado conforme parâmetros da ONU, que leva em consideração a expectativa de vida de um país ou comunidade é de 0,695, classificado na categoria de “médio”, numa classificação que vai de “muito baixo” (de 0 a 0,499) a “muito alto” (de 0,800 a 1), sendo o 103º no ranking do Estado de Santa Catarina (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOÃO DO SUL, 2016).

Na economia do município, encontram-se atividades dos ramos agrícola (agricultura e pecuária), industrial, comercial, prestação de serviços e extrativista mineral. O Produto Interno Bruto – PIB do município encontra-se na ordem de R\$ 85,8, destacando-se na 174ª posição no Estado de Santa Catarina. Na totalidade, o PIB origina-se de 34,7% no comércio e prestação de serviços; 34,00% do setor agropecuário, 16,8% da administração pública, 11% do setor industrial e 3,5% originários de impostos municipais (SEBRAE, 2013).

O município detém a agricultura mais diversificada no Vale do Rio Araranguá, sendo o maior produtor de abacaxi e morango do Estado. Também se destacam a cultura do fumo, arroz, feijão, maracujá e mandioca. Na pecuária, encontra-se a produção de suínos, bovinos e aves. A indústria é constituída pela fabricação de alimentos (pratos prontos, pães, doces, polvilho azedo de mandioca), móveis, entre outros. O comércio é principalmente varejista de produtos em geral (roupas, calçados, farmácias, bares, restaurantes, entre outros) e a prestação de serviços conta com operações diversas. Também há no município a atividade extrativista, que se concentra na mineração de pedra de arenito e areia (IBGE, 2014).

Por se encontrar situado no litoral, o município também tem forte vocação turística, podendo atrair visitantes o ano inteiro, devido ao extenso lençol subterrâneo de água salgada encontrado no seu interior. A estância de água termal salgada é localizada na comunidade de Três Coqueiros, sendo a única no Brasil, com temperatura que jorram à superfície em torno de 38 e 40°C. Como indicação terapêutica, é considerada como uma das melhores fontes de águas termais salgadas do mundo, como as de La Toja, na Espanha; Baden, na Alemanha; e Montecatini e Salsomagnogore, na Itália. O banho nestas águas tem indicações terapêuticas (IBGE, 2014).

O Quadro 2 apresenta uma síntese das principais características do município, levando em conta os aspectos geográficos, sociais e econômicos do município.

Quadro 2 – Resumo geral das características do município de São João do Sul.

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICOS	CLASSIFICAÇÃO/TAXA/NUM.
Tamanho	Pequeno porte
Localização	Extremo sul catarinense
Zona fisiogeográfica	Litoral sul de Santa Catarina
Microrregião administrativa	Amesc
Distância da capital (Florianópolis)	264km
Altitude	15m acima do nível do mar
Território total	183,358 km ²
Zona rural	93.358 km ²
Zona urbana	90.000 km ²
Comunidades (bairros)	19
Confrontações	Norte: Jacinto Machado e Leste: Passo de Torres; Sul: Estado do Rio Grande do Sul; Oeste: Praia Grande
Hidrografia	Rio Mampituba, Rio Canoas, Rio Sertão e Rio Verde, além de lagos e riachos (sangas)
CARACTERÍSTICAS SOCIAIS	CLASSIFICAÇÃO/TAXA/NUM.
Data da fundação	1856
Colonizadores	Indígenas, alemães, açorianos e italianos
Evolução administrativa	Vila (1891), Distrito (1938), Município (1961, emancipado de Araranguá)
Densidade demográfica	38,38 hab./km ²
População	7.226 habitantes (0,11% da população catarinense)
População masculina	3.684 (50,90%)
População feminina	3.542 (49,10%)
Eleitores	6.173
IDH	0,695 - médio
Comunidades (bairros)	19
Confrontações	Norte: Jacinto Machado e Leste: Passo de Torres; Sul: Estado do Rio Grande do Sul; Oeste: Praia Grande
Hidrografia	Rio Mampituba, Rio Canoas, Rio Sertão e Rio Verde, além de lagos e riachos (sangas)
CARACTERÍSTICAS ECONÔMICAS	CLASSIFICAÇÃO/TAXA/NUM.
PIB	R\$ 85,8 (174º no Estado)
Atividades exploradas	Comercial e prestação de serviços, agrícola (agricultura e pecuária), industrial, extrativista mineral e turismo
Destaques	- Agricultura mais diversificada no Vale do Rio Araranguá - Maior produtor de abacaxi e morango do Estado - Única estância de água termal salgada no Brasil

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Após a caracterização do município, a seguir são verificados os aspectos do empreendedorismo local.

4.2 EMPREENDEDORISMO LOCAL

Neste tópico, são representados os resultados obtidos quanto ao total de empreendedores no município quanto ao gênero e ao segmento de atuação, com base na pesquisa documental realizada junto aos dados do Portal do Microempreendedor Individual.

4.2.1 Total de empreendedores no município

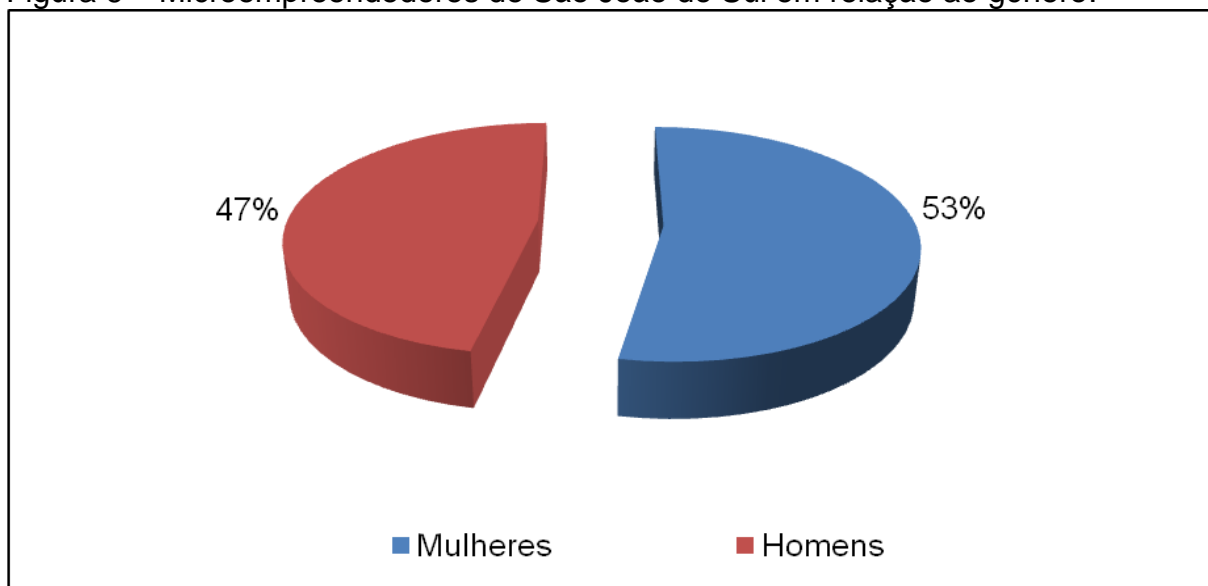
O perfil do empreendedor em São João do Sul, quanto ao gênero e segmento pode ser visualizado a seguir.

Tabela 1 - Microempreendedores de São João do Sul em relação ao gênero.

EMPREENDEDORES ESTABELECIDOS	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Homens	77	47
Mulheres	87	53
TOTAL	164	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa documental (2016).

Figura 6 – Microempreendedores de São João do Sul em relação ao gênero.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa documental (2016).

Conforme visto, o município conta com 7.226 habitantes, dos quais 50,90% são homens e 49,10% são de mulheres. Contudo, observando-se o

comportamento empreendedor conforme o gênero verifica-se que em São João do Sul, o índice de empreendedorismo é maior entre as mulheres (53%), mesmo que muito próximos se encontre o empreendedorismo masculino (47%).

De acordo com os dados da pesquisa GEM (2015), as mulheres empreendedoras foram ligeiramente menos ativas do que os homens nas taxas de empreendedorismo, ficando apenas 2% abaixo dos empreendedores masculinos. Contudo, no município, observa-se uma tendência para o maior empreendedorismo feminino, o que pode significar que num futuro muito próximo, as mulheres empreendedoras femininas suplantem a dos homens também no Brasil.

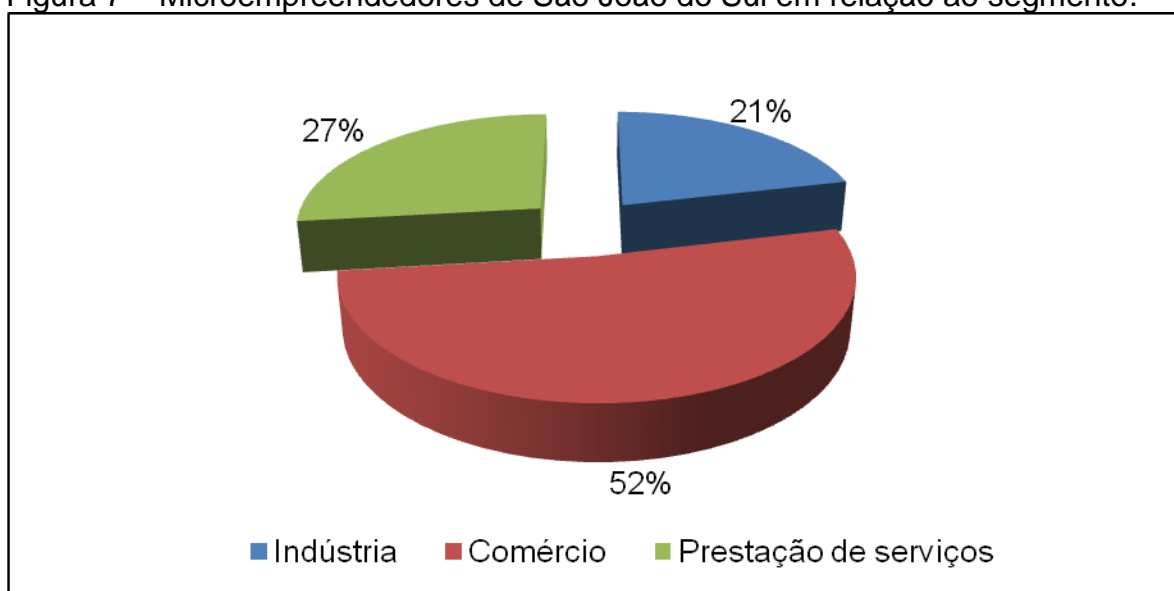
4.2.2 Empreendedorismo conforme o ramo de atuação

Tabela 2 - Microempreendedores de São João do Sul em relação ao segmento.

SEGMENTO DE ATUAÇÃO DOS EMPREENDEDORES	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Indústria	35	21
Comércio	85	52
Prestação de serviços	44	27
TOTAL	164	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa documental (2016).

Figura 7 – Microempreendedores de São João do Sul em relação ao segmento.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa documental (2016).

De forma geral, as empresas de prestação de serviços destacam-se na economia de todos os países (ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2014). No Brasil, o segmento responde por aproximadamente 60% do PIB nacional e pelo mesmo

índice do total de postos de trabalho (CERIOLI *et al*, 2014).

No entanto, analisando-se os dados referentes à atividade empreendedora de São João do Sul, verifica-se que o referido setor encontra-se na segunda posição, com 27%, sendo suplantado pelo segmento do comércio, na qual se encontra a maioria dos empreendedores do município, com 52%, distanciando-se de também de igual maneira do setor industrial, em que se verifica 21% de empreendedores.

Esta representatividade do setor comercial pode ser devida ao fato de que São João do Sul tem forte vocação turística e os comerciantes se estabelecem para atender tanto a demanda interna como os visitantes, o que torna expressivo o número de estabelecimentos comerciais.

A partir desses resultados, pode-se fazer a correlação entre o gênero dos empreendedores e o segmento de atuação dos mesmos, conforme apresentado na Tabela 3.

Tabela 3 - Empreendedores conforme gênero e segmento de atuação.

SETORES	GÊNEROS	FREQUÊNCIAS	
		Nº	%
Indústria	Homens	12	34
	Mulheres	23	66
	TOTAL	35	100
Comércio	Homens	37	44
	Mulheres	48	56
	TOTAL	85	100
Serviços	Homens	28	64
	Mulheres	16	36
	TOTAL	44	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa documental (2016).

Analisando-se os dados referentes à correlação entre gênero e setor de atuação, identifica-se que o segmento de serviços é o mais praticado pelos empreendedores do sexo masculino, enquanto o comércio e a indústria são os setores que mais atraem as mulheres que buscam implementar seu próprio negócio.

A seguir, destacam-se os resultados da pesquisa de campo efetuada junto às mulheres empreendedoras do município.

4.3 EMPODERAMENTO ECONÔMICO

Nos próximos tópicos, são apresentados os resultados obtidos junto à amostra de mulheres empreendedoras do município de São João do Sul. Num primeiro momento, verifica-se o perfil das respondentes; em seguida, os dados sobre a relação entre empreendedorismo e empoderamento.

4.3.1 Perfil das empreendedoras

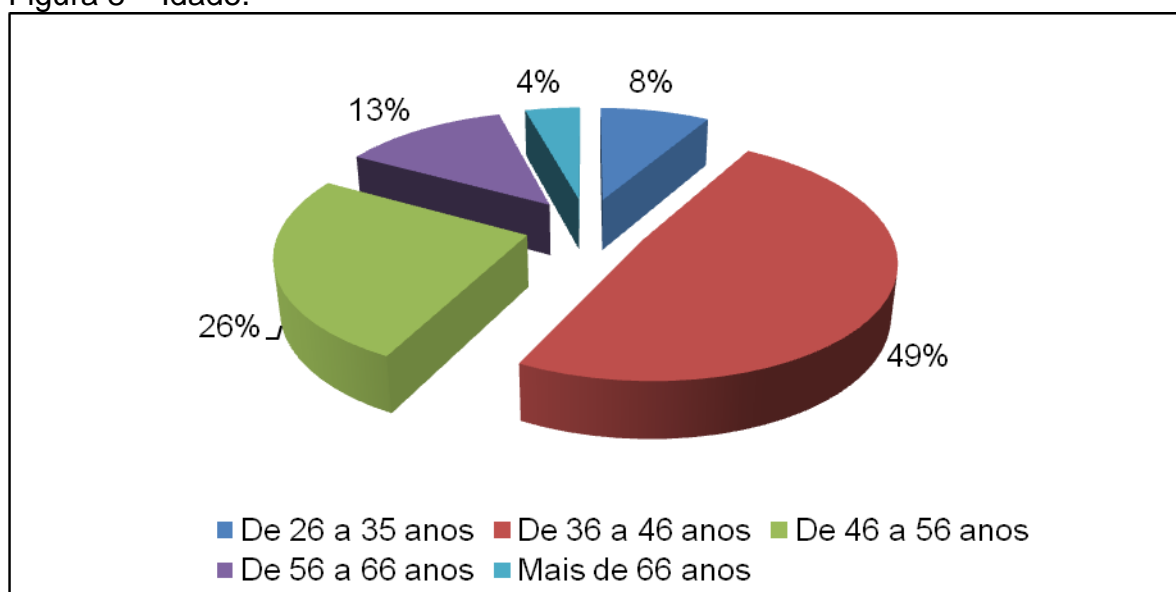
A seguir, representa-se o perfil das empreendedoras do município, em relação à idade, escolaridade, estado civil, número de filhos, procedência, e profissão/atividade anterior.

Tabela 4 – Idade.

IDADE	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
De 18 a 25 anos	---	---
De 26 a 35 anos	04	9
De 36 a 46 anos	23	49
De 46 a 56 anos	12	26
De 56 a 66 anos	06	13
Mais de 66 anos	02	4
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Figura 8 – Idade.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

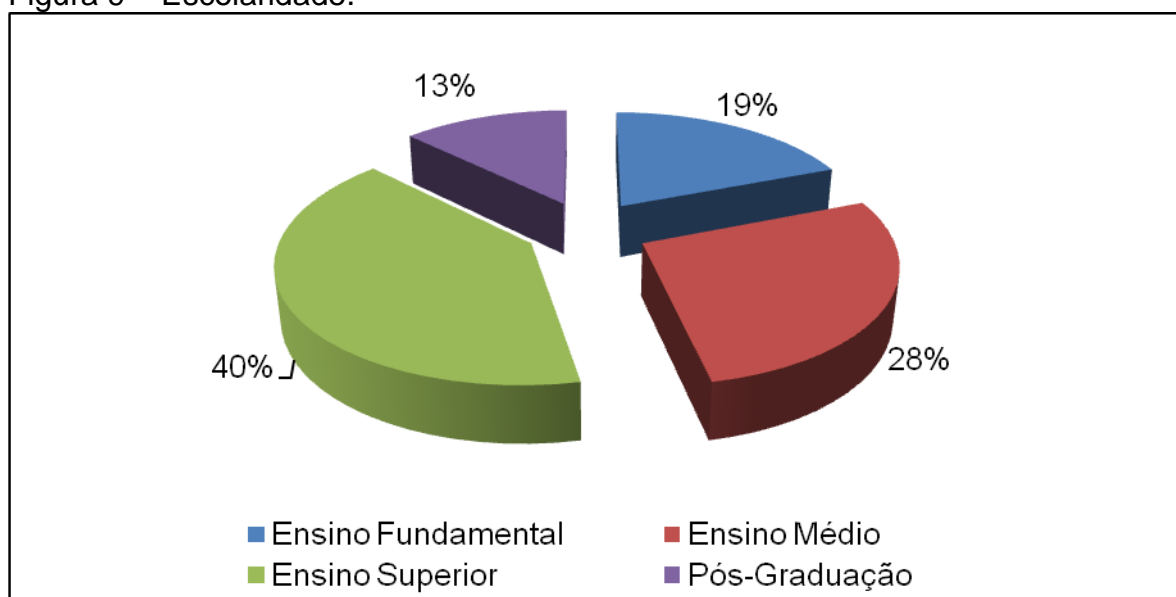
No que se refere à idade, constata-se que a maioria das empreendedoras do município encontram-se na faixa situada entre os 36 a 46 anos, com 49% das ocorrências, enquanto as com idade entre 46 a 56 anos destacam-se com 26%. Em menores percentuais, encontram-se as mulheres nas faixas dos 56 a 66 anos, de 26 a 35 anos e com mais de mais de 66 anos, com 13%, 9% e 4%, respectivamente.

Tabela 5 – Escolaridade.

ESCOLARIDADE	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Ensino Fundamental	9	19
Ensino Médio	13	28
Ensino Superior	19	40
Pós-Graduação	6	13
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Figura 9 – Escolaridade.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

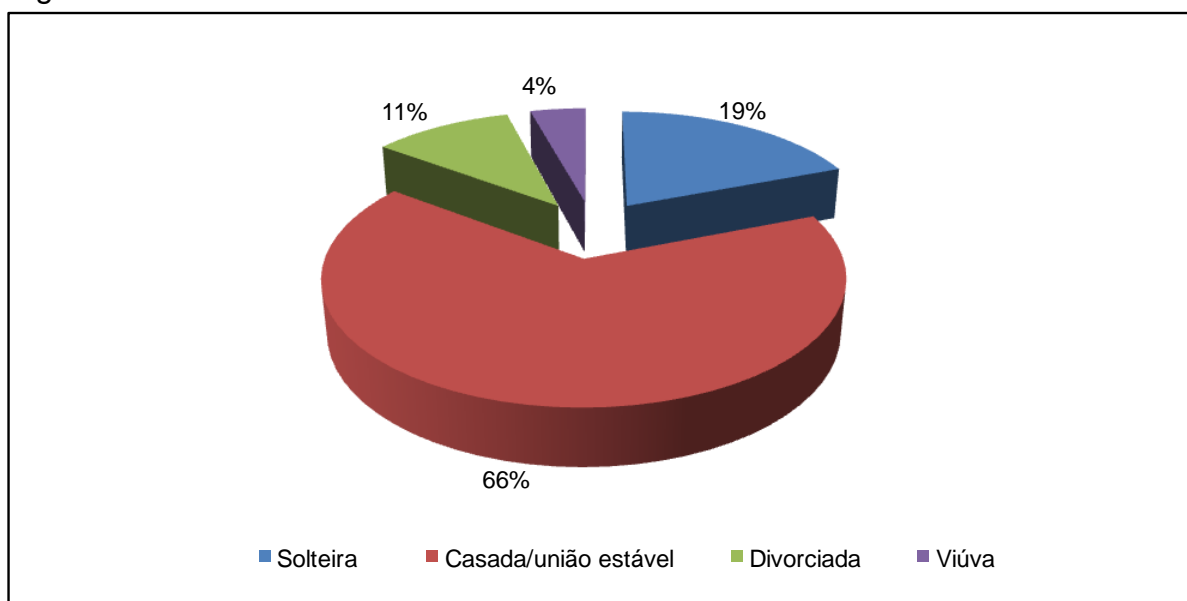
De acordo com os resultados, o nível de escolaridade predominante entre as empreendedoras é o nível superior, com 40%, das quais 13% que têm pós-graduação. Também se verifica 28% de empreendedoras com Ensino Médio, além de 13% com escolaridade em nível Fundamental.

Tabela 6 – Estado civil.

ESTADO CIVIL	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Solteira	09	19
Casada/união estável	31	66
Divorciada	05	11
Viúva	02	4
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Figura 10 – Estado civil.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Em relação ao estado civil prevalece na amostra as empreendedoras que são casadas ou se encontram em união estável, verificado em 66% do total, enquanto as solteiras são 19%, as divorciadas 11% e as viúvas respondem por 4% dos resultados.

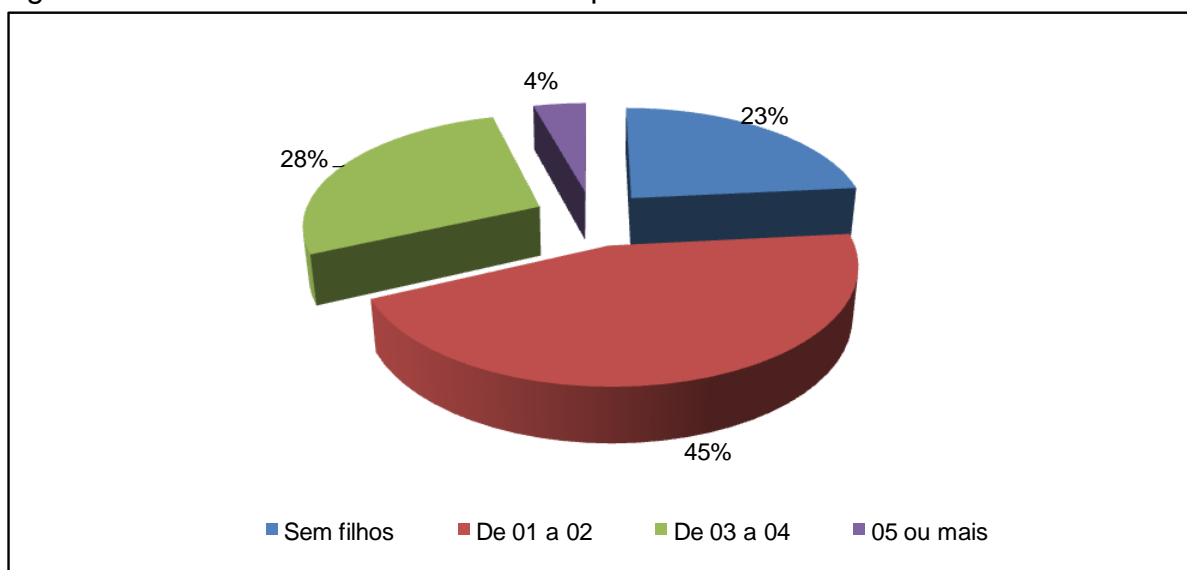
Tabela 7 – Número de filhos menores/dependentes*.

NÚMERO DE FILHOS MENORES/DEPENDENTES	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Sem filhos	11	23
De 01 a 02	21	45
De 03 a 04	13	28
05 ou mais	02	4
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

* Enteados e/ou outros

Figura 11 – Número de filhos menores/dependentes*.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

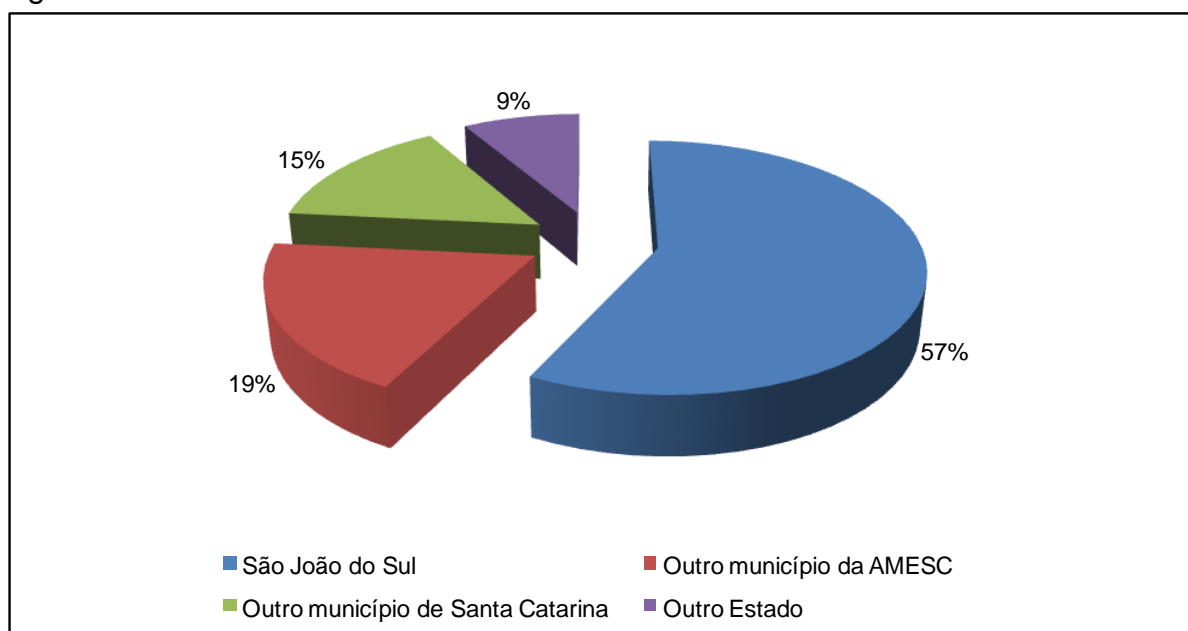
Percebe-se na amostra que praticamente todas as empreendedoras são mães, com a maioria 36 a 46 anos possuindo de 01 a 02 filhos (dependentes ou enteados), em 45% dos casos, 28% com 03 a 04 filhos e 4% com 05 ou mais filhos. Apenas 23% relataram que não são mães.

Tabela 8 – Procedência.

PROCEDÊNCIA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
São João do Sul	27	57
Outro município da AMESC	09	19
Outro município de Santa Catarina	07	15
Outro Estado	04	9
Outro país	---	---
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Figura 12 – Procedência.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

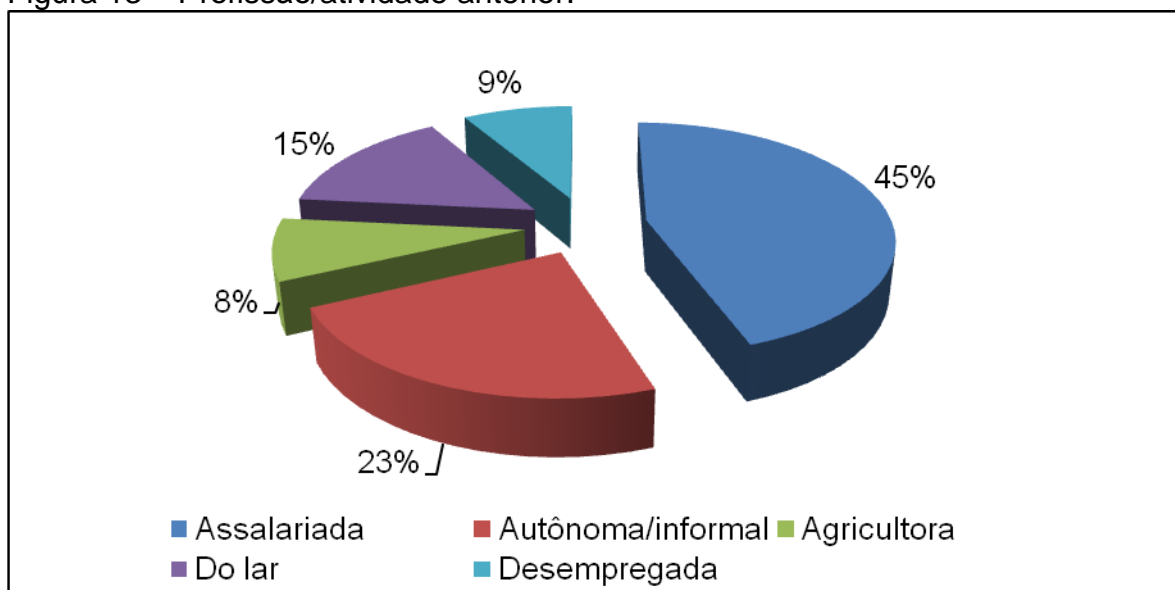
De acordo com os resultados, pode-se constatar que a maioria das empreendedoras escolheu o próprio município para empreender, verificado em 57% dos casos, enquanto 19% são oriundas de outros municípios da AMREC, 15% de outra cidade catarinense e 9% são originárias de município de outro Estado. Não foram observadas empreendedoras estrangeiras na amostra.

Tabela 9 – Profissão/atividade anterior.

PROFISSÃO/ATIVIDADE ANTERIOR	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Estagiária	---	---
Assalariada	21	45
Autônoma/informal	11	23
Agricultora	04	9
Do lar	07	15
Desempregada	04	9
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Figura 13 – Profissão/atividade anterior.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

No que pertine à profissão ou atividade desenvolvida anteriormente à atividade empreendedora, identifica-se que as mulheres da amostra, na maioria dos casos eram assalariadas, com 45%, enquanto 23% já atuavam com iniciativas empreendedoras, seja como autônoma ou informais. As que eram do lar somam 15%, seguidas pelas desempregadas, com 9% e as agriculturas, que ocorrem 8% da amostra.

4.3.2 Análise dos dados da pesquisa

A seguir, são representados os resultados nas questões que investigaram a relação entre o empreendedorismo com o empoderamento feminino.

Tabela 10 – Motivações para o empreendedorismo*.

MOTIVAÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)
Sonho de ter um negócio próprio	47
Mudança de cidade	05
Separação conjugal	03
Investir capital disponível	07
Aumentar a renda pessoal/familiar	45
Desemprego/aposentadoria	11
Desenvolver conhecimentos/habilidades adquiridas	29
Outros	02

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

*Questão de múltipla escolha, não sendo possível representação gráfica

Ao se indagar sobre a motivação que levou as mulheres a buscarem o empreendedorismo, identifica-se que o sonho de ter um negócio próprio é a principal motivação para todas (N=47). Essas, em muitos casos (N=45), também decidiram empreender em busca do aumento de renda, seja pessoal ou familiar. Desenvolver conhecimentos/habilidades adquiridas também é uma das principais motivações (N=29) para o empreendedorismo. Em menores graus, encontram-se alegações como desemprego/aposentadoria (N=11), investir capital disponível (N=7), mudança de cidade (N=05) e separação conjugal (N=3), além de outros motivos (N=2), entre os quais separação de sócios e mudança de ramo de atuação.

Tabela 11 – Requisitos indispensáveis ao empreendedorismo feminino de sucesso*.

REQUISITOS INDISPENSÁVEIS AO EMPREENDEDORISMO	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)
Capacidade empreendedora	42
Conhecimento do ramo do negócio	47
Capital para investimento	26
Demanda reprimida/oportunidade no mercado	15
Inovação no produto/processo	09
Outros	05

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

*Questão de múltipla escolha, não sendo possível representação gráfica

Buscando-se conhecer a visão das empreendedoras sobre os requisitos indispensáveis para o empreendedorismo, verifica-se que o conhecimento do ramo do negócio é o principal fator de sucesso para todas as empreendedoras da amostra (N=47), enquanto a capacidade empreendedora ocorre em segundo lugar (N=42). O capital para investimento também é um requisito indispensável para mais da metade das respondentes (N=26). Na sequência, destacam-se os fatores de demanda reprimida/oportunidade no mercado (N=15), inovação no produto/processo (N=9) e outros requisitos (N=5), entre os quais, pesquisa de mercado para avaliar a oportunidade (N=3), ponto próprio para o empreendimento (N=01), e nicho de mercado inexplorado (N=01).

Tabela 12 – Principais vantagens do empreendedorismo feminino*.

PRINCIPAIS VANTAGENS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)
Mínima de interferência de terceiros	39
Reconhecimento da sociedade	25
Autorrealização pessoal	45
Independência/Estabilidade financeira	42
Autonomia para estruturar o tempo	31
Outros	15

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

*Questão de múltipla escolha, não sendo possível representação gráfica

Ao serem indagadas sobre as principais vantagens do empreendedorismo feminino, verifica-se que a autorrealização pessoal é a mais relatada por praticamente todas as participantes da amostra (N=45), enquanto independência/estabilidade financeira ocorre como a segunda vantagem mais referida pelas mulheres (N=42), seguida pela vantagem de mínima de interferência de terceiros (N=39). Na sequência, destacam-se a autonomia para estruturar o tempo (N=31), o reconhecimento da sociedade (N=25), além de outros benefícios (N=07), tais como formalizar o negócio (N=2), ter acesso ao sistema bancário (N=2), possibilidade de comprovar a renda (N=2), e contribuir para o desenvolvimento da sociedade (N=1).

Tabela 13 – Fatores limitantes (desvantagens) do empreendedorismo feminino*

FATORES LIMITANTES (DESVANTAGENS) DO EMPREENDEDORISMO FEMININO	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)
Dificuldade de conciliar trabalho/casa	19
Sobrecarga de tarefas/múltiplas responsabilidades	09
Dificuldade de conciliar produção/gestão	40
Discriminação na sociedade/negócios	15
Rotinas gerenciais burocráticas	32
Lazer prejudicado	03
Nenhuma	21
Outras	03

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

*Questão de múltipla escolha, não sendo possível representação gráfica

Ao se investigar os fatores limitantes (desvantagens) que podem ser encontradas nas iniciativas de empreendedorismo por parte das mulheres, identifica-se que a dificuldade de conciliar produção/gestão é a mais referida (N=40), seguidas pelas rotinas gerenciais burocráticas (N=32), enquanto muitas empreendedoras revelam que não consideram nenhuma desvantagem ou fator

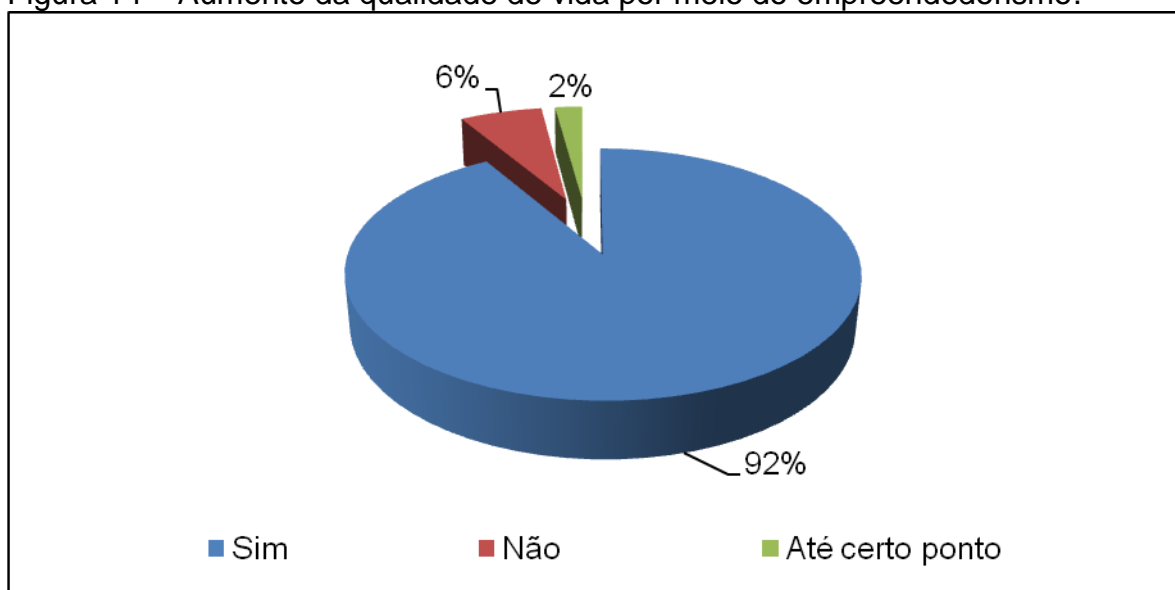
limitante (N=21). Para algumas (N=19), enquanto outras (N=15) consideram que é a discriminação na sociedade e no mundo dos negócios. Também se evidencia fatores apontados como a sobrecarga de tarefas/múltiplas responsabilidades (N=9), falta de apoio da família (N=4), lazer prejudicado (N=3) e outras desvantagens (N=3), entre as quais a dificuldade de encontrar mão de obra qualificada/disponível e falta de apoio da família/cônjuge.

Tabela 14 – Aumento da qualidade de vida por meio do empreendedorismo.

AUMENTO DA QUALIDADE DE VIDA	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Sim	43	92
Não	03	6
Até certo ponto	01	2
Não sabe responder	---	---
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Figura 14 – Aumento da qualidade de vida por meio do empreendedorismo.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

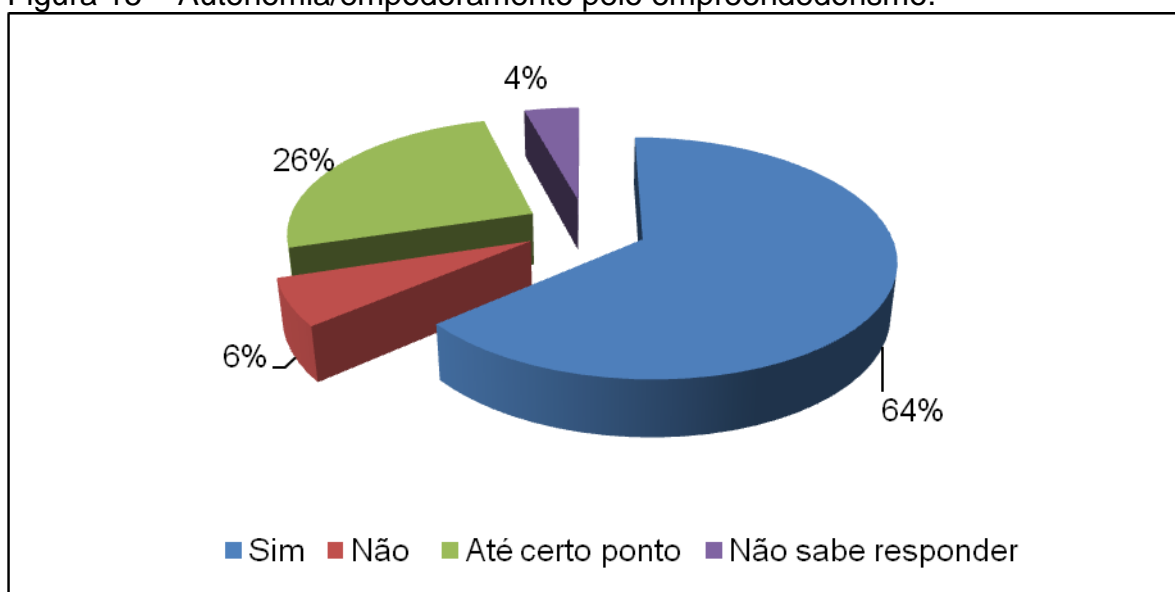
De acordo com os resultados obtidos, identifica-se que o empreendedorismo foi fator para que as mulheres percebessem melhorias em sua qualidade de vida, identificado em 92% dos casos. Porém, 6% afirmaram que não perceberam esta variável, enquanto 2% não souberam responder à questão.

Tabela 15 – Autonomia/empoderamento pelo empreendedorismo.

AUTONOMIA/EMPODERAMENTO	FREQUÊNCIA ABSOLUTA (Nº)	FREQUÊNCIA RELATIVA (%)
Sim	30	64
Não	03	6
Até certo ponto	12	26
Não sabe responder	02	4
TOTAL	47	100

Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016)

Figura 15 – Autonomia/empoderamento pelo empreendedorismo.



Fonte: Dados da autora com base em pesquisa de campo (2016).

Conforme se pode constatar, a maioria das empreendedoras do município acredita que o empreendedorismo lhe possibilitou mais autonomia/empoderamento, visão expressa por 64% das mulheres da amostra, enquanto 26% considera que isso ocorreu até certo ponto. Para 6% da amostra, no entanto, isso não ocorreu, enquanto 4% não souberam responder.

5 CONCLUSÃO

Com as diversas mudanças no ambiente de negócios, que se encontra cada vez mais dinâmico, surge o *empowerment* (empoderamento) pelo qual se faz o colaborador ter mais autonomia no seu ambiente de trabalho, como forma de agilizar as decisões e tornar a empresa mais ágil, sempre com o fim de satisfazer as necessidades dos clientes, com produtos, processos e serviços de qualidade.

Com o empoderamento no mundo corporativo, as mulheres passam também a ter posições mais privilegiadas, em ambientes nos quais até muito pouco tempo, não tinham poder de decisão, nem autonomia no desenvolvimento de suas funções.

Outro campo de destaque em que a presença feminina vem se mostrando cada vez mais visível é no empreendedorismo, que significa iniciar um negócio, gerando renda e desenvolvimento econômico e social. Neste campo, são inúmeras as vantagens e benefícios que podem ser observadas para as mulheres, entre eles o seu empoderamento em todos os sentidos, entre eles o financeiro, psicológico e a melhoria da qualidade de vida e a atuação de forma independente.

Diante disso, este estudo buscou identificar a contribuição do empoderamento para o empreendedorismo feminino no município de São João do Sul, SC.

Ao se caracterizar o município de São João do Sul em seus aspectos geográficos, sociais e econômicos, identificou-se que se trata de um município de pequeno porte, com atividades econômicas bem desenvolvidas e promissoras para o empreendedorismo.

No que se refere ao objetivo específico de avaliar o comportamento dos empreendedores em relação ao gênero e segmento de atuação, foi possível o índice de empreendedorismo é maior entre as mulheres, que atuam com maior destaque no setor de comércio.

Em relação ao objetivo específico de verificar o perfil das mulheres empreendedoras locais, identificou-se que essas têm entre 36 a 46 anos, são casadas, possuindo de 01 a 02 filhos, procedentes do próprio município e assalariadas antes de iniciar o empreendimento.

Também pode ser verificado que entre a principal motivação que levou às mulheres a empreenderem foi o sonho de ter um negócio próprio, enquanto o

conhecimento do ramo do negócio é o principal fator indispensável para a atividade empreendedora. Já a principal vantagem é a autorrealização, enquanto a dificuldade de conciliar produção/gestão é a mais referida como fator limitante ou desvantagem.

No que se refere ao objetivo específico de identificar se a iniciativa empreendedora contribui para a melhoria da qualidade de vida e autonomia das mulheres no município, observou-se que as mulheres empreendedoras relataram que sim em ambos os casos.

Diante dos resultados obtidos, pode-se considerar que o empreendedorismo no município de São João do Sul é bastante fomentado, com a participação expressiva de mulheres, havendo relação entre esta iniciativa e o empoderamento e autonomia, sobretudo financeira, além de gerar ganhos na qualidade de vida da população feminina.

Diante disso, o estudo respondeu à questão de pesquisa, cumprindo os objetivos pretendidos. Sugere-se a continuação do estudo envolvendo o público feminino de outros municípios da região e do Estado, seja de pequeno, médio ou grande porte, como forma de se avaliar as iniciativas empreendedoras por parte das mulheres e se nesses locais o empreendedorismo também ajuda às mulheres a terem mais autonomia e poder de condução de suas vidas. O estudo também pode ser ampliado a empreendimentos de outros portes, tais como pequena, micro e pequenas empresas, que foram iniciados por mulheres.

REFERÊNCIAS

- AVENI, Alessandro. **Empreendedorismo contemporâneo: teorias e tipologias**. São Paulo: Atlas, 2014.
- BARBETA, P. A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2001.
- CARREIRA, Suely da Silva et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus**, Florianópolis - SC, v. 5 , n. 2 , p. 06-13 , abr./jun. 2015.
- CASCIO, Wayne F.; BROUDEAU, John W. **Gestão estratégica de recursos humanos: uma introdução**. São Paulo: Saraiva, 2014.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books, 2002.
- CERIOLI, D.; et al. Análise da satisfação dos usuários dos serviços de clínicas médica e cirúrgica em um hospital do Sudoeste do Paraná. **Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde**, v. 11, n. 2, p. 106-122, 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. Barueri: Manole, 2014.
- COSTA, Ana A. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. 2008. Disponível em: <http://www.adolescencia.org.br/empower/website/2008/imagens/textos_pdf/Empoderamento.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2016.
- DELFINO, Lilian Sombrio. **A comunidade de aves e fenologia da frutificação em um fragmento urbano de Floresta Ombrófila Densa das terras baixas no Município de São João do Sul, Santa Catarina**. Criciúma, SC: Ed. do Autor, 2011.
- DEMO, Gisela. **Políticas de gestão de pessoas nas organizações: papel dos valores pessoais e da justiça organizacional**. 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.
- FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FARAH, Marta Ferreira Santos. Gênero e políticas Públicas e Gênero. **Revista de Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 12, jan/abr 2004.
- FIDELIS, Gilson José; BANOVA, Márcia Regina. **Gestão de recursos humanos: tradicional e estratégica**. 2. ed. São Paulo: Érica, 2007.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo/2014**. São Paulo: IBPQ, 2014.

_____. **Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo/2015**. São Paulo: IBPQ, 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOOGLE MAPS. **São João do Sul**. 2016. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/place/S%C3%A3o+Jo%C3%A3o+do+Sul+-+SC/@9.2210744,9.8989829,11z/data=!4m2!3m1!1s0x952213ad31ce3f9b:0x5ccb4055c348c99>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de Pesquisas. **Cidades@: Santa Catarina - São João do Sul**. 2016. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?codmun=421640>> . Acesso em: 15 mar. 2016.

IVANCEVICH, John M. **Gestão de recursos humanos**. Porto Alegre: AMGH, 2010.

LEITE, Emanuel C. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LONG, L. K. **Empowering**: levando funcionários a assumir responsabilidades e riscos associados com suas decisões. São Paulo: Nobel, 1997.

MC DANIEL, Carl D.; GATES, Roger. **Fundamentos de pesquisa científica**. 2.ed. - Rio de Janeiro : LTC, 2005.

MACHADO, H. P. V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. *Revista de Administração de Empresas*. **RAE Eletrônica**, 2(2), 6-20, jun-dez. 2003..

MARIANO, Sandra Regina Holanda; MAYER, Verônica Feder Mayer. **Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para criatividade**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

MARRAS, Jean Pierre. **Gestão de pessoas em empresas inovadoras**. São Paulo: Saraiva, 2011.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 26. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

MOREIRA, H. S. A.; MOREIRA, M. A.; CASTRO SILVA, W. A. Dez anos de pesquisa em empreendedorismo apresentados nos Enanpads de 2003 a 2012: análise dos autores engajados na área. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n.1, p. 33-55, 2014.

OLIVEIRA, Marco A. **Comportamento humano para a gestão de pessoas**. São Paulo: Saraiva, 2010.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

PORTAL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL. **Estatísticas**: acumulado UF/Município por código CNAE, descrição CNAE e Sexo - Inscritos Total (São João do Sul). 2015. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOÃO DO SUL. **Informações gerais sobre do município**. 2016. Disponível em: <<http://www.saojoaodosul.sc.gov.br/municipio/index/codMapaltem/16536>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo feminino**. Belo Horizonte: Sebrae Minas, 2014.

_____. **Santa Catarina em números**: Macrorregião Sul/Sebrae/SC. Florianópolis: Sebrae/SC, 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

YOUNGER, Dave Ulrich Jon; BROCKBANK, Waine; ULRICH, Mike. **Seis competências para o futuro da área de recursos humanos**: RH de dentro para fora. Porto Alegre: Bookman, 2013.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary Jô Bitner; GREMLER, Dwayne D. **Marketing de serviços**: a empresa com foco no cliente. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

APÊNDICE

APÊNDICE A**QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO ÀS EMPREENDEDORAS****Bloco 1: Perfil das empreendedoras****1 – Idade**

- De 18 a 25 anos
- De 26 a 35 anos
- De 36 a 46 anos
- De 46 a 56 anos
- De 56 a 66 anos
- Mais de 66 anos

2 - Escolaridade

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Pós-Graduação

3 – Estado civil

- Solteira
- Casada/união estável
- Divorciada
- Viúva

4 – Número de filhos menores/dependentes

- Sem filhos
- De 01 a 02
- De 03 a 04
- Mais de 05

5 – Procedência

- São João do Sul
- Outro município da AMESC
- Outro município de Santa Catarina _____
- Outro Estado _____
- Outro país _____

6 - Profissão/atividade anterior

- Estagiária
- Assalariada
- Autônoma/informal
- Agricultora
- Do lar
- Desempregada

Bloco 2: Contribuição do empreendedorismo para o empoderamento

7 - Qual as motivações que a levaram a montar seu negócio?

8 – Na sua opinião, quais os requisitos indispensáveis ao empreendedorismo feminino de sucesso?

9 – Quais as principais vantagens do empreendedorismo feminino?

10 – Quais os fatores limitantes (desvantagens) do empreendedorismo feminino?

11 – Você acredita que a iniciativa empreendedora contribuiu para o aumento de sua qualidade de vida?

- Sim
 Não
 Até certo ponto
 Não sabe/não respondeu

12 Você considera que a iniciativa empreendedora trouxe-lhe mais autonomia, tornou-a mais empoderada?

- Sim
 Não
 Até certo ponto
 Não sabe/não respondeu

Obrigada pela participação

ANEXO

ANEXO A

**TOTAL DE EMPRESAS OPTANTES NO SIMEI, DA UNIDADE FEDERATIVA SC,
MUNICÍPIO SÃO JOÃO DO SUL, POR CÓDIGO CNAE, DESCRIÇÃO CNAE E
SEXO, PELO PORTAL DO EMPREENDEDOR**

CNAE Código	Descrição	Quantitativos MEI		
		Total	Masc.	Fem.
		164	77	87
1092900	Fabricação de biscoitos e bolachas	1	0	1
1096100	Fabricação de alimentos e pratos prontos	2	0	2
1351100	Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico	1	0	1
1359600	Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	1	0	1
1411801	Confecção de roupas íntimas	2	0	2
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	3	1	2
1412602	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2	0	2
1412603	Facção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	7	0	7
1422300	Fabricação de artigos do vestuário, produzidos em malharias e tricotagens, exceto meias	1	0	1
1629301	Fabricação de artefatos diversos de madeira, exceto móveis	1	1	0
1629302	Fabricação de artefatos diversos de cortiça, bambu, palha, vime e outros materiais trançados, exceto móveis	1	1	0
2062200	Fabricação de produtos de limpeza e polimento	1	1	0
2330399	Fabricação de outros artefatos e produtos de concreto, cimento, fibrocimento, gesso e materiais semelhantes	1	0	1
2512800	Fabricação de esquadrias de metal	1	1	0
3101200	Fabricação de móveis com predominância de madeira	5	4	1
3299099	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	3	0	3
3314707	Manutenção e reparação de máquinas e aparelhos de refrigeração e ventilação para uso industrial e comercial	1	1	0
4321500	Instalação e manutenção elétrica	2	2	0
4330403	Obras de acabamento em gesso e estuque	4	3	1
4330404	Serviços de pintura de edifícios em geral	4	4	0
4399103	Obras de alvenaria	9	8	1
4399199	Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	1	1	0
4520001	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	1	1	0
4520002	Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos automotores	2	2	0
4530703	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	3	3	0
4530705	Comércio a varejo de pneumáticos e câmaras-de-ar	1	1	0
4712100	Comércio varejista de mercadorias em geral, com	6	3	3

CNAE Código	Descrição	Quantitativos MEI		
		Total	Masc.	Fem.
	predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns			
4713002	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines	1	1	0
4721102	Padaria e confeitaria com predominância de revenda	1	0	1
4723700	Comércio varejista de bebidas	1	0	1
4724500	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	1	1	0
4742300	Comércio varejista de material elétrico	1	1	0
4743100	Comércio varejista de vidros	3	2	1
4744001	Comércio varejista de ferragens e ferramentas	1	0	1
4754702	Comércio varejista de artigos de colchoaria	1	1	0
4755503	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho	3	2	1
4757100	Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação	1	1	0
4759801	Comércio varejista de artigos de tapeçaria, cortinas e persianas	2	1	1
4759899	Comércio varejista de outros artigos de uso doméstico não especificados anteriormente	1	0	1
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	18	2	16
4782201	Comércio varejista de calçados	1	0	1
4782202	Comércio varejista de artigos de viagem	1	0	1
4784900	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)	2	0	2
4789001	Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos	2	1	1
4789002	Comércio varejista de plantas e flores naturais	1	1	0
4789005	Comércio varejista de produtos saneantes domissanitários	2	1	1
4789099	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	1	1	0
5229002	Serviços de reboque de veículos	1	0	1
5590602	Campings	1	0	1
5611201	Restaurantes e similares	1	0	1
5611202	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	18	10	8
5611203	Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares	5	2	3
5612100	Serviços ambulantes de alimentação	1	1	0
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	1	1	0
7319099	Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente	1	1	0
7420001	Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina	1	0	1
7722500	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	2	1	1
7729202	Aluguel de móveis, utensílios e aparelhos de uso doméstico e pessoal; instrumentos musicais	1	0	1
8211300	Serviços combinados de escritório e apoio administrativo	1	1	0
8230001	Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas	1	1	0
8592903	Ensino de música	1	0	1
8599604	Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial	1	1	0
8599699	Outras atividades de ensino não especificadas anteriormente	1	0	1

CNAE Código	Descrição	Quantitativos MEI		
		Total	Masc.	Fem.
9511800	Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	1	1	0
9512600	Reparação e manutenção de equipamentos de comunicação	1	1	0
9529105	Reparação de artigos do mobiliário	1	1	0
9602501	Cabeleireiros	9	1	8
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	1	0	1
9609299	Outras atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente	1	0	1
Total Geral		164	77	87

Dados extraídos em: 23/04/2016 12:00