Recital
Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara/MG.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO COM MULHERES EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE ALMENARA/MG

Female entrepreneurship: a study with entrepreneurial women from Almenara/MG

Pillar Costa SOUSA
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara
pillarcosta20@gmail.com

Diego FAGUNDES
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara
diiegofagundes94@gmail.com

Emanuelly Alves PELOGIO
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara
emanuelly.pelogio@ifnmg.edu.br

DOI: https://doi.org/10.46636/recital.v3i2.156

Resumo

O presente estudo objetivou investigar os fatores que levaram mulheres da cidade de Almenara/MG a abrirem suas empresas e atuarem como empreendedoras, assim como apresentar as principais conquistas e obstáculos enfrentados por elas. Para o desenvolvimento deste artigo foi necessário expandir os conhecimentos acerca de temas específicos como a história do empreendedorismo no Brasil e no mundo, os conceitos de empreendedorismo, as diferenças e as características de um empreendedor, a inserção das mulheres no mercado de trabalho e atuação delas como empreendedoras. As principais fontes de embasamento teórico foram o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor),* o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), e autores como Dornelas, Gil, Machado e Julien. Para alcance

dos objetivos do estudo, foi utilizada como metodologia uma pesquisa exploratória e descritiva com caráter qualitativo, e a mesma foi realizada por meio de uma entrevista com roteiro semiestruturado, utilizando a análise de conteúdo para análise dos dados. Por fim, foram apresentados em quadros os resultados obtidos por meio da pesquisa onde se pode comparar o material coletado. A partir disso, foi possível identificar que o fator que levou essas mulheres a empreenderem foi o fato de morarem na cidade ou o desejo de voltar para a cidade, e que a maior motivação delas foi independência financeira e realização pessoal. Concluímos que todas as entrevistadas em algum momento das suas carreiras empreenderam por oportunidade. Sugere-se, para estudos futuros, a verificação dos resultados obtidos neste estudo para que se torne um parâmetro de comparação em novas pesquisas. Sugere-se também a aplicação da presente pesquisa em outras empresas da cidade, visando contribuir com o seu desenvolvimento social e abrangência do assunto na cidade e região do Jequitinhonha.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empresas. Mulheres Empreendedoras.

Abstract

This study seeks to investigate the factors that made women from Almenara/MG to start their businesses and become entrepreneurs, as well as to present the main achievements and obstacles faced by them. In order to develop the research, it was necessary to explore some specific topics such as the history of entrepreneurship in Brazil and worldwide, the concepts of entrepreneurship, the differences and characteristics of an entrepreneur, the entrance of women in the labor market and their role as entrepreneurs. The main sources of our theoretical background were the GEM (Global Entrepreneurship Monitor), the SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), and authors such as Dornelas, Gil, Machado, and Julien. In order to achieve the goals of the study, an exploratory and descriptive research with a qualitative character was used for the methodology, and it was carried out through interviews with a semi-structured script, using content analysis for data analysis. Finally, the results obtained through the research were presented in tables, where the collected material can be compared. Based on that, it was possible to identify that the factor that led these women to entrepreneur was the fact that they either live or desire to return to Almenara and that their greatest motivation was financial independence and personal fulfillment. We conclude that all the interviewees, at some point in their careers, have undertaken business for opportunities. The verification of the results obtained in this research is suggested , so that it becomes a benchmark for further studies. The application of this research in other companies in the city is also suggested, aiming to contribute to their social development and to the scope of the subject in the city and in the region.

Keywords: Entrepreneurship. Business. Female Enterpreneurs.

INTRODUÇÃO

O estudo teve o objetivo de investigar os fatores que levaram as mulheres entrevistadas a empreender na cidade de Almenara/MG. Tendo em vista que a percepção sobre a atividade empreendedora na cidade de Almenara, esse estudo busca evidenciar as oportunidades e as dificuldades enfrentadas pelas mulheres entrevistadas no processo de formação de suas empresas.

O empreendedorismo é a base da atividade econômica no Brasil, e a cada ano pode-se perceber o aumento das taxas de empreendedores. Segundo o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), há um crescimento no número de empreendedores a cada ano. Na pesquisa realizada em 2018, é possível constatar que entre 100 adultos com idades de 18 a 64 anos, 38% são empreendedores. Já na pesquisa realizada em 2019, a porcentagem sobe para 38,7%. A tendência é que essa taxa aumente, principalmente pela característica empreendedora do brasileiro, levando-se em conta ainda a situação econômica no país (GEM, 2018, 2019).

Segundo pesquisa realizada pelo GEM (2018) e pelo PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) e IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2018, constatou-se que o número de empreendedores e donos de negócios era de 79,4 milhões, podendo ser um negócio formal ou informal. Desse total, 42% (33,3 Milhões) são empreendedores do sexo feminino, o que mostra o grande crescimento das mulheres em um mercado que no século passado era predominantemente composto por homens. Esses índices de mulheres vêm aumentando gradativamente, principalmente no Brasil onde o número de empreendedoras chega a 0,9% da população mundial, sendo o 7.° país a ter uma maior proporção de empreendedoras. Esses aumentos gradativos se dão pelas constantes transformações sociais e tecnológicas (GEM, 2018). Nos dias de hoje, as mulheres não entram no ramo do empreendedorismo somente para complementar renda, embora ainda seja uma realidade, mas fundamentalmente para realização pessoal, profissional e até social (GEM, 2018).

Tendo em vista o contexto histórico, a relevância do tema empreendedorismo nos dias atuais, como a pesquisa pode contribuir para o âmbito acadêmico no que tange ao modo como as mulheres estão inseridas no mercado, suas barreiras e vitórias, o problema de pesquisa pode ser apresentado pela seguinte pergunta: ***Quais foram os motivos que contribuíram para que as mulheres empreendedoras abrissem suas empresas no município de Almenara/MG?***

Este estudo se justifica ao se constatar a escassez de pesquisas relacionadas ao empreendedorismo no Baixo Jequitinhonha, e especificamente na cidade de Almenara/MG. Essa pesquisa se faz viável pelo notável aumento da atividade empreendedora e principalmente do crescimento das mulheres atuantes nessa área, contribuindo para o crescimento do debate da temática, levando-se em conta a quantidade de empreendedoras atuantes na região.

O intuito do trabalho foi identificar os fatores/motivos que influenciaram as mulheres empreendedoras a exercer a atividade empreendedora no município de Almenara/MG. E também descrever o perfil das empreendedoras em estudo; identificar as razões que essas mulheres empreendedoras tiveram para empreender; identificar os fatores/motivos que contribuíram para que as empreendedoras em estudo abrissem suas empresas em Almenara/MG; identificar e analisar as principais características empreendedoras nas mulheres em estudo e identificar as dificuldades, os desafios e os obstáculos enfrentados pelas mulheres frente a sua empresa.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR: BREVE HISTÓRICO E DEFINIÇÕES

O empreendedorismo existe desde os tempos muito remotos, devido à necessidade de sobrevivência. A palavra empreendedorismo é derivada do francês *entrepeneur* e foi usada pela primeira vez para atribuir ao indivíduo que estava disposto a correr riscos (DORNELAS, 2008).

Reis e Armond (2013) explicam a história do empreendedorismo de acordo com cada época da seguinte maneira:

Na idade média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo.

Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram no século XVII, em que o empreendedor estabelecia então um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos.

No século XVIII, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, devido à industrialização que ocorria em todo o mundo.

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores eram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam as empresas, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalismo.

O GEM (2018, p. 9) “identifica como empreendedores as pessoas que criaram ou estão criando qualquer tipo de empreendimento, mesmo aqueles mais simples, gerados pela necessidade de subsistência”.

Já para Dornelas (2008, p.19), “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

Chiavenato (2007) conceitua empreendedor como o indivíduo que “consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”.

Assim, percebe-se que empreendedores são pessoas corajosas que podem ser motivadas por diversas situações para abrir sua empresa e que são pessoas que geralmente buscam trazer soluções para problemas no meio em que vivem, ou ter a percepção do que está faltando e, com a sua empresa, se possível, preencher nichos que antes não foram pensados, trazendo sempre o diferencial.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

A partir do século XX, o papel do empreendedor foi se tornando cada vez mais um ponto importante para economia de diversos países, pelo fato de os níveis de emprego estarem em declínio, a globalização e o aumento da competição capitalista (ALBAGLI; MACIEL, 2002).

E, com o passar dos anos, as pessoas estão investindo cada vez mais nos próprios negócios, assumindo riscos, buscando trazer inovações, tecnologias, por consequência sanando as necessidades da sociedade, o que pode ser percebido pelo cenário atual do Brasil.

Segundo Dornelas (2008), o papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade, e com o grande avanço tecnológico, atualmente o papel do empreendedor vem se intensificando. Hoje a economia e a sofisticação de produtos e serviços fazem com que os empreendedores tenham como necessidade a atualização ou formalização do conhecimento empreendedor.

Com isso, pode-se concluir que o empreendedorismo está em alta, e a tendência é o seu aumento. As pessoas nos últimos anos estão, cada vez mais, buscando fazer a diferença na sociedade em que estão inseridas, trazendo inovações, aperfeiçoando-se, e proporcionando os melhores produtos e prestações de serviços, muitas vezes fazendo mudanças nos conceitos daquilo que antes não era, infelizmente, considerado essencial.

1.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

No Brasil, o empreendedorismo se tornou mais forte a partir dos anos 90 quando a influência do capitalismo se consolidou e teve uma abertura da economia. Essa época foi marcada por mudanças e ajustes na competição com importados, fatores que fizeram com que várias empresas buscassem modernização com o intuito de se adequar ao mercado, possibilitando que o Brasil se adequasse aos demais países (REIS; ARMOND, 2013).

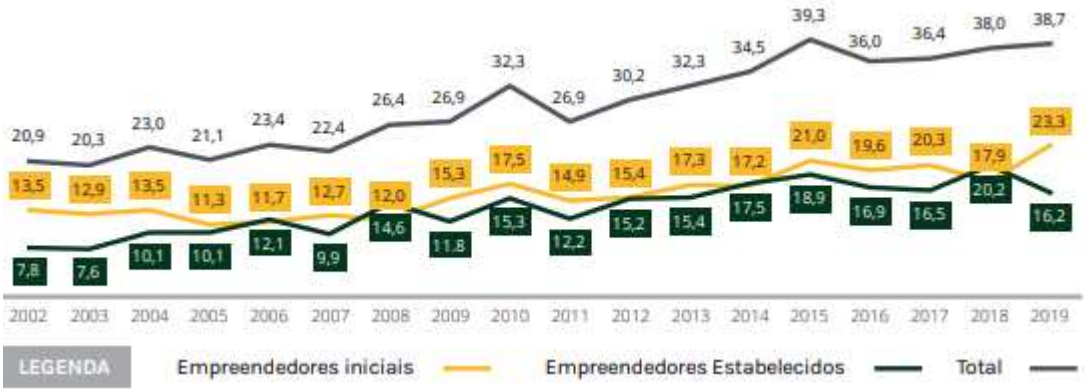
Devido ao fato de o empreendedorismo ter se tornado parte da cultura dos brasileiros, várias organizações surgiram como forma de apoio às novas realidades, pois antes não se falava do empreendedorismo principalmente por falta de informações que auxiliassem as pessoas no caminho empreendedor. O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é um exemplo, trata-se de uma entidade que estimula a atividade empreendedora entre os brasileiros, dando suporte a esse segmento que gera milhares de empregos, e faz com que a economia do país se movimente.

A atividade empreendedora, desde sua consolidação, vem aumentando a cada ano, e isso passou a ficar claro a partir dos relatórios executivos realizados anualmente pelo GEM. Pode-se analisar, de acordo com o gráfico a seguir, o crescimento das taxas de empreendedores do ano de 2002 até o ano de 2019 (GEM, 2019).

Pode-se perceber que no ano de 2019 a taxa de empreendedores que são consolidados diminuiu em relação ao ano anterior (Figura 1). Em contrapartida, o número de empreendedores iniciais aumentou consideravelmente em relação a 2018. Esse aumento é reflexo de como a economia do país está caminhando, e a tendência é que, para os anos seguintes, ambas as taxas aumentem.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Figura 1 – Taxas (em %) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento – Brasil – 2002:2019.



Fonte: GEM (2019, p. 29)

A crise econômica no Brasil e o aumento do desemprego há uns anos podem ter sido as maiores motivações que levaram brasileiros a investir em seu próprio negócio, quer dizer, foram levados pela necessidade. Mas, nos dias atuais, existe um grande crescimento de indivíduos que almejam se tornar seus próprios chefes, não sendo mais motivados pela necessidade. Essa constatação significa que os brasileiros estão querendo apostar cada vez mais em suas ideias, em tecnologias, em conhecimento, e em formalização de seus negócios, tornando-os duradouros.

1.3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

De acordo com o Fernandes (2018), na década de 1950/1960 houve cientistas que estudaram sobre o comportamento empreendedor, e, com isso, os mesmos identificaram que alguns empresários bem-sucedidos apresentavam certas características de personalidades semelhantes, como a autoconfiança, motivação e iniciativa.

Para o SEBRAE (2018), as 10 características empreendedoras são:

1. **Estabelecer metas:** colocar metas é uma forma de definir suas prioridades no mercado. Isso constitui o nível que a empresa quer alcançar com o seu próprio negócio.
2. **Buscar oportunidades e ter iniciativa:** buscar oportunidades e iniciativas é para casos em que os empreendedores buscam o sucesso de suas ações e buscam resolver os problemas de suas operações.
3. **Buscar informações:** é importante sempre estar atualizado ao que acontece no mercado e ter uma previsão dos problemas.
4. **Conquistar parceiros e formar rede de contatos**: sempre demonstrar confiança e ser um profissional de respeito. Isso vai garantir uma ótima reputação, a partir da qual será possível ganhar seguidores, uma boa linha de parceiros e contatos que também são de confiança.
5. **Manter a qualidade dos produtos e serviços e a eficiência do negócio:** entregar um produto ou serviço de qualidade. Algo inferior não é do agrado dos consumidores, por isso um

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

bom empreendedor sempre deve entregar um serviço ou produto de qualidade superior aos concorrentes.

6. **Planejar e checar se esses planos estão sendo realizados:** um bom empreendedor tem que saber planejar, organizar e estar certo de que estão sendo feitas as atividades certas, porque precisa ter um controle de tudo que é feito ou de como está sendo feito.
7. **Estar comprometido com os projetos:** é estar muitíssimo focado nas decisões, é ter um total empenho e determinação nas suas escolhas.
8. **Ser persistente:** é imprescindível ser uma pessoa que não se abale com o fracasso e que com isso acabe desistindo, o empreendedor tem que ser persistente e saber que os fracassos são o que o tornarão um profissional melhor.
9. **Correr riscos calculados:** um empreendedor nunca toma uma decisão ou estabelece uma meta inatingível, por isso ele sempre vai usar o máximo de sua empresa, correndo riscos calculados com a probabilidade alta de acerto.
10. **Ser independente e autoconfiante:** é importante confiar nas suas intuições, é preciso ter uma grande confiança de que irá ser destaque, e saber que, além de ser um bom empreendedor, ele também tem que ser um visionário.

Entende-se, então, que é característico de um bom empreendedor ter atitudes como iniciar seu negócio simplesmente almejando e definindo suas metas, procurando recursos e iniciativas para planejar e organizar, e saber arriscar, porque um empreendedor de sucesso é autoconfiante e sabe se posicionar dentro do seu nicho de mercado, explorando da melhor forma os recursos que estão ao seu dispor.

1.4 EMPREENDEDORES POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDORES POR NECESSIDADE

O brasileiro é conhecido por sua característica empreendedora. Estudos que são realizados anualmente apontam estatísticas de como caminha o crescimento desses empreendedores. Segundo o GEM (2018), a taxa de empreendedores iniciais em 2017 apontava que, para cada empreendedor por necessidade, havia 1,5 empreendedores por oportunidade. Em 2018, a relação chega a ser de 1,6, como se mostra na Tabela 1.

Tabela 1 – Motivação dos empreendedores iniciais: taxas (em%) para oportunidade e necessidade, proporção sobre TEA (em%), estimativas (em unidades) e razão oportunidade e necessidade – Brasil – 2018.

Motivação	Taxas	Percentual do TEA	Estimativa
Oportunidade	11,0	61,8	15.107.684
Necessidade	6,7	37,5	9.176.644
Razão Oportunidade/Necessidade		1,6	

Fonte: GEM (2018, p. 12)

Com a finalidade de obter melhor compreensão do que é o empreendedorismo, é de suma importância entender o que leva o indivíduo a iniciar atividade empreendedora. Os

empreendedores podem ser divididos entre os que empreendem por necessidade e por aqueles que empreendem por oportunidade. Dornelas (2014) indica os fatores que levam indivíduos a empreender dentro de cada tipo.

Dornelas (2014) aponta que os empreendedores por necessidade são os que passam por alguma dificuldade, alguma turbulência em sua vida, em que resta apenas exercer atividade empreendedora para ser a solução para seus problemas. Ou seja, são indivíduos que não se arriscariam nesse meio se a vida não tivesse levado eles a isso. Alguns motivos que levam a empreender por necessidade são:

- Falta de acesso a oportunidades de trabalho formal como empregado

Baixa escolaridade, pouco conhecimento técnico ou limitada experiência profissional são fatores que eliminam as possibilidades de o indivíduo ter acesso ao trabalho formal.

- Necessidade de recursos financeiros mínimos para arcar com as demandas de sobrevivência

Esse fator se dá quando o único meio para obtenção de renda é através da abertura de seu próprio negócio.

- Demissão e desemprego

Uma demissão inesperada e as consequências que o desemprego pode trazer são fatores que podem abalar de forma dura a vida da pessoa que passa por essa situação. Isso pode ocasionar uma desistência de projetos feitos, e posteriormente essa pessoa pode virar um empreendedor por necessidade.

Para Dornelas (2014), ambos os tipos de empreendedores podem ser motivados pelo desemprego. Mas, principalmente para o empreendedor por oportunidade, uma demissão, o fato de estar desempregado, pode ser o pontapé inicial para colocar em prática suas ideias, pode ser uma oportunidade para um novo projeto de vida. Dornelas (2014) também sugere alguns fatores que levam o indivíduo a empreender por oportunidade, sendo eles:

- Decisão deliberada e/ou planejada

As pessoas que tomam essa decisão geralmente já têm a abertura de um empreendimento como meta, já tem definido quando irão abrir e o que querem alcançar com a empresa. Geralmente, o perfil das pessoas que tomam essa decisão são pessoas recém-formadas na faculdade, que já têm uma experiência profissional e querem sair da ocupação de empregados ou pessoas em um momento relevante da vida adulta.

- Ideia, descoberta, inovação

Os cientistas são grandes responsáveis por criarem produtos que solucionem os problemas da sociedade. Porém geralmente os empreendedores que abrem um negócio a partir de uma ideia são observadores do dia-a-dia, da necessidade da sociedade em que estão inseridos, ou até da necessidade de solução para um problema pessoal. Esse tipo de negócio tem como característica a inovação.

- Desejo de autonomia e realização financeira

O desejo de ser dono do próprio negócio, de não obedecer a comandos como se obedece quando é funcionário, é um dos maiores motivos que fazem com que a vontade de empreender seja grande pela maioria. E também, mesmo que não seja reconhecido por quem já iniciou seu negócio, a vontade de ganhar dinheiro e ter realização financeira é na maioria dos casos o grande fator que leva a empreender.

- Ganhar um recurso inesperado/herança

Muitos empreendedores postergam a abertura da sua empresa devido à falta de recursos financeiros, pois, para iniciar um negócio, é necessário um capital inicial. Então, recursos inesperados vindos de um possível acerto na loteria, de um bônus no trabalho, pode ser a solução para quem necessita apenas do fator monetário para abrir sua empresa.

- Herança/sucessão familiar

Uma herança vinda de uma família com recursos, ou que já faz parte do mercado pode ser a chance para empreender; assim como a sucessão familiar nos negócios pode ser uma opção utilizando de uma possível herança ou recurso para seguir com um legado familiar.

O GEM 2018 indicou a evolução dos dois tipos de empreendedores a partir do ano de 2002 (Figura 2).

Figura 2 – Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade como proporção de taxa de empreendedorismo inicial – Brasil – 2002:2018.



Fonte: GEM (2018, p. 12)

É possível analisar que, em todos os anos, a taxa de empreendedores por oportunidade é maior que a de empreendedores por necessidade. Isso pode ocorrer pelo fato de a economia do país

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

estar num eixo em que há uma melhoria, ou pode ser um sinal que a percepção das pessoas em relação ao empreendedorismo está mudando cada vez mais.

Os empreendedores por oportunidade e por necessidade têm motivações, impulsos, diferentes que os fazem abrir o seu próprio negócio. Mas ambos são ligados pelo mesmo objetivo, pela mesma vontade de se tornarem donos dos próprios negócios.

1.5 MULHERES EMPREENDEDORAS: OBSTÁCULOS E VITÓRIAS NO RAMO EMPRESARIAL

A inserção das mulheres no mercado de trabalho se consolidou a partir da Revolução Industrial, quando as mulheres tiveram que assumir a posição de complementar a renda familiar, quando as condições de trabalho, muitas vezes, eram precárias e insalubres. Historicamente as mulheres passaram por inúmeras dificuldades com relação a salários, jornadas de trabalho e aos serviços que eram designados a elas, que eram sempre subalternos em relação aos homens (AMARAL, 2013).

De acordo com Amaral (2013), desde o século XIX, é possível perceber a presença da mulher em vários segmentos do mercado de trabalho, nos quais antes elas não estavam inseridas. As mulheres deixaram de ocupar a posição apenas de esposas, donas de casa e mães. De forma que essa inserção das mulheres no mercado contribuiu para a mudança do funcionamento da família brasileira, contribuindo para o sustento e manutenção do lar.

Para Amaral (2013), "apesar de a participação da mulher brasileira no mercado de trabalho estar aumentando cerca de 15% por década, o equilíbrio entre a participação feminina e masculina está longe de ser alcançado, em função do preconceito, principal dificultador do ingresso e da permanência da mulher no mercado de trabalho."

Com o aumento das mulheres no mercado de trabalho, o estudo desse tema também está ficando em alta principalmente pelo fato de as mulheres não estarem somente como empregadas, e sim como empregadoras, donas do seu próprio negócio (GOMES; SANTANA; ARAÚJO; FONTES-MARTINS, 2014).

Esse crescimento pode ser constatado por índices publicados em estudos. Um deles é apontado pelo relatório do GEM (2019).

Ao fazer análise da Figura 3, percebe-se que esses resultados são frutos do que vem acontecendo nos últimos anos, os homens tendo um índice de empreendedorismo estabelecido um pouco mais elevado. Porém o número de mulheres empreendedoras está no processo de atingir o mesmo percentual dos homens, isso mostra que elas estão buscando ascensão. Conforme o GEM realizado em 2016, a taxa de mulheres com negócio estabelecido já permanecia de maneira estável, porém abaixo dos homens, então o GEM (2016) comenta que essa diferença nas taxas "pode indicar a necessidade de mais investimento em programas de apoio a mulheres com negócios já estabelecidos" (GEM, 2016, 2019).

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

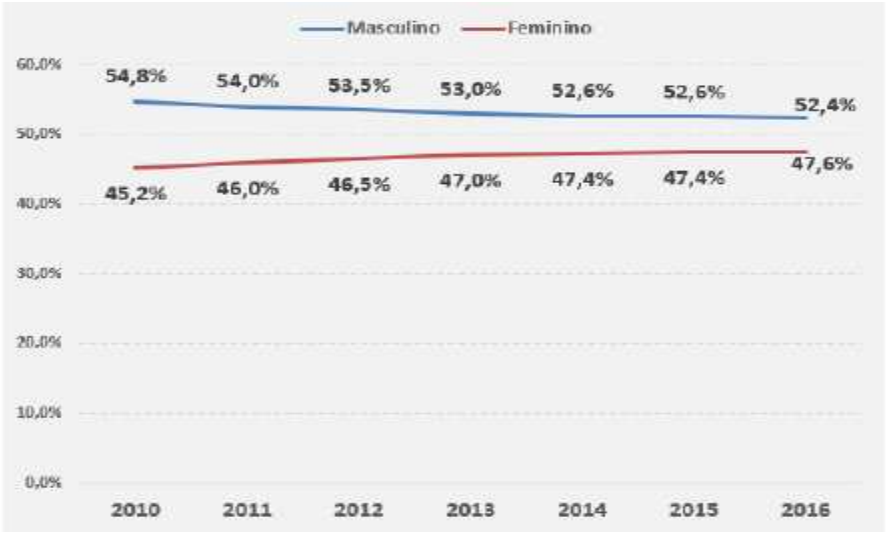
Figura 3 – Taxas específicas (em %) e estimativas empreendedorismo segundo o sexo - Brasil – 2019.



Fonte: GEM (2019, p. 41)

As estatísticas mostram ainda que quase metade dos MEI (Micro Empreendedores Individuais) são mulheres. Pode-se observar isso pela Figura 4:

Figura 4 – Distribuição de MEI por gênero – 2010 a 2016.



Fonte: Sebrae 2017

Machado (2009) salienta as mais relevantes razões que levam as mulheres a empreender, e divide em três grupos:

1. **Empreendedoras por acaso:** São aquelas que tomam iniciativa de abrir um negócio sem objetivos, sem metas claras, e geralmente essa iniciativa vem de algum *hobby* que já realizavam, ou pelo fato de não terem uma profissão e verem o empreendedorismo como saída.

2. **Empreendedoras forçadas:** São movidas por dificuldades, como, por exemplo, a morte de um ente próximo, ou problemas financeiros. Situações extremas as fazem empreender.

3. **Empreendedoras criadoras:** Essas são as que são movidas por motivos positivos, como independência financeira, autorrealização. E elas têm grande potencial de desenvolvimento vindo através da coragem e motivação que elas depositam em seus empreendimentos.

Outros fatores também podem ser incluídos como motivos para empreender, como a busca pela obtenção de mais tempo com a família, a necessidade de autonomia, a realização profissional, entre outros. Entretanto, com inúmeros motivos para empreender vêm inúmeras dificuldades, como dificuldade em conciliar trabalho e família, dificuldade de financiamento, dificuldade de acesso a redes e falta de mentores, dentre outros desafios (GOMES; SANTANA; SILVA, 2005)

O Sebrae (2018) indica as dificuldades que são predominantes na vida das mulheres. A primeira delas é o investimento desigual, que, tanto no Brasil quanto em outros países, é uma barreira. As mulheres dificilmente recebem investimento igualitário ao dos homens por instituições financeiras. Outra dificuldade é o desestímulo, apesar de vários líderes de negócios acreditarem que a diversidade de gênero ajuda no desempenho das empresas, dificilmente se veem mulheres em cargos superiores, e isso reflete no empreendedorismo de forma que as mulheres têm muito medo do fracasso, o que muitas vezes as impede de abrir suas empresas. Por fim, o sexismo é uma grande dificuldade. Apesar de muitas mulheres que atuam como empreendedoras, ou em cargos altos em alguma empresa, serem escolarizadas, terem ensino superior dentre outras qualificações, elas ainda sofrem com o preconceito e julgamento da competência em relação aos homens que apresentam as mesmas condições que elas. E isso torna o mercado de trabalho um ambiente difícil para que as mulheres desenvolvam suas habilidades (SEBRAE, 2018).

Machado (2009) aponta as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres:

- Desempenho e autoimagem no papel;
- Falta de suporte;
- Dificuldade para atuar no mercado internacional;
- Dificuldade de financiamento para as empresas;
- Falta de tempo;
- Dificuldade de conciliar trabalho e família;
- Baixo capital inicial;
- Falta de confiança por parte dos bancos, fornecedores e clientes;
- Necessidade de conhecimentos em tecnologia de informação.

Apesar das dificuldades encontradas pelas mulheres no mercado de trabalho, os dados que foram analisados anteriormente apontam que as mulheres estão cada vez mais ganhando seu espaço. Estudos afirmam que as mulheres que não deram certo em seus negócios gostariam de tentar novamente, e as que já estão no mercado como gestoras não abandonariam essa vida. Então, tudo aponta que nos próximos anos as mulheres tomarão os lugares cada vez mais, vencendo cada barreira que é imposta pela sociedade (MACHADO, 2009).

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

1.6 CONTEXTUALIZAÇÃO DO AMBIENTE

Banhada pelo Rio Jequitinhonha, Almenara é uma cidade localizada no nordeste do estado de Minas Gerais, mais precisamente no Vale do Jequitinhonha**.** De acordo com o IBGE (2020), a cidade era chamada de Vigia, devido à lei estadual n. º 1058, de 31-12-1943, a cidade recebeu o nome atual (Almenara) que significa Farol, por ser um município instalado às margens do Rio Jequitinhonha, e por, na época da alteração do nome, ser um posto de vigilância destinada à defesa da 7ª divisão militar de São Miguel, antigo nome da cidade de Jequitinhonha.

Segundo o IBGE (2020), Almenara possui uma população estimada de 42.143 habitantes e está na posição 853 do ranking em Minas Gerais e a na 5570.ª posição do país em todo. Na economia é considerada como a segunda cidade que gera mais recursos na microrregião do Vale do Jequitinhonha, e está na 155ª posição do PIB (2018) no estado de Minas Gerais.

A cidade de Almenara, de acordo com o cadastro central de empresas do IBGE (2018), conta com o número aproximado 825 empresas locais, que geram emprego a 5.686 pessoas com uma renda mensal média de 1,8 salários mínimos. A renda mensal estimada considerando todos os dados entre salários e outras remunerações das pessoas ocupadas chegam a uma estimativa de R$106.457 reais.

De acordo com Henriques (2018), o Vale do Jequitinhonha é uma região que se destaca pela cultura, a sua culinária, e também por personagens históricos como o coral das lavadeiras e seus artesãos. Em um cenário considerado muitas vezes pobre, a arte é um dos bens mais alegres e ricos da região, o que torna a população rica de cultura. Uma cidade com inúmeras belezas, tanto nas paisagens exuberantes quanto nas pessoas que vivem ali.

2 METODOLOGIA

Como parte fundamental do trabalho a metodologia vem para explicitar os meios para alcançar os objetivos definidos inicialmente. A seguir será apresentado por tópicos como foram definidas a caracterização da pesquisa, a população e a amostragem, a forma como será feita a coleta de dados, e, por fim, como será o tratamento dos dados obtidos.

2.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTUDO

A presente pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva. Exploratória, uma vez que para uma investigação ampla buscando familiaridade com o tema proposto. Descritiva para possibilitar aos autores descrever as características e fatos encontrados, e também para estabelecer relações entre as variáveis que podem ser encontradas no estudo. E, por fim, a pesquisa tem caráter qualitativo para proporcionar compreensão acerca dos dados encontrados, visando a novas perspectivas (GIL, 2002).

A pesquisa foi um estudo de campo, por ser um meio de investigação que é feito a partir da coleta de dados com pessoas individualmente ou em grupos. O estudo foi composto de

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

múltiplos casos. O instrumento utilizado para realização da pesquisa consiste em um roteiro de entrevista semiestruturado inspirado no método usado por Pelogio (2011).

2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Os sujeitos de pesquisa foram mulheres que atuam como empreendedoras na cidade de Almenara, e que já são estabelecidas em seus respectivos ramos. A primeira entrevistada será a gestora de uma empresa de arquitetura que atende Almenara/MG e região, e de uma cafeteria. Já a segunda entrevistada será a proprietária de uma filial de uma farmácia de manipulação, e gestora de um cerimonial na cidade de Almenara/MG. E, por fim, a última entrevistada será a dona de um restaurante localizado em Almenara/MG.

A escolha do tamanho da amostra se deu de forma intencional buscando a relevância dos sujeitos para a pesquisa, e levando em consideração a importância dessas figuras para a economia local. Pelogio (2011) comenta que "o critério de seleção dos sujeitos numa pesquisa qualitativa não é numérico". O tamanho da amostra também se dá conforme os tipos de pesquisa que foram definidos e a capacidade dos pesquisadores de desenvolver o estudo.

2.3 COLETA DOS DADOS

A coleta dos dados foi feita de forma individual com cada uma das participantes do estudo, a partir de uma entrevista. Foi aplicado o roteiro de entrevista para cada uma das mulheres empreendedoras selecionadas para esse estudo. O critério para seleção foi escolher mulheres que são conhecidas na cidade pelos seus respectivos trabalhos e por cada uma ser atuante de uma área diferente, então nenhuma trabalha no mesmo nicho que a outra.

Essas entrevistas foram realizadas no período de janeiro a fevereiro de 2020. Realizadas todas na cidade de Almenara/MG, local específico para realização devido a todas as entrevistadas estarem situadas na cidade. O local para encontro, dia e horário, foi pré-definido com antecedência por ambas as partes. Todas as entrevistas foram realizadas nas respectivas empresas das entrevistadas.

O tratamento dos dados foi feito utilizando a análise de conteúdo. Segundo as autoras Silva e Fossá (2015, p. 02),"a análise de conteúdo é uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador." Após as entrevistas, existiu um processo de separação das falas das mulheres em tópicos, assim como os objetivos específicos deste estudo, para que pudesse ser feita a análise de cada ponto e de cada pergunta feita, com intuito não só de compreender, mas também de identificar outros significados ou sentido no que foi falado (SILVA; FOSSÁ, 2015).

2.4 INSTRUMENTO DE COLETA

O roteiro semiestruturado abaixo foi inspirado no modelo de entrevista usado por Pelogio (2011) em seu estudo. Esse modelo foi definido com a intenção de identificar qual é o perfil das mulheres empreendedoras selecionadas para o estudo, e o que as levou a empreender na cidade de Almenara/MG.

ROTEIRO DE ENTREVISTA:

1. Idade:

2. Estado Civil:

3. Número de filhos:

4. Escolaridade:

5. Ocupação atual:

6. Fale um pouco sobre as suas origens, sua família.

7. Qual era a ocupação de seus pais?

8. Existe algum empresário em sua família?

9. Teve alguém como modelo de empreendedor?

10. Fale-me um pouco sobre sua formação/experiência profissional.

11. Qual sua ocupação anterior? Quanto tempo permaneceu nela?

12. Como você se vê como pessoa?

13. Que características pessoais você considera que foram fundamentais para o sucesso do seu negócio/empreendimento?

14. Quais são seus valores mais importantes?

15. O que a levou a se tornar empreendedora?

16. O que te motivou a querer abrir seu próprio negócio?

17. Como nasceu a ideia do seu negócio?

18. Como é que sua empresa começou? Como ela foi formada?

19. Você dispunha de crédito/capital para iniciar o negócio? Se não, como conseguiu?

20. Quais eram seus objetivos iniciais? Eles eram específicos/claros ou amplos?

21. Como você selecionou seus objetivos, mercados-alvo, produtos/serviços? Você fez algum tipo de pesquisa de mercado?

22. Em que medida você concentrou seus investimentos e o posicionamento da empresa para o sucesso em função das previsões/pesquisas de mercado?

23. Quando você toma decisões de investimento, como você toma a decisão de quanto irá investir (com base em pesquisa de mercado, conversas com sócios/parceiros ou por vontade própria)?

24. Quando novos meios/recursos lhe eram apresentados (surgiam), você estava disposta a reconsiderar/mudar seus objetivos?

25. Você dispunha de algum tipo de conhecimento/informação sobre o tipo de negócio que estava abrindo?

26. Você trabalha com algum parceiro? Como esses relacionamentos iniciaram e por quê? Você procurou outros parceiros ao mesmo tempo? Por quê?

27. Que tipo de parceiros você escolheu? Algum deles era um potencial concorrente? Você trabalhou com os parceiros de modo a promover/aperfeiçoar alguma mudança no modelo de negócio? Ou os parceiros focaram na execução de objetivos preexistentes?

28. Você trabalha de forma mais cooperativa ou competitiva? Por quê?

29. Explique como você escolheu os locais de estabelecimento do negócio.

30. Que surpresas/dificuldades surgiram ao longo de seus caminhos? Como você lidou com aquelas surpresas?

31. Já aconteceu de um cliente te procurar querendo algo que você não oferecia no início de sua empresa? E o que aconteceu?

32. Em que projetos você está trabalhando agora ou no quê pretende trabalhar no futuro? Por que você escolheu este tipo de atividade?

3 RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os casos a fim de ser estudado e discutido o perfil das mulheres empreendedoras selecionadas da cidade de Almenara/MG.

3.1 DESCRIÇÃO DAS MULHERES ANALISADAS

- **Entrevistada A**

A entrevistada “A”, chamada neste estudo de Ana, nasceu e cresceu em Almenara/MG, filha de pais separados. O pai sempre trabalhou com marcenaria e a mãe já foi funcionária da prefeitura municipal e pediu demissão para poder seguir a vida de empreendedora no ramo de Buffet, o que pode ser considerado o motivo para despertar o espírito empreendedor em Ana, e ser motivo de inspiração. Ela diz que sempre reconheceu o quanto empreender foi bom para a mãe, mas que, como tudo, tinha um lado bom e ruim. O ruim era o fato de a mãe não estar presente em ocasiões como Natal e aniversários, por estar prestando serviço para outras pessoas. Porém o lado bom era a autonomia que ela tinha, fora o ganho financeiro que era maior do que o seu trabalho anterior.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Ana decidiu se mudar para Belo Horizonte/MG para estudar, e lá foi onde ela morou por dez anos da sua vida, e se formou em Arquitetura e Urbanismo. Ana entrou na faculdade em 2007 cursando Biomedicina, em que fez apenas um período e viu que não era a profissão ideal para ela. Após isso, passou para Arquitetura, com que se identificou de início e quis aprender na prática. Desde que iniciou o curso, Ana trabalhava na área, em obras e em escritórios internos. Para Ana, o que a preparou para o mercado de trabalho foram os estágios que ela realizou nesse período da faculdade. E, logo após terminar todos os estágios, ela se sentiu preparada para abrir o seu próprio escritório de arquitetura.

Após finalizar o seu curso, Ana retornou para Almenara/MG com o objetivo de exercer sua profissão. Ana diz que sua empresa de arquitetura nasceu mais de uma demanda do que de um sonho, mas que ela sempre soube que não queria trabalhar para terceiros, sempre para ela mesma.

Pioneira no ramo de arquitetura na cidade de Almenara/MG, Ana vê o seu sucesso atrelado à sua criatividade, ao fato de ser um ramo desafiador, e a sua força de vontade para sempre fazer mais e quebrar estereótipos. Sua maior motivação para empreender foi ser sua própria chefa. Porém, no início, Ana não tinha capital para investir em algo grande, o que fez com que ela entrasse em um sistema de *Coworking* com dois amigos, inicialmente em um sótão. E assim foram crescendo, trazendo mais empresas para o *Coworking*, e buscando capital para investir em um lugar maior para as empresas. Ana ainda está com os seus parceiros, eles seguem crescendo como profissionais e criando novas empresas juntos.

Em 2016, Ana viu um nicho que em Almenara/MG ainda não existia e quis conciliar com o seu escritório. Assim surgiu a primeira cafeteria da cidade, ainda sem o investimento para deixar do jeito que havia idealizado. Ana seguiu com a sua ideia, abriu a loja, e segue ampliando até hoje e inovando sempre em comidas e bebidas que na cidade não eram de fácil acesso. Sempre pioneira!

- **Entrevistada B**

A entrevistada Bia tem origem de família humilde, mas que sempre tiveram uma veia empreendedora e batalhadora. O pai de Bia é farmacêutico e bioquímico, formou-se em Aracajú, após finalizar seus estudos foi para Sergipe, local onde conheceu a mãe de Bia e se casou. A história deles com o empreendedorismo se iniciou quando um primo os chamou para morar em Felisburgo/MG, isso ocorreu há mais de 40 anos. Eles vieram com "a cara e a coragem" para montar a primeira farmácia em Felisburgo/MG, local em que não havia farmácias, apenas um posto de medicamentos, o pai de Bia também teve a oportunidade de ser o bioquímico do hospital da cidade. E de uma drogaria ele abriu mais sete, e ele seguiu com as suas drogarias durante 35 anos. Enquanto ele tinha as drogarias, ele continuou empreendendo, comprou um posto de combustível, já a sua mãe, uma papelaria. Eles já tiveram um restaurante que hoje está a cargo de seus irmãos. Então, toda a família sempre fez um pouco. Bia considera a sua família uma família de empreendedores e que todos estão sempre se ajudando.

Os pais foram os maiores modelos de empreendedores que ela já teve. Eles tiveram uma fase de mudança na qual eles se viram de frente a uma grande decisão. Receberam a proposta de vender as sete drogarias que eles tinham, que era uma rede média, para dar lugar a uma rede grande que estava chegando à cidade de Almenara/MG, isso há seis anos. Foi uma decisão muito difícil, porém muito sábia, porque seu pai saiu do mercado, saiu de cena, e ele fala "o empreendedor tem que saber a hora de entrar, a hora de se manter e a hora de sair de cena do

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

mercado". Ele não teria como concorrer com uma rede de 70 a 100 lojas que na época da venda tinha 70 e ele tinha 7, então ele saiu de cena, foi um ano de negociações, um ano bem difícil. O acalento do pai de Bia foi o fato de ter outros negócios ainda e por ser muito jovem, e muito ativo, ele não iria ficar aposentado e sem trabalhar. Contudo ainda foi um parto ele vender as drogarias que eram um filho para ele, mas foi uma decisão muito sábia.

Em um determinado momento da sua vida, ainda quando era estudante, Bia se viu em um momento delicado: seu pai adoeceu e isso fez com que Bia voltasse para o Vale do Jequitinhonha para estar perto da sua família e ajudar na administração das empresas que os pais possuíam coisa que Bia já fazia mesmo de longe. Após esse período com o seu pai bem de saúde, Bia terminou a sua faculdade de Comunicação e o seu MBA em Gestão Empresarial, e veio para Almenara/MG de vez para cuidar dos negócios, momento em que assumiu a gestão da farmácia de manipulação.

Anos depois, a partir de um momento inesperado em que o intuito era apenas ajudar na festa promovida pelos seus pais, Bia se viu fazendo algo que ama e que para ela é especial. Organizar eventos, proporcionar um dia perfeito para noivos, aniversariantes e demais pessoas que venham a fazer um evento, um dia especial. Além de dom, tornou-se um prazer. Bia percebeu que na cidade não havia ninguém que oferecesse serviço parecido, de condução de eventos, organização de todos os detalhes, encontrar fornecedores, dentre outras coisas. Havia apenas os serviços de Buffet. A partir daí, Bia abriu o primeiro cerimonial da cidade, e atende a toda região do Vale e demais regiões. Visionária pode ser o adjetivo dado à Bia.

- **Entrevistada C**

A entrevistada "C", denominada Cris nesse estudo, nasceu na cidade de Mata Verde/MG, e a sua origem é de uma família humilde do interior. Seu pai era administrador de uma fazenda de café e sua mãe era dona de casa, mas, ao longo dos anos, ela teve experiências em abrir negócios autônomos, como bar e açougue. Cris era a mais velha de dez irmãos. Com a morte de seu pai, Cris teve que começar a trabalhar para ajudar no sustento de sua família desde os 12 anos de idade.

Cris casou-se aos 18 anos com o seu primeiro marido, foi quando veio a morar em Almenara/MG, e viveu nesse relacionamento por 15 anos que deu suas duas filhas mais velhas como frutos. Bia exercia a função de dona de casa nesse período. Anos depois se casou novamente, teve seu filho mais novo como fruto, e viveu por 10 anos nesse relacionamento. Em 2016, movida pela necessidade de ganhar seu próprio dinheiro e fazer algo novo, Cris teve a ideia de ofertar marmitas para fora. Cris diz *"eu pedi para Deus para aparecer uma só pessoa para eu servir minha marmita"*, e em algumas semanas apareceu a primeira cliente, Cris ainda ficou relutante por ter apenas uma cliente, mas como ela havia pedido a Deus e isso se realizou, ela decidiu iniciar com a prestação desse serviço.

Com essa cliente, Cris adquiriu mais clientes principalmente por indicação, pois ela exercia seu serviço com excelência. Seu negócio foi crescendo e ela viu a necessidade de obter ajuda e um espaço maior para trabalhar. Foi quando viu um ponto bem localizado que estava para alugar no centro da cidade e decidiu investir. Ela trabalhou por cerca de seis meses servindo as suas marmitas, porém durante esse tempo ela teve uma alta procura pelo serviço de self-service. Então, a partir disso, ela decidiu colocar esse serviço e foi como o seu restaurante alavancou. Toda a experiência de Cris foi adquirida de forma independente, ela aprendeu a tocar o seu

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

negócio na prática, fazendo um pouco de cada coisa, ensinando aos seus funcionários a melhor forma de prestar o serviço, e sempre estando presente. Ela está com o seu restaurante há quatro anos, e é exemplo de que nunca é tarde para começar.

3.2 PERFIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS EM ESTUDO

Neste tópico buscou-se traçar o perfil das mulheres entrevistadas, de forma a evidenciar pontos específicos de cada uma delas. Como pode ser observado no Quadro 01, os aspectos levados em consideração foram:

a) **Idade:** as idades das empreendedoras são: Ana com 30 anos, Beatriz 37 anos e Cris 42 anos;
b) **Estado Civil:** das três empreendedoras, duas delas (Ana e Bia) ao abrirem seus negócios eram solteiras, enquanto uma (Cris) era casada, e também já tinha filhos.
c) **Escolaridade:** a escolaridade predominante é a graduação em nível superior (Ana e Bia), somente uma delas (Cris) parou no ensino médio. As empreendedoras Ana e Bia já haviam concluído a sua formação quando abriram seus negócios.
d) **Área de Formação:** uma entrevistada (Ana) tem formação na área de arquitetura e urbanismo, e a outra (Bia) na área gerencial.
e) **Ocupação Anterior:** as entrevistadas Ana e Bia tinham como ocupação a vida universitária, já a entrevistada Cris tinha como ocupação a vida de dona de casa.
f) **Ocupação Atual:** todas as empreendedoras não têm outra atividade remunerada, apenas os seus empreendimentos.
g) **Cidade de Origem:** apenas uma das entrevistadas (Ana) nasceu em Almenara/MG, as demais nasceram em cidades vizinhas da região.

Quadro 01 – Perfil das mulheres empreendedoras em estudo

Empreendedora	Idade	Estado Civil	N.° de Filhos	Escolaridade	Ocupação Atual
A (Ana)	30	Solteira	-	Superior (arquitetura e urbanismo)	Arquiteta e Empresária (proprietária de uma empresa de arquitetura e de uma cafeteria)
B (Bia)	37	Casada	-	Superior (Comunicação e MBA em gestão empresarial)	Empresária (proprietária de uma franquia de uma farmácia de manipulação e de uma empresa de cerimoniais)
C (Cris)	42	Divorciada	3	Ensino Médio	Empresária (dona e gestora de um restaurante)

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

Pode-se perceber, a partir deste quadro, que duas das entrevistadas (Ana e Bia) possuem ensino superior e não possuem filhos. Já uma delas (Cris) não possui ensino superior e já possuía filhos quando começou a empreender.

A seguir temos detalhes sobre os empreendimentos que as entrevistadas possuem. Duas delas (Ana e Bia) empreendem em mais de uma área, logo, possuem mais de uma empresa. Neste estudo classificamos as empresas de Ana como A1 e A2, e de Bia como B1 e B2, sendo identificado pela inicial de cada entrevistada, e qual a sua empresa um e sua empresa dois, respectivamente na ordem em que elas abriram seus negócios.

a) **Tipo de Empresa:** cada empreendedora atua em uma área diferente, e duas delas (Ana e Bia) atuam em dois segmentos paralelos.

b) **Produtos e Serviços Oferecidos:** duas delas (Ana e Cris) têm empresas no ramo alimentício, uma delas (Ana) oferece serviços como realização de projetos arquitetônicos e consultoria, e outra (Bia) presta serviço de organização de eventos, e oferece o serviço de manipulação de remédios.

c) **Idade das Empresas:** a maioria das empresas podem se considerar recentes, criadas nos últimos cinco anos, três delas têm quatro anos, uma tem seis e outra tem dezesseis anos sendo a mais antiga.

d) **Número de Lojas:** todas as empreendedoras têm apenas uma empresa de cada negócio exceto a empreendedora "B" que é gestora de uma franquia de uma empresa de grande porte que está no mercado há trinta anos.

Quadro 02 – Definição das empresas em estudo

Empresas	**Tipo de Empresa**	**Produtos/Serviços Oferecidos**	**Ano da Criação da Empresa**	**N.° de Lojas**
A1	Escritório de Arquitetura	Realização de projetos arquitetônicos e consultoria.	2014	01
A2	Cafeteria	Comidas e bebidas.	2016	01
B1	Farmácia de Manipulação	Manipulação de medicamentos.	2004	01
B2	Cerimonial	Organização e condução de eventos.	2016	01
C	Restaurante	Comidas e bebidas.	2016	01

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

A partir desses dados pode se observar que a maioria das empresas podem ser consideradas recentes tendo em vista que foram criadas nos últimos seis anos. Apenas uma delas, a empresa B2 (farmácia de manipulação) da empreendedora Bia tem mais de quinze anos de mercado. Isso se dá pela história da empreendedora e da sua família que já investia no ramo, o que nos leva a crer que essa empresa de Bia se tornou dela a partir de uma sucessão familiar, como Dornelas (2004) apresenta dentro dos motivos para empreender.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

3.3 MOTIVOS QUE LEVARAM A CRIAÇÃO DAS EMPRESAS

Os motivos para empreender são estudados e definidos por vários autores como Dornelas (2014), Machado (2009), e a partir desses estudos podemos ver no Quadro 03 se as empreendedoras desse caso se encaixam em alguma dessas definições.

Quadro 03 – Motivos apontados para criação das empresas das entrevistadas.

Empreendedoras	Falas
Ana	*"Realização pessoal, independência financeira, percepção de mercado, autonomia para trabalhar".*
Bia	*"Realização pessoal, percepção de mercado, amor pelo nicho escolhido".*
Cris	*"Realização pessoal e independência financeira".*

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Podemos perceber que a realização pessoal é unânime como motivo para elas empreenderem. Todas elas se encaixam no perfil de empreendedoras criativas, que de acordo com Machado (2009) como já foi citado, são aquelas movidas por motivos positivos, que são corajosas e depositam todo esforço em suas empresas. Em segundo lugar, o motivo que elas citaram foi a independência financeira, motivo que ainda se encaixa no perfil de empreendedoras criativas. Dornelas (2014) também faz algumas classificações sobre empreendedores por oportunidade e por necessidade, e quais são os motivos para empreender em cada caso. A entrevistada Ana, por exemplo, se encaixa em duas dessas classificações de empreendedora por oportunidade, que é empreender por "decisão deliberada e/ou planejada" e "desejo de autonomia e realização financeira". Isso pode ser levado em consideração pelo fato que ela era recém-formada quando abriu sua primeira empresa e tinha o desejo de ser dona do seu próprio negócio, e de não obedecer a comandos como se obedece quando se é funcionária, fora a realização financeira.

A entrevistada Bia também pode ser inserida na classificação de empreendedora por oportunidade, Bia se encaixa em "herança/sucessão familiar" por se tornar gestora de um dos empreendimentos da sua família e estar até hoje tocando o negócio, e em "ideia, descoberta, inovação" com a sua segunda empresa, por ter percebido um nicho de mercado a partir da solução de uma necessidade familiar na época, e por ver a necessidade do ramo na cidade.

E por último, a entrevistada Cris, diferentemente das duas outras empreendedoras, ela é uma empreendedora por necessidade. A melhor classificação para ela seria "necessidade de recursos financeiros mínimos para arcar com as demandas de sobrevivência", no momento em que decidiu abrir o seu negócio, Cris precisava de recursos para se manter e ter sua independência, e essa foi a maior motivação para abrir o seu negócio.

3.3.1 MOTIVOS PARA EMPREENDER EM ALMENARA/MG.

Aqui serão apresentados os principais motivos que levaram as mulheres deste estudo a abrirem seus respectivos negócios na cidade de Almenara/MG. Pode-se observar no Quadro 04 quais foram esses motivos:

Quadro 04 – Motivos para empreender na cidade de Almenara/MG.

Empreendedora	Motivo
Ana	*"Amor pela região, família estabelecida no local, escassez do serviço no local, oportunidade de mercado".*
Bia	*"Sucessão familiar, oportunidade de mercado".*
Cris	*"Pelo fato de a cidade ter mais recursos para abertura do negócio"* .

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Pode-se considerar que o fator mais relevante para que todas as empreendedoras abrissem seus negócios em Almenara/MG, além de todas residirem na cidade, foi o fato da cidade ser considerada na região como forte no comércio, por ter um bom público consumidor dos serviços ofertados por elas, e por ter grande abertura de mercado para novos nichos. No caso de Ana e Bia, elas tiveram percepção de mercado e ambas abriram negócios que ainda não existiam na cidade, e Cris aproveitou para abrir o seu negócio levando em consideração sua percepção do ramo alimentício na cidade.

3.4 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS EMPREENDEDORAS

Muitos autores consideram que existam características pessoais por parte do empreendedor que podem ser fundamentais para o sucesso de um negócio. No Quadro 05 são apresentadas quais as características pessoais que cada empreendedora considerou e considera fundamental para o sucesso e longevidade de suas empresas.

Quadro 05 - Características pessoais fundamentais para o sucesso.

Empreendedora	Características
Ana	*Criatividade, honestidade, ambição, paixão, coragem.*
Bia	*Honestidade, dinâmica, proatividade,*
Cris	*Persistência, humildade, honestidade, coragem, força de vontade.*

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A principal característica que todas as entrevistadas ressaltaram foi a "honestidade", e isso pode se dar muito pela história de criação familiar de cada uma das empreendedoras. A característica "coragem" foi citada por duas delas. E as demais características que foram citadas não tiveram

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

pontos em comum. Algumas das características que foram citadas pelas entrevistadas se assemelham a características que foram apresentadas no estudo de Pelogio (2011).

3.5 IDENTIFICANDO AS DIFICULDADES, OS DESAFIOS E OS OBSTÁCULOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES EMPREENDEDORAS.

Estudos, como o de Machado (2009), apontam que uma das principais dificuldades encontradas por mulheres na hora de empreender está relacionada ao capital inicial, que muitas vezes pode ser baixo ou até inexistente. Veremos no Quadro 05 quais foram as dificuldades das entrevistadas diante do cenário do município de Almenara/MG.

Podemos observar que apenas em um caso o capital foi uma dificuldade. Nos outros casos as dificuldades podem ser atreladas a cultura local e como o comércio funcionava na época em que as entrevistadas abriram seus negócios.

Quadro 06 – Principais dificuldades encontradas pelas mulheres

Empreendedora	**Fala**
Ana	*"Local para abrir o escritório de arquitetura, custos com manutenção do escritório, pagamento de clientes da arquitetura, e capital para investimento em maquinário no caso da cafeteria."*
Bia	"*Convencer os médicos da cidade a indicarem os remédios manipulados aos pacientes, por ser algo "novo" em que muitos ainda não tinham confiança".*
Cris	*"Encontrar funcionários para trabalhar no restaurante"*

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No caso de Ana, muitas das suas dificuldades iniciais se davam pelo fato de ser recém-formada, e não possuir uma estabilidade financeira no momento da abertura da sua primeira empresa. Já na segunda empresa, a dificuldade maior foi a compra de maquinários, pois os mesmos eram de alto valor, e Ana investiu o seu capital na reforma do espaço em que iria abrir a cafeteria.
Para Bia a dificuldade foi na questão de mostrar os benefícios dos medicamentos manipulados para os médicos da época, pois não era muito comum e na cidade ainda não existia nada do tipo, então ela recebeu uma resistência por parte dos médicos da cidade. Na sua segunda empresa, Bia não chegou a ter nenhuma dificuldade.
Cris apresentou uma única dificuldade, encontrar funcionários capacitados que pudessem trabalhar com excelência, mantendo o padrão de qualidade do seu restaurante. Cris não apresentou grandes dificuldades financeiras. Ela teve que fazer um pequeno empréstimo para completar a poupança que ela já possuía e que era proveniente das marmitas servidas ainda em sua casa, para abrir o seu restaurante.

RECITAL - Revista de Educação, Ciência e Tecnologia de Almenara, vol. 3, n. 2, maio/ago. 2021.
ISSN: 2674-9270. Disponível em: http://recital.almenara.ifnmg.edu.br/index.php/recital

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste estudo, foi possível conhecer um pouco da história de cada empreendedora entrevistada. Os motivos para abrir as empresas, suas dificuldades, suas características fundamentais para o sucesso, muito pôde ser analisado. Os resultados obtidos nos levam a concluir que as entrevistadas foram movidas pelo amor e pela vontade de inovar, exercendo o que elas faziam de melhor, e também desejo de estarem próximas a suas famílias, e terem independência financeira, todas elas também viam grande potencial na cidade, como uma cidade que ofertava recursos para crescer no mercado e abrir o leque de nichos da cidade e região.

Pelo fato de cada empreendedora atuar em uma área diferente e terem características diferentes, as suas dificuldades não foram semelhantes. O único ponto que pode ser considerado semelhante foi no caso de duas entrevistadas que tiveram que buscar recursos para expandir e melhorar seus negócios.

Através da pesquisa feita, foi possível conhecer a história das empreendedoras. Com isso identificamos que todas as empreendedoras em algum momento empreenderam por oportunidade.

O objetivo geral do estudo foi alcançado, ou seja, identificamos e definimos os fatores que levaram as mulheres empreendedoras entrevistadas a exercer a atividade empreendedora na cidade de Almenara/MG. Conseguimos também alcançar os objetivos específicos percebendo quais foram as dificuldades encontradas por elas e definindo o perfil de cada uma.

Com este estudo, podemos dar mais visibilidade e reconhecimento para mulheres empreendedoras da região, pois se trata de um tema que a cada dia cresce mais no mundo, mas é pouco falado e estudado no município. Sugerimos que a pesquisa continue e que possa abranger mais mulheres empreendedoras de Almenara/MG, que suas histórias possam ser contadas e que as pessoas possam compreender a importância do empreendedorismo, principalmente para mulheres. Aconselhamos que os estudos futuros tenham foco nas dificuldades encontradas pelas mulheres, para a partir disso, termos uma visão mais ampla do que causa tais dificuldades, e que possam ser feitas melhorias na nossa sociedade referente ao assunto.

REFERÊNCIAS

ALBAGLI, S; MACIEL, M.L. (2002). **Capital social e empreendedorismo local**. Projeto de Pesquisas Políticas para Promoção de Sistemas Produtivos Locais de MPME Brasileiras. UFRJ/IE - RedeSist - FINEP - SEBRAE: Rio de Janeiro.

AMARAL, Graziele Alves. OS DESAFIOS DA INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO**. ItinerariusReflectionis**, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 1-20, 1 fev. 2013. Universidade Federal de Goias. http://dx.doi.org/10.5216/rir.v2i13.22336.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/28505879/EMPREENDEDORISMO_DANDO_ASAS_AO_ESP%C3%8DRITO_EMPREENDEDOR. Acesso em: 20 abr. 2021.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2008. 232 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo para visionários:** Desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: Ltc, 2014. 262 p.

FERNANDES, Flávia de Azevedo. **Como agir de maneira empreendedora?** 2018. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Como%20agir%20de%20maneira%20empreendedora.pdf. Acesso em: 10 fev. 2021.

GEM [GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR]. **Empreendedorismo no Brasil: 2017**. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, 2018.

GEM [GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR]. **Empreendedorismo no Brasil: 2018**. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, 2019.

GEM [GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR]. **Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2002. 192 p.

GOMES, Almiralva Ferraz; SANTANA, Weslei Gusmão Piau; SILVA, Jovino Moreira. **Mulheres Empreendedoras**: desafios e competências. Desafios e Competências. 2005. Disponível em: http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm. Acesso em: 8 fev. 2021.

GOMES, A.F.; SANTANA, Weslei G. P.; ARAÚJO, U.P.; FONTES-MARTINS, C. M.. Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. **Review Of Business Management**, [S.L.], p. 319-342, 18 set. 2014. FECAP Fundação Escola de Comercio Alvares. http://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v16i51.1508. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/rbgn/v16n51/1806-4892-rbgn-16-51-319.pdf. Acesso em: 12 abr. 2021.

HENRIQUES, Márcio Simeone. **Sobre o Vale do Jequitinhonha**. 2018. Disponível em: https://www.ufmg.br/polojequitinhonha/o-vale/sobre-o-vale-do-jequitinhonha/. Acesso em: 13 abr. 2021.

IBGE –INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cadastro central de empresas**, Almenara. 2018. IBGE. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/almenara/pesquisa/19/29761?indicador=29762. Acesso em: 12 abr. 2021.

IBGE –INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**, Almenara. 2020. IBGE. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/almenara/panorama. Acesso em: 12 abr. 2021.

JULIEN, P.A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. Tradução Márcia Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010.

MACHADO, Hilka Vier. **Identidades de Mulheres Empreendedoras.** Maringá: Eduem, 2009.

PELOGIO, Emanuelly Alves. **Criação de empresas à luz do modelo de decisão effectuation:** UM ESTUDO COM MULHERES EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE CURRAIS NOVOS/RN. 2011. 98 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2011.

REIS, Evandro Paes dos; ARMOND, Álvaro Cardoso. **Empreendedorismo.** Curitiba: Iesde Brasil S.A., 2013. 326 p.

RODRIGUES, Rosiany Maia Espíndola. **Empreendedorismo**. 2011. 25 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Estadual da Paraíba - Uepb, João Pessoa, 2011. Disponível em: https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2408/1/PDF%20-%20Rosiany%20Maia%20Esp%C3%ADndola%20Rodrigues.pdf. Acesso em: 20 abr. 2021.

SEBRAE. **Os desafios da mulher empreendedora.** 2018. Disponível em: http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 04 nov. 2019.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. ANÁLISE DE CONTEÚDO: EXEMPLO DE APLICAÇÃO DA TÉCNICA PARA ANÁLISE DE DADOS QUALITATIVOS. **Qualitas Revista Eletrônica**, Porto Alegre, v. 17, p. 1-14, 2015. Disponível em: http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/2113/1403. Acesso em: 12 abr. 2021.

Recebido em: *19 de maio 2021*

Aceito em: *21 de julho 2021*