

## **EMPREENDEDORISMO FEMININO: OS DESAFIOS ENFRENTADOS E AS ESTRATÉGIAS ADOTADAS POR EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA – PB**

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: THE CHALLENGES FACED AND THE STRATEGIES ADOPTED BY ENTREPRENEURS IN THE MUNICIPALITY OF JOÃO PESSOA - PB

Recebido em 02.07.2022 Aprovado em 10.08.2022

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v10i2.55109>

**Brunna Alves de Oliveira**

[admbrunnaoliveira25@gmail.com](mailto:admbrunnaoliveira25@gmail.com)

Centro Universitário de João Pessoa – João Pessoa/Paraíba, Brasil

**Viviane Veríssimo de Paiva**

[viviane-paiva@outlook.com.br](mailto:viviane-paiva@outlook.com.br)

Programa Centro Universitário de João Pessoa – João Pessoa/Paraíba, Brasil

**Ana Caroline Salviano Ramos**

[caroline.salviano@yahoo.com.br](mailto:caroline.salviano@yahoo.com.br)

Centro Universitário de João Pessoa – João Pessoa/Paraíba, Brasil

0000-0003-1897-5028

### **Resumo**

O presente artigo objetivou compreender os desafios enfrentados e estratégias adotadas pelo público feminino na gestão de suas empresas no município de João Pessoa, no estado da Paraíba. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa com a aplicação de uma entrevista estruturada com oito mulheres empreendedoras. Por meio dos resultados do estudo percebeu-se que os desafios enfrentados pelas empreendedoras são estrategicamente vencidos através do planejamento, capacitação e estudo prévio de mercado e que a motivação principal para empreender se dá pela junção de dois fatores principais: a necessidade atrelada à oportunidade.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino. Desafios. Estratégias.

### **Abstract**

This article aims to understand the challenges faced and strategies adopted by the female public in the management of their companies in the municipality of João Pessoa in the state of Paraíba. For that, qualitative research of an applied nature was carried out with the participation of eight women entrepreneurs. Through the results of the study, it was noticed that the challenges faced by entrepreneurs are strategically overcome through planning, training and previous market study and that the main motivation to undertake is given by the combination of two main factors: the need linked to the opportunity.

**Keywords:** Female Entrepreneurship. Challenges. Strategies.

## Introdução

No cenário atual em que o empreendedorismo é um dos maiores responsáveis pela geração de emprego e renda causando alto impacto na estabilização da economia mundial, pode-se afirmar que a nova era, é caracterizada como a era do empreendedorismo (DORNELAS, 2021). Visando a magnitude da temática, ainda no século passado, foi iniciado o maior estudo sobre empreendedorismo no mundo, denominado *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021). O projeto teve como objetivo analisar, através de pesquisas, o comportamento empreendedor ao redor do mundo, centralizando seus dados em relatórios anuais. Com o apoio de apenas 10 países, no ano de 1999, foi iniciado o primeiro ciclo da pesquisa. A publicação seguinte contava com aumento superior a 100% de participantes em relação a sua primeira edição. O Brasil, assim como Bélgica e Cingapura, ilustravam as 21 nações alvos de pesquisa. Desde então, o país sul-americano esteve presente em todas as edições.

Os dados contidos no relatório nacional da GEM no ano de 2020 apontam que o empreendedorismo feminino foi maior (54,1%) em relação ao masculino (45,9%). Com exceção apenas do ano de 2019, em que os dados apresentados pelo Brasil apontam que tanto homens como mulheres dividem a mesma proporção (50%), os dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (SEBRAE) mostram que negócios liderados por empreendedoras cresceram 18,6% em relação aos homens entre os anos de 2015 até 2019, ressaltando que o empreendedorismo feminino vem crescendo e se destacando ao longo dos anos.

Analisando a essência do termo empreendedorismo, a palavra que possui origem francesa vem do termo “*entrepreneur*” que significa “aquele que assume riscos” ou “aquele que entra em brigas”. O conceito geral do termo indica que o empreendedor não deve se desvencilhar de grandes desafios. No Brasil, o empreendedor enfrenta muitos desafios, sejam eles fatores externos como carga tributária e alta concorrência ou fatores internos ligados ao gerenciamento de seus negócios.

Os desafios gerais se apresentam a toda e qualquer empresa, seja ela de posse do público feminino ou do público masculino. Entretanto, pesquisa publicada pelo SEBRAE (2021) mostrou que do total de microempresas que encerraram permanentemente ou temporariamente as suas atividades em 2020, 57% são de caráter empresarial feminino, em detrimento a 47% das empresas lideradas por homens. Vale salientar que no ano de 2020 a economia mundial sofreu consequências da pandemia do novo Coronavírus e nesse mesmo ano o Brasil teve uma queda de 18% na taxa de empreendedorismo (SEBRAE, 2021).

Sob este viés, notada a discriminação dos dados entre empreendedores do público feminino e masculino, é indagado que as mulheres possam passar por desafios alheios ao público do sexo oposto. Tais desafios podem estar ligados diretamente a sua posição de gênero e aos papéis esperados pela sociedade em que a mulher precisa conciliar a administração de seus negócios com a realização de afazeres domésticos e maternos, exercendo duplas jornadas de trabalho. Diante desse contexto, esta pesquisa instaura o seguinte questionamento: **Quais os desafios enfrentados e as estratégias adotadas pelo público feminino na gestão de suas empresas no município de João Pessoa no estado da Paraíba?**

Para responder à questão de pesquisa, o presente estudo tem como objetivo geral analisar os desafios enfrentados e as estratégias adotadas pelo público feminino na gestão de suas empresas no município de João Pessoa. Observando os seguintes objetivos específicos: identificar as características do perfil da mulher empreendedora, compreender os desafios enfrentados no dia a dia e analisar as estratégias empregadas para superação dos desafios.

Este artigo aborda uma temática real, pois se trata de uma quebra de paradigmas em aspectos de troca de papéis pré-estabelecidos no campo empresarial. Os frutos do estudo poderão auxiliar mulheres empreendedoras na compreensão dos principais desafios para que elas possam superá-los em sua grande maioria. Para além, em aspectos acadêmicos, o tema poderá contribuir com a literatura trazendo novas percepções acerca do empreendedorismo feminino e seus desafios.

Além desta seção, o trabalho é composto, respectivamente, pelo referencial teórico, pelos procedimentos metodológicos adotados, pela análise dos resultados e pelas considerações finais, apresentados a seguir.

## **Referencial Teórico**

Esta seção teve início com uma abordagem sobre o empreendedorismo, os tipos e características, buscando esclarecer a sua relevância para a sociedade e para a economia brasileira. Na sequência, foi abordado o empreendedorismo feminino incluindo motivações para a entrada da mulher no universo empreendedor, as características e o perfil das mulheres empreendedoras, bem como os principais ramos de atuação. Por fim, foram elucidados os desafios do empreendedorismo feminino e as estratégias adotadas.

### **Empreendedorismo**

A capacidade de empreender e entender o que é o empreendedorismo faz diferença nos processos de desenvolvimento social e econômico das nações. Ter conhecimento da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento de um país, ajuda no estabelecimento de políticas e programas que fomentem e atendam de forma efetiva às necessidades de todos os setores aos quais as empresas estejam direcionadas. O empreendedorismo não é um domínio de campo específico, tendo em vista que o mesmo não se atribui a uma linha de estudo acadêmica de uma só vertente, como as matérias acadêmicas como física e química. Trata-se de um campo, vasto de estudo que envolve por si só construir e ressignificar as atividades econômicas sejam elas primárias secundárias ou terciárias. O empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e um melhor desempenho àquelas sociedades que o apoiam e o praticam, mas sabe-se também que não existe teoria absoluta a este respeito (BAGGIO et al. 2014).

O conceito ganhou grande variação ao longo dos anos entre os autores mais diversos, para Zarpellon (2010) o empreendedorismo é visto mais como um fenômeno individual, ligado à criação de empresas através do aproveitamento de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade de sobrevivência, também se caracterizando como um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, isto é, de gerar capital social e capital humano.

Porém, ao longo do tempo foram incorporados outros conceitos sobre sua relevância no contexto econômico, para Colbari (2007) o empreendedorismo dissemina uma visão de mundo que busca padrões organizacionais tanto de produção flexível quanto de novos arranjos sociais fora das relações salariais tradicionais. O empreendedorismo está relacionado a pessoas visionárias que identificam formas diferentes de perceber as situações fazendo delas uma oportunidade de criar negócios rentáveis, dispostos a suprir demandas de forma que seu serviço ou produto seja exposto com qualidade e possa superar as expectativas e as necessidades dos clientes.

Para Dolabela (2010), o empreendedor não é apenas aquele que tem a capacidade de sonhar, mas que luta para a realização de seus sonhos. Para empreender não há limite máximo de idade, basta ao empreender sentir o pulsar da inovação, deixar fluir um universo de criatividade, atrelar-se à boa percepção social, econômica e dimensional, tendo que se motivar a buscar transformar o ambiente em que está inserido em meio a processos, buscando soluções para questionamentos levantados. Assim como afirma Dornelas (2008), empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

O bom empreendedor, ao agregar valor a produtos e serviços, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia. Drucker (1998) não vê os empreendedores apenas causando mudanças, mas vê os empreendedores explorando as oportunidades que as mudanças criam na tecnologia com as mídias digitais, na preferência dos consumidores, nas normas sociais, pois o empreendedor busca constante processo de mudança, e responde e explora a mudança como uma oportunidade.

Uma das categorias do empreendedorismo está relacionada ao empreendedor informal, que segundo Oliveira, Gomes e Targino (2011) é caracterizado por desenvolver uma ação empreendedora sem a devida formalização, ou seja, sem uma documentação. Nessa categoria não se tem uma segurança com relação a possíveis incidentes advindos dessas atividades.

Em suma, todos esses conceitos apesar de conter ideias de autores diferentes, abrangem a ideia de que o empreendedorismo propõe inovação, dedicação e motivação, além de outras características que são comuns ao empreendedor.

## **Empreendedorismo feminino e o perfil da mulher empreendedora**

As características empreendedoras por parte de alguns autores podem ser amplamente encontradas tanto em homens quanto em mulheres de forma geral. Entretanto, os gêneros no meio empreendedor apresentam perfis e modelos de gestão divergentes.

A respeito do perfil da mulher empreendedora e suas principais características gerenciais, Machado (1999) relata que a valorização do indivíduo é predominante no processo decisório e estilo de liderança das mulheres empreendedoras e que a postura feminina em face do risco pode ser considerada conservadora, a mulher é mais focada na qualidade, nos detalhes e é principalmente fomentada na clareza. Envolve uma postura mais favorável a um desenvolvimento familiar comparando à forma que ela administra sua casa, com hierarquia e delegação de tarefas de forma geral, com isso a mulher não trata o empreender apenas como método de obter riqueza ou simples fazer econômico propriamente dito, mas atrelado a essa atividade está uma forma de beneficiar todos ao seu redor (ZARPELON, 2010).

Dentre as características e personalidades mais marcantes das mulheres empreendedoras é importante citar as mulheres como: empreendedoras perceptivas que demoram a agir, pois analisam a fundo suas principais perspectivas de perdas ou ganhos e projetam o futuro, empreendedoras extrovertidas que buscam sempre o lado positivo de todas as situações advindas, sociáveis e interativas que concentram sua força de vontade na realidade (SAMPAIO; LARIACH, 2020). As empreendedoras pensadoras que se utilizam da lógica e buscam primordialmente pensar bem antes de agir para o bem de todos ao redor, também as empreendedoras intuitivas que agem não de acordo com os fatos e conclusões, mas de acordo com o que deseja e projeta para um futuro próximo (SAMPAIO; LARIACH, 2020).

O ano de 2020 foi marcado pelos impactos negativos nos negócios mundiais ocasionados pela pandemia do novo Coronavírus. Apesar dos déficits econômicos, o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) (2020) mostra que o mercado empreendedor feminino cresceu 40% no mesmo ano, com isso, mapear o perfil da mulher de negócios se torna uma temática relevante para o âmbito acadêmico e social.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) (2018), a mulher de negócios brasileira tem em média 43,8 anos. As empreendedoras em quesito territorial, segundo o IRME, estavam presentes proporcionalmente em todas as regiões do Brasil no ano de 2016, já no ano de 2020, a mesma pesquisa apontou que a região Sudeste (44,7%) apresenta maior taxa concentrada de empreendedoras, seguido da região Nordeste (20,3%), Sul (17,7%), Norte (10,3%) e com menor taxa a região Centro Oeste (7%). Acerca do estado civil, segundo a GEM (2018), 51% das mulheres são casadas formalmente ou estão em uma união estável não formal.

O fator motivador para abrir uma empresa seria a busca pela independência financeira, fuga das altas jornadas do mercado de trabalho e a maternidade (IRME, 2019). Os desafios corporativos se tornam mais acentuados para aquelas que são mães ou buscam a maternidade, pois ainda é destinado à mulher quase totalidade da criação e cuidados com a saúde dos filhos, sendo os afastamentos e abonos vistos como empecilhos e prejuízos por parte de algumas organizações.

O preconceito atrelado à maternidade também se torna fator motivador, por parte das empresas, para a preferência por homens em detrimento às mulheres, contribuindo para a pouca oferta de empregos ao público feminino. A flexibilidade de jornadas empresariais, embora ainda extensas, possibilitam a essas mulheres a oportunidade de construir riquezas e estarem presentes no ambiente familiar. O mundo corporativo então, se torna um ambiente hostil e a baixa oferta de empregos aliada à falta de oportunidade para desenvolvimento de suas carreiras levam muitas mulheres a migrar para o mercado empreendedor (GEM, 2019).

Estudos de Dornelas (2014), propõem os dois tipos de empreendedores, aqueles que empreendem por oportunidades e outros por necessidades. Apesar das oportunidades estarem disponíveis a algumas empreendedoras, grande parte do sexo feminino não goza desses privilégios e, de acordo com sua luta histórica, iniciam seus empreendimentos principalmente por necessidade (GEM, 2018).

No cenário de raça, determinar a identificação racial das empreendedoras divergirá de acordo com dois critérios: as empresárias experientes e as novas empreendedoras. Sobre a análise dos dados do IRME (2020), no que concerne às empreendedoras estabilizadas no mercado, uma parcela majoritária se identifica como branca (60%) em detrimento daquelas que se identificam como pardas (27%), negras (10%) e as demais raças (2%). Já a respeito das novas empreendedoras, entre 2015 e 2019 da análise geral, 60% eram negras (964 mil), 36% brancas (576 mil) e demais raças (4%) (PNAD, 2019). Se a mulher branca empreende mais por necessidade que os homens, a mulher negra empreende mais por necessidade do que a mulher branca (GEM, 2018).

Costa (2015) evidencia que 61,6% do trabalho doméstico nos lares brasileiros são realizados por mulheres negras, entretanto nos momentos de crise o trabalho doméstico, sendo considerado como supérfluo, é reduzido. Sofrendo com a inconstância do trabalho doméstico, as profissionais negras buscam outras formas para suprir recursos para seus lares. Diante dessa lacuna econômica, surgem às mulheres empreendedoras negras que apesar dos seus esforços, ganham 49% a menos e os seus empreendimentos são menores quando comparados a empreendimentos de mulheres brancas (PNAD, 2019).

No quesito da formação educacional das empreendedoras, o gênero feminino se destaca do masculino, apresentando números de escolaridade média de 17% a mais que os homens e a busca pela formação superior pelas empresárias cresce cada dia mais (PNACD, 2019). Os dados são reafirmados pela pesquisa do IRME (2020), onde 71% das entrevistadas eram pós-graduadas ou continham ensino superior completo. A percepção das mulheres que a formação acadêmica poderá apresentar um diferencial competitivo, principalmente na gestão estratégica de seus negócios, formam mulheres empreendedoras mais assertivas e dinâmicas.

Além do perfil da empreendedora brasileira, é importante compreender os seus empreendimentos. Os ramos em que as mulheres mais se destacam são o comércio varejista de artigos de vestuário, trabalhos domésticos e culinários (GEM, 2018). Dados do relatório Empreendedorismo feminino da GEM (2020) apontam que 84% das empreendedoras não têm sócios, seus empreendimentos são de menor porte, com um número inferior de funcionários e faturam 40% a menos quando comparado ao gênero masculino.

As empresas lideradas por mulheres apresentam características estratégicas e perfil de gestão divergente em relação ao dos homens, as empresárias expressam em seus negócios a sua personalidade e expectativas. Floriano (2013), em seu estudo sobre as motivações e significados do empreendedorismo feminino, entende que os princípios motivacionais internos ultrapassam fatores econômicos, em que os empreendimentos seriam para as empreendedoras um local para experienciar suas ideias, sentimentos, valores e características. Nesse sentido, Ferreira e Nogueira (2013) atrelam aos empreendimentos femininos uma gestão que é pautada na razão, mas com esta razão também estaria grande peso dos critérios emocionais e subjetivos.

## **Desafios e estratégias do empreendedorismo feminino**

A ação de empreender, em sua essência, é um ato revolucionário e a decisão de romper a barreira da idealização e abrir o seu próprio negócio se torna desafiador, sendo o 2º maior sonho do brasileiro (GEM, 2020). Apesar dos desafios, a diversidade de negócios e as grandes oportunidades no país corroboram para a ascensão de novas empreendedoras. Se por um lado as oportunidades as impulsionam, os desafios também se fazem presentes. O empreendedor em geral lida constantemente com erros e fracassos, porém se manter resiliente aos erros faz parte das habilidades empreendedoras.

O gênero feminino e o masculino compartilham constantes desafios. Entretanto, a mulher na posição empreendedora vem rompendo, até então, uma cadeia histórica de papéis e valores pré-estabelecidos. Considerando que empreender comporta dificuldades, a mulher é atrelada à desafios extras (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERFAFIM, 2014).



Nos anos 90, a mulher deveria participar exclusivamente da maternidade, cuidados com o esposo e com o ambiente doméstico. Para cumprir seu papel com eficiência deveria dotar-se de habilidades culinárias, ser obediente, pura e submissa (ALVES, 2000). Já no século XXI, a mulher passou a valorizar cada vez mais a sua carreira em detrimento ao casamento e, com o aumento dos divórcios, as mulheres procuram cada dia mais a sua independência e colocação no mercado de trabalho (SIMÕES; HASHIMOTO, 2012).

Acerca desses desafios, o SEBRAE (2019) caracteriza quatro principais desafios ligados ao empreendedorismo feminino, sendo eles: preconceito, dupla jornada, autoconfiança e falta de apoio. O primeiro deles, ainda com as conquistas históricas, as mulheres são associadas apenas a trabalhos domésticos e manuais. Já a dupla jornada, caracteriza a necessidade da mulher em conciliar seu papel empresarial na administração de seu negócio, o tempo empregado para si mesma e para a família, principalmente no que se refere à maternidade (BARBOSA et al. 2021).

Apesar de gerar desafios, a maternidade não se torna um empecilho para novas empreendedoras que, em uma pesquisa realizada pelo IRME (2019), revelaram que quando nasce uma mãe, nasce uma empreendedora. Os dados apontam que 68% das mulheres envolvidas no estudo buscam empreender como uma forma de ter mais flexibilidade entre suas jornadas. “Mulheres com filhos mais novos enxergam no empreendedorismo uma opção por mais tempo para a família, mesmo que isso impacte na renda e no sucesso profissional” afirma Ana Fondes, fundadora da pesquisa.

A figura presente do esposo, que por um lado apresenta um papel crucial na sua rede de apoio emocional, por outro lado também há a expectativa por parte do mesmo para que as esposas, apesar das atividades empresariais, não abandonem a hegemonia dos trabalhos domésticos, acarretando uma sobrecarga física e emocional (PORTO, 2002). Conforme conclusão do estudo de Barbosa et al. (2021) grande parte dos afazeres domésticos ainda são executados por mulheres, causando ônus.

A ausência de autoconfiança, sendo mais bem conceituada como insegurança, se torna fruto dos demais desafios. Com o preconceito exposto por clientes, fornecedores, sócios e até mesmo colaboradores, juntamente com o dilema de ser eficiente tanto no seu papel materno, quanto no seu papel como mulher e no desempenho das atividades empresariais, geram insegurança influenciando diretamente no processo decisório e de gestão das empreendedoras.

Por último, a falta de apoio promove às empreendedoras uma gestão de negócios solitária, centralizando as decisões estratégicas nelas mesmas (IRME, 2020). A solidão da mulher empreendedora pode colaborar para o fracasso de pequenas e microempreendedoras (SILVEIRA; GOUVÊA, 2008). As empreendedoras que recorrem à busca por crédito, sofrem com a falta de apoio da parte das instituições financeiras e, não obstante, as empreendedoras que não são adeptas às solicitações de crédito, acabam priorizando a requisição aos seus familiares e a terceiros próximos (IRME, 2020).

Diante do que foi abordado, percebe-se que o gênero feminino enfrenta diariamente vários desafios na busca pela sua colocação no mercado empresarial e pelo sucesso nos seus negócios.

Em busca de solucionar os desafios enfrentados, essas mulheres precisam elaborar ações estratégicas para que esses desafios não possam ser barreiras, mas sim a escada para o sucesso. Maia e Maia (2011) dividem as estratégias adotadas pelas empreendedoras, de um modo geral, na gestão de seus negócios em duas categorias, sendo elas: a categoria econômica e a empreendedora. As estratégias econômicas estariam ligadas à estabilidade financeira da empresa, tanto para se manter no mercado, quanto para a obtenção de novos clientes, já as estratégias empreendedoras são mais focadas em variáveis relacionadas ao processo de gestão a exemplo do planejamento.

## Procedimentos metodológicos

Nesta seção apresentam-se os procedimentos metodológicos empregados no desenvolvimento da pesquisa, os quais nortearam o caminho para alcance dos objetivos. Trata-se de uma pesquisa aplicada que, de acordo com Gil (1999), é motivada pela necessidade de resolução de problemas concretos, mais imediatos e tem finalidade prática.

Foi utilizada a abordagem qualitativa que, segundo o pensamento de Richardson (1999), justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social. Em relação ao objetivo proposto, trata-se de uma pesquisa descritiva que é aquela que busca investigar o fenômeno e descrever como esse fenômeno se apresenta na realidade estudada.

Para o alcance dos objetivos propostos, a coleta de dados foi realizada através de entrevista estruturada que, de acordo com Guerra (2006), é aquela em que o entrevistador deve seguir o roteiro previamente elaborado. As respostas das entrevistadas foram coletadas através de um formulário de perguntas do *Google Forms*, enviado por meio de *link* no *WhatsApp* e E-mail.

Foram propostas duas categorias para a pesquisa com base nos objetivos do estudo e na revisão da literatura, sendo a primeira categoria denominada Desafios, em que buscou-se analisar os desafios vivenciados pelas entrevistadas atrelados à jornada de trabalho, ao tempo gasto com a família e ao preconceito relacionado ao gênero. Na segunda categoria, denominada Estratégias, foram analisados os caminhos trilhados pelas empreendedoras, a motivação, o tipo de gestão e as estratégias de ação.

A quantidade de perguntas e o conteúdo do roteiro da pesquisa foram elaborados estrategicamente para extrair o máximo de informações das entrevistadas. Assim, o roteiro, que está disponível no Apêndice A, foi composto por 14 perguntas relacionadas aos desafios enfrentados, às estratégias adotadas e ao perfil das entrevistadas, incluindo questionamentos sobre o modelo de gestão, autoidentificação e sobre os comportamentos familiares.

Visando o cumprimento do objeto de estudo, foi realizado, por conveniência, um levantamento prévio de mulheres próximas ao cotidiano das pesquisadoras situadas na cidade de João Pessoa, uma vez que é a cidade onde as pesquisadoras residem e que estariam dentro do perfil da pesquisa. Os ramos de atuação das empresárias, idades e experiências são diversificados, visando resultados que contenham a vivência e perspectiva individual de cada empresária.

Após a seleção das entrevistadas de acordo com os critérios de análise, foi realizado o primeiro contato com as empreendedoras para a exposição da pesquisa, seus objetivos e etapas. Dada a dificuldade relacionada à agenda das empreendedoras para a realização das entrevistas e devido às restrições advindas da pandemia do Covid-19, optou-se pela utilização do envio das perguntas em formato eletrônico, com o auxílio de plataformas digitais.

Os dados foram coletados no mês de novembro de 2021. A saturação dos dados obtidos se deu com a quantidade de repetição das informações coletadas, ou seja, quando os dados obtidos com as entrevistas deixaram de refletir novas informações, chegou-se a quantidade de oito participantes da pesquisa. Segundo Godoi e Matos (2006), a saturação dos dados consiste na percepção do pesquisador de que a partir de um determinado ponto não aparecem novos elementos. Os dados coletados foram analisados com base na análise de conteúdo que segundo Bardin (2011) é empregada por meio de procedimentos sistemáticos e etapas estabelecidas para analisar as comunicações.

## **Apresentação e análise dos resultados**

A presente seção apresenta os resultados obtidos com a pesquisa. Inicialmente, é apresentado o perfil sociodemográfico das empreendedoras da cidade de João Pessoa em consonância com os fatores motivacionais para o início do empreendimento. Posteriormente, foram analisados os desafios inerentes à jornada de trabalho dessas empresárias, abordando aspectos empresariais e pessoais ligados a limitações como jornada de trabalho, apoio dos familiares, desafios para desenvolver e implementar seu negócio, adquirir confiança, dentre outros. Por fim, foram analisadas as estratégias utilizadas por essas mulheres para vencer tais desafios e se manterem como referências no mercado empreendedor.

## Perfil das empreendedoras

Visando compreender de forma mais analítica os fatores demográficos das empreendedoras entrevistadas, no Quadro 1 encontram-se dados do perfil sociodemográfico das empreendedoras da cidade de João Pessoa-PB, sendo considerado dado como idade, grau de escolaridade, estado civil, quantidade de filhos, ramo de atuação e tempo de empreendimento.

**Quadro 1-** Perfil das entrevistadas

Entrevistadas	Idade	Estado Civil	Quant. de Filhos	Área de Formação	Ramo de Atuação	Tempo do Empreendimento
E1	39	Casada	2	Técnica em edificações e Administradora	Serviço de construção civil	3 anos e 9 meses
E2	23	Solteira	0	Administração	Alimentício	1 ano e 2 meses
E3	38	Solteira	3	Sem formação	Beleza	6 anos
E4	34	Casada	1	Arquivologia	Pequenos Eventos	1 ano
E5	24	Solteira	0	Radiologia	Vestuário	1 ano
E6	21	Solteira	0	Administração	Beleza, estética e cosmética.	6 meses
E7	44	Casada	0	Comunicação social	Beleza	6 meses
E8	32	Solteira	0	Enfermagem	Alimentício	1 ano e 7 meses

**Fonte:** Elaborado pelas autoras (2021)

Conforme os resultados obtidos na pesquisa e demonstrados no Quadro 1, pode-se observar que a faixa etária das empreendedoras que participaram da pesquisa varia entre 21 e 44 anos de idade e, com relação ao estado civil, é predominante as mulheres solteiras, em que cinco entrevistadas afirmaram estarem solteiras em detrimento a três que se apresentam como casadas. No que se refere à formação educacional dessas mulheres, apenas uma entrevistada não apresenta nível superior. Os ramos de atuação e o tempo de empreendimento são diversificados.

Além das informações sociodemográficas foi questionado o estágio da vida das mulheres em que iniciaram seus empreendimentos e qual seria o fator motivador para a iniciativa. Através da análise das narrativas das entrevistadas, percebe-se um maior número de entrevistadas que empreendem mais por necessidade do que por oportunidade, conforme os relatos abaixo:

“Fiquei desempregada um ano inteiro, daí resolvi aprender minha profissão.” – **Entrevistada 4**

“Eu tomei a decisão quando perdi meu emprego e tive que recorrer a abrir uma loja online pra mim na pandemia.” – **Entrevistada 5**

Tais evidências demonstram aspectos singulares dos trabalhos demonstrados por Dornelas (2014) e reafirmado por Zarpellon (2010) em que, segundo os autores, o empreendedorismo seria motivado por uma oportunidade ou necessidade. Todavia, percebeu-se também que há a motivação que correlaciona os aspectos de oportunidades, trazendo respaldos para uma nova vertente unificadora, sendo a empreendedora aquela que empreende motivada pelo momento de necessidade em consonância com o prospecto da oportunidade, conforme o relato abaixo da entrevistada três.

“No meio da Pandemia, quando vi oportunidades com a demanda por sorvetes no bairro que moro e não tinha oferta alguma. Decidi investir aos poucos para não ficar parada e assim aprender a empreender”- **Entrevistada 3**

O ato de empreender e o início do empreendimento para as entrevistadas também apresenta grande correlação entre o estágio e os aspectos da vida das empreendedoras, sendo assim, o estágio da sua vida determina o momento em que iniciam suas atividades empresariais. Um estágio comum na vida das entrevistadas ao iniciar suas atividades empresariais seria o momento do desemprego, tendo a necessidade de solicitar recursos para suas famílias e, nesse



momento, encontram no empreendedorismo uma fonte de recursos e estabilidade financeira. O desemprego então seria um fator motivador para uma análise de suas carreiras, avaliação de oportunidades de mercado e o descobrimento de suas habilidades, conforme evidenciado nas falas anteriormente apresentadas.

Já a entrevistada um, que estava empregada formalmente, menciona a insatisfação que colaborou para o impulsionamento de seu espírito empreendedor, ela afirma que foi motivada pelo descontentamento e inconformidade entre os seus valores e os princípios encontrados nas organizações que trabalhou. Como apresentado no relato abaixo.

“Quando nas empresas que trabalhava não encontrava os valores que eu prezava, a motivação que me envolve até hoje é fazer a diferença na vida dos meus colaboradores.” **Entrevistada 1**

Floriano (2013) já evidenciava em sua pesquisa sobre os fatores motivacionais do empreendedorismo feminino, a importância dos princípios e aspectos emocionais no ato de empreender e desenvolver suas atividades. Não encontrar esta conformidade com seus princípios, assim como a alta jornada de trabalho, também corrobora para a iniciativa feminina no campo empreendedor, fazendo com que essas mulheres despertem para o empreendedorismo pensando em uma liderança mais racional e baseada em princípios e valores.

É notado que o perfil empreendedor feminino apresenta aspectos singulares como suas motivações e segmentos de atuação. Entretanto, as características de cada empreendedora a torna única, cujas variáveis como vivências familiares e características da personalidade impactam diretamente na formação do seu perfil.

## **Desafios enfrentados no empreendedorismo feminino**

Ser mulher e iniciar um empreendimento significa enfrentar responsabilidades e desafios além daqueles enfrentados por homens empreendedores. O empreendedorismo feminino traz consigo desafios diários inerentes aos processos de gestão empresarial e à rotina familiar.

De acordo com os relatos analisados pelas empresárias da capital do estado da Paraíba, empreender sendo mulher atribui desafios relacionados à dupla jornada de trabalho, dualidade nas decisões pautadas entre razão e emoção, resistência em assumir riscos, preconceito ligado ao gênero e insegurança emocional e física. Esses desafios podem ser evidenciados por meio dos relatos a seguir.

“Alguns dos desafios do empreendedorismo feminino são: a dificuldade de encontrar investimentos, a discriminação enfrentada, a pressão de conciliar a vida profissional com a falta de amparo para assumir riscos e empreender.” – **Entrevistada 5**

“Dupla jornada, falta de confiança, rejeição do mercado, falta de reconhecimento.” – **Entrevistada 1**

Acerca do horário de trabalho, entende-se que a atividade empreendedora pode ser mais flexível do que a corporativa, uma vez que as empreendedoras serão seus próprios chefes e terão a oportunidade de realizar atividades de acordo com o seu próprio cronograma, como abaixo:

“Quando quero sair algum dia, trabalho até mais tarde outro dia para compensar e saio tranquila” – **Entrevistada 2**

Essa flexibilidade de horário não deixou de caracterizar a dupla jornada de trabalho como um desafio inerente à gestão feminina, pois aspectos da jornada foram abordados como um dos principais desafios elencados pelas entrevistadas um, cinco, sete e oito.

“A jornada múltipla e algumas taxas mais altas.” – **Entrevistada 5**

“Tempo para dividir com a família.” – **Entrevistada 7**

“Sim, muito. Na atenção que antes de empreender dava aos meus filhos e esposo. A cabeça é 90% ligada na empresa. Mas creio que seja porque somos iniciantes ainda.” **Entrevistada 1**

“Sim, muito. Meu ramo toma quase todo o meu tempo, trabalho de domingo a domingo e muitas vezes à noite. Então fico sem tempo para ter um maior convívio com familiares e amigos.”  
**Entrevistada 8**

Tais falas, ratificam os estudos de Barbosa et al. (2021), em que retrata especificamente o conflito da dupla jornada entre o trabalho e a família. Conciliar as atividades empreendedoras, afazeres domésticos e o próprio convívio familiar sobrecarregam as empresárias com cargas emocionais e físicas. Principalmente, quando lembrado os estudos de Costa (2015) que apontam as mulheres como responsáveis por uma parcela majoritária das atividades domésticas.

Há também empreendedoras que enfrentam jornadas mais extensas, conciliando muitos outros papéis na constante tentativa de mediar seus interesses pessoais com os empresariais.

“Conciliar o trabalho fixo em outra empresa com o meu trabalho autônomo” – **Entrevistada 6**

A Entrevistada seis, citada acima, apresenta uma nova perspectiva de empreendedoras com jornadas específicas, neste caso, que ainda mantém vínculo empregatício com outras organizações e necessitam lidar para além de uma dupla jornada, mas uma tripla jornada, contando com atividades empresariais, familiares e corporativas.

Em relação à razão, compreende-se que está presente no momento da tomada de decisão, sendo um pilar forte nos processos-chave da gestão empresarial das entrevistadas. Percebe-se, entretanto, uma dualidade entre o lado racional e emocional, em que o aspecto emocional ainda é levado para o âmbito negativo e tido como uma fraqueza complexa a ser exposta. Optar pela afirmativa de uma tomada de decisão emocional demonstrou resistência por parte das entrevistadas, subentendendo que afirmar uma gestão baseada simplesmente pela razão seria uma reflexão mais coerente. Na luta entre os pilares internos, o lado emocional é visto como mais intenso para duas entrevistadas. Observa-se, por exemplo, a fala das entrevistadas oito e um.

“Os dois, muitas vezes tento ser racional, mas acabo cedendo para meu lado emocional.” –  
**Entrevistada 8**

“Mais emotiva. A racionalidade deixo para meu sócio” – **Entrevistada 1**

A entrevistada um atrela a racionalidade ao seu sócio do sexo masculino. Essa interpretação errônea de que a razão é exclusiva do homem e que a mulher utiliza apenas critérios emocionais ainda é muito comum no meio social. Na visão de Ferreira e Nogueira (2013), a emoção está vinculada a toda atividade empreendedora. Lidar com o dilema da razão e emoção no empreendedorismo feminino pode se caracterizar como uma quebra de paradigmas, além de auxiliar na evolução dos conhecimentos sociais e internos e de seus empreendimentos.

As mais diversas profissões, assim como os empreendimentos compreendem vários riscos. Independente de qual seja o setor, o grande marco diferencial consiste em de que forma está o posicionamento de cada empreendedor diante desses riscos. Assumir riscos se torna um desafio para as empreendedoras, uma vez que pode se tornar um fator paralisante na tomada de decisão. O receio de um possível fracasso se torna limitador na tomada de decisões de crescimento e inovação.

Machado (1999) compreende que o modelo de gestão feminina carrega consigo características mais conservadoras, principalmente no que se refere à tomada de decisão que envolva riscos. Após indagado “*Como você se posiciona referente aos riscos?*” as empreendedoras apresentam certo receio ao estarem diante de decisões arriscadas. Apesar do receio inicial, não há impacto significativo na tomada de decisão, conforme mencionam as entrevistadas abaixo:

“A priori fico receosa, porém, se necessário, tomo a decisão de fazer mesmo que me gere riscos.”  
– **Entrevistada 4**

“O medo sempre fará parte do processo, então é ir com medo e no final dará certo.” – **Entrevistada 7**

“Fecho os olhos e vou. Geralmente não analiso muito [...] ajo impulsivamente...” - **Entrevistada 1**

“Choro e enfrento” – **Entrevistada 7**

O receio e o medo se tornam mais intensos para as entrevistadas que se consideram mais emotivas, como podemos analisar nas narrativas das entrevistadas um e sete, trazendo impactos ao seu emocional e prejudicando a tomada de decisão. Ao invés de tomarem decisões ponderando os riscos, acabam tomando decisões pautadas na impulsividade, aumentando assim a probabilidade de não conseguirem êxito.

A respeito do preconceito relacionado ao gênero, entende-se que as mulheres, apesar de suas conquistas históricas e pautadas em movimentos femininas, ainda são expostas a situações desagradáveis meramente por seu gênero. Observam-se os relatos abaixo.

“Sim em relação a todos, a louca da família, isso não é para você, ouvi demais.” – **Entrevistada 3**

“Meu maior desafio é lidar com a discriminação do setor [...] Agora no ramo sim, por conta do preconceito social, principalmente por que minha área é um ramo "masculino" – **Entrevistada 1**

“Uma vez, um cliente conversando comigo me pediu para eu chamar O gerente ou O dono.”<sup>22</sup> **Entrevistada 8.**

Ações preconceituosas podem partir de fornecedores, clientes e até mesmo de pilares inicialmente considerados de apoio como a própria família. O ato empreendedor feminino rompe construções históricas de anos de supremacia masculina no mercado empreendedor. Percebe-se através da narrativa da entrevistada um, empresária da construção civil, que ainda há alguns ramos que são tidos como meramente masculinos, como a própria construção civil, mecânica, elétrica e até mesmo a culinária profissional. Empreender nesses ramos é um desafio antes mesmo de iniciar suas atividades, pois o receio da reprovação familiar, má recepção de mercado, situações preconceituosas faz com que muitas mulheres tomem a decisão de migrar para ramos tidos como mais “femininos” como o ramo da beleza e estética.

A insegurança, citada como um dos principais desafios do empreendedorismo feminino pelo SEBRAE (2019) é reafirmada na narração das entrevistadas. Esta insegurança perpassa tanto pela questão subjetiva de não atender as suas próprias expectativas, como também pela insegurança física.

O conjunto de todos os desafios expostos incorpora uma carga emocional forte, exigindo bastante esforço dessas mulheres. Lidar com os desafios do empreendedorismo acarreta um novo desafio que é a insegura em suas atividades. A jornada de trabalho, por exemplo, por necessitar de uma atenção mútua, passa para as empreendedoras a sensação de estarem fazendo muitas coisas, mas ao mesmo tempo não estarem fazendo nada por completo. Os desafios de mercado, a constante necessidade de inovação e a falta de capacitação também corrobora para esta insegurança, principalmente nas empreendedoras iniciais.

A insegurança física também se atrela aos demais desafios, conforme relatada pelas entrevistadas dois e quatro que exprimem o receio de sofrer furtos ou passar por situações de risco financeiro. Sobretudo, as empreendedoras que trabalham em ramos específicos estão expostas a maiores situações de riscos. É o caso da entrevistada quatro que trabalha com pequenos eventos em residências privadas.

“Como trabalho com serviços nas casas dos clientes, seria mais na parte da segurança. A mulher sempre vai parecer ser mais frágil. Falo em relação com os perigos de roubo, assalto.” – **Entrevistada 4**

“Trabalhar em locais perigosos sozinha, ser enganada e aliciada.” – **Entrevistada 2**

Além dos receios relacionados a furtos e ocorrências relacionadas aos seus bens financeiros, também é abordada a insegurança física relacionada ao assédio. O assédio é um assunto bastante delicado para as empreendedoras, pois podem partir de fornecedores, clientes e até sócios.

Em busca de superar os desafios que se apresentam no empreendedorismo feminino, as empreendedoras precisam pensar e adotar estratégias para que consigam manter a sua integridade e o seu empreendimento. Essas estratégias serão discutidas a seguir.

### **Estratégias adotadas pelas empreendedoras**

Notado o crescimento dos empreendimentos femininos nos últimos anos, a GEM (2020) já alertava para o também aumento dos empreendimentos liderados por mulheres que encerravam suas atividades ainda nos primeiros anos. Compreendido e analisado os desafios apresentados de se manter no mercado, estipular estratégias gerais para o enfrentamento dos desafios apontados se torna uma decisão de sobrevivência para as entrevistadas. Nesta perspectiva, as entrevistadas apresentaram tanto estratégias diretamente relacionadas aos desafios apontados anteriormente, como métodos que auxiliam em desafios gerais.

Quando questionado “*Como você lida com os desafios do empreendedorismo? Explicar as ações/estratégias utilizadas*”, a principal estratégia para as empreendedoras está no planejamento e capacitação antes do início das atividades, desde o estudo prévio do mercado, o ramo de atuação e a capacitação na gestão empresarial, conforme os relatos abaixo.

“A peça fundamental para a mulher que se propõe a empreender, é o passo que deve ser dado antes de todos os outros passos, é obter o maior número de informações possíveis a respeito do negócio que deseja montar, em outras palavras, especializar-se sobre ele.” – **Entrevistada 6**

“Sim, como já tinha formação e experiência na área. Unir a vontade de empreender com o conhecimento adquirido.” – **Entrevistada 1**

As empresárias ou eram formadas na sua área de atuação ou já apresentavam experiência anterior, porém apenas essas habilidades não se tornam suficientes para a gestão dos seus empreendimentos. Entende-se que as empresas são sistemas compostos por diversos setores que interagem e buscam um mesmo objetivo. Nesta perspectiva, principalmente para as empreendedoras solas, que são responsáveis desde a parte da distribuição de produtos ou serviços aos seus consumidores, a parte financeira, logística e principalmente o marketing, é preciso dispor de conhecimentos das diversas áreas administrativas.

O marketing também é citado como uma das principais estratégias para manter o empreendimento estabelecido no mercado, como podemos observar nas falas abaixo.

“Estudando marketing” – **Entrevistada 6**

“Sempre usa marketing [...] E um bom relacionamento com o público nas redes sociais” – **Entrevistada 7**

A importância do conhecimento na área é notada através do aumento dos *e-commercers* e a popularização das redes sociais nos últimos anos. Se relacionar com o seu público através de um veículo social, possibilita para as empresas compreender melhor o perfil do seu cliente, quais são suas necessidades e a melhor forma de satisfazê-lo. Uma empresa que não está conectada nas redes, não está conectado aos seus clientes. O estudo das estratégias de marketing se torna indispensável para as empresas da nova onda tecnológica.

A dificuldade em administrar a dupla jornada de trabalho, apontada pela maior parte das entrevistadas, é diminuída com o apoio dos próprios familiares e amigos. A presença familiar e dos amigos se torna um pilar de apoio, principalmente, para a diminuição de algumas atividades em momentos de pico. Para tanto, analisa-se as narrativas das entrevistadas.

“Sim, minha mãe, meu pai, sempre me ajudam quando preciso descansar um pouco principalmente na parte das compras do restaurante.” – **Entrevistada 8**

“Sim. Quando o movimento está incontrolável minha família me ajuda em passar-trocos, anotar pedidos e dar atenção aos clientes que aguardam.” – **Entrevistada 2**

Sim, [...] braçal hoje em dia, divulgação – **Entrevistada 4**

Além da parte prática, o apoio financeiro é apresentado como um fator motivador para o desempenho de suas atividades e para lidar com a pressão diária. Esse apoio também pode acontecer antes do início das atividades da empresa, no momento do levantamento dos recursos financeiros necessários para a abertura das empresas.

“Sim para compra de mercadoria no início pedi a minha mãe e no primeiro dia já tinha quase todo o valor para pagar a ela.” – **Entrevistada 2**

“Sim recebi apoio financeiro no início [...]” – **Entrevistada 4**

“Iniciamos com uma receita de 30 mil recursos próprios” – **Entrevistada 1**

A solicitação de crédito aos familiares também é apresentada como uma forma de fuga da solicitação a instituições financeiras. Contando com o empréstimo por parte dos familiares sem incidentes de juros e taxas, as empresárias acabam economizando em um momento decisivo para a saúde dos seus empreendimentos que é o início das atividades e conquista de mercado. Realizar antecipadamente um planejamento a respeito do montante do capital social da empresa é apresentado como uma alternativa para as empreendedoras que decidem abdicar tanto da solicitação a instituições financeiras quanto aos familiares e empreendem com seus recursos próprios.

Já sobre a dificuldade entre tomar decisões baseadas entre razão e emoção, as entrevistadas apontam a capacidade de desenvolver uma gestão racional, baseada em fatos e dados, contanto que lados emocionais não sejam descartados, uma vez que o emocional fornece ao empreendedorismo feminino estratégias de uma gestão mais humanizada e sensível. Esta estratégia auxilia no processo de inovação, relação com seus colaboradores e um diferencial competitivo no mundo empreendedor.

A insegurança física e patrimonial, segundo as entrevistadas, poderá ser diminuída com alguns cuidados extras como: compartilhar a localização em que estão com familiares ou amigos, evitar ir sozinha a locais tidos como perigosos e buscar sempre auxílio na tomada de decisões, caso haja dúvidas no fechamento de algum negócio. Tais evidências apontadas pelas entrevistadas expõem como essas mulheres mesmo estando na posição de vítimas em momentos de riscos da sua integridade física e patrimonial, precisam realizar ações para evitar situações que são provocados muitas vezes por terceiros do sexo masculino. Para tanto, aumentar a segurança física feminina envolve muito mais uma ação masculina do que da própria mulher. Partindo do homem o entendimento de que não possui direito algum, em hipótese nenhuma, de cometer violação física e patrimonial a essas mulheres.

Ainda sobre a insegurança, mas ligada a insegurança emocional, nota-se que a estratégia para enfrentar esse desafio está ligada a como essa empreendedora se percebe como mulher e profissional. Os relatos abaixo expõem como essas mulheres se enxergam.

“Mulher poderosa e persistente de garra.” – **Entrevistada 5**

“Ágil e persistente.” – **Entrevistada 2**

Acerca do preconceito ligado ao gênero, as entrevistadas não apresentam estratégia diretamente ligada ao desafio. Não é identificado o que poderia ser feito pelas mulheres para evitar situações preconceituosas, uma vez que, por partir de terceiros as empreendedoras não teriam parâmetros para tais ocorrências. Entretanto, as empresárias apontam o empoderamento como principal forma para lidar com situações preconceituosas, como um pilar chave para não permitir que comentários e ações possam impactar na sua segurança emocional e desempenho organizacional, conforme os relatos das entrevistadas abaixo.

“Foco e não deixar comentários abalar nada.” – **Entrevistada 2**

“Ter coragem, determinação e Empoderamento.” – **Entrevistada 1**

“Empoderamento” – **Entrevistada 5**

No que tange à intensidade da rotina empresarial que acaba tomando grande parte do tempo das entrevistadas que terminam deixando de lado cuidados pessoais em detrimento da rotina empresarial, a entrevistada um, que é empreendedora do ramo da construção civil, comenta em seu relato sobre a sua jornada de trabalho o quanto o seu ramo exige do seu tempo, impactando tanto a sua rotina familiar quanto a rotina de autocuidado. Manter uma rotina de autocuidado físico, emocional e presando pela constante capacitação seria uma forma de aumentar a autoestima das empreendedoras, aumentando a sua confiança e lhes dando confiança para o exercício de suas atividades.

## Considerações finais

O presente estudo buscou analisar os desafios enfrentados e estratégias adotadas pelo público feminino na gestão de suas empresas no município de João Pessoa, situado no estado da Paraíba. Observando os seguintes objetivos específicos: identificar as características do perfil da mulher empreendedora, compreender os desafios enfrentados no dia a dia e analisar as estratégias empregadas para superação dos desafios.

No que diz respeito ao primeiro objetivo específico, foram identificados aspectos semelhantes entre as características das empreendedoras apontadas pela literatura e o perfil das entrevistadas que apresentaram a inconformidade com os princípios organizacionais em suas experiências no ambiente corporativo, bem como a necessidade em momentos de desemprego como principais aspectos que motivaram a entrada na vida empreendedora.

Em relação ao segundo objetivo específico que buscou compreender os desafios enfrentados no dia a dia pelas empreendedoras, os resultados apresentados mostram que os principais desafios estão relacionados à dupla jornada de trabalho, à dualidade entre decisões pautadas entre razão e emoção, à dificuldade em assumir riscos, ao preconceito ligado ao gênero e à insegurança emocional e física. Os resultados da pesquisa também evidenciaram que mesmo com esses desafios, as mulheres empreendedoras não deixam de obter resultados positivos e de avançar na criação de negócios de sucesso. Elas conseguiram alavancar os seus negócios e continuam vislumbrando o alcance de novos e maiores patamares.

No tocante ao terceiro objetivo específico, os resultados mostram que os desafios elencados são solucionados, de forma estratégica, com planejamento e capacitação antes do início das atividades empreendedoras e de forma contínua com o intuito de ampliar os conhecimentos acerca do negócio e do seu ambiente, com o apoio dos familiares na realização das atividades do negócio e suporte financeiro, com estudo sobre as áreas de gestão e com empoderamento. A forma como todos os desafios são enfrentados por essas mulheres ajuda a torná-las mais confiantes e persistentes e impulsiona a busca por melhores resultados.

Como contribuição para o mercado, os resultados deste estudo podem ajudar a outras mulheres empreendedoras, assim como as potenciais empreendedoras a compreender os desafios relacionados à conciliação da rotina empresarial com os demais papéis desempenhados pela mulher. Além disso, podem nortear essas mulheres na construção e na adoção de estratégias que viabilizem a sua qualidade de vida e a prosperidade de seus



empreendimentos. Para a academia e para a sociedade, os resultados obtidos podem oportunizar a exploração de novas discussões, tendo em vista que se trata de um tema relevante, com grande impacto econômico e social, uma vez que o empreendedorismo contribui com geração de emprego e renda e com a melhoria da qualidade de vida da sociedade. Destarte, ainda em relação à contribuição social, este estudo pode ajudar a semear discussões sobre a necessidade de implementação de políticas públicas que visem atenuar os problemas enfrentados pelas mulheres na atividade empreendedora.

As principais limitações encontradas foram à dificuldade da realização presencial das entrevistas devido as regras de distanciamentos estipuladas para o controle da Covid-19 e a inviabilidade de realizar entrevistas via conferência de vídeo, dada a dificuldade de agenda das entrevistadas, logo, sendo possível apenas entrevistas estruturadas que dificultam o processo de obtenção de dados mais analíticos.

Sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas com o emprego de entrevistas semiestruturadas ou não estruturadas com margem para o surgimento de outros desafios e estratégias diferentes dos levantados nesta pesquisa. Também são bem-vindas pesquisas que adotem uma abordagem quantitativa, buscando abordar um número maior de empreendedoras e identificar se os desafios e estratégias suscitados neste estudo também se apresentam em sua jornada empreendedora. Além disso, indica-se que o tema seja explorado em diferentes regiões do país, buscando investigar e identificar semelhanças e diferenças nos desafios enfrentados e nas estratégias adotadas pelas empreendedoras que atuam em regiões distintas.

## **Referências**

- Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, 16(40), 221-234.
- Baggio, A. F., Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, 1(1), 25-38.
- Barbosa, H. M. A., da Rocha Neto, M. P., Júnior, S. L. C., & da Silva, P. M. M. (2021). Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. **Revista de Gestão e Secretariado**, 12(2), 94-121.
- Bardin, L. (2011). **Organização da análise**. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições, 70, 229.
- Belei, R. A., Gimenez-Paschoal, S. R., Nascimento, E. N., & Matsumono, P. H. V. R. (2008). O uso de entrevista, observação e videogravação em pesquisa qualitativa. **Cadernos de educação**, (30).
- Bernardino-Costa, J. (2015). Decolonialidade e interseccionalidade emancipadora: a organização política das trabalhadoras domésticas no Brasil. **Revista Sociedade e Estado**, 30, 147-163.
- Brito, M. D. G. P. M. (2006). **Empreendedor**: sonho de criar o próprio negócio.
- Costa, A. M. D., Barros, D. F., & Carvalho, J. L. F. (2011). A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, 15, 179-197.
- da Silva, M. S., Lasso, S. V., & Mainardes, E. W. (2016). Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, 13(2), 150-167.
- de Brito S., A. S., de Carvalho G., J. (2018). Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, 12(2), 53-71.
- de Lourdes Colbari, A. (2007). A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. **Revista Sinais**, 01(1), 75-111.
- Dolabela, F. A corda e o sonho. **Revista HSM Management**, n. 80, p. 128-132, 2010.
- Dornelas, J. C. A. (2008). **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Dornelas, J. C. A. (2014). **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC.
- Dornelas, J. C. A. (2021). **Empreendedorismo transformando ideias em negócios** -8. ed. Empreende Editora.
- Drucker, P. F. (1998). **Inovação e espírito empreendedor**: práticas e princípios. São Paulo: Pioneira.

- Floriano, L. E. F. (2013). **Empreendedorismo Feminino: motivações, significados e desdobramentos**. Relatório de Pesquisa Bolsa de Iniciação Científica. Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil.
- Follador, K. J. (2009). A mulher na visão do patriarcado brasileiro: uma herança ocidental. **Revista fato & versões**, 1(2), 3-16.
- Ferreira, J. M., & Nogueira, E. E. S. (2013). Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, 17, 398-417.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, 34(2), 5-28.
- Gil, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil (2020). **Empreendedorismo no mundo**. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco. Diversos autores - Curitiba: IBQP.
- Global Entrepreneurship Monitor (2018). **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo**. Curitiba: IBQP.
- Gomes, A. F. (2004). O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**, 11(2 (Mai-Ago)), 207-226.
- Greco, S. D. S., Onozato, E., Bastos Junior, P. A., & Souza, V. D. (2013). **Global entrepreneurship monitor**. Empreendedorismo no Brasil.
- Guerra, Isabel, (2006): **Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo**. Sentidos e Formas de Uso, Estoril: Príncipia Editora.
- Instituto Rede Mulher Empreendedora - IRME (2019). **Empreendedorismo no Brasil: um recorte de gênero nos negócios**. Disponível em: <https://materiais.rme.net.br/pesquisa2020>. Acesso em: 03 nov. 2021.
- Instituto Rede Mulher Empreendedora - IRME (2020). **Empreendedoras e seus negócios**. Disponível em: <https://materiais.rme.net.br/empreendedorismo-no-brasil-um-recorte-de-genero>. Acesso em: 03 nov. 2021.
- Lages, S. R. C. (2005). Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, Juiz de Fora.
- Nunes, J. L. F. (2006). **O empreendedorismo feminino e o estilo de liderança no Conselho da Mulher Empreendedora da Associação Comercial de Minas Gerais**. (Teses de Doutorado. Dissertações de Mestrado, Faculdade de Estudos Administrativos, Belo Horizonte, MG, Brasil).
- Maia, T. S. T., Maia, F. S. (2011). O Poder do Batom: estratégias de empreendedoras de salão de beleza. **Revista Reuna**, 16(3).
- Machado, H. V. (1999). Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. **Anais do Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração ENANPAD**, Foz do Iguaçu, 23.
- Oliveira, R. V., Gomes, D., Targino, I. (Org.) (2011). **Marchas e contramarchas da informalidade do trabalho: das origens às novas abordagens**. Editora Universitária da UFPB, 105-159.
- Porto, M. D. F. S. (2002). **De batom e salto alto: experiências de emancipação de mulheres empresárias**, Patos de Minas, 1980-1990 (Vol. 221). Annablume.
- Richardson, R. J. (1999). **Pesquisa Social: Métodos e técnicas**, 3 ed. Editora Atlas SA São Paulo.
- Sampaio, N. K. O.; Lariach O. A. R. (2020). **Empreendedorismo feminino: um estudo sobre a relevância de empreender**. V. 1 n 1 p 2-8.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (2019). **Empreendedorismo feminino no Brasil**. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019\\_v5.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf).
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (2021). **Empreendedorismo feminino no Brasil**. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQ\\_UIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4926fff9f6e08e087a86d4b820bd917/\\$File/30636.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQ_UIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4926fff9f6e08e087a86d4b820bd917/$File/30636.pdf).
- Acesso em dez 2021.
- Silva, A. J. H. D. (2014). Metodologia de pesquisa: conceitos gerais.
- Silveira, A., de Gouvêa, A. B. C. T. (2008). Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**.

Siqueira, J. P. L. D. (2013). ROCHA, Joyce Silva Leal da. TELLES, Renato. **Microempreendedorismo: Formalidade ou Informalidade.**

Simões, F. I. W., Hashimoto, F. (2012). Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX. **Revista Vozes dos Vales**, 1(2), 1-25. Disponível em [http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%C3%A7%C3%B5es-familiares-do-s%C3%A9culo-XX\\_fatima.pdf](http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura%C3%A7%C3%B5es-familiares-do-s%C3%A9culo-XX_fatima.pdf). Acesso em 15 nov 2021.

Sousa, M. Â. M. (2005). **Mulher empreendedora: o perfil extraído de casos de sucesso.**

Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 10, 44-64.

Verga, E., & Silva, L. F. S. D. (2014). Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 3(3), 3-30.

Zarpellon, S. C. (2010). O empreendedorismo e a teoria economia institucional. **Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía**, 1, 47-55.

### APÊNDICE A – Roteiro da entrevista

Nº	Pergunta
1	Em que momento da sua história você tomou a decisão de empreender? E qual foi a motivação?
2	Já teve alguma experiência prévia que colaborou para as atividades empresariais? Justifique.
3	No momento da tomada de decisão você se considera mais emotiva ou racional?
4	Como você se posiciona referente aos riscos?
5	A sua rotina de trabalho impacta o seu convívio familiar? Se sim, de que forma?
6	Você acredita que ser mulher dificulta na gestão empresarial ou ramo de atuação?
7	Você já sofreu algum tipo de preconceito por parte de fornecedores, clientes, familiares ou empregados?
8	Se você pudesse elencar os principais desafios sobre você como mulher empreendedora, quais seriam?
9	Houve algum tipo de solicitação de crédito a instituições financeiras ou a familiares?
10	Você recebeu ou recebe apoio de seus familiares e amigos (as). Que tipo de apoio?
11	Como você se enxerga como mulher empreendedora?
12	Como você lida com os desafios do empreendedorismo? Explicar as ações/estratégias utilizadas.
13	O que você faz para se diferenciar e se manter no mercado?
14	Qual o segredo para uma mulher de negócio ser bem-sucedida?