

MOTIVAÇÕES E DESAFIOS PARA O EMPREENDEDORISMO FEMININO NA CIDADE DE MACAÉ/RJ

MOTIVATIONS AND CHALLENGES FOR WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN MACAÉ/RJ

Recebido em 28.07.2022 Aprovado em 10.08.2022

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v10i2.55382>

Bianca Corrêa Florencio

biancacorrea@id.uff.br

Universidade Federal Fluminense – Macaé/RJ, Brasil

<http://orcid.org/0000-0002-6712-9744>

Renata Céli Moreira da Silva Paula

renataceli@id.uff.br

Universidade Federal Fluminense – Macaé/RJ, Brasil

<http://orcid.org/0000-0001-6041-3390>

Resumo

Este estudo teve o objetivo de identificar os principais motivos que levam empreendedoras a criar o seu próprio negócio e quais são os efeitos do empreendedorismo na vida delas. Foram realizadas entrevistas com mulheres empreendedoras do município de Macaé. Os resultados mostraram que as principais motivações para empreender são a falta de oportunidade em ser inserida no mercado de trabalho, a necessidade de ser provedora de sua própria renda, a flexibilidade de horário, poder gerir ações e ser reconhecida por seus esforços e poder dar oportunidade para outras mulheres através do seu negócio, com intuito de alcançar sua satisfação profissional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Macaé.

Abstract

This study aims to identify the main reasons that lead them to create their own business and what are the effects of entrepreneurship in their lives. Interviews were conducted with women entrepreneurs in the city of Macaé. The results show that the main motivations for becoming an entrepreneur are the lack of opportunity to be inserted in the labor market, the need to be a provider of their homes, flexible hours, being able to manage actions and be recognized for their efforts, give opportunities to other women through their business.

Keywords: Entrepreneurship. Women Entrepreneurship. Macaé.

Introdução

Nos últimos anos, as mulheres tiveram uma crescente participação no mercado de trabalho e no desenvolvimento econômico das nações (Sarfaraz, Faghieh, & Majd, 2014). Na área empreendedora, estudos do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mostram que as mulheres empreendedoras no Brasil ultrapassaram em quantidade o número de homens empreendedores (Gomes et al., 2014). Em outros países, como os Estados Unidos, as mulheres também possuem grande participação no mercado de trabalho empreendedor (Manolova, Brush, & Edelman, 2008).

Com isso, os estudos sobre empreendedorismo acompanharam essa evolução, passando a considerar também como objeto de estudo as mulheres. Neste contexto, muitos estudos realizam comparação entre os gêneros em relação ao empreendedorismo comparando comportamentos e características empreendedoras (Demartino & Barbato, 2003; Zampetakis et al., 2016; Bandeira, Amorim, & Oliveira, 2020), bem como oportunidades e desafios, já que ainda existe um grande desequilíbrio entre as oportunidades dadas a homens comparando-se com as mulheres (Wu & Chua, 2012).

Antes de 1970, as pesquisas na área empreendedora eram basicamente voltadas para o público masculino (Gomes et al., 2014). Porém, o campo de estudo de empreendedorismo feminino ainda é recente (Almeida & Gomes, 2011).

Segundo Bomfim e Teixeira (2015), “embora as estatísticas relacionadas ao empreendedorismo feminino pareçam encorajadoras, empreender não é uma tarefa fácil, são muitos os desafios encontrados pelas empreendedoras na gestão de seus negócios” (p. 48). Ainda existe uma grande diferença de tratamento e oportunidades entre os empreendedores homens e as mulheres (Wu & Chua, 2012). Silva et al. (2019) relatam a resiliência existente entre as empreendedoras.

Assim, foi definido como problemática de pesquisa: Qual a motivação para as mulheres se tornarem empreendedoras e quais são os efeitos do empreendedorismo na vida delas? Dessa forma, a presente pesquisa tem como objetivo principal, investigar a motivação das mulheres de Macaé para se tornarem empreendedoras e quais são os efeitos do empreendedorismo na vida delas. Como objetivos específicos destacam-se:

- Estudar sobre o que motivou as mulheres de Macaé a serem empreendedoras;
- Investigar quais foram os principais desafios que enfrentaram e ainda enfrentam ao empreender;
- Investigar quais são os pontos positivos e negativos de empreender;
- Investigar o que esperam do futuro como empreendedoras.

O presente trabalho está organizado em cinco partes. Neste item, é apresentada a introdução e contextualização do assunto, bem como o objetivo. Em seguida, é apresentado o referencial teórico com conceitos e teorias pertinentes ao presente estudo. O próximo item é a descrição dos procedimentos metodológicos adotados no trabalho, seguido da análise e discussão dos resultados. Por fim, as considerações finais são desenvolvidas, junto com as sugestões para futuras pesquisas.

Referencial Teórico

O referencial teórico foi construído com base nos seguintes temas: empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, empreendedorismo feminino e marketing.

Empreendedorismo

O empreendedorismo é um tema que tem chamado cada vez mais a atenção dos pesquisadores, devido a sua importância para a economia e sociedade (Miller, Steier, & Le Breton-Miller, 2016). De acordo com Baggio e Baggio (2014):

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e emoção. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas (p. 26).

As teorias sobre o tema do empreendedorismo podem ser divididas em dois tipos principais. A primeira é a teoria econômica, que aborda o empreendedorismo como importante para a economia. A segunda é a teoria comportamentalista, que pesquisa o empreendedorismo do ponto de vista do comportamento dos indivíduos (Baggio & Baggio, 2014). A teoria econômica surgiu com os estudos de Schumpeter e é bastante disseminada (Barros & Pereira, 2008).

Diversos estudos já foram realizados sobre as características e os traços de personalidade dos empreendedores. Os traços de personalidade podem até influenciar a propensão ao risco dos mesmos (Barbosa, Siena, & Lopes, 2020). Dentre as competências empreendedoras, autores citam: elaboração do modelo de negócio, propensão ao risco, capacidade de ver oportunidades e trabalhar em equipe, habilidade para vendas e aceitação e aprendizado com os erros (Cualheta, et al., 2020). Filion (2000) compara o perfil de gerentes com o perfil do empreendedor e mostra as principais diferenças. São elas:

- os gerentes se preocupam em realizar o trabalho para atingir as metas, enquanto os empreendedores criam as metas e as formas de alcançá-las;
- enquanto os gerentes se adaptam às mudanças, os empreendedores são os responsáveis por criar as mudanças;
- os empreendedores costumam desenvolver mais soluções criativas.

Trata-se de um tema tão relevante, que tem sido discutido como o ensino da temática ocorre nas instituições de ensino superior. Meneghatti (2020) identificou as principais dificuldades das universidades para formar empreendedores, como pode ser visto na Figura 1. O autor também investigou, junto aos estudantes, quais as suas maiores dificuldades para se tornar um empreendedor e foram citadas: entendimento de finanças e contabilidade, saber como ter ideias, iniciar um negócio e lidar com muitas questões concomitantemente, entendimento de como promover o negócio, falta de experiência, medo de fracassar e dificuldade em trabalhar em equipe.

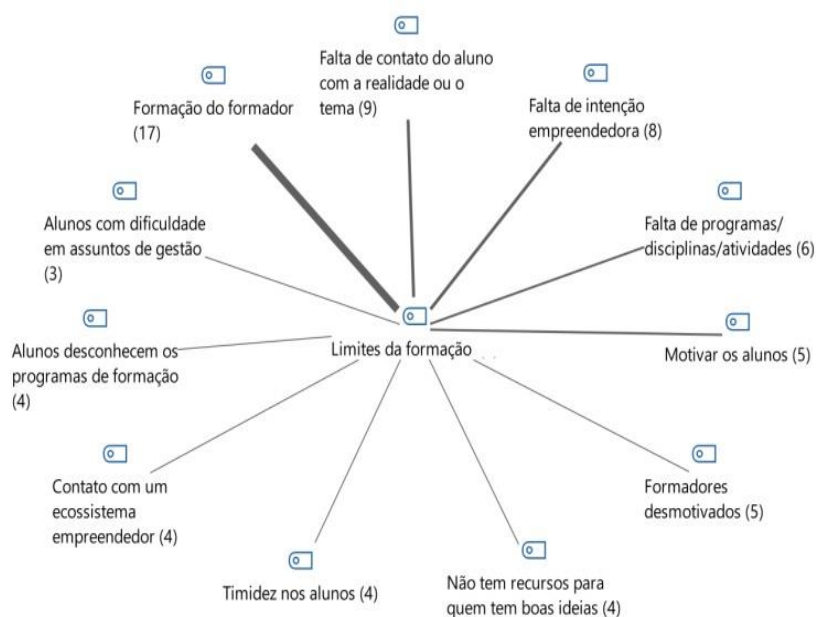


Figura 1 - Dificuldades para formar empreendedores

Fonte: Meneghatti (2020, p. 5)

Apesar dos desafios enfrentados, o ensino do tema em sala de aula é visto de maneira positiva para estimular as competências empreendedoras dos discentes (Matos et al., 2020). Guimarães Júnior (2019) destaca que, no geral, os empreendedores precisam trabalhar com muito planejamento, já que encaram diversos desafios e imprevistos e são indivíduos que podem usufruir de uma flexibilidade nos horários, apesar de estarem sempre com muitos compromissos diários. Protta e Thompson (2006) também ressaltam a questão da autonomia que o empreendedor pode usufruir, porém existe um custo, que é o da grande pressão que se tem ao gerenciar o próprio negócio.

A pesquisa de Rocha e Freitas (2014) apresentou resultados positivos em relação ao aprendizado do tema empreendedorismo. Os autores entrevistaram diversos universitários e verificaram que aqueles que fizeram parte do curso voltado para o ensino empreendedor desenvolveram mudanças em relação a características como grau de disposição para calcular e assumir riscos, perfil voltado para as práticas de inovação e habilidades de elaborar um planejamento para o negócio. Sánchez (2013) realizou um estudo com estudantes e os resultados mostraram que aqueles que participaram de um programa de ensino voltado para a educação empreendedora tinham mais propensão a se tornarem empreendedores e haviam desenvolvido mais características importantes do perfil empreendedor. Já a pesquisa de Eesley e Roberts (2012) apontou a importância de se ter uma experiência empreendedora para conduzir o próprio negócio, porém, em alguns contextos, o talento para o empreendedorismo pode auxiliar bastante na condução da empresa.

Empreendedorismo no Brasil

As motivações para empreender podem ser de dois tipos: criar um negócio por necessidade (como exemplo, o desemprego) ou por oportunidade (GEM, 2017). Tomar a decisão de empreender pode ser difícil, visto que prever e mensurar quais serão os ganhos vindos do negócio próprio pode ser mais incerto do que prever os ganhos advindos de um emprego formal (Berkhout, Hartog, & Praag, 2015).

No Brasil, existe uma grande quantidade de pessoas que inicia um novo negócio por questões de necessidade (Natividade, 2009). Machado et al. (2015) sublinham que muitos negócios novos no país são criados em períodos de crise financeira, pois representam momentos em que as pessoas perderam seus empregos e buscam alternativas para conseguir trabalhar e gerar renda. Porém, os autores observam que muitos negócios abertos num contexto de necessidade tendem a ser descontinuados com maior frequência do que quando o empreendedorismo ocorre por oportunidade.

Segundo diversos pesquisadores, o Brasil é um país com a cultura para o empreendedorismo, que ocorre de forma espontânea. Porém, o empreendedorismo precisa de incentivo, pois existem muitos desafios para uma pessoa que queira empreender, como a burocracia e a falta de confiança entre as pessoas (Baggio & Baggio, 2014), a baixa escolaridade, a falta de acesso a crédito e outros apoios financeiros (Natividade, 2009).

De acordo com pesquisa realizada por autores, foi visto que o empreendedorismo no Brasil auxilia no crescimento econômico de cada estado, mesmo os estados brasileiros com menor tamanho econômico (Almeida, Valadares, & Sediya, 2017). No Brasil, a maior parte dos negócios empreendedores pertence ao setor de serviços para o consumidor, seguido de negócios na indústria de transformação. De forma geral, são empreendimentos voltados para o consumidor final, ou seja, pessoa física. Algumas atividades são: restaurantes e serviços de catering, serviços da área de construção, negócios de beleza em geral (como cabeleireiro), serviços domésticos, negócios na área de vestuário, conserto de automóveis, dentre outros. Os empreendedores masculinos atuam com mais frequência nas atividades de restaurantes, conserto de automóveis, serviços da área de construção. Já as mulheres atuam com mais frequência nas atividades de restaurantes e serviços de catering, negócios na área de vestuário, serviços domésticos e negócios de beleza em geral (GEM, 2017).

Natividade (2009) destaca os pontos positivos do empreendedorismo do brasileiro:

A criatividade brasileira em buscar alternativas de sobrevivência, flexibilidade no enfrentamento das dificuldades de um clima econômico incerto e interesse em se informar, buscando conhecimentos não adquiridos na educação formal (p. 239).

Empreendedorismo Feminino

Segundo Silveira e Gouvêa (2008), existem diversos estudos sobre o tema empreendedorismo. As autoras sublinham que um tema dentro desta área que vem ganhando mais atenção para pesquisa é o empreendedorismo feminino. Dados divulgados mostram que, no Brasil, existem muitas mulheres abrindo seu próprio negócio (GEM, 2017).

Apesar de haver muitas mulheres empreendedoras no país, os estudos em relação ao tema ainda mostram o quanto elas sofrem preconceito por serem mulheres. As mulheres são ainda as principais responsáveis por cuidar dos filhos e da família, segundo uma visão da sociedade - que tem apresentado evoluções dessa visão no sentido de divisão de responsabilidades entre pais e mães. Neste contexto, muitos estudos sobre empreendedorismo feminino são voltados para o tema de conflito entre trabalho e família (Jonathan & Silva, 2007; Strobino & Teixeira, 2014; Teixeira & Bomfim, 2016). Por outro lado, Martins et al. (2010) alertam para uma necessidade de mudança nessa visão, para que “ambos os gêneros venham a atuar nesta área em situação de equilíbrio” (p. 288).

Martins et al. (2010) investigaram a trajetória de mulheres empreendedoras e encontraram os seguintes resultados:

- durante a trajetória empreendedora, aparecem inúmeros obstáculos;
- as entrevistadas possuem muita determinação para superação de obstáculos e alcance de objetivos;
- a necessidade econômica é importante muitas vezes para motivar a abertura do próprio negócio;
- empreender traz muitos aprendizados;
- limitações existentes no país para empreender;
- dificuldade de conciliação entre trabalho e vida familiar.

Carreira et al. (2015) também realizaram uma pesquisa para identificar as características das mulheres empreendedoras e foram encontradas as seguintes competências: “persistência, busca de oportunidades, iniciativa, comprometimento, persuasão e autoconfiança” (p. 6). Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) analisaram o discurso das participantes do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios do estado de Santa Catarina e identificaram relatos de inúmeras dificuldades para empreender como a falta de confiança nelas por serem mulheres (principalmente em setores vistos como masculinos) e a dificuldade de administrar o trabalho e a vida pessoal (em especial no que diz respeito à família, já que ainda são vistas como as responsáveis pelo cuidado com a família). Porém também foram vistos pontos positivos, como flexibilidade de horários e maior liberdade.

Silveira e Gouvêa (2008) fizeram entrevistas com mulheres empreendedoras na faixa etária de 33 a 54 anos com curso superior. Identificaram que, com frequência, as entrevistadas trabalham diariamente uma média de mais de nove horas e contribuem para o orçamento da família de igual para igual com seus parceiros. Os autores ressaltam sobre as entrevistadas:

Em relação às características necessárias para ser uma empreendedora de sucesso, elas consideram o conhecimento, a dedicação, a determinação e o constante aperfeiçoamento como elementos fundamentais para ser uma empreendedora de sucesso. As características entendidas como necessárias para o ato de empreender são: motivação, sonho, criatividade, ousadia, foco, competência, coragem, habilidade, persistência, dinamismo, versatilidade, conhecimento, preparo, aperfeiçoamento constante e muita perseverança (p. 134).

Procedimentos metodológicos

A presente pesquisa é exploratória, pois tem o objetivo de buscar mais informações sobre o fenômeno estudado, que ainda é recente e carece de maiores investigações (Gil, 2007). Segundo Malhotra (2012), “o objetivo da pesquisa exploratória é explorar ou fazer uma busca em um problema ou em uma situação a fim de oferecer informações e maior compreensão” (p. 59). Foi conduzida uma pesquisa qualitativa, que se trata de uma “metodologia de pesquisa

não estruturada e exploratória baseada em pequenas amostras que proporciona percepções e compreensão do contexto do problema” (Malhotra, 2012, p. 111).

Na etapa de coleta de dados, foram conduzidas entrevistas em profundidade guiadas por um roteiro semiestruturado. As entrevistas foram realizadas com mulheres empreendedoras no Município de Macaé, Estado do Rio de Janeiro. Esta etapa foi dividida em três partes:

- Elaboração do roteiro de entrevistas;
- Contato com as empreendedoras para agendar as entrevistas;
- Entrevista propriamente dita.

A elaboração do roteiro semiestruturado foi feita com base no referencial teórico e nos objetivos da pesquisa. O roteiro contou com 28 questões e abordou questões referentes ao negócio criado pelas entrevistadas, quais as motivações para abrir o próprio negócio, quais são os principais desafios na jornada, quais os pontos positivos e negativos de ser empreendedora e qual a relação entre o trabalho e a vida pessoal. O roteiro também abordou questões para identificar quais as perspectivas de futuro das entrevistadas em relação ao empreendedorismo.

A seleção das mulheres empreendedoras entrevistadas foi feita por conveniência e consistiu na pesquisa em redes sociais e feiras de microempreendedoras da região do estudo – cidade de Macaé no estado do Rio de Janeiro – para encontrar o público que poderia participar da pesquisa. As entrevistas foram realizadas por meio online. Foram entrevistadas no total 19 empreendedoras.

Os dados foram analisados logo após as entrevistas. Além da análise como um todo, foram analisadas as diferenças, semelhanças e alguns pontos individualizados. Todas as respostas foram baseadas na experiência individual de cada entrevistada. A análise dos dados seguiu as instruções dos autores Nicolaci-da-Costa, Romão-Dias e Di Luccio (2009).

Vale ressaltar que as entrevistadas não tiveram seus nomes identificados para garantir o anonimato. Sendo assim, elas foram identificadas com o nome “Entrevistada” e a letra “E” que significa “Empreendedora” seguida de sua numeração na lista, como exemplo: Entrevistada E1, Entrevistada E2, e assim por diante.

Apresentação e análise dos resultados

A análise dos resultados foi dividida em seis partes, a saber: perfil das entrevistadas, motivações para abrir o próprio negócio; desafios para abrir o próprio negócio; empreendedorismo feminino e a vida pessoal; pontos positivos e negativos de empreender e os principais aprendizados; perspectivas de futuro no empreendedorismo.

Perfil das entrevistadas

As 19 entrevistadas são todas mulheres empreendedoras na cidade de Macaé. Pode-se observar que, entre as entrevistadas, há mulheres com idade entre 19 e 59 anos. Dentre as entrevistadas, 09 são casadas com filhos, 03 são solteiras com filhos e 07 são solteiras sem filhos.

A quantidade de pessoas que reside com as entrevistadas varia entre apenas elas e cinco pessoas na mesma casa. A maioria das entrevistadas é a principal provedora de fonte de renda da família ou divide essa responsabilidade com os maridos.

Motivações para abrir o próprio negócio

A maioria das entrevistadas está empreendendo pela primeira vez. O tempo que estes empreendimentos estão ativos varia entre 06 meses até 28 anos. Algumas delas trabalhavam como CLT antes de pensarem em abrir o seu próprio negócio. Outras trabalhavam de carteira assinada ou eram servidoras públicas, e ao mesmo tempo como empreendedoras e dividiam o seu tempo nas duas funções. Pode ser observado, na Tabela 1, o tipo de negócio das entrevistadas.

Tabela 1 – Empreendimento das entrevistadas.

Empreendimento	Quantidade de entrevistadas
Vendedoras de doce gourmet	2
Trancista	2
Vendedora de acarajé	1
Proprietária da Clínica Gestar	1
Produtora de eventos	2
Esteticista	1
Proprietária de loja de roupas	1
Proprietária de empresa de assessoria de comunicação e imprensa	1
Produtora de infoprodutos	1
Revendedora	2
Consultora, assessora em gestão de carreira e produtora de eventos	1
Doceira	1
Empresária na parte estética	1
Produtora de festa infantil	1
Consultora de imagem e estilo plus size	1

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com as entrevistadas, os motivos para empreender foram muitos. O motivo mais citado foi sobre a questão do desemprego. Mediante a crise instalada no Brasil nos últimos tempos, o desemprego se tornou o motivo principal para que essas mulheres decidissem abrir seu próprio negócio, corroborando estudos que dizem que, no Brasil, muitos negócios se iniciam por razões de necessidade (Natividade, 2009). Outras motivações foram citadas, como: necessidade de aumentar a renda, maior flexibilidade de horários e a necessidade de ajudar outras mulheres com o intuito da sua realização profissional. Alguns depoimentos, a seguir, ilustram essa questão.

Necessidade de trabalho, como não estava conseguindo nada, decidi criar a minha própria oportunidade. Entrevistada E8 – TRANCISTA

A partir da necessidade de vestir identidade e atender uma demanda específica do mercado, que invisibiliza mulheres negras, Plus Size, pessoas racializadas. Entrevistada E9 – PROPRIETÁRIA DE LOJA DE ROUPA

Aumentar minha renda e trabalhar com algo que me trouxesse maior satisfação profissional. Entrevistada E14 – DOCEIRA

Buscou-se também analisar o porquê de as entrevistadas abrirem o seu negócio na área escolhida. A maioria delas respondeu que se trata de um produto que já fazia parte do seu cotidiano. Outras responderam que buscavam, através do seu negócio, dar oportunidade para outras mulheres empreenderem, ajudando na sua autoestima e fazendo com que todo conhecimento adquirido durante sua vida em outras funções, fosse aprimorado em seu próprio negócio.

Desafios para abrir o próprio negócio

Muitos desafios aparecem quando se resolve empreender, pois além do desafio de abrir um novo negócio, principalmente se iniciado do zero, tem o desafio da concorrência e de se manter no mercado. Durante as entrevistas, foi observado que as entrevistadas enfrentaram grandes desafios para iniciar seus empreendimentos e algumas delas ainda enfrentam desafios diariamente. Na Figura 2, é possível observar o grande número de entrevistadas que enfrentou dificuldade para criar seu próprio negócio.

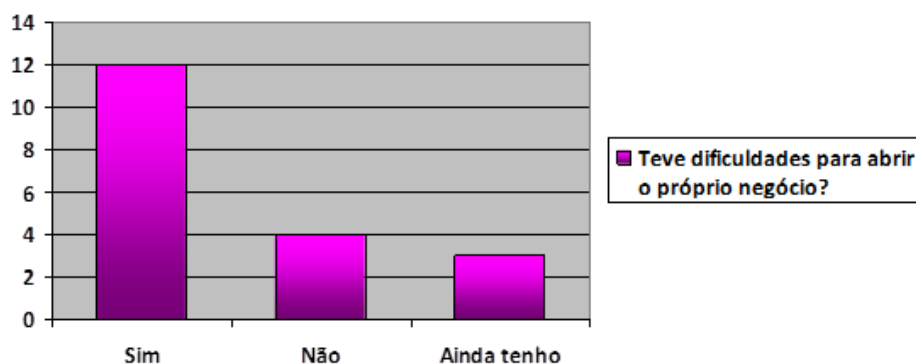


Figura 2 – Dificuldade para abrir o próprio negócio

Fonte: Dados da pesquisa

Dentre os principais desafios enfrentados ao se abrir o próprio negócio, todas as entrevistadas citaram a questão do investimento. Iniciar um empreendimento envolve um investimento inicial e isso não é algo simples. Algumas entrevistadas utilizaram rescisões recebidas de seus últimos trabalhos para dar início ao negócio próprio.

A mudança na rotina do dia a dia com a família, ter que investir, por exemplo, em cursos para se manterem sempre atualizadas, a burocracia para acertar documentações dos empreendimentos, são algumas dificuldades enfrentadas diariamente. Essas dificuldades já foram citadas em alguns estudos (Martins et al., 2010; Baggio & Baggio, 2014; Strobino & Teixeira, 2014; Teixeira & Bomfim, 2016). Contudo, segundo elas, o esforço gera uma recompensa.

A internet, hoje em dia, incorpora-se ao cotidiano da sociedade de maneira única, onde torna-se praticamente impossível realizar algo sem essa estrutura, seja do seguimento mais simples ao mais elaborado. Cada vez mais, as pessoas usam a internet para pesquisar melhores preços e buscar informações sobre produtos e serviços. Sendo assim, a comercialização de um produto não pode ocorrer sem que seja divulgado nas mídias digitais. Pensando nisso, o empreendedor utiliza o marketing na divulgação do seu produto e serviço para conquistar novos clientes e mantê-los. Porém, a maioria das entrevistadas não possui muito conhecimento na área de marketing, segundo os relatos. Apesar disto, as entrevistadas, de forma geral, utilizam as redes sociais para empreender e divulgar seus negócios. Muitos autores já relataram a importância do uso das mídias sociais pelas empresas (Hennig-Thurau et al., 2010; Lee & Song, 2010).

Empreendedorismo feminino e a vida pessoal

O empreendedorismo feminino teve crescimento significativo e isso inspirou muitas mulheres a ter o seu próprio negócio. Porém, muitas delas, para conquistar o seu espaço, tendem a enfrentar obstáculos que vão de problemas familiares até conciliar a vida pessoal com o trabalho (Jonathan & Silva, 2007; Alperstedt, Ferreira, & Serafim, 2014; Teixeira & Bomfim, 2016).

Nesta entrevista, foi feita uma pergunta referente à vida pessoal e a conciliação com trabalho. A maior parte das entrevistadas respondeu que o trabalho requer atenção e que já estava acostumada com a questão da ausência tanto em ocasiões familiares, na participação do crescimento dos filhos e convívio. Algumas trabalham com a ajuda de seus filhos e outros membros da família e, mesmo que cada um tenha uma função dentro da empresa em questão, estão sempre juntos e isso acaba suprimindo a necessidade de estar em família e ajudando na qualidade de vida.

Mesmo diante dos desafios que todo empreendedor enfrenta, a análise de resultados demonstrou que a maioria das entrevistadas se sente feliz e realizada com seus empreendimentos, como pode ser visto nos depoimentos das entrevistadas a seguir:

Eu sou muito feliz! Eu trabalho com o que eu amo nas duas vertentes, tanto com a Juvêncio produções, quanto coordenando a escola de artes, que foi a escola que eu me formei, onde é o meu alicerce né, a arte é o meu alicerce, então trabalhar com o que se ama é incrível, então eu sou muito, muito, muito feliz. Entrevistada E16 – PRODUTORA DE EVENTO

Sim, porque estou fazendo o que eu gosto. Entrevistada E18 – REVENDEDORA

Com certeza sim. Porque trabalhar me motiva a viver melhor, socializar melhora e dignifica qualquer pessoa. Entrevistada E1 – VENDEDORA DE DOCE GOURMET

Em geral, sou motivada pela autorrealização e pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente. Considero irresistíveis os novos empreendimentos e propor sempre ideias criativas, seguidas de ação. Posso afirmar que, na maioria das vezes, a minha motivação de empreender não é o dinheiro. Isso pode parecer hipócrita, mas é a mais pura verdade. Entrevistada E6 - PRODUTORA DE EVENTO

Pontos positivos e negativos de empreender e os principais aprendizados

Segundo as entrevistadas, empreender não é apenas abrir um negócio ou fazer algo que se gosta, é se dedicar, abdicar-se, enfrentar os pontos negativos e buscar conhecimentos (Silveira & Gouvêa, 2008). É saber ser grato pelos pontos positivos e buscar melhorias. Fazer o que gosta, mas também saber que, na maioria das vezes, seu sustento depende de que esse empreendimento dê certo. O relato das entrevistadas também mencionou que em relação ao empreendedorismo feminino existe certo tipo de preconceito.

Diante das respostas das entrevistadas, foram destacados quatro pontos positivos de empreender: ser responsável pela sua própria fonte de renda, ter o horário flexível, satisfazer os clientes com o seu produto e a autorrealização. A autorrealização foi citada por muitas entrevistadas, pois elas dão muito valor a trabalhar numa área que traz satisfação profissional e pessoal e se sentem muito realizadas por conseguirem obter sucesso em seus empreendimentos. Os depoimentos, a seguir, ilustram esse ponto.

Para mim, é saber que todo meu esforço é em benefício próprio e não para enriquecer uma outra pessoa. Conseguir fazer um trabalho remoto, de qualquer lugar que eu estiver e, sem dúvidas, colocar minhas ideias em prática sem precisar de validação de uma outra pessoa. Entrevistada E10 - PROPRIETÁRIA DA EMPRESA DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

É você constatar que você é capaz de realizar qualquer coisa, que o seu sucesso realmente e literalmente depende só de você. Não será livro de autoajuda ou frases de efeito que lhe farão ter

sucesso, mas sim o quanto você quer realizar os seus sonhos. O resto é disciplina. Entrevistada E11 – PRODUTORA DE INFOPRODUTOS

Promover e aproveitar as novas oportunidades nos negócios, colocando em prática seus sonhos e ideias. Buscar as melhores e mais inovadoras soluções. Ter capacidade de liderar, saber transmitir os valores, a missão e sua paixão pelo que faz. Entrevistada E13 – CONSULTORA, ASSESSORA EM GESTÃO DE CARREIRA, PRODUTORA DE EVENTO

Por outro lado, existem os pontos negativos de empreender. São eles: Ser responsável por todo o trabalho a ser executado, estar disposta a correr riscos, estar na linha de frente por olhares de reprovação quando se trata de uma mulher como empreendedora e, caso não haja um planejamento nas demandas diárias, todo o seu trabalho será em vão.

A seguir, dois depoimentos podem ser vistos que ilustram os pontos negativos relatados pelas entrevistadas.

O ponto negativo de empreender né, é o trabalho que dá né, é você ser responsável por tudo. Quando você não é dona do seu negócio, você só entra, faz o seu serviço, você é funcionário ou prestador de serviço e não se preocupa com o restante, com a luz que queima, com a porta que quebra, com o alarme que dispara, com datas de contas a vencer e com reuniões, com marketing, com contadores, sistema financeiro, basta trabalhar. Mas aí você também não tem autonomia, então o ponto negativo é o cuidado sem fim com seu negócio. Entrevistada E5 – PROPRIETÁRIA DA CLÍNICA GESTAR

Olhar de reprovação e desconfiança por achar que mulher não pode ser uma empreendedora. Entrevistada E17 – PRODUTORA DE FESTA INFANTIL

Perspectivas de futuro

A cidade de Macaé é conhecida como a Capital Nacional do Petróleo por sua conexão com empresas que possuem grandes interesses e contribuem na sua expansão e geração de riquezas para o Estado do Rio de Janeiro. Neste sentido, pode-se dizer que a cidade se tornou um importante lugar no quesito “empreender”. Muitas mulheres, em momentos de crise e desemprego, aproveitaram para se reinventarem e conseguirem o seu espaço no mundo empreendedor. Estudos mostraram que muitas pessoas iniciam um empreendimento por questões de necessidade (Natividade, 2009). Outras entrevistadas, que já estavam ativas em algum ramo específico, buscaram crescer e aprimorar seus conhecimentos através de cursos e, de alguma forma, ampliar seus negócios.

No processo de entrevista, buscou-se entender o ponto de vista das entrevistadas sobre como é empreender em Macaé. A maioria mencionou que o desafio é muito grande por ser altamente onerado e precisar ter um diferencial. É desafiador por existir competitividade no mesmo ramo de negócio. Foram destacados três relatos das empreendedoras:

Empreender não foi difícil, acho que foi como empreender em qualquer lugar, pelo menos na minha área. Macaé é uma cidade que tem muitos médicos, então tem muitas clínicas e realmente você tem que sobressair pela boa medicina, pela boa relação médico e paciente, com uma imagem íntegra, por fazer seu trabalho sempre baseado em evidências científicas, uma cobrança justa, mas não acho que foi difícil não, acho que foi como é em qualquer lugar quando a gente empreende em relação à área da saúde. Entrevistada E5 – PROPRIETÁRIA DA CLÍNICA GESTAR

Complicado e bom, complicado pois o público macaense se preocupa mais com o preço do que com a qualidade. Entrevistada E8 – TRANCISTA

Acho difícil, Macaé ainda é uma cidade com muitas referências coronelistas, onde o poder se encontra na mão de poucos e é muito mais difícil prosperar e levar negócios a frente sem

“apadrinhamentos”. Apesar do meu negócio estar em Macaé, atualmente a gente não tem clientes na cidade, atendemos clientes do Rio de Janeiro e São Paulo. Entrevistada E10 - PROPRIETÁRIA DA EMPRESA DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

Foi questionado também o que as entrevistadas esperam do futuro como empreendedoras. Mesmo com todos os desafios no dia a dia e toda superação alcançada, é nítida a satisfação de todas as entrevistadas, pois trabalham com o que gostam, satisfazendo os desejos dos clientes e dando oportunidade para outras pessoas.

O meu objetivo como empreendedora é conseguir montar um programa de incentivos ao ensino superior para jovem, conseguir formar o maior número de profissionais negros e começar uma corrente em que esses profissionais tendo ascensão na carreira, possam investir em outros jovens negros para que tenha a possibilidade de mudar suas histórias e de seus familiares. Esse será o meu legado como empreendedora. Entrevistada E11 - PRODUTORA DE INFOPRODUTOS

Espero melhorar e vencer sendo empreendedora. Que as pessoas percam o medo e se autodesafiem para vencer no futuro como empreendedoras. Entrevistada E18 – REVENDEDORA

Um futuro melhor, tenho certeza que chegarei lá. Entrevistada E4 - VENDEDORA DE ACARAJÉ

Considerações finais

O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque nos estudos de empreendedorismo no Brasil devido à relevância do tema. Muitas mulheres se inseriram no mercado de trabalho (Sarfraz, Faghieh, & Majd, 2014) e têm atuado como empreendedoras (GEM, 2017). Apesar disso, ainda existe grande desequilíbrio entre oportunidades oferecidas a homens e mulheres (Wu & Chua, 2012), já que as mulheres ainda são vistas, de maneira geral, como as cuidadoras do lar. Assim, para elas, é difícil administrar esses dois lados da vida, o do trabalho e o pessoal (Strobino & Teixeira, 2014; Teixeira & Bomfim, 2016).

Nesse contexto, o presente estudo buscou investigar as motivações para o empreendedorismo feminino na cidade de Macaé – RJ e quais são os desafios para empreender do ponto de vista das mulheres empreendedoras. Macaé é uma cidade no Estado do Rio de Janeiro, conhecida como a Capital Nacional do Petróleo. Portanto, é uma cidade que chama atenção por suas atividades empresariais, sendo um local importante para desenvolver pesquisas sobre empreendedorismo, em especial o empreendedorismo feminino.

Para a presente pesquisa, foram realizadas entrevistas em profundidade guiadas por um roteiro semiestruturado com 19 mulheres que abriram o próprio negócio no município. As entrevistadas foram selecionadas por meio de pesquisa em redes sociais e feiras regionais de microempreendedoras.

Entre as principais motivações relatadas pelas entrevistadas para abrir o próprio negócio estão: o grande índice do desemprego (motivação mais citada), a necessidade de serem as provedoras de suas próprias fontes de renda, ajudar outras mulheres que buscam empreender a alcançarem sua realização profissional e a flexibilidade de horários. Autores já mencionaram que, no Brasil, muitas pessoas empreendem por razões de necessidade, como a perda de um emprego (Natividade, 2009) e, na presente pesquisa, esse fenômeno foi observado, pois a maior parte das entrevistadas mencionou como principal motivação a falta de emprego.

As entrevistadas relataram que existem desafios para empreender, como a mudança na rotina e no convívio com a família, a necessidade de investimento em cursos para adquirir conhecimento e a burocracia existente. Porém, o maior desafio citado por elas é o investimento inicial para abrir o seu próprio negócio. Natividade (2009) citou os problemas existentes no Brasil para quem busca empreender, como a falta de acesso a crédito e incentivos financeiros. Em relação ao convívio familiar, muitas entrevistadas relataram que já estavam acostumadas com a

ausência em eventos familiares, mostrando como a mulher ainda precisa se equilibrar entre trabalho e vida pessoal (Teixeira & Bomfim, 2016), pois os papéis ainda não estão divididos de maneira justa na sociedade. As entrevistadas também relataram que trabalham com alguns familiares e o ambiente de trabalho acaba se tornando um meio de convívio entre eles.

Muitas entrevistadas relataram não possuir conhecimento em marketing, porém utilizam as redes sociais para promover o negócio e conquistar e manter os clientes. Apesar dos desafios de empreender, existem pontos positivos, como liberdade, autonomia, autorrealização e satisfação em trabalhar em uma área que goste.

O presente trabalho possui relevância do ponto de vista acadêmico, pois contribui para pesquisas na área do empreendedorismo feminino. Como o trabalho tem o foco específico na cidade de Macaé, ele traz resultados relevantes que dizem respeito à cidade, que ainda carece de estudos sobre o tema. Ainda em relação à cidade de Macaé, o presente estudo pode fornecer insights sobre o tema para auxiliar a cidade a como fornecer melhor estrutura e apoio a essas empreendedoras.

O estudo também é relevante para quem atua na área de empreendedorismo ou quem pretende atuar, mostrando como as empreendedoras criaram seu próprio negócio, quais os desafios enfrentados e os aprendizados. Sendo assim, pode fornecer material e ideias para que futuras empreendedoras saibam como agir em determinadas situações.

Como sugestão para futuros estudos, seria importante investigar o empreendedorismo feminino em cidades próximas ao município de Macaé e realizar uma pesquisa quantitativa com uma maior quantidade de entrevistadas. Vale também investigar o empreendedorismo feminino em outros estados do país e fazer um estudo comparativo. Outra sugestão seria realizar um estudo de caso com alguns negócios empreendedores para analisar de forma mais detalhada como o negócio foi criado e como ocorre sua gestão.

Referências

- Almeida, F. M., Valadares, J. L., & Sediya, G. A. S. (2017). A contribuição do empreendedorismo para o crescimento econômico dos estados brasileiros. *REGPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(3), 466-494.
- Almeida, I. C., & Gomes, A. F. (2011). Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. *Anais do XXXV Encontro da ANPAD*, Rio de Janeiro: ANPAD.
- 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.
- Bandeira, P. B., Amorim, M. V., & Oliveira, M. Z. (2020). Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia, Organizações e Trabalho*, 20(3), 2020.
- Barbosa, R. A. P., Siena, O., & Lopes, R. M. A. (2020). A influência dos traços de personalidade na propensão ao risco de empreendedores. *Anais do XLIV Encontro da Anpad*.
- Barros, A. A., & Pereira, C. M. M. A. (2008). Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 12(4), 975-993.
- Berkhout, P. H. G., Hartog, J., & Praag, M. V. (2015). Entrepreneurship and Financial Incentives of Return, Risk, and Skew. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40(2).
- Bomfim, L. C. S., & Teixeira, R. M. (2015). Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 9(2), 48-69.
- Carreira, S. S., Franzoni, A. B., Esper, A. J. F., Pacheco, D. C., Gramkow, F. B., & Carreira, M. F. (2015). Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *NAVUS: Revista de Gestão e Tecnologia*, 5(2), 6-13.

- Cualheta, L. P., Abbad, G. S., Faiad, C., & Borges Junior, C. V. (2020). Competências empreendedoras: construção de uma escala de avaliação. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(1), 158-180.
- Demartino, R., & Barbato, R. (2003). Differences Between Women and Men MBA Entrepreneurs: Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 815-832.
- Eesley, C. E., & Roberts, E. B. (2012). Talent versus Experience Explain Entrepreneurial Performance? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 6(3).
- Filion, L. J. (2000). Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 7(3), 2-7.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Empreendedorismo no Brasil - 2016*. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP.
- Gil, A. C. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Araujo, U. P., & Martins, C. M. F. (2014). Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 16(51), 319-342.
- Guimarães Júnior, E. H. (2019). Como os empreendedores trabalham: uma leitura psicodinâmica da organização do trabalho de um grupo de empreendedores. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(1), 149-175.
- Hennig-Thurau, T., Malthouse, E. C., Friege, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). The impact of new media on customer relationships. *Journal of Service Research*, 13(3), 311-330.
- Jonathan, E. G., & Silva, T. M. R. (2007). Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicologia & Sociedade*, 19(1), 77-84.
- Lee, Y. L., & Song, S. (2010). An empirical investigation of electronic word-of-mouth: Informational motive and corporate response strategy. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1073-1080.
- Machado, C. G., Cruz, D. B. F., Chinelato, F. B., & Silva, L. C. F. (2015). Empreendedorismo em Cenários Complexos: Uma Visão da Realidade Atual e Futura no Brasil a Partir de Análise Comparativa. *Revista de Administração IMED*, 5(2), 153-165.
- Malhotra, N. (2012). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 6a edição. Porto Alegre: Bookman.
- Manolova, T. S., Brush, C. G., & Edelman, L. F. (2008). What do women entrepreneurs want? *Strategic Change*, 17(3/4).
- Martins, C. B., Crnkovic, L. H., Pizzinatto, N. K., & Maccari, E. A. (2010). Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. *Revista de Administração da UFSM*, 3(2), 288-302.
- Matos, C. M. F., Lizote, S. A., Zawadzki, P., & Teston, S. F. (2020). Influência da disciplina de empreendedorismo na autoeficácia e nas competências empreendedoras de acadêmicos da área da saúde. *Anais do VII Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho*.
- Meneghetti, M. R. (2020). Os limites do ensino de empreendedorismo nas instituições de ensino superior: a visão de formadores e alunos. *Anais do XLIV Encontro da Anpad*.
- Miller, D., Steier, L., & Le Breton-Miller, I. (2016). What can scholars of entrepreneurship learn from sound family businesses? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40(3), 445-455.
- Natividade, D. R. (2009). Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *RAP - Revista de Administração Pública*, 43(1), 231-256.
- Nicolaci-da-Costa, A. M., Romão-Dias, D., & Di Luccio, F. (2009). Uso de Entrevistas On-Line no Método de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS). *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 22(1).
- Prottas, D. J., & Thompson, C. A. (2006). Stress, Satisfaction, and the Work-Family Interface: A Comparison of Self-Employed Business Owners, Independents, and Organizational Employees. *Journal of Occupational Health Psychology*, 11(4), 366-378.
- Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486.

- Sánchez, J. C. (2013). The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3).
- Sarfaraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between Women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 1-6.
- Silva, P. M. M., El-Aouar, W. A., Silva, A. W. P., Castro, A. B. C., & Sousa, J. C. (2019). A resiliência no empreendedorismo feminino. *Revista Eletrônica Gestão & Sociedade*, 13(34), 2629-2649.
- Silveira, A., & Gouvêa, A. B. C. T. (2008). Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. *Revista de Administração FACES Journal*, 7(3), 124-138.
- Strobino, M. R. C., & Teixeira, R. M. (2014). Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. *Revista de Administração*, 49(1), 59-76.
- 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(1), 44-64.
- Wu, Z., & Chua, J. H. (2012). Second-order gender effects: the case of US small Business borrowing cost. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(3), 443-463.
- Zampetakis, L. A., Bakatsaki, M., Kafetsios, K., & Moustakis, V. (2016). Sex differences in entrepreneurs' business growth intentions: an identity approach. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(29).

Nota de Agradecimentos: As autoras agradecem à Faperj pela bolsa de IC que possibilitou a pesquisa.