

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL
UNIDADE EM FREDERICO WESTPHALEN
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

MICHELE ZANELLA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um estudo das mulheres empreendedoras do
município de Palmitinho -RS**

FREDERICO WESTPHALEN

2023

MICHELE ZANELLA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um estudo das mulheres empreendedoras do município de Palmitinho -RS.

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Administração Pública da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Unidade em Frederico Westphalen como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração Pública.

Orientadora: Prof. Dr. Samba Sané.

FREDERICO WESTPHALEN

2023

MICHELE ZANELLA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um estudo das mulheres empreendedoras do município de Palmitinho -RS.

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Administração Pública da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Unidade em Frederico Westphalen como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração Pública.

Orientador: Prof. Dr. Samba Sané.

Aprovada em: / /

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Professor Dr. Samba Sané.
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul

Professora Me. Analisa Tiburski Sommer
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul

Professora Dra. Karine Daiane Zingler
Universidade Estadual Do Rio Grande Do Sul

Catálogo de Publicação na Fonte

Z28e	<p>Zanella, Michele. Empreendedorismo feminino: Um estudo das mulheres empreendedoras do município de Palmitinho -RS. / Michele Zanella. – Frederico Westphalen, 2023. 49 f., il.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Samba Sané.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Curso de Bacharelado em Administração Pública, Unidade em Frederico Westphalen, 2023.</p> <p>1. Empreendedorismo Feminino. 2. Perfil Empreendedor. 3. Administração pública. I. Sané, Samba. II. Título.</p>
------	---

Catálogo elaborada pela bibliotecária Carina Lima CRB10/1905

AGRADECIMENTOS

Queridos familiares, amigos, e todos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho de conclusão de curso, é com imensa gratidão que expresso meus sinceros agradecimentos. Primeiramente, à minha família, por seu apoio incondicional, paciência e incentivo ao longo dessa jornada. Sem a base sólida que vocês proporcionaram, este feito não teria sido possível.

Agradeço a Deus pela força, sabedoria e orientação divina que me guiaram durante todo o processo. Sua presença constante foi a luz que iluminou os caminhos desafiadores e as etapas complexas deste trabalho.

Às empresas que generosamente abriram suas portas para a realização da pesquisa, meu profundo agradecimento. A colaboração de vocês não apenas enriqueceu este estudo, mas também fortaleceu a conexão entre teoria e prática, proporcionando uma experiência valiosa e aplicável ao mundo real.

Agradeço também aos dedicados professores que, com seu conhecimento e orientação, moldaram meu pensamento crítico e me incentivaram a ir além dos limites acadêmicos. Suas contribuições foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Este é um momento de celebração e reconhecimento, e cada um de vocês teve um papel vital nesta conquista. Que este seja apenas o começo de uma jornada repleta de aprendizado e realizações. Obrigado a todos por fazerem parte desta trajetória e por tornarem este trabalho uma realidade concreta e significativa.

RESUMO

O estudo buscou investigar o perfil das mulheres empreendedoras no Município de Palmitinho, Estado do Rio Grande do Sul, abordando características essenciais das mulheres que se aventuram no mundo dos negócios. A pesquisa foi realizada de forma descritiva com uma abordagem qualitativa e quantitativa, baseada em um estudo de caso. Os resultados apontam que as mulheres empreendedoras envolvidas no estudo exibem uma variedade de características fundamentais para aqueles que aspiram a se tornar empreendedores. São atributos coletivos que ressaltam não apenas a importância da presença feminina no cenário empreendedor, mas também a influência positiva que as mulheres empreendedoras exercem na construção de empresas sólidas e inovadoras. O estudo demonstra que as mulheres empreendedoras que participaram deste estudo se alinham de maneira notável às recomendações descritas na literatura especializada sobre o perfil empreendedor. Essa convergência é crucial, pois sugere que essas empreendedoras incorporam características e competências identificadas como determinantes para o sucesso nos empreendimentos, como sendo um aspecto que favorece o aumento substancialmente as perspectivas de sucesso para os empreendimentos liderados por mulheres, destacando a importância de reconhecer e incentivar essas características-chave no desenvolvimento de negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Perfil Empreendedor.

ABSTRACT

The study sought to scrutinize the profile of women entrepreneurs in the Municipality of Palmitinho, State of Rio Grande do Sul, addressing essential characteristics of women who venture into the world of business. The research was carried out in a descriptive way with a qualitative and quantitative approach, based on a case study. The results indicate that the women entrepreneurs involved in the study exhibit a variety of fundamental characteristics for those who aspire to become entrepreneurs. These are collective attributes that highlight not only the importance of the female presence in the entrepreneurial scenario, but also the positive influence that female entrepreneurs have on building solid and innovative companies. The study demonstrates that the women entrepreneurs who participated in this study remarkably align with the recommendations described in the specialized literature on the entrepreneurial profile. This convergence is crucial, as it suggests that these entrepreneurs incorporate characteristics and skills identified as determining success in their ventures, as being an aspect that favors substantially increasing the prospects of success for ventures led by women, highlighting the importance of recognizing and encouraging these key characteristics in business development.

Keywords: Female Entrepreneurship; Entrepreneurial Profile.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mulheres Empregadoras (em milhões e % no total de mulheres que são DN)	19
Figura 2 - Tipos de Pesquisa.....	22
Figura 3 – Localização geográfica de Palmitinho – RS.....	27
Figura 4 – Perfil econômico.....	28
Figura 5 – Atividades desempenhadas pela comunidade local.....	29
Figura 6 - Características escolares dos participantes.....	30
Figura 7 - Levantamento "empreendedorismo feminino no brasil 2022.".....	31
Figura 8 - Faixa etária das participantes da pesquisa.....	32
Figura 9 - Estado civil das mulheres pesquisadas.....	33
Figura 10 - Responsabilidade pela família.....	33
Figura 11 - Mais da metade das donas de negócios são chefes de domicílio.....	34
Figura 12 - Atividade comercial.....	35
Figura 13 - Mais da metade das donas de negócios atuam com serviços.....	35
Figura 14 - Tempo de atuação da empresa.....	36
Figura 15 - Enquadramento empresarial dos estabelecimentos.....	37
Figura 16 – Horas dedicadas ao empreendimento.....	37
Figura 17 - Horas dedicadas a família.....	37
Figura 18 - Horas dedicadas a si.....	38
Figura 19 - Fatores que impulsionaram abrir um negócio.....	38

Figura 20 - Características do perfil feminino empreendedor.....	40
Figura 21 - Desafios e dificuldades enfrentados.....	41

SUMÁRIO

1 Introdução	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 HISTÓRICO DO EMPREENDEDORISMO.....	13
2.2 INSERÇÃO DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO BRASIL	14
2.3 PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS.....	16
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	20
3.1.1 Tipos de Pesquisa.....	21
3.2 PESQUISA EXPLORÁTORIA	24
3.3 PESQUISA DESCRITIVA	25
3.4 PESQUISA EXPLICATIVA.....	25
3.5 ESTUDO DE CASO	25
3.6 COLETA DE DADOS	26
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	30
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
7 APÊNDICE	47

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino no Brasil tem se destacado cada vez mais nos últimos anos, representando uma força significativa na economia do país. Para compreender a importância desse fenômeno, é necessário contextualizá-lo dentro do cenário brasileiro e analisar os desafios e oportunidades que as mulheres empreendedoras enfrentam. Através de notícia divulgada pela Agência SEBRAE de Notícias, 2003, no 3º trimestre do ano passado havia 10,3 milhões de mulheres donas de negócios no país, o número da história. Significando que as mulheres representavam 34,4% de donos de negócios no país, próximo do recorde de 34,8%, verificado no 2º trimestre de 2019.

É importante destacar que, historicamente, as mulheres enfrentaram diversas barreiras para ingressar no mundo dos negócios no Brasil. Estereótipos de gênero, desigualdades salariais e a falta de acesso a recursos financeiros e educacionais têm sido obstáculos significativos. No entanto, a persistência e a determinação das mulheres empreendedoras têm superado esses obstáculos, e hoje elas representam uma parcela considerável do empreendedorismo brasileiro.

Conforme CNN Brasil, (2023, p. 03) “Além destes fatores, o We Cities indica a restrição de acesso a capital, custos elevados para empréstimos e o número limitado de investidores como obstáculos.” O empreendedorismo feminino desempenha um papel fundamental na redução das desigualdades de gênero. À medida que mais mulheres se tornam empreendedoras bem-sucedidas, elas quebram estereótipos e inspiram outras a seguir o mesmo caminho. Isso ajuda a criar uma sociedade mais igualitária, onde homens e mulheres têm as mesmas oportunidades de sucesso nos negócios.

Outro ponto relevante é o impacto na comunidade. Muitas mulheres empreendedoras estão envolvidas em projetos sociais e têm uma visão de negócios que vai além do lucro. Elas frequentemente se dedicam a causas como a promoção da educação, o empoderamento das mulheres e o desenvolvimento de comunidades carentes, contribuindo assim para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva.

Conforme CNN Brasil, (2023, p. 07) “O empreendedorismo oferece às mulheres a oportunidade de alcançar independência financeira e tomar decisões em relação à sua carreira, aumentando a sua autoconfiança e capacidade de influenciar positivamente sua vida”, ressalta Letícia Deus que “as mulheres empreendedoras não só geram oportunidades de emprego para si mesmas, mas também contratam outras pessoas, ajudando a impulsionar a economia local e

a comunidade em geral". (2003, p. 1). Em resumo, a contextualização do empreendedorismo feminino no Brasil revela sua crescente importância não apenas como um motor de crescimento econômico, mas também como um agente de mudança social e igualdade de gênero.

Promover o empreendedorismo feminino não é apenas uma questão de justiça, mas também uma estratégia inteligente para o desenvolvimento sustentável do país. Portanto, é crucial que o Brasil continue a apoiar e a incentivar as mulheres empreendedoras, removendo barreiras e criando um ambiente propício para seu sucesso contínuo.

O tema escolhido para este estudo é o "Empreendedorismo Feminino", com foco em entender e analisar o perfil das mulheres empreendedoras na região específica do município de Palmitinho, localizado no estado do Rio Grande do Sul.

A delimitação do tema restringe a investigação ao contexto específico das mulheres empreendedoras em Palmitinho - RS. Este recorte geográfico proporcionará uma análise mais aprofundada e contextualizada, permitindo uma compreensão mais precisa das dinâmicas do empreendedorismo feminino nesse cenário local.

Diante da crescente presença feminina no cenário empreendedor, o problema de pesquisa aborda a seguinte questão: "Quais são os desafios, oportunidades e características do empreendedorismo feminino no município de Palmitinho - RS?"

A relevância desta pesquisa reside na importância de compreender o papel das mulheres no empreendedorismo, especialmente em uma localidade específica como Palmitinho. Compreender os desafios e as oportunidades enfrentados pelas empreendedoras femininas nesta região contribuirá para a promoção de políticas e ações mais eficazes de apoio ao empreendedorismo feminino.

Além disso, este estudo também pode fornecer percepções valiosas para empresárias, organizações locais e governamentais, ajudando-as a desenvolver estratégias mais alinhadas às necessidades das mulheres empreendedoras em Palmitinho.

O objetivo geral deste trabalho é analisar o perfil das mulheres empreendedoras no município de Palmitinho - RS, identificando os principais desafios, oportunidades e características do empreendedorismo feminino nessa localidade.

E, os objetivos específicos definidos para esse efeito são os seguintes:

- Analisar os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no contexto local.
- Avaliar as oportunidades disponíveis para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino em Palmitinho.
- Identificar os setores de atividade mais frequentes entre as empreendedoras, caracterizando o perfil empreendedor das mulheres nesta região, considerando aspectos como educação, experiência profissional e motivações para empreender.

Ao cumprir esses objetivos, espera-se contribuir para uma compreensão mais holística do empreendedorismo feminino em Palmitinho, fornecendo subsídios para o desenvolvimento de políticas e práticas que promovam a igualdade de gênero e impulsionem o crescimento econômico sustentável na região.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste trabalho vai abordar as questões que retratam o histórico e evolução do empreendedorismo, a inserção das mulheres empreendedoras no Brasil e o perfil que elas apresentam.

2.1 HISTÓRICO DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma força motriz por trás do crescimento econômico e da inovação em todo o mundo.

Ser empreendedor é aquele que se encontra sempre em estado de alerta para descobrir e explorar novas oportunidades. A capacidade de estar alerta constitui a principal característica dos empreendedores, pois são sempre os primeiros a identificar oportunidades lucrativas de negócios. Sabem comprar em um determinado local e vender em diferentes locais ou em momentos distintos; compram insumos e vendem produtos processados, etc. Assim procedendo, empenham-se em levar o mercado em direção a uma posição de equilíbrio, embora esta jamais seja alcançada. (KIRZNER, 1979, p. 878)

Esse capítulo apresentará uma visão geral do histórico do empreendedorismo, destacando os principais marcos ao longo do tempo. O papel de empreendedor, independentemente do gênero, é usualmente relacionado a atitudes como propensão ao risco, destemor, ousadia e inovação. (CAMARGO; FERREIRA, LOURENÇO, 2018, p. 190)

O empreendedorismo tem raízes profundas na história da humanidade. Na Idade Antiga, os empreendedores eram frequentemente comerciantes que viajavam por longas distâncias para trocar bens e mercadorias. As rotas comerciais, como a Rota da Seda, foram essenciais para o desenvolvimento do comércio global e ilustram a importância dos empreendedores na expansão das atividades comerciais.

O empreendedorismo como conceito formalizado e estudado só começou a ganhar destaque nos séculos XIX e XX. No entanto, o século XVIII foi uma época de mudanças significativas nas esferas econômicas e sociais, que criaram condições propícias para o surgimento de práticas empreendedoras. Com o surgimento das fábricas e da produção em massa, os empreendedores desempenharam papéis fundamentais na introdução de novas tecnologias e no desenvolvimento de indústrias inteiramente novas, como a indústria ferroviária e têxtil.

No século XX, o empreendedorismo foi moldado por inovações tecnológicas e pela expansão dos mercados globais. Nesse período, viu-se empreendedores notáveis, como Henry

Ford, cuja introdução da linha de montagem revolucionou a produção de automóveis. Além disso, o advento da computação pessoal e da internet marcou uma revolução no empreendedorismo. A era da informação trouxe um novo tipo de empreendedorismo, com a criação de empresas de tecnologia, como a Apple e a Microsoft, lideradas por visionários como Steve Jobs e Bill Gates.

O advento da era digital nas últimas décadas do século XX e início do século XXI transformou radicalmente o cenário empreendedor. A internet possibilitou o surgimento de empreendedores que criaram empresas inovadoras, como Google, Amazon, Facebook e muitas outras, demonstrando como a era digital não apenas transformou a natureza dos negócios, mas também abriu novas possibilidades e desafios para empreendedores em todo o mundo. Além disso, a economia compartilhada, exemplificada por empresas como Uber e Airbnb, demonstra a capacidade do empreendedorismo de se adaptar às mudanças nas demandas do mercado, bem como o ambiente digital oferece um terreno fértil para a inovação e o crescimento empreendedor.

Apesar das reconhecidas limitações dos paradigmas econômicos dominantes, as contribuições da economia moderna existem e não podem ser subestimadas. Subjacente a elas existe, geralmente, a percepção de que o empreendedor é um ator fundamental nas decisões que envolvem o uso e a coordenação de recursos escassos em uma dada economia. (VALE, 2014, p. 878)

Assim o empreendedorismo continua a desempenhar um papel vital na economia global. A ênfase na inovação, sustentabilidade e responsabilidade social está moldando a forma como os empreendedores abordam os desafios e oportunidades do mundo contemporâneo. Além disso, as startups estão desempenhando um papel cada vez mais importante na economia, com centros de inovação e ecossistemas de empreendedorismo surgindo em todo o mundo.

Em resumo, o histórico do empreendedorismo é uma narrativa de inovação, adaptação e mudança ao longo da história. O papel do empreendedor é “fazer novas coisas ou de fazer as coisas que já vinham sendo feitas de novas maneira” (Schumpeter, 1991, p. 412). Os empreendedores desempenharam papéis cruciais na formação da economia global e continuarão a fazê-lo à medida que enfrentamos novos desafios e oportunidades no futuro.

2.2 INSERÇÃO DAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO BRASIL

Algumas políticas públicas propiciaram mudanças e minimizaram o cenário de vulnerabilidade desse grupo nos últimos anos. As mulheres têm sido beneficiadas por um

conjunto de programas de políticas públicas que tentam promover melhores condições e igualdade de gênero no trabalho (Marone e Zouain, 2009, p. 234, *apud* Bruschini, Lombardi e Unbehaum, 2003).

A participação equânime do sexo feminino no âmbito de labor leva a encontrar desafios para a execução das políticas por deparar-se com:

Salários inferiores aos dos homens, mesmo ocupando a mesma posição profissional; os cuidados com espaço privado e alterações que vêm ocorrendo na estrutura familiar; o desemprego, participação elevada no mercado informal e em ocupações precárias e/ou sem remuneração, revelando a má qualidade das condições do trabalho feminino e alterações no padrão da divisão sexual do trabalho; mudanças sociodemográficas; a diversidade étnico-racial, entre outras. (BARONE; ZOUAIN, 2009, p. 234)

Muitas deste gênero, que se sentem encorajadas antigamente, encontravam barreiras devido as dificuldades e cuidados necessários com à família, muitas vezes optam por empreender para conciliar os afazeres domésticos, e profissionais. Mas diante de algumas circunstâncias, nem sempre alcançam as metas estabelecidas, tornando-se uma incógnita as condições socioeconômicas consequentemente levando a empreendedora a buscar um emprego por estabilidade e segurança financeira.

As mulheres geralmente abandonam o seu trabalho com alto nível de desapontamento, e entusiasmada com o novo empreendimento, o que torna a transição difícil. Sendo que na maioria dos casos, o motivo é a busca por motivação pessoal. “O potencial econômico do empreendedorismo feminino brasileiro é significativo, pois quando se consideram ambos os setores da economia - o formal e informal – os negócios possuídos por mulheres chegam a constituir quase a metade desse universo” (Jonathan, 2005, p. 273, *apud* Organization for Economic Co-operation and Development- OECD, 1998)

A realidade com o decorrer dos anos está mudando, segundo Loiola, 2016 a crescente participação do gênero feminino no empreendedorismo está relacionada à inúmeros fatores como a inclusão no mercado de trabalho, a menor quantidade de filhos, atenuação do tamanho das famílias, e até mesmo a gradação de famílias sem filhos ou unipessoais, além do aprimoramento educacional e a globalização. O empreendedorismo feminino apresenta uma modificação na composição das empresas, sendo estável o número de novas empresas, e nesse número, pouco mais são os números de homens empreendedores.

Vale reiterar que normalmente as empresas desenvolvidas e gerenciadas pelas mulheres buscam além do sustento das suas famílias promover melhorias na vida de pessoas que vivem em situações de miséria, de doença e até mesmo de violência (Coleti; Moraes; Silva, 2021, p. 28, *apud* Floriano, 2013).

Segundo estudos o sucesso alcançado por empresas lideradas por mulheres está diretamente relacionado ao planejamento, isso é porque o sexo feminino preza por planejamento e visa entender o mercado de atuação. “Ademais, as mulheres costumam se empenhar e dedicar mais tempo aos estudos, fator esse que possivelmente contribui para a posse de uma empresa.” (Coleti; Moraes; Silva, 2021, p. 28, *apud* Koibessi, 2010)

“É visível o quanto a participação feminina nos pequenos negócios tem proporcionado contribuições nas esferas econômica e social, levando-os a discutir quais as razões e fatores que influenciam as mulheres a gerenciarem os seus negócios de forma diferenciada dos empreendedores masculinos.” (COLETI; MORAIS; SILVA, 2021, p. 28)

Outro aspecto a ser observado é a diferença na maneira de empreender entre mulheres e homens, o gênero feminino tem capacidade de persuasão, além de preocupar-se com clientes e fornecedores, contribuindo com o crescimento da empresa.

2.3 PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

No ambiente de micro e pequenas empresas, o sexo feminino vem tomando espaço na sociedade, para Coletti, Moraes, Silva, 2021, p. 35 *apud* Borges, Barroso e Moreira (2012) uma das motivações que leva um indivíduo a empreender é a independência financeira, não necessariamente a mais importante. Em algumas situações existe no imaginário desta pessoa o desejo de ter o seu próprio negócio, assumir riscos, demonstrar seu potencial a sociedade, aplicar o seu conhecimento do mercado, desenvolver novas habilidades (técnicas, humanas e estratégicas) e superar desafios, como também, poderá existir a ausência de oportunidades.

As características das mulheres empreendedoras se destacam através da gestão descentralizada, participativa e prezada no cuidado, as quais resultam em discernimento na gestão e perspicácia em resolver incompatibilidades que venham a surgir.

As mulheres em geral, possuem como características naturais maior empatia, compreensão, sensibilidade e comprometimento, facilitando e cativando o relacionamento com os clientes, fornecedores e comunidade. Além de ser hábil para executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades, serem proativas, flexíveis, dedicadas e

persistentes. O *ser mulher* e o *ser empreendedora* são produções sociais configuradas e que possuem significados únicos atribuídos pelo próprio indivíduo, que confere um sentido único a suas experiências (Ferreira; Nogueira, p. 183, 2013).

O sexo feminino se constitui como um contraponto à exclusão do gênero no processo sucessório de empresas, do ponto de vista psicossocial, as empreendedoras inovam, pois ao criarem ou assumirem a liderança de seus próprios empreendimentos transpõem o denominado teto de vidro, um obstáculo simbólico que dificulta a ascensão das mulheres a altos níveis da administração empresarial. (Morrison, White, & Van Velsor, p. 67, 1987)

O diagnóstico de como as mulheres contemporâneas lidam com a multiplicidade de papéis sugere a relevância que conferem ao ato de fazer escolhas sem pressões ou cobranças. Alguns dos comportamentos gerenciais das mesmas se caracterizam por:

i) ter objetivos definidos e amplos, entre eles segurança e satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, ética do cuidar e responsabilidade social; ii) manter as estruturas organizacionais simples, informais, horizontais e descentralizadas, dando ênfase à cooperação, à integração e aos relacionamentos interpessoais; iii) adotar estratégias inovadoras em busca de qualidade e da satisfação de todos os envolvidos; iv) empregar muitas mulheres; v) exercer uma liderança interativa e cooperativa, facilitando a adoção de um processo decisório participativo. (JONATHAN, 2011, p. 69 *apud* MACHADO)

Vale observar que estas mulheres se dedicam a construir um laço de bons relacionamentos. Apoiadas em relações amistosas, calorosas, embora respeitadas e profissionais com os funcionários, as mesmas exercem uma liderança interativa, caracterizada por aderirem a hierarquia e por sensibilidade às demandas e sugestões dos funcionários, possuem diálogos abertos, pautados em transparência de informação, ética, sinceridade, confiança e cooperação. Dessa forma, fica evidente que a liderança das empreendedoras se caracteriza por ser o exercício do poder com os outros e não do poder sobre os outros. (Jonathan, 2011, p. 77)

O empoderamento adquirido pelas empreendedoras se dá pelo apoio emocional, mediado por mecanismos de conscientização, fortalecimento da identidade social e resgate/incremento da autoestima.

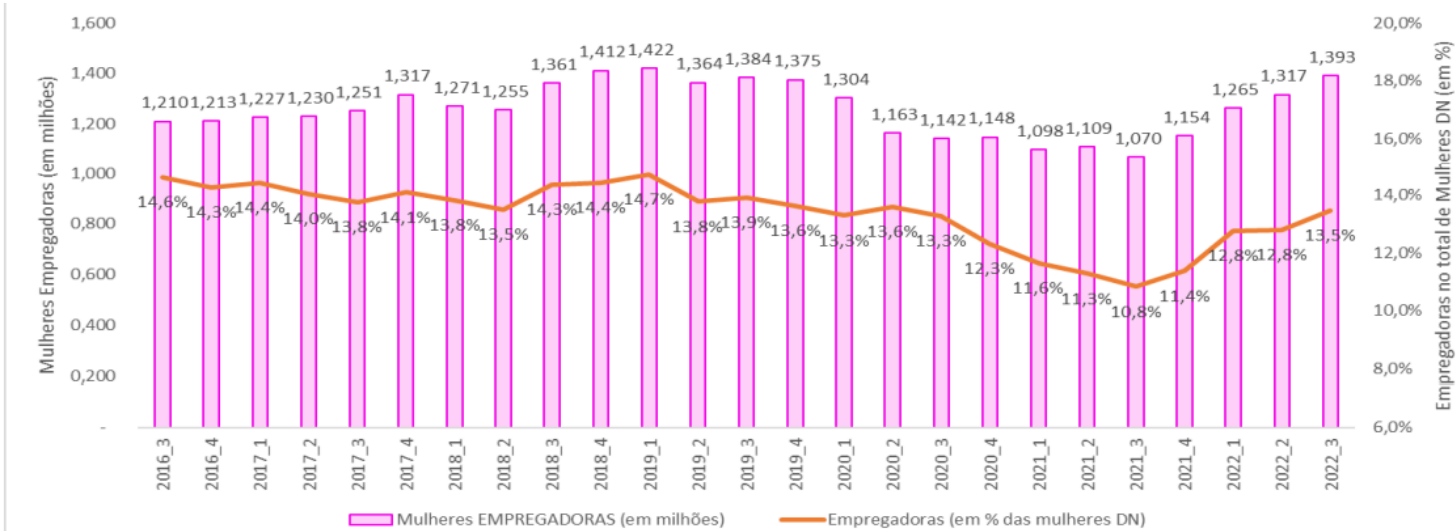
A constatação da marcante presença dos empreendimentos sociais brasileiros comandados por mulheres nas áreas de desenvolvimento econômico/geração de renda e de participação cidadã/direitos humanos sugere uma quebra da visão estereotipada de que no empreendedorismo social feminino a atividade das mulheres é orientada por compaixão e altruísmo. (Jonathan, 2011, *apud* Najafizadeh & Mennerick, 2003; Oppedisano, 2004, p. 79)

O conjunto de fatores que motivam as mulheres a serem empreendedoras se caracteriza por complexidade e variedade. Com uma atitude proativa, as empreendedoras buscam realizar seu potencial profissional e pessoal e o empreendimento próprio as desafia a imprimir seus próprios valores e formas de agir e a exercer sua capacidade de decisão. Segundo, SEBRAE, (2023, p.3):

- Atingiu-se o recorde de mulheres Donas de Negócios (10.344.858 mulheres) • Atingiu-se o recorde de homens Donos de Negócios (19.690.601 homens) • Atingiu-se o recorde de homens + mulheres DN (30.035.459 pessoas) • Foi o 4º trimestre consecutivo com aumento do número de mulheres empregadoras (1.392.678 empregadoras): expansão de 30%, contra 8% no caso dos homens empregadores, nos últimos 4 trimestres. • As regiões sudeste e sul “puxaram” expansão das DN mulheres (superaram o pico anterior, recorde) • As DN mulheres atingiram o MAIOR nível na posição de “chefe de domicílio” da série histórica, recorde (51%) • As DN mulheres atingiram o MENOR nível de pessoas na posição de “cônjuge” da série histórica, recorde (34%) • Os DN homens atingiram o MENOR nível na posição de “chefe de domicílio” da série histórica, recorde (55%) • Os DN homens atingiram o MAIOR nível de pessoas na posição de “cônjuge” da série histórica, recorde (27%) • Em sua maioria, as mulheres continuam trabalhando sozinhas, sem empregados (87%) • Quando possuem empregados, as mulheres continuam com menos empregados que os homens (negócios menores) • Nos últimos 6 anos, a proporção de mulheres DN com superior passou de 22% para 28% (6 pontos a mais) • Nos últimos 6 anos, a proporção de homens DN com superior passou de 14% para 17% (3 pontos a mais) • Mulheres e homens atingiram o nível mais baixo de escolaridade “ensino fundamental”, recorde (22% e 37% respectivamente) • A proporção de DN mulheres que trabalha no setor de serviços atingiu o recorde da série histórica (53% x 36% no caso dos homens) • As DN mulheres continuam trabalhando menos horas semanais no negócio que os DN homens • As DN mulheres continuam proporcionalmente mais jovens e estão há menos tempo na atividade empreendedora que os DN homens • As DN mulheres continuam ganhando um rendimento médio real menor que a dos DN homens, na maioria dos setores e segmentos. • Mas no III trim/22, atingimos valor recorde em termos de rendimento médio dos DN, tanto para homens como para mulheres.

Pode-se perceber que apesar das dificuldades já enfrentadas, houve um avanço na posição do sexo feminino no campo empresarial. Como apresentado pelo Sebrae (2023), o ano de 2022 foi alcançado o recorde de mulheres donas do seu próprio negócio, resultado pela busca de condições melhores. A figura abaixo traz esses dados para uma melhor visibilidade desse crescimento acentuado das mulheres enquanto empreendedoras, donas de seus negócios.

Figura I – Mulheres Empregadoras (em milhões e % no total de mulheres que são DN)



Fonte: SEBRAE, 2023.

Conforme apresentado pela figura acima, podemos perceber a mulher empreendedora como líder do próprio negócio e assume o papel de empregadora personifica a força e a resiliência femininas no mundo dos negócios. Essas visionárias não apenas quebram barreiras, mas também moldam ambientes de trabalho que refletem sua dedicação, visão e compaixão. Ao estabelecerem suas empresas, não apenas buscam o sucesso pessoal, mas também abrem portas para oportunidades de emprego, contribuindo para o crescimento econômico e a criação de comunidades mais robustas.

A mulher empreendedora e empregadora não só gerencia as complexidades do mercado, mas também se destaca ao promover uma cultura organizacional inclusiva, onde a diversidade é celebrada e as habilidades são reconhecidas independentemente do gênero. Seu impacto vai além dos números e alcança a inspiração de futuras gerações, demonstrando que o empreendedorismo feminino não é apenas uma escolha, mas uma poderosa ferramenta para transformar realidades e construir um mundo empresarial mais equitativo.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

São “os procedimentos metodológicos que visam identificar e agrupar dados e informações necessárias para o desenvolvimento e consecução dos objetivos das pesquisas” (JUNIOR, 2014, p. 7). Metodologia de pesquisa se refere à construção do conhecimento, como o mesmo é adquirido em determinada área de abordagem. É a escolha que o pesquisador realizou para abordar o objeto do estudo.

Segundo Marconi e Lakatos (2003, p.83):

Assim o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros - traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

Método planejado, organizado e que permita às pessoas entender como esse conhecimento foi produzido e a legitimidade do setor obtido. É um conjunto de abordagens, técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática.

O método é um conjunto de procedimentos sistemáticos no qual os questionamentos são utilizados com critérios de caráter científico, para termos fidedignidade dos dados, envolvendo princípios e normas que possam orientar e possibilitar condições ao pesquisador, na realização de seus trabalhos, para que o resultado seja de forma confiável e tenha maior possibilidade de ser generalizado para outros casos (ROVER, 2006, p.8).

A metodologia empregada neste trabalho foi de pesquisa bibliográfica que se adaptaram ao objetivo deste estudo, e uma pesquisa descritiva, exploratória e qualitativa onde foi possível obter uma maior explicação sobre o assunto abordado no trabalho. “As definições relacionadas ao processo de classificação da pesquisa indicam ao pesquisador os métodos de coleta e as técnicas de análise dos dados que serão utilizados para a consecução do estudo” (SILVA, 2014, p. 19).

Foi realizado um questionário para esta pesquisa junto às mulheres empreendedoras num processo cauteloso e inclusivo, visando capturar uma ampla gama de perspectivas e experiências. Durante a implementação, foram adotadas estratégias que promoveram a acessibilidade e a diversidade de participação, considerando as diversas realidades enfrentadas por mulheres empreendedoras em diferentes setores e contextos socioeconômicos.

A coleta de dados foi conduzida de maneira ética e respeitosa, garantindo a confidencialidade das respostas e incentivando a expressão franca das experiências das participantes. A realização do questionário não apenas buscou obter informações quantitativas, mas também se esforçou para capturar narrativas qualitativas valiosas, enriquecendo assim a compreensão das complexidades e oportunidades únicas enfrentadas pelas mulheres que lideram e impulsionam negócios empreendedores.

3.1 PESQUISA DE ABORDAGEM QUALITATIVA

A pesquisa realizada neste estudo é de abordagem qualitativa com materiais bibliográficos e documentais, a qual está relacionada com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, e não com representação numérica. A mesma está ligada com realidades, contextos específicos.

Normalmente são implementadas técnicas de coleta, codificação e análise de dados, que têm como meta gerar resultados a partir dos significados dos fenômenos estudados, sem a manifestação de preocupações com a frequência com que os fenômenos se repetem no contexto do estudo. Os atores sociais envolvidos na pesquisa são levados a refletir sobre suas ações e as consequências dessas ações para a realidade na qual estão inseridos (SILVA, 2014, p. 20).

Segundo Júnior (2014), este método não trabalha com dados estatísticos para analisar o problema, e sim visa avaliar e apresentar as adversidades do estudo. Os estudos de pesquisa qualitativa diferem entre si quanto ao método, a forma e aos objetivos. O desenvolvimento de um estudo de pesquisa qualitativa supõe de um corte temporal-espacial de determinado fenômeno por parte do pesquisador, neste caso foi sobre o perfil das mulheres empreendedoras no Município de Palmitinho - RS.

3.1.1 Tipos de Pesquisa

Afim de buscar melhorar as maneiras de decifrar e avaliar os assuntos a serem investigados, podemos identificar os seguintes tipos de pesquisa: exploratórias e descritivas.

As estratégias de pesquisa são as maneiras pelas quais o estudo é conduzido, principalmente na obtenção dos dados. São delineamentos característicos de cada estratégia que facilitam a sua identificação. Também não são excludentes e podem ser utilizados em conjunto na mesma pesquisa (JÚNIOR, 2014, p. 6).

As formas de buscar informações e de apresentá-las, são distintas, com métodos e intuítos diferentes, isso se define de acordo com o assunto escolhido para ser explorado. No

entanto, em algumas destas análises, os tipos de pesquisa, podem somar-se afim de apresentar de forma mais amplas os resultados obtidos, como os apresentados na figura II.

Figura II– Tipos de Pesquisa

	Exploratória	Descritiva	Experimental
Tipos de dados ou informações	Informações usualmente qualitativas, mas há a possibilidade de outros tipos de dados.	Dados usualmente quantitativos, mas com a alternativa de uso de informações qualitativas.	Dados essencialmente quantitativos.
Influência do pesquisador na coleta e nos resultados.	O pesquisador interage diretamente com o fenômeno estudado, modificando-o.	O pesquisador evita interferir na realidade estudada.	O pesquisador não interfere nos experimentos, mas manipula variáveis, modificando a realidade de dada amostra.
Noção de amostra e representatividade	Estudos essencialmente qualitativos não tem preocupação com generalização de resultados para além da população estudada.	Dados quantitativos necessitam de amostra representativa para a população estudada.	Dados quantitativos necessitam de amostra representativa para a população estudada.
Entendimento do problema X previsão de comportamentos	Preocupação com o entendimento sobre a natureza do problema estudado, sobre como se dá o fenômeno.	Preocupa-se com a previsão de comportamentos. Os dados são úteis quando servem como base para a tomada de decisão segura.	Preocupa-se com a previsão de comportamentos. Os dados são úteis quando servem como base para a tomada de decisão segura.
Tendências (uso da internet e métodos)	A internet e os métodos informatizados surgem não apenas para a coleta	A internet e os métodos informatizados	A internet e os métodos informatizados

informatizados)	de dados e informações, mas também para a realização de análises.	surgem não apenas para a coleta de dados e informações, mas também para a realização de análises.	surgem não apenas para a coleta de dados e informações, mas também para a realização de análises.
Pontos fortes	Explora um novo espaço de conhecimento, sem a pretensão de apresentar dados conclusivos.	Visa descrever ou a mapear uma realidade de mercado, oferecendo um retrato fiel desta realidade.	Seu ideal é a apresentação de dados conclusivos sobre um problema, estabelecendo relações de causa e efeito.

Fonte: BRUST-RENK; STEIN, TONETTO, (2014, p. 182)

A figura II apresenta as semelhanças e diferenças relativas aos tipos de pesquisas, dando destaque a uma integração e comparação e é explanado, apresentado a maneira que melhor se insere na pesquisa. “Ratifica-se que o que define a escolha do método é o foco da pesquisa. Existem métodos adequados a cada tipo de problema, restando ao pesquisador a tarefa de conhecê-los e de saber indicá-los quando preciso.” (BRUST-RENK; STEIN; TONETTO, 2014, p. 193).

O estudo se deu através de pesquisas exploratória e descritiva com embasamento de informações bibliográficas e documentais, com isso, foi realizado um estudo de caso onde foram coletadas informações para o epílogo.

Seus resultados alcançados, se difere de acordo com a sua apresentação e representatividade, ou seja, a intenção é a adesão ao tipo ideal ao seu estudo. Gilgun (2005), cita que o método escolhido para os estudos, é deliberado através do problema de pesquisa, e não por outro meio, não é o pesquisador que por preferência define o tipo da pesquisa, e sim, a orientação teórica.

3.2 PESQUISA EXPLORÁTORIA

A pesquisa exploratória se difere por buscar obter dados sobre a natureza de algum problema, visa entender os processos de como acontece o fenômeno e não busca criar hipóteses ou predições, e sim visa compreender o processo.

A coleta de informações em pesquisas exploratórias ocorre, em estudos de consumo, muito comumente em uma perspectiva etnográfica, por meio de observações participante e não participante, de entrevistas informais e casuais, de diários de informações e da inserção do pesquisador no ambiente natural dos consumidores. A utilização dessas técnicas usualmente tem longa duração, podendo chegar a meses de pesquisa. O uso desses procedimentos visa a permitir que o fenômeno observado seja conhecido com espontaneidade e vivido como um incidente, pois o pesquisador é o instrumento chave para a coleta do material de pesquisa e sua análise (BRUST-RENK, 2014, p. 183).

Envolve além de pesquisa bibliográfica, atribui em suas características entrevistas, pesquisas de campo. “A pesquisa exploratória, embora facilite uma maior familiaridade entre o pesquisador e o tema pesquisado, pode ser uma pesquisa bastante específica, assumindo muitas vezes a proporção de um estudo de caso em consonância com o assunto abordado” (DEL-MASSO, COTTA E SANTOS, 2014, p. 10). A intenção está em buscar informações de um determinado grupo de pessoas, que possam fornecer informações pertinentes aos objetivos investigados.

Desenvolvidos por meio de pesquisas bibliográficas, com denso diagnóstico na literatura; por conversas com outros pesquisadores especialistas na área, buscando informações sobre as especificidades do fenômeno pesquisado, e por meio da condução de entrevistas com grupos focais (SILVA, 2014, p. 21).

Seu objetivo é buscar os porquês dos processos ou dos problemas, portanto, se torna uma pesquisa mais demorada, e com menor aproveitamento dos dados coletados, mas, com maior eficácia ao demonstrar os dados em pesquisa. A pesquisa exploratória aconteceu com a aplicação de uma pesquisa semiestrutura com o intuito de deixar cada entrevistado mais à vontade, e possibilitando explorar mais sobre os assuntos abordados.

Através dos relatos e informações pertinentes de cada pesquisado foi possível adquirir as informações exploratórias para a pesquisa, por haver uma familiaridade entre empresa e empregado, possibilitando ao funcionário difundir a realidade da empresa.

3.3 PESQUISA DESCRITIVA

Acontece através da obtenção de informações de indivíduos e por meio de levantamento de dados, se caracteriza por buscar respostas a um fenômeno definido e relatar a sua realidade. Segundo Filho (2008, p. 539), *apud* Gil (1996, p. 46) "as pesquisas descritivas visam à descrição das características de determinada população ou fenômeno, e têm por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população".

Em suma, usa do confronto de informações para obter resultados e os analisar. "A pesquisa descritiva tem por objetivo descrever as características do objeto que está sendo estudado e proporcionar uma nova visão sobre essa realidade já existente" (DEL-MASSO, COTTA E SANTOS, 2014, p. 10). Está acontecendo no momento em que apresento e descrevo as características do fenômeno a ser estudado, e demonstro por fim, as suas relações e seus resultados.

3.4 PESQUISA EXPLICATIVA

A pesquisa explicativa registra, analisa e interpreta os resultados adquiridos. Sonda as informações e causas do estudo a ser apresentado, visando encontrar a razão e o porquê, com o intuito de melhor apresentar e explicar o objeto de estudo.

A pesquisa explicativa é aquela que aprofunda o conhecimento de uma dada realidade buscando os métodos experimentais que explicam a razão e os motivos dos fenômenos. Além disso, busca identificar suas causas, seja através da aplicação do método experimental/matemático, seja através da interpretação possibilitada pelos métodos qualitativos (DEL-MASSO, COTTA E SANTOS, 2014, p. 11).

Através da análise e interpretações de bases, busca apresentar a realidade do fenômeno, o porquê e a sua razão. O principal interesse da pesquisa explicativa é apresentar de maneira geral um determinado fato e proporcionar de uma maneira mais facilitadora o entendimento do assunto.

3.5 ESTUDO DE CASO

A pesquisa se caracteriza como um estudo de caso por ter sido realizado alguns questionários em empresas no município de Palmitinho, as quais geridas e criadas por mulheres. Neste sentido, "Um estudo de caso é uma história de um fenômeno passado ou atual, elaborada a partir de múltiplas fontes de provas, que pode incluir dados da observação

direta e entrevistas sistemáticas, bem como pesquisas em arquivos públicos e privados” (VOSS; TSIKRIKTSIS; FROHLICH, 2002, p 11).

O estudo de caso “é sustentado por um referencial teórico, que orienta as questões e proposições do estudo, reúne uma gama de informações obtidas através de diversas técnicas de levantamento de dados e evidências” (FREITAS; JABBOUR, 2010, p.5, *apud* MARTINS, 2008). Foi optado pelo estudo de caso a fim de reunir maiores informações, para analisar o histórico da empresa, sua criação, a gestão realizada e todo o êxito alcançado.

3.6 COLETA DE DADOS

Com o intuito de acrescer sobre o estudo, foi realizado uma pesquisa de campo com objetivo de alcançar o maior número de empresárias, considerando este o público alvo da pesquisa, com o intuito de coletar dados e buscar informações mais palpáveis, podendo por fim analisá-las e apresentá-las no decorrer do trabalho.

Segundo Welter (2014, p. 39), *apud* Marconi e Lakatos (2006), Toda pesquisa implica levantamento de dados de várias fontes, quaisquer que sejam os métodos ou técnicas empregadas, e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais. Os dados utilizados para a pesquisa foram levantados através de todo o estudo bibliográfico, e principalmente ao dispor de todos os questionários realizados para explorar informações mais reais.

“A coleta de dados é rigorosamente controlada pelo experimentador, ao passo que no Estudo de Caso o pesquisador entra no mundo do indivíduo observando a atividade da vida real, o que não significa menor rigor na coleta e análise dos dados” (PEREIRA; GODOY e TERÇARIOL, 2009, p. 425). Visa instituir uma ligação com o estudo, através de técnicas de pesquisas específicas, podendo constatar a originalidade das informações a serem apresentadas.

O instrumento para a coleta de dados se deu através de uma pesquisa de campo com 16 mulheres empreendedoras do município de Palmitinho, onde foram aplicados questionários formais e parlatórios informais.

3.7 CARACTERIZAÇÃO DO CENÁRIO DA PESQUISA

A pesquisa foi aplicada às mulheres que empreenderam e possuem seus empreendimentos ativos até então, optando-se por realizar no município de Palmitinho por haver destaque de empreendimentos criados e gerenciados pelo sexo feminino.

Figura III – Localização geográfica de Palmitinho – RS.



Fonte: IBGE, 2021.

A figura III representa a parte do mapa do Brasil, o qual apresenta o Estado do Rio Grande do Sul e no noroeste deste Estado pode-se observar uma marcação em marrom, a qual está situado o município de Palmitinho que contempla a amostra da pesquisa realizada. O estudo foi realizado com mulheres empreendedoras da cidade de Palmitinho – Rio Grande do Sul.

Palmitinho é um município brasileiro do interior do estado do Rio Grande do Sul, segundo dados do Sebrae, 2021, fundado em 04 de outubro de 1887, Região Sul do país. Localiza-se na microrregião do Médio Alto Uruguai. A cidade é essencialmente agrícola, onde sua maior renda advém do ICMS da agricultura, sendo conhecida como a capital do suíno, devido ser o maior alojador de suínos do estado do Rio Grande do Sul.

De acordo com estimativas do IBGE referente ao ano de 2022, o município de Palmitinho conta com 7.839 munícipes. Já em relação ao território e ambiente os dados assinalam que a cidade apresenta 45.7% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 93.3% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 17.3% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). (IBGE, 2020).

Em 2021, o salário médio mensal era de 1.8 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 26.3%. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 33.9% da população nessas condições. (IBGE, 2020).

O perfil econômico de Palmitinho emerge como um mosaico vibrante, onde diversos setores convergem para impulsionar o desenvolvimento local. Ao desvendar os números que delineiam a economia desta cidade, somos convidados a compreender não apenas a diversidade dos setores em atividade, mas também as interconexões que sustentam o crescimento e a prosperidade de Palmitinho, que atualmente se apresenta da seguinte forma:

Figura IV – Perfil econômico.

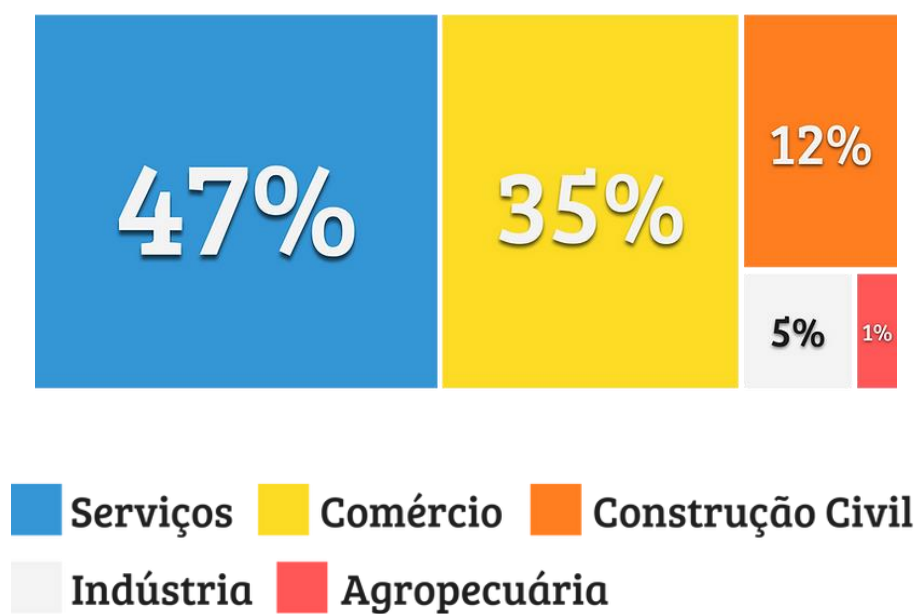
SETOR	QUANTIDADE
Indústria	38
Construção Civil	97
Comércio	273
Serviços	371
Agropecuária	08
Total	787

Fonte: Prefeitura Municipal de Palmitinho, 2023

O perfil econômico de Palmitinho, conforme evidenciado no gráfico, revela uma diversidade notável nos setores que impulsionam a economia local. O setor de serviços emerge como um protagonista, liderando com 371 unidades, destacando a importância das atividades de prestação de serviços na região. O comércio também desempenha um papel significativo, representando 273 estabelecimentos e evidenciando uma robusta atividade comercial. A construção civil, com 97 unidades, acompanhado de 38 unidades na indústria, além disso, a agropecuária com 08 estabelecimentos, ressalta a relevância do setor primário na economia local. Em conjunto, esses dados refletem um ecossistema econômico equilibrado e dinâmico, onde diferentes setores convergem para impulsionar o desenvolvimento sustentável

de Palmitinho. Desta forma a participação do número de empresa por setor fica distribuído da seguinte forma:

Figura V – Atividades desempenhadas pela comunidade local.



Fonte: Prefeitura Municipal de Palmitinho, 2023

O município de Palmitinho apresenta um perfil econômico diversificado, refletindo a pluralidade de atividades desempenhadas pela comunidade local. A agricultura desempenha um papel central na economia, mas o comércio e os serviços desempenham um papel vital na dinâmica econômica de Palmitinho. Pequenos negócios locais, como lojas, restaurantes e prestadores de serviços, contribuem para a geração de empregos e para o fortalecimento da economia local.

Diante disto, ao começar as visitas na empresa foi possível identificar que a maioria dos empreendimentos eram geridas/administradas por mulheres. Desta forma, mulheres empreendedoras foram escolhidas para esta pesquisa devido à crescente importância e impacto significativo que elas têm demonstrado no cenário empresarial contemporâneo e no município, visando destacar suas trajetórias inspiradoras, estratégias bem-sucedidas, e as distintas contribuições que oferecem para o desenvolvimento econômico e social.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estudo foi direcionado para 16 mulheres gaúchas, no município de Palmitinho, as quais possuem empreendimentos em diferentes setores da economia. Foram definidos alguns critérios a serem abordados para aplicar a pesquisa:

- Traços empreendedores;
- Atividade Comercial;
- Fundamentos para o empreendimento;
- Configuração do negócio;
- Atributos empresariais;
- Dificuldades no empreendedorismo feminino.

Desta forma, para a coleta de dados foi realizado um questionário, englobando as categorias acima mencionadas. Após a interpretação dos dados, os resultados foram apresentados em forma de tabelas e gráficos. Apresenta-se então os resultados iniciando-se com as características escolares dos inquiridos, apresentados na figura VI.

FIGURA VI– Características escolares dos participantes

Pós-Graduação	13,33%
Superior Completo	73,34%
2º Grau Completo	13,33%

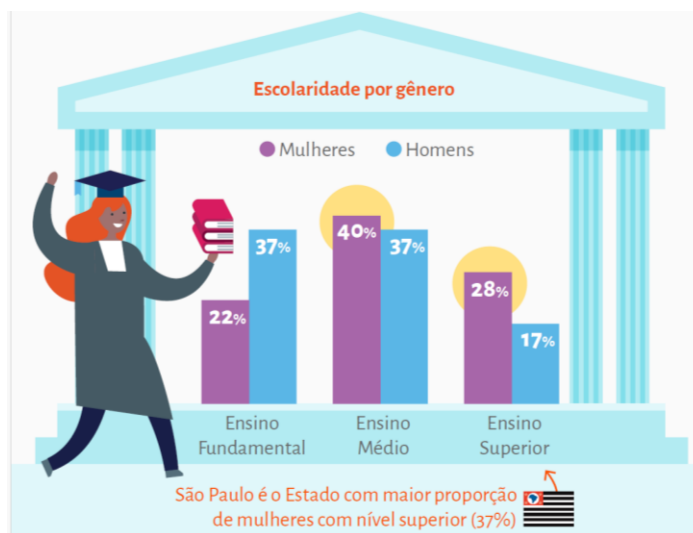
Fonte: Autor, 2023.

Na figura VI, em relação a escolaridade, 73,34% das entrevistadas possuem curso de graduação completo, seguido de 13,33% com pós-graduação e 2º Grau Completo, demonstrando elevado nível de escolaridade entre as participantes.

Conforme dados do ano de 2022, apresentados pelo Sebrae, através de amostra do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, confirma que há mais mulheres empreendedoras com ensino médio e ensino superior. Este é também o caso das mulheres empreendedoras de Palmitinho foco desta pesquisa. A análise seguinte tem a ver com as faixas etárias das mulheres empreendedoras, apresentadas em nível nacional e analisadas no município de Palmitinho e os dados apresentados nas figuras VII e VIII.

Figura VII - Levantamento "Empreendedorismo Feminino no Brasil 2022."

Não só como no município ao qual foi aplicado a pesquisa e sim há nível nacional, é possível observar o alto número de mulheres empreendedoras e conforme apresenta a pesquisa, os índices de mulheres no ramo empreendedor continuam aumentando.

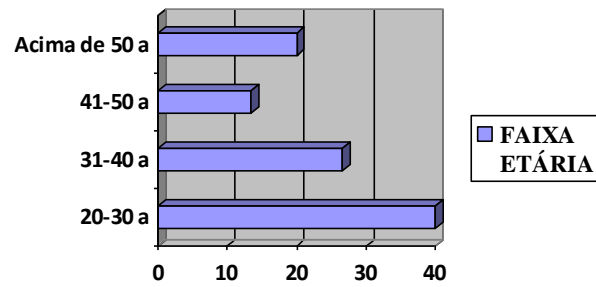


Fonte: IBGE, 2022.

É possível observar na figura IV em porcentagens que a quantidade de empreendedores e suas faixas etárias vão de menor à maior idade, não havendo exclusão por faixa etária, sendo ainda mais alto o número de jovens empreendedoras conforme descritas a seguir.

- 20 a 30 anos 40%
- 31 a 40 anos 26,66%
- 41 a 50 anos 13,34%
- Acima de 50 anos 20%

Figura VIII – Faixa etária dos participantes da pesquisa.

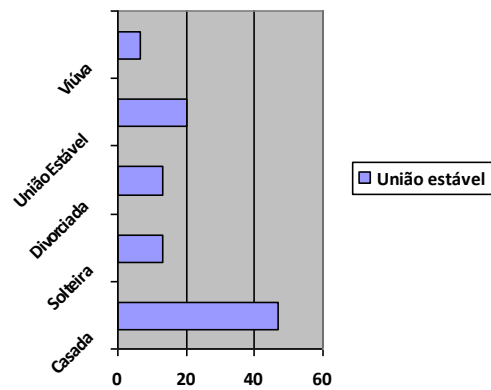


Fonte: Autor, 2023.

A faixa etária predominante ocorre de 20 a 30 anos de idade, com 40%, seguido da faixa etária de 31 a 40 anos correspondendo a 26,66%. Quanto ao estado civil das mulheres integrantes da pesquisa, constatamos que 46,67% são casadas, acompanhada de 20% que estão em união estável, conforme a descrição abaixo e também demonstrado na figura IX.

- Casada 46,67%
- Solteira 13,33%
- Divorciada 13,33%
- União Estável 20%
- Viúva 6,67%

Figura IX – Estado civil das mulheres pesquisadas

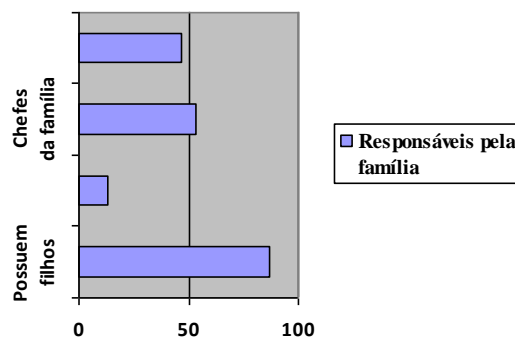


Fonte: Autor, 2023.

No conjunto das participantes 86,67% descrevem ter filhos e 53,34% relatam ser responsáveis pelo sustento da família. A maioria das mulheres que possuem seu próprio negócio são mães e donas de família, consequência disso é conciliar os compromissos familiares e os compromissos empresariais. Conforme as porcentagens apresentadas a seguir e destacadas na figura X:

- Possuem filhos 86,67%
- Não possuem filhos 13,33%
- Chefes da família 53,34%
- Não são chefes da família 46,66%

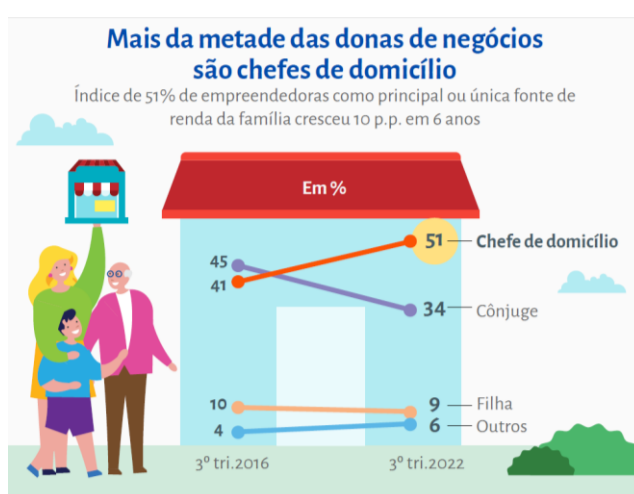
Figura X- Responsabilidade pela família



Fonte: Autor, 2023.

A vida profissional do sexo feminino inclui independência financeira, satisfação pessoal e profissional, além da realização amorosa e familiar. Dados do Sebrae apresentados na figura XI, comprovam que no ano de 2022, mais da metade das donas de negócio são chefes de domicílio, o que vem ao encontro dos resultados da pesquisa das empreendedoras de Palmitinho.

Figura XI – Mais da metade das donas de negócios são chefes de domicílio.



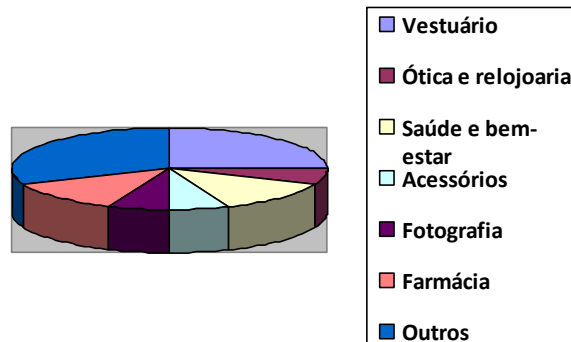
Fonte: IBGE, 2022.

Através do questionário aplicado para as pesquisadas foi possível identificar a atividade comercial em que o empreendimento atua, vale reiterar que atualmente o empreendimento online tem ganhando ênfase e tornando muitas mulheres empreendedoras informais, mas o destaque em porcentagens na pesquisa foi no empreendimento de serviços, conforme apresentado abaixo e destacado nas figuras XII e XIII, resultado da pesquisa realizada pelo SEBRAE.

- Vestuário 25%
- Ótica e relojoaria 6,25 %
- Saúde e bem-estar 12,5%
- Acessórios 6,25 %
- Fotografia 6,25 %

- Farmácia 12,50 %
- Outros 31,25 %

Figura XII – Atividade comercial.



Fonte: Autor, 2023.

Identificamos nos empreendimentos ramos diversificados, sendo que 31,25% são de outros ramos, não especificados no questionário. Segundo estudo realizado pelo Sebrae, no país os ramos de atividades que ganha destaque pelas mulheres são os serviços.

Figura XIII- Mais da metade das donas de negócios atuam com serviços



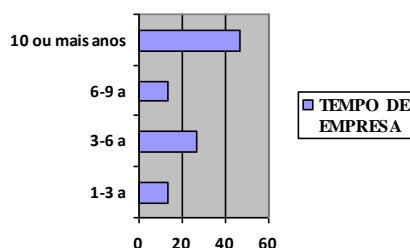
Fonte: IBGE, 2022.

Outro assunto que foi ênfase no trabalho foi o tempo de atuação do negócio, o município de Palmitinho se destaca por empreendimentos antigos, a maioria dos

empreendedores em geral são empresários de longa data, mas podemos observar no ramo feminino também esse fenômeno, no entanto, nota-se através dos dados abaixo e os destaques da figura XIV:

- De 1 a 3 anos 13,33%
- De 3 a 6 anos 26,67%
- De 6 a 9 anos 13,33%
- Dez anos ou mais 46,67%

Figura XIV – Tempo de atuação da empresa

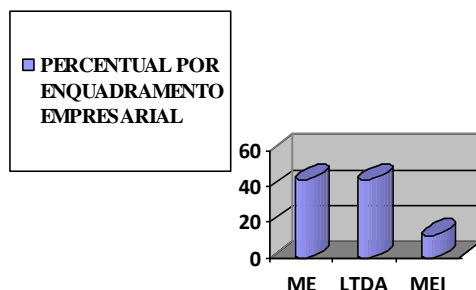


Fonte: Autor, 2023.

Percebemos que são empreendimentos estabilizados na sua maioria, tendo em vista que 46,67 % destes, operam a mais de 10 anos no comércio local, seguidos de 26,67 % que atuam de 3 a 6 anos no mercado, executando atividades que as mantem no mercado gerando emprego e renda.

Na próxima imagem, vamos identificar o enquadramento empresarial dos estabelecimentos. Apresentando que ME (Microempresa) e LTDA (Sociedade Limitada) correspondem a 43,75% cada, e a MEI (Microempreendedor individual) 12,50%.

Figura XV- Enquadramento empresarial dos estabelecimentos



Fonte: Autor, 2023.

Outros aspectos considerados na análise do empreendimento incluem a presença de um ou mais parceiros e, caso existam, o sexo desses sócios. Dentro da amostra da pesquisa, apenas 7 participantes (46,66 %) indicaram estar envolvidos em uma parceria empresarial, com uma predominância de participação feminina entre esses sócios.

Quanto ao número de colaboradores no empreendimento, observou-se que algumas empresas têm a proprietária atuando de forma independente. No entanto, na maioria dos casos, a equipe é composta por aproximadamente 1 a 8 colaboradores.

No comparativo abaixo exhibe-se os resultados referentes ao tempo dedicado pelas empreendedoras do sexo feminino às atividades empresariais, familiares e pessoais, abrangendo um período de 24 horas.

Figura XVI – Horas dedicadas ao empreendimento

1 – 9 horas	33,33%
10 – 12 horas	66,67 %

Fonte: Autor, 2023.

Figura XVII - Horas dedicadas a família

1 – 5 horas	73,33%
10 – 12 horas	26,67 %

Fonte: Autor, 2023.

Figura XVIII - Horas dedicadas a si.

1 hora	46,67%
2 horas	46,67 %

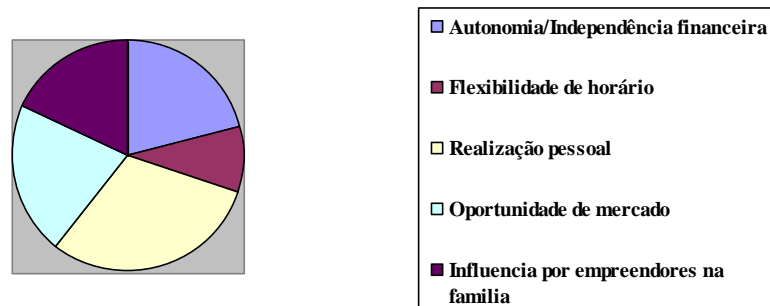
Fonte: Autor, 2023.

Os resultados evidenciam que as mulheres participantes do estudo investem a maior parte de seu tempo no empreendimento, dedicando mais de 10 horas diárias (66,67%). Em seguida, observa-se o tempo destinado à família (87,5%), e a média destinada para si mesma é de no máximo 2 horas. Esses dados revelam os desafios enfrentados na conciliação entre trabalho, família e interesses pessoais.

Após a definição das características do empreendimento, a análise se voltou para os fatores que impulsionaram a abertura do negócio, quais eram os objetivos por trás do novo empreendimento, a figura XIX apresenta esses fatores, os quais se destacaram por:

- Autonomia/Independência financeira 46,67%
- Flexibilidade de horário 20 %
- Realização pessoal 66,67%
- Oportunidade de mercado 46,67%
- Influência por empreendedores na família 40 %

Figura XIX – Fatores que impulsionaram abrir um negócio



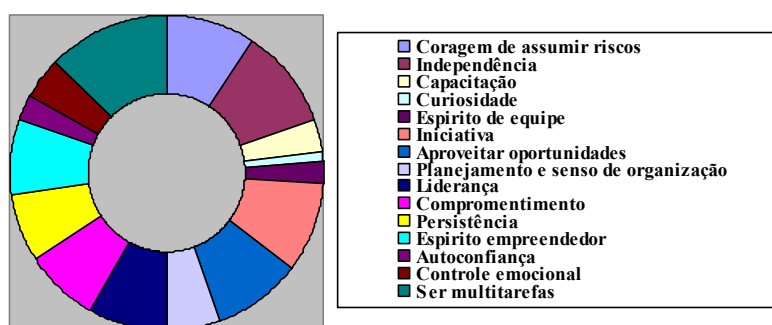
Fonte: Autor, 2023.

Os resultados provenientes desta questão proporcionam percepções, indicando que as empreendedoras foram principalmente motivadas a iniciar seus negócios em busca de realização pessoal (66,67%), de autonomia e independência financeira (46,67%) e oportunidade de mercado (46,67%).

As características do perfil empreendedor feminino contribuindo para uma compreensão mais abrangente das suas dinâmicas no seu empreendimento, elencadas pelos empreendedores são apresentadas abaixo e resumidas na figura XX.

- Coragem de assumir riscos 53,34%
- Independência 60%
- Capacitação 20%
- Curiosidade 6,67%
- Espírito de equipe 13,34%
- Iniciativa 53,34%
- Aproveitar oportunidades 53,34%
- Planejamento e senso de organização 33,34%
- Liderança 46,67%
- Comprometimento 46,67%
- Persistência 40%
- Espírito empreendedor 46,67%
- Autoconfiança 13,34%
- Controle emocional 26,67%
- Ser multitarefas 73,33%

Figura XX – Características do perfil feminino empreendedor



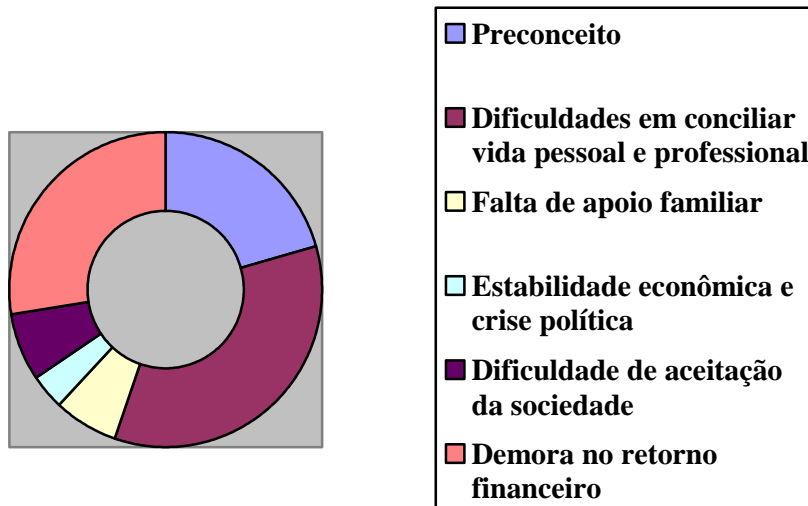
Fonte: Autor, 2023.

A análise das características do perfil empreendedor feminino revela uma gama diversificada de traços e motivações que impulsionam as mulheres a ingressarem no mundo dos negócios. Ganhando destaque nos atributos assinalados a habilidade de realizar multitarefas, onde foram mencionados por 73,33% dos participantes, seguida das seguintes variáveis: independência (60%), coragem de assumir riscos (53,34%), iniciativa (53,34%), independência e habilidade para aproveitar oportunidades (53,34%).

Dentre os obstáculos e desafios enfrentados pelas mulheres no âmbito do empreendedorismo, ressaltam-se as dificuldades na conciliação entre vida pessoal e profissional (66,67%), seguida da demora no retorno financeiro, destacada por (53,34%). Além disso, o preconceito (40%) das mulheres, figura como um desafio adicional. Podemos observar a seguir, a representação percentual de cada desafio e dificuldade enfrentados por essas empreendedoras e também na figura XXI.

- Preconceito 40%
- Dificuldades em conciliar vida pessoal e profissional 66,67%
- Falta de apoio da família 13,34%
- Estabilidade econômica e crise política 6,67%
- Dificuldade de aceitação da sociedade 13,34%
- Demora no retorno financeiro 53,34%

Figura XXI – Desafios e dificuldades enfrentados



Fonte: Autor, 2023.

Os resultados obtidos sobre o grau de concordância e discordância das mulheres participantes do estudo proporcionam uma perspectiva complementar às características e motivações reveladas nas questões vinculadas ao perfil empreendedor. Essa análise mais aprofundada das opiniões e percepções das empreendedoras amplia nossa compreensão, fornecendo uma visão mais holística e contextualizada.

Ao confrontar esses dados com as informações sobre o perfil empreendedor, é possível identificar nuances e complexidades que enriquecem a compreensão das dinâmicas enfrentadas por mulheres no cenário empreendedor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão problemática levantada no início deste estudo questionava os desafios, oportunidades e características do empreendedorismo feminino em Palmitinho. Os resultados obtidos permitem concluir que a pesquisa alcançou êxito ao fornecer uma compreensão abrangente desses elementos. Os resultados evidenciam uma evolução positiva do empreendedorismo feminino, com um aumento constante no número de mulheres empreendedoras ao longo dos anos.

Este estudo contribui significativamente para a compreensão do tema pesquisado, fornecendo informações valiosas para formuladores de políticas, organizações locais e empreendedoras. As descobertas podem orientar a criação de programas de apoio mais eficazes, promovendo a igualdade de gênero e impulsionando o desenvolvimento econômico na região.

Em suma, esta pesquisa proporcionou uma visão abrangente e aprofundada do empreendedorismo feminino em Palmitinho, respondendo à questão problemática e alcançando os objetivos estabelecidos. Espera-se que os resultados inspirem ações concretas e impactem positivamente o ecossistema empreendedor local, promovendo oportunidades equitativas para mulheres empreendedoras.

Durante a pesquisa foi possível perceber um crescente movimento em prol do desenvolvimento do empreendedorismo feminino. Na atualidade, diversas oportunidades estão disponíveis para mulheres empreendedoras na região, impulsionando a criação e expansão de negócios liderados por mulheres. Programas de capacitação e mentoria específicos para empreendedoras, promovidos por organizações locais e regionais, têm desempenhado um papel crucial ao fornecer conhecimento prático, habilidades gerenciais e suporte necessário para enfrentar os desafios do mundo dos negócios.

A identificação dos setores de atividades mais frequentes entre as empreendedoras de Palmitinho proporciona uma visão esclarecedora sobre a dinâmica empresarial liderada por mulheres na comunidade. Nesse cenário, observa-se uma notável presença feminina nos setores de serviços e comércio, onde empreendedoras desempenham papéis chave na oferta de serviços especializados e na condução de negócios comerciais. A agilidade e criatividade inerentes nestas empreendedoras se manifestam na diversidade de negócios, desde estabelecimentos de serviços até empreendimentos comerciais, refletindo não apenas a força

econômica, mas também o impacto social positivo que essas mulheres visionárias têm na construção e no fortalecimento do tecido empresarial local. A identificação desses setores não apenas destaca a presença significativa das empreendedoras, mas também destaca a vitalidade e a adaptabilidade das mulheres que desempenham um papel fundamental no panorama econômico de Palmitinho.

No contexto do empreendedorismo feminino em Palmitinho, a pesquisa destacou a imperativa necessidade de desenvolver e implementar programas de apoio específicos, visando superar os desafios enfrentados pelas empreendedoras em Palmitinho e na região. Os resultados revelaram que as mulheres empreendedoras frequentemente se deparam com obstáculos distintos, diante dessas complexidades, programas de apoio customizados podem desempenhar um papel crucial, proporcionando orientação, capacitação e recursos direcionados às necessidades específicas das empreendedoras. Esses programas têm o potencial não apenas de mitigar desafios, mas também de catalisar o crescimento sustentável dos negócios liderados por mulheres, promovendo assim uma participação mais equitativa e impactante no cenário empreendedor local.

Propõe-se a realização de pesquisas comparativas entre diferentes municípios da região, explorando as nuances específicas que impactam as mulheres empreendedoras em cada localidade. Da mesma forma, pesquisas futuras podem se aprofundar na análise das características específicas que contribuem para o sucesso das empreendedoras, explorando fatores como redes de apoio, habilidades específicas e modelos de negócios inovadores.

Ao considerar essas sugestões para novos estudos, espera-se que acadêmicos da universidade possam expandir o conhecimento sobre o empreendedorismo feminino em Palmitinho e contribuir para o avanço do campo, proporcionando insights valiosos para a promoção do empreendedorismo e igualdade de gênero na região. Por fim, é possível perceber com o conjunto de dados que o empreendedorismo para o gênero feminino proporciona sólidas fontes de satisfação, pois é mediadora de sentimentos de auto-realização, que reflete na auto-estima.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARONE, F., M.; ZOUAIN, D., M. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise****. Rap — Rio de Janeiro 43(1):231-56, Jan./Fev. 2009.

BRUST-RENK, P., G.; STEIN, L., M.; TONETTO, L., M. Perspectivas Metodológicas na Pesquisa Sobre o Comportamento do Consumidor. *Psicologia: Ciência e Profissão*, v. 34, n. 1, p. 180-195, 2014.

CAMARGO, R., A., M., M.; FERREIRA, J., M.; LOURENÇO, M., L. **Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos?** *Rev. Bras. Gest. Neg. São Paulo* v.20 n.2 abr-jun. 2018 p.178-193.

COLETI, J., C.; MORAES, L., S.; SILVA, J. **Empreendedorismo feminino: um estudo do perfil com as mulheres empreendedoras de Frutal – MG**. *CGE | Rio de Janeiro | v. 9 | n. 2 | mai. – set. 2021*.

DEL-MASSO, M., C., S.; COTTA, M., A., C.; SANTOS, M., A., P. **Ética em Pesquisa Científica: conceitos e finalidades**. Disponível em: <https://acervodigital.unesp.br/handle/unesp/155306>. Acesso em: 30 de Maio de 2021.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. (2013). **Mulheres e suas histórias: Razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino**. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(4), 398-417.

FILHO, G., A., L. **Padrões de Produtividade de Autores em Periódicos e Congressos na Área de Contabilidade no Brasil: Um Estudo Bibliométrico**. *Rac, Curitiba*, v. 12, n. 2, p. 533-554, Abril/Junho. 2008.

FREITAS, R., S., W.; JABBOUR, C., J., C. **O estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: fundamentos, roteiro de aplicação e pressupostos de excelência**. XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Carlos, SP, Brasil, 12 a15 de outubro de 2010.

GILGUN, J. F. **Evidence-based practice, descriptive research and the resilience-schemagender-brain functioning (RSGB) Assessment**. (2005) *British Journal of Social Work*, 35(6), v.35, n.6, p. 843-862, 2005.

GODOY, A., S. **Introdução Pesquisa Qualitativa e suas Possibilidades.** In Revista de Administração de Empresas, v.35, n.2, Mar./Abr. 1995 a, p. 57-63.

IBGE. **Cidades e Estado.** Palmitinho. 2023.

IBGE. **Cidades e Estado.** Palmitinho. 2021.

JONATHAN, E., G. **Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida.** Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005

JONATHAN, E., G. **Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder.** Psic. Clin., Rio de Janeiro, vol.23, n.1, p.65 – 85, 2011.

KIRZNER, I. M. (1979). **Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship.** Chicago: University of Chicago Press.

MARCONI, M., A.; LAKATOS, E., M. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 5ª Edição. São Paulo. Editora Atlas, 2003.

MORRISON, A.; WHITE, R.; VAN VELSOR, E. (1987). **Breaking the glass ceiling: can women reach the top of America's largest corporations?** Reading, MA: Addison-Wesley

PEREIRA, L., T., K.; GODOY, D., M., A.; TERÇARIOL, D. **Estudo de Caso como Procedimento de Pesquisa Científica: Reflexão a partir da Clínica Fonoaudiológica.** Psicologia: Reflexão e Crítica, 2009, p. 422-429.

ROVER, A. **Metodologia Científica educação a distância.** 2006. Disponível em: http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/UNOESC-Apost_Metod_Cient-1.pdf. Acesso em: 20 maio 2021.

SCHUMPTER, J. A. (1991). **Comments on a plan for the study of entrepreneurship.** In R. Swedberg (Ed.), **Joseph A. Schumpeter: the economics and sociology of capitalism** (pp. 406-428). Princeton: Princeton University Press.

SEBRAE. **“Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2022” (com dados até III trim/22).**

SILVA, A., J., H. **Metodologia de Pesquisa: Conceitos Gerais**. Paraná, UNICENTRO, 2014.

VALE, V., M., G. **Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração**. RAC, Rio de Janeiro, v. 18, n. 6, pp. 874-891, Nov./Dez. 2014.

VOSS, C.; TSIKRIKTSIS, N.; FROHLICH, M. **Case research in operations management. International Journal Of Operations & Production Management**. v. 22, n. 2, 2002, p. 195- 219.

7 APÊNDICE

APÊNDICE A

NOME:

EMPRESA:

Categoria 1 – Perfil da empreendedora

Idade:

Estado civil: Solteira () Casada () Divorciada () União estável ()

Escolaridade: 2º grau completo () Superior completo () Pós Graduação ()

Filhos: Sim () Não ()

Você é a chefe da sua família: Sim () Não ()

Categoria 2 – O empreendimento

- Qual o ramo de atividade do seu empreendimento?

() Vestuário

() Calçado

() Alimentício

() Pet shop

() Ótica e relojoaria

() Prestação de serviço

() Saúde e bem-estar

() Acessórios

() Beleza

() Fotografia

() Cama, mesa e banho

() Tinta

() Cosméticos

() Outros

- Há quantos anos você atua na área?

() Menos de 1 ano

() De 1 a 3 anos

- De 3 a 6 anos
- De 6 a 9 anos
- Dez anos ou mais

- Qual categoria seu estabelecimento se enquadra:

- MEI
- ME
- LTDA
- S.A

- Você possui sócios: Sim () Não ().

Se sim é, qual sexo? Masculino () Feminino ()

- Quantos funcionários a empresa possui? _____

- Se um dia tem 24 horas, quantas horas você se dedica ao seu empreendimento?

- Se um dia tem 24 horas, quantas horas você se dedica a sua família?

- Se um dia tem 24 horas, quantas horas você se dedica a você?

Categoria 3 – Fatores que motivaram a abertura do negócio

Quais foram os fatores que motivaram a abertura do negócio?

- Autonomia/Independência financeira
- Flexibilidade de horário
- Realização pessoal
- Aumento da renda familiar
- Oportunidade de mercado
- Influência por empreendedores na família

Categoria 4 – Planejamento do negócio

- Como foi o planejamento para abertura do negócio?

- Buscaram orientações em alguma organização especializada em abertura de empresas? Se sim, em qual:

Categoria 5 – Características empreendedoras

Selecionar entre as características abaixo aquelas que você considera possuir:

- Coragem de assumir riscos
- Independência
- Capacitação
- Curiosidade
- Espírito de equipe
- Iniciativa
- Aproveitar oportunidades
- Planejamento e senso de organização
- Liderança
- Comprometimento
- Persistência
- Espírito empreendedor
- Autoconfiança
- Independência
- Controle emocional
- Ser multitarefas
- Outros:

Categoria 6 – Dificuldades e desafios enfrentados pela mulher empreendedora

- Preconceito
- Dificuldades em conciliar vida pessoal e profissional
- Falta de apoio da família
- Dificuldade em atrair clientes
- Estabilidade econômica e crise política
- Falta de conhecimento sobre a área de atuação
- Machismo
- Dificuldade de aceitação da sociedade

- Falta de estímulo
- Demora no retorno financeiro
- Outros: