

EMPREENDEDORISMO FEMININO E O MERCADO DE TRABALHO: O PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA EM ARAGUAÍNA TO.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND THE LABOR MARKET: THE ENTREPRENEURSHIP PROFILE IN ARAGUAINA TO

Juliana Vieira SILVA¹, Severina Alves de ALMEIDA (Sissi)², Denyse Mota da SILVA³,
Simara de Sousa MUNIZ⁴, Jairo Roberto Mendonça LYRA⁵

¹ Bacharel em Administração pela Faculdade de Ciências do Tocantins FACIT. E-mail: juuhvieras@gmail.com.

² Orientadora. Professora Adjunta da Faculdade de Ciências do Tocantins FACIT. Pós-doutoranda na Universidade Federal do Tocantins UFT. Doutora em Linguística pela Universidade de Brasília UnB (2015). Mestre em Ensino de Língua e Literatura pela Universidade Federal do Tocantins UFT. Graduada em Pedagogia pela Universidade Federal do Tocantins UFT. E-mail: sissi@faculdefacit.edu.br.

³ Doutora em Letras pela Universidade Federal do Tocantins UFT (2017). Mestre em Ensino de Língua e Literatura pela Universidade Federal do Tocantins UFT. Graduação em Letras. Professora e Coordenadora da Pós Graduação na Faculdade de Ciências do Tocantins FACIT. E-mail: denyse@faculdefacit.edu.br.

⁴ Doutoranda em Letras pela Universidade Federal do Tocantins UFT. Mestre em Ensino de Língua e Literatura pela Universidade Federal do Tocantins UFT. Graduada em Pedagogia. E-mail: simaramuniz@hotmail.com.

⁵ Doutorado em Agronomia pelo Universidad de Córdoba - Espanha, Espanha (1995). Professor da Faculdade Católica Dom Orione, Brasil. E-mail: jrobertomendoncalyra@hotmail.com.

RESUMO:

Introdução: A sociedade contemporânea é regida pelo pagamento de um do trabalho realizado segmentado pela sexualidade da população masculina e feminina. Os princípios machistas introduzidos no âmbito das civilizações mais primárias tendem a favorecer monetariamente o indivíduo do sexo masculino sob a premissa de que o homem é melhor capacitado para exercer determinados ofícios, enquanto à mulher são atribuídas as responsabilidades do ambiente familiar. Assim, empreender sempre foi uma atividade própria dos homens. **Objetivos:** Realizar um estudo sobre Empreendedorismo Feminino em Araguaína TO, identificando as potencialidades do mercado de trabalho. Entender o que é Empreendedorismo Feminino e como este se efetiva na cidade de Araguaína TO, destacando suas principais características; Perceber quais os segmentos empresariais em que prevalece o Empreendedorismo Feminino; Traçar o Perfil da Mulher Empreendedora e problematizar a questão de Gênero (masculino x feminino) em relação ao Empreendedorismo em Araguaína TO. **Métodos:** Pesquisa aplicada qualitativa por intermédio de revisão da revisão bibliográfica e estudo de caso. Os procedimentos foram aplicação de questionário com perguntas abertas a quatro (04) mulheres empreendedoras de Araguaína TO. **Resultados/**

Conclusão: Evidenciamos que a realidade vivida pelas empreendedoras de Araguaína TO não se difere do que vivem as mulheres brasileiras em geral que decidiram empreender. Elas lidam com as dificuldades de qualquer empreendimento, principalmente com a política tributária nacional que se caracterizou como o principal desafio a ser vencido. São também mulheres que ainda precisam enfrentar o machismo enraizado na sociedade brasileira em que ainda se vê na mulher uma pessoa dependente da “força” do homem e que não possuem conhecimento para lidar atuar nesse universo. O perfil identificado revela que essas mulheres são apaixonadas pelo que fazem, e estão capacitadas para atuar nesse universo tido como masculino, superando o machismo e conseguindo sucesso alinhando família e negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho.

ABSTRACT:

Introduction: Contemporary society is governed by the payment of one's work, segmented by the sexuality of the male and female population. The machista principles introduced in the scope of the more primitive civilizations tend to favor monetarily the male subject under the premise that the man is better able to exercise certain crafts while the woman is assigned the responsibilities of the familiar environment. Thus, to undertake was always an activity of men. **Objectives:** To carry out a study on Female Entrepreneurship in Araguaína TO, identifying the potentialities of the labor market. Understand what is Female Entrepreneurship and how it is effective in the city of Araguaína TO, highlighting its main characteristics; Understand the business segments in which Female Entrepreneurship prevails; To trace the Profile of the Entrepreneurial Woman and to problematize the question of Gender (masculine x feminine) in relation to Entrepreneurship in Araguaína TO. **Methods:** Qualitative applied research through revision of bibliographic review and case study. The procedures were application of questionnaire with open questions to four (04) women entrepreneurs of Araguaína TO. **Results / Conclusion:** We have shown that the reality lived by the entrepreneurs of Araguaína TO is not different from that experienced by Brazilian women in general who decided to undertake. They deal with the difficulties of any enterprise, especially with the national tax policy that has been characterized as the main challenge to be overcome. They are also women who still have to face the machismo rooted in Brazilian society in which women are still dependent on the “strength” of man and do not have the knowledge to deal with this universe. The profile identified reveals that these women are passionate about what they do, and are able to act in this universe considered masculine, overcoming machismo and achieved success aligning family and business.

Keywords: Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Job market.

1. INTRODUÇÃO

Idalberto Chiavenato (2007, p. 7).

Para ser bem-sucedido, o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos.

Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio.

O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. Mas deve também reservar um amplo espaço para a racionalidade. O balanceamento entre aspectos racionais e emocionais do negócio é indispensável. Saber fixar metas e objetivos globais e localizar os meios adequados para “chegar lá”, da melhor maneira possível. Isso significa estratégia. Contudo, os meios adequados são extremamente diversos. O empreendedor precisa saber definir seu negócio, conhecer profundamente o cliente e suas necessidades, definir a missão e a visão do futuro, formular objetivos e estabelecer estratégias para alcançá-los, criar e consolidar sua equipe, lidar com assuntos de produção, marketing e finanças, inovar e competir em um contexto repleto de ameaças e de oportunidades. Um leque extenso. Uma corrida sem fim. Mas extremamente gratificante.

O trabalho é a forma que o ser humano possui para sobreviver, afinal através dele é possível receber a remuneração que paga pelo suprimento de suas mais variadas necessidades. Mas isso é diferente quando o cenário econômico do país não é favorável para as organizações e, conseqüentemente, reflete naqueles que delas são colaboradores. E o Brasil, ou melhor, o brasileiro conhece muito bem as dificuldades provenientes de uma crise econômica. Profissionais formados e empregados que desempenhavam importante papel dentro de uma organização vivenciam e vivenciam a dura realidade do desemprego.

O que dizer então do jovem que ainda irá buscar uma vaga no mercado de trabalho e ver essas vagas praticamente se extinguirem. Nesse cenário econômico nada alentador, a palavra de ordem é empreender e, então, milhares de empreendedores começaram a surgir por todo o Brasil. Seguindo essa tendência e impulsionadas pelas necessidades de independência, autorrealização, a responsabilidade com as despesas de casa, mulheres passaram a empreender tanta quanto homens.

Nesse sentido, realizamos uma pesquisa cujo objetivo geral foi estudar Empreendedorismo Feminino em Araguaína TO, identificando as potencialidades do mercado de trabalho. Os objetivos específicos foram: 1) Entender o que é Empreendedorismo Feminino e como este se efetiva na cidade de Araguaína TO, destacando suas principais características; 2). Perceber quais os segmentos empresariais em que prevalece o Empreendedorismo Feminino; 3). Traçar o Perfil da Mulher Empreendedora de Araguaína e problematizar a questão de Gênero (masculino x feminino) em relação ao Empreendedorismo.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: MATERIAIS E MÉTODOS

Os métodos e materiais utilizados no desenvolvimento de um trabalho científico, nada mais são do que o planejamento do pesquisador para chegar ao seu objetivo e as ferramentas que foram utilizadas para registrar as informações coletadas. O procedimento metodológico para o desenvolvimento desse artigo foi uma pesquisa aplicada, pois por meio dela é que se permite serem alcançados novos conhecimentos sobre as temáticas do empreendedorismo feminino, mercado de trabalho e aspectos gerais de gênero.

A pesquisa é de teor interdisciplinar (FAZENDA, 2011; VASCONCELOS, 2009), e se realizou em momentos distintos contemplando:

Estudos Teóricos e Pesquisa Bibliográfica: Este foi o primeiro momento da pesquisa e efetivou-se mediante leituras e fichamentos de capítulos de livros e artigos científicos, preferencialmente da base de dados da Scielo, contemplando as seguintes palavras chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo Feminino; Mercado de Trabalho; Mercado do Trabalho em Araguaína; Mulheres Empreendedoras; Aspectos gerais de Gênero (masculino x feminino); Características do mercado do Trabalho em Araguaína TO; Segmento Empresarial.

Pesquisa qualitativa: A Pesquisa se configura como qualitativa tendo como base teórica os estudos de Minayo (2001); Creswell (2010); Almeida (2015). Este tipo de pesquisa forneceu o embasamento teórico acerca do empreendedorismo feminino e o apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados revestidos de importância por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados ao tema (LAKA-

TOS, 2003). A abordagem qualitativa tornou possível observar aspectos subjetivos do empreendedorismo feminino e do mercado de trabalho. Creswell (2010, p. 26) esclarece que “[...] A abordagem qualitativa é um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano”.

Estudo de Caso: O estudo de caso é um método qualitativo que consiste, geralmente, em uma forma de aprofundar uma unidade individual. Ele serve para responder questionamentos que o pesquisador não tem muito controle sobre o fenômeno estudado (MINAYO, 2001; YIN, 2001; LUDK E ANDRÉ, 2004). O estudo de caso apresenta-se como uma estratégia de investigação em que o pesquisador explora profundamente um programa, um evento, uma atividade, um processo ou um ou mais indivíduos (CRESWELL, 2010).

A pesquisa, também, é de teor aplicado. Segundo Gil (2016, p. 27), pesquisas aplicadas são “[...] pesquisas voltadas à aquisição de conhecimento com vistas à aplicação numa situação específica”. Por conseguinte, optamos pela pesquisa descritiva, meio pelo qual foi possível delinear o perfil da mulher empreendedora. Cervo (2007, p. 61) esclarece que “A pesquisa descritiva, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e suas características”.

Procedimentos: Os procedimentos seguiram as orientações das pesquisas qualitativas e se efetivaram mediante um instrumento de pesquisa, questionário com perguntas abertas aplicado a quatro (04) mulheres empreendedoras, de diferentes segmentos de negócios, destacan-

do: idade, tempo de empreendedorismo, estado civil, formação profissional, se tem filhos e faixa etária. O questionário consiste em um elenco de questões que são submetidas a certo número de pessoas com o intuito de se coletar informações (FACHIN, 2006).

3. REVISÃO DA LITERATURA – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Revisão de literatura pode ser definida como um processo sistemático de busca, análise, descrição e discussão de uma área do conhecimento, ou categoria epistemológica, em busca de resposta a uma pergunta específica. Nesse sentido, “Literatura” cobre todo o material relevante que pode ser consultado sobre um tema: livros, artigos de periódicos, registros históricos, relatórios de pesquisas, monografias, dissertações, teses, dentre outros. Existem três tipos de revisão da literatura: Narrativa; Sistemática e Integrativa, as quais são definidas de acordo com o método de elaboração (UNESP, 2015). Neste trabalho, optamos pelo tipo de revisão narrativa.

A revisão narrativa tem como principal característica a não utilização de critérios explícitos e sistemáticos para a busca e análise crítica da literatura. Ademais, nesse tipo de revisão, a busca pelos estudos não precisa, necessariamente, se esgotar nas fontes de informações previamente levantadas. Também, não se aplicam estratégias de busca sofisticadas e exaustivas. Isso porque a seleção dos estudos e a interpretação das informações podem estar sujeitas à subjetividade dos autores. É, pois, adequada para a fundamentação teórica de artigos, dissertações, teses, trabalhos de conclusão de cursos (UNESP, 2015).

A fundamentação teórica, consequentemente, consiste na revisão de livros, capítulos

de livros, artigos de periódicos, monografias, dissertações e teses, dentre outros mais. É, pois, o estudo do material levantado na revisão da literatura e servirá como base para análise dos dados da pesquisa, validando, ou não, os resultados obtidos. Segundo Mello (2006, p. 86) “[...] a fundamentação teórica apresentada deve servir de base para a análise e interpretação dos dados coletados na fase de elaboração do relatório final”. Ao final, na discussão dos resultados, a análise deve ser efetivada à luz das teorias descritas na revisão da literatura.

As categorias de análise elencadas foram “Mercado de Trabalho, Empreendedorismo, Empreendedorismo Feminino, questões de gênero Masculino e Feminino”.

3.1. Empreendedorismo e Empreendedor: Conceitos e definições

Empreender, surgiu na língua portuguesa no século XV, avançando para um adjetivo, ou seja, aquele que empreende, que se lança à realização de coisas difíceis ou fora do comum; ativo, arrojado, dinâmico (MICHELIS, DICIONÁRIO BRASILEIRO DA LÍNGUA PORTUGUESA, 2018). Segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, teria surgido na língua portuguesa no século XVI. Porém, enquanto expressão idiomática,

[...] “empreendedorismo” tem origem na tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa que, por sua vez, é composta da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*. O sufixo *ship* indica posição, grau, relação, estado ou qualidade, tal como, em *friendship* (amizade ou qualidade de ter amigo). O sufixo

pode ainda significar uma habilidade ou perícia ou, ainda, uma combinação de todos esses significados como em leadership (liderança - perícia ou habilidade de liderar) (BARRETO, 1998, pp. 189-190) *apud* (BRAGIO E BRÁGIO, 2014, p. 25). (Aspas do texto original).

Com efeito, empreender se tornou palavra de ordem para muitos brasileiros nos últimos anos em decorrência da crise econômica enfrentada pelo país. Em um cenário econômico desfavorável para as organizações e, consequentemente, para quem está desempregado; empreender tornou-se a saída mais próxima para enfrentar uma situação de reinserção no mercado de trabalho.

Mas o que realmente é empreendedorismo? Segundo Saraiva (2015), podemos afirmar que empreendedorismo é um conjunto de aspectos, por exemplo, saber lidar com riscos calculados, assumir responsabilidades individuais e sociais, ter capacidade de tomada de decisão, ter um espírito sonhador, mas que também saiba lidar e mobilizar pessoas.

Considerando a definição de Saraiva (2015), é possível compreender que empreendedorismo tem características próprias de uma pessoa e não de uma função ou cargo. Logo, o empreendedorismo também pode ocorrer dentro de uma organização já estabelecida no mercado, que tem em seu empresário características empreendedoras.

Quando essa situação existe e é assertiva, torna-se perceptível que o empreendedorismo é efetivo para agenciar o crescimento econômico melhorando as condições de vida da população em que está envolvido, além de fator primordial

na geração de emprego e renda (SANTOS et al. 2015). Nesse sentido, concebemos empreender como um conjunto de habilidades de uma pessoa que vislumbra um futuro diferente e, quando essa pessoa faz parte de uma corporação, suas habilidades impactam não somente a organização, mas todos os envolvidos com ela.

Segundo Bragio e Bragio (2014), empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste, pois, na satisfação de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos, assumindo um comportamento proativo diante de questões que precisam de ser resolvidas. Ademais, “O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas” (BRAGIO E BRAGIO, 2014, p. 26).

Nesse sentido,

Empreendedorismo, segundo Schumpeter (1988), é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos. Já para Dolabela (2010) corresponde a um o processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza. Para Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la (BRAGIO E BRAGIO,

2014, p. 27). (Aspas do texto original).

Nessa perspectiva, Dornelas (2008) nos diz que empreendedor é aquele que percebe uma oportunidade e, com sua visão empreendedora, cria um negócio, assumindo riscos calculados. Para Brágio e Brágio (2014, p. 27), qualquer conceito de empreendedorismo apresenta, minimamente, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- 1) **Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;**
- 2) **Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive;**
- 3) **Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.**

Dolabella (2010, p. 44) em citação de Brágio e Brágio (2014, p. 27), afirma que “[...] os empreendedores dividem-se igualmente em dois times: aqueles para os quais o sucesso é definido pela sociedade e aqueles que têm uma noção interna de sucesso”, nesse sentido, “[...] Ser empreendedor significa possuir, acima de tudo, o impulso de materializar coisas novas, concretizar ideias e sonhos próprios e vivenciar características de personalidade e comportamento não muito comuns nas pessoas” (BRAGIO E BRAGIO, 2014, p. 27).

Não obstante,

[...] O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Essa definição envolve não apenas os funda-

dores de empresas, mas os membros da segunda ou terceira geração de empresas familiares e os gerentes-proprietários, que compram empresas já existentes de seus fundadores (CHIAVENARO, 2007, p. 3).

Nesse sentido,

[...] Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. Continuamente, milhares de pessoas com esse perfil – desde jovens a pessoas adultas e de todas as classes sociais - inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. É essa força vital que faz pulsar o coração da economia (CHIAVENARO, 2007, p. 4).

Tais conceitos nos levam a entender o empreendedorismo como uma atividade daquele que empreende, ou seja, pessoas que enfrentam o desafio da incerteza ao investir num novo negócio, assumindo riscos e projetando um futuro que, se requer, seja promissor. Afinal, os empreendedores são verdadeiros visionários, e com suas ideias inovadoras transformam problemas em oportunidades.

3.1.1. Origens do Pensamento Empreendedor

A origem do pensamento empreendedor, ou empreendedorismo, encontra-se na reflexão de pensadores da ciência econômica dos séculos XVIII e XIX, conhecidos defensores do *laissez-faire* ou liberalismo econômico⁶. Esses pensadores econômicos defendiam o pressuposto de que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo é visto como um engenho que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico (REYNOLDS, 1997; SCHUMPETER, 1934) *apud* (CHIAVENATO, 2007).

Para Chiavenato (2014), além da economia e do comportamentalismo, teorias que determinam o empreendedorismo, outras ciências sociais têm contribuído para a sua compreensão, por exemplo, a sociologia, a psicologia e a antropologia. Nesse sentido, e tendo como base Chiavenato (2007, p. 5), apresentamos, no quadro 1, a gênese do pensamento sobre empreendedorismo, registrando “[...] três visões sobre a expansão do fenômeno: a escola dos economistas, a dos behavioristas (comportamentalistas) e a dos precursores da teoria dos traços de personalidade”.

Quadro 1. Empreendedorismo: principais linhas de pensamento.

A visão dos economistas	Existe concordância entre os pesquisadores do Empreendedorismo de que os pioneiros no assunto teriam sido os autores Cantillon (1755) e Jean-Baptiste Say (1803;1815;1816). Para Cantillon, o empreendedor (<i>entrepreneur</i>) era aquele que adquiria a matéria-prima por um determinado preço e a revendia a um preço incerto. Ele entendia que, se o empreendedor obtivesse lucro além do esperado, isso ocorreria porque ele teria inovado (FILION, 1999). Desde o século XVIII, o autor já associava o empreendedor ao risco, à inovação e ao lucro, ou seja, ele era visto como pessoa que busca aproveitar novas oportunidades, vislumbrando o lucro e exercendo suas ações diante de certos riscos. Diversos economistas, mais tarde, associaram, de um modo mais contundente, o empreendedorismo à inovação e procuraram esclarecer a influência do empreendedorismo sobre o desenvolvimento econômico.
-------------------------	--

⁶ Laissez-faire é expressão escrita em francês que simboliza o liberalismo econômico, na versão mais pura de capitalismo de que o mercado deve funcionar livremente, sem interferência, taxas nem subsídios, apenas com regulamentos suficientes para proteger os direitos de propriedade. Esta filosofia tem início nos Estados Unidos e nos países da Europa durante o final do século XIX até o início do século XX. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Laissez-faire>. Acesso em: 30-nov-2018.

A visão dos behavioristas	Na década de 1950, os americanos observaram o crescimento do império soviético, o que incentivou David C. McClelland a buscar explicações a respeito da ascensão e declínio das civilizações. Os behavioristas (comportamentalistas) foram, assim, incentivados a traçar um perfil da personalidade do empreendedor (FILION, 1999). O trabalho desenvolvido por McClelland (1971) focalizava os gerentes de grandes empresas, mas não interligava claramente a necessidade de auto realização com a decisão de iniciar um empreendimento e o sucesso desta possível ligação (FILION, 1999).
A escola dos traços de personalidade	Ainda que a pesquisa não tenha sido capaz de delimitar o conjunto de empreendedores e atribuir-lhe características certas, tem propiciado uma série de linhas mestras para futuros empreendedores, auxiliando-os na busca por aperfeiçoar aspectos específicos para obterem sucesso (FILION, 1991a). Dado o sucesso limitado e as dificuldades metodológicas inerentes à abordagem dos traços, uma orientação comportamental ou de processos tem recebido recentemente grande atenção.

Fonte: Filion (1999). In: PAIVA Jr. Fernando Gomes de; CORDEIRO, Adriana Tenório. *Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira*. Salvador: Anais de Enanpad, 2002. *Apud*, Chiavenato (2014, pp. 5-6).

Como podemos perceber estas três linhas de pensamento aglutinam as teorias econômica, psicológica e sociológica, atestando uma abrangência teórica que permitem perceber o empreendedorismo e, por conseguinte o empreendedor como fenômenos sociais, sem perder de vista sua característica humana.

3.2. Mercado de Trabalho e a questão de Gênero Masculino e Feminino

Para refletirmos acerca do mercado de trabalho tendo em vista as questões de gênero masculino e feminino, é importante entendermos o que mercado e, conseqüentemente, mer-

cado de trabalho. Segundo Chiavenato (2014, p. 73):

Mercado é o local, físico ou virtual, em que as pessoas vendem e compram bens ou serviços. Pode ser um local físico, como o Mercado Municipal, uma região ou zona, como a Zona Franca de Manaus, o mercado paulista ou virtual, como os sites de compras da internet. A palavra mercado pode ainda ser utilizada para definir um tipo específico de consumidor ou de fornecedor, independentemente de local físico, como o

mercado de automóveis, o mercado industrial, o mercado de capitais, o mercado imobiliário, o mercado de trabalho etc.

No tocante a mercado de trabalho, Oliveira e Piccinini (2011, p. 1520), creditam a Adam Smith, economista clássico, as primeiras referências ao mercado de trabalho ainda no final do século XVIII. Nesse sentido, o mercado de trabalho funciona conforme os demais mercados, “[...] podendo ser verificados comportamentos econômicos de firmas e indivíduos que buscam maximizar seu bem-estar e onde as funções da oferta e demanda de emprego dependem do nível de salário”.

Ademais,

[...] Caso exista algum desajuste entre oferta e demanda, se todos os trabalhadores não encontram um trabalho, é porque o nível dos salários está muito alto. A empresa tende a contratar trabalhadores enquanto seu custo marginal é inferior à produtividade marginal do trabalho. A baixa do custo do trabalho se traduz então por um crescimento da oferta de emprego. A intervenção de sindicatos, convenções coletivas etc. influenciam o nível dos salários reais que se afastam dos parâmetros de equilíbrio, gerando, dessa forma, desemprego (BRÉMOND E GÉLÉDAN, 1984) *apud* (OLIVEIRA E PICCININI, 2011, p. 1520),

Numa concepção clássica, o trabalho é um produto, ou seja, algo que é produzido, de

modo que os trabalhadores se configuram como vendedores, enquanto os empregadores atuam como compradores e, sendo assim, os salários são considerados o preço, e o mercado de trabalho representa o espaço onde ocorrem estas transações. Todavia, as diferenças de preço entre as companhias em competição serão reduzidas com o livre deslocamento dos trabalhadores entre empresas, permitindo que, possivelmente, se alcance o equilíbrio dos salários em todo o mercado. Este arranjo insere-se no sistema mais amplo da produção capitalista, cumprindo duas funções, simultaneamente: alocar os trabalhadores de uma sociedade em diferentes espaços produtivos e assegurar renda àqueles que participam desta relação (HORN, 2006) *apud* (OLIVEIRA E PICCININI, 2011).

3.2.1. A Mulher e o Homem no Mercado de Trabalho

Segundo Baylão e Schettino (2014), foi somente a partir dos anos 60 do século XX, período marcado pela expansão industrial e pelo êxodo rural, que se intensifica o deslocamento da força de trabalho agrícola, de áreas rurais, para grandes centros urbanos, que a evolução das mulheres se efetivou, pois, até então, somente trabalhavam na área rural, levando-as a migrar para as cidades onde a industrialização estava em forte expansão.

Não obstante,

Ao longo dos anos mudanças importantes têm ocorrido na participação das mulheres no mercado de trabalho. Este processo se consolida a cada dia deixando de ser apenas uma oscilação temporária, tornando o proces-

so de incorporação do contingente feminino um fenômeno social contínuo e persistente [...]. O aumento da atividade feminina na economia do Brasil, tem levado à um intenso crescimento da população ativa reduzindo o número de jovens do sexo masculino no mercado de trabalho (BAYLÃO E SCHETTINO, 2014, p. 2).

Dentre as características que levaram empregadores de todo o mundo investirem nos valores femininos, estão a facilidade de realizarem trabalho em equipe, bem como o poder de convencimento, levando credibilidade às suas ideias, de forma consensual, de modo cooperativo, sem preocupação com a competitividade, fatores que prejudicam a produtividade de qualquer trabalhador (BAYLÃO E SCHETTINO, 2014).

Com efeito, nas famílias de média e baixa renda tanto o homem como a mulher precisam de se inserir no mercado de trabalho, impulsionados pela necessidade de melhorar a renda familiar, que mesmo assim, em vários casos não é suficiente. Diante disso, existe a necessidade da afirmação das mulheres perante a sociedade, o que leva atualmente o Brasil, a um índice de 44,5% dos postos de trabalho das melhores empresas ocupados por mão de obra feminina (BAYLÃO E SCHETTINO, 2014).

Segundo Toitio (2008) *apud* Baylão e Schettino (2014, p. 2):

O trabalho feminino passa a integrar crescentemente a estrutura econômica a sociedade capitalista, sempre sob a determinação mencionada, ou seja, submetida ao capital e a sua necessidade de valorização no entan-

to nas primeiras décadas do século passado era ainda muito superior a proporção do trabalho masculino em relação ao feminino na esfera produtiva.

Fazendo uma retrospectiva histórica da inserção da mulher no mercado de trabalho, Baylão e Schettino (2014) recorrem a Hobsbawm (2004), ressaltando que foi mediante a Revolução Francesa (1789), que se efetivou o papel da mulher na sociedade.

A partir daí as mulheres começaram a passar a atuar de forma importante na sociedade. Entre as mudanças, podemos destacar questões relativas à exploração e limitação de seus direitos, cujas características marcaram a atuação da mulher buscando a melhoria da vida e condições de trabalho, com o começo da participação política, o fim da prostituição, a busca à instrução e a procura da igualdade de direitos entre os sexos (BAYLÃO E SCHETTINO, 2014, p. 3).

Não obstante, os autores citados concordam com a premissa de que a inserção da mulher no mercado de trabalho se deve, dentre outros fatores, a dois acontecimentos que marcaram definitivamente a história da humanidade e que modificaram a vida das mulheres, quais sejam, as duas grandes guerras ocorridas nas segunda e quarta décadas do século XX. “Com as guerras os homens tinham que ingressar nas frentes de batalha e as mulheres passaram a assumir os negócios da família e a posição dos homens no trabalho” (BAYLÃO E SCHETTINO, 2014,

p. 4).

Trazendo a discussão para os dias atuais, apresentamos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), postados no site O GLOBO em 2017, informando que a mulher teve um avanço no mercado de trabalho correspondente a 43,8% de todos os trabalhadores brasileiros, confirmando, assim, ocorre uma real inserção da mulher no mundo corporativo, mesmo que ainda persistam preconceito e desigualdade salarial.

Mais um dado relevante exposto no levantamento feito pelo IBGE e divulgado pelo site O GLOBO em 2017 (ALMEIDA, 2017), é referente ao percentual de desemprego em que chega a 11,7% de mulheres sem qualquer ocupação contra 9,6% de homens que não estão trabalhando. Esses dados reforçam duas barreiras que tornam o mercado de trabalho um ambiente adverso para as mulheres, além, da situação econômica enfrentada no país nos últimos dois anos e da relação família-emprego. Esse ambiente desfavorável implica na mudança do pensamento feminino quanto a mercado de trabalho. Levando as mulheres buscarem por ambientes de trabalho mais afetivos, que torne mais fácil conciliar família e emprego e que lhes possibilite auto realização, tornando-as empreendedora.

4. EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo feminino, numa definição mais simplista, confere à mulher o papel de empresária, a partir de sua atuação no mundo dos negócios, vistos, historicamente, como próprio dos homens. Sendo assim, uma definição de empreendedorismo feminino é a mesma de empreendedorismo, ou seja, um processo que impacta de forma decisiva o desenvolvi-

to econômico. Nesse sentido, Carrijo e Ferreira (2017, p. 202) argumentam que:

[...] é importante compreender a inserção da mulher nesse processo: quais são as principais características das mulheres brasileiras empreendedoras, quais são os negócios que elas tendem a criar; quais são as suas principais motivações. Essa compreensão pode ajudar na formulação de políticas públicas e de ações de entidades de apoio e sindicais, entre outras, para incentivar e apoiar as mulheres a inserir-se mais ativamente e de forma mais sustentável e competitiva no processo.

Analisando o empreendedorismo feminino no Brasil, Carrijo e Ferreira (2017) identificam a mulher brasileira como uma das mais empreendedoras do mundo tornando-se, no transcorrer do tempo, responsável pela maioria dos novos empreendimentos que surgiram no país. Como característica particular das empreendedoras do Brasil, percebe-se que possuem, de maneira geral, mais estudos que os homens e que, atualmente,

[...] são motivadas pela oportunidade para a abertura de novas empresas, o que pode estar relacionado com sua maior escolaridade. Como principais características dos negócios criados por elas estão: baixa inovatividade, concentração no setor varejista e detém um caráter mais sustentável do que o dos homens (CARRIJO E FERREIRA, 2017, pp. 202-203).

Não obstante, esses autores definem empreendedorismo feminino como um processo de transformação de uma ideia em algo novo, realizado por mulheres e recorrem a Hisrichetal (2009), conceituando empreendedorismo como um processo de criação de algo novo com valor, “[...] dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeiro e pessoal (CARRIJO E FERREIRA, 2017, p. 206).

Segundo Brancher et all. (2012) *apud* Carrijo e Ferreira (2017), para além da inovação, o empreendedorismo envolve não somente o processo de identificar e agrupar recursos humanos com diferentes habilidades, mas também ideias, conhecimento e outros meios que favorecem o desenvolvimento de um novo negócio ou de sua renovação.

Tratando dos motivos que levam as mulheres a investirem no mundo dos negócios, Anderson e Woodcock (1996) *apud* Jonathan (2011. p. 67) afirmam que:

[...] os motivos que levam as mulheres a empreender são, dentre outros: Sobrevivência, insatisfação com a liderança masculina, descoberta de um nicho de mercado mais atraente, satisfação em fazer as próprias decisões, percepção do desafio em combinação com o prazer e o contentamento aí associados.

A mulher na sociedade em geral teve sempre um papel de submissão e dependência do homem; tendo como atividade laboral apenas

o trabalho de dona de casa. Empreender, assim como ter qualquer outra atividade remunerada, foi decorrente da não aceitação das imposições da sociedade machista. Ser uma mulher empreendedora requer obtenção de diversas características no decorrer da vida. Empreender é um estilo de vida, e não um fator genético; o sucesso de quem empreende é resultado de muita dedicação e empenho.

Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realizada em 2017, com apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), revela que homens e mulheres se equiparam quanto a criar novos negócios, ou seja, 19,9% e 20,7%, respectivamente. Porém, é no manter do empreendimento que as mulheres são superadas, onde 18,6% dos negócios masculinos prosperam contra 14,4% de empresas femininas, o que reque um questionamento: as mulheres insistem menos nos empreendimentos ou esse ambiente ainda lhes é desfavorável no Brasil?

Uma possível explicação para esse cenário pode ser o modo como o empreendedorismo feminino é conduzido, pois de acordo com Vale, Serafim, Teodósio (2011), em se tratando do empreender, o gênero feminino, diferentemente do masculino, é mais afetivo, busca apoio na família, enquanto os homens buscam interação fora da família, com pessoas das quais eles esperam que podem contribuir, ou mesmo recebendo orientações. Mas, não é possível aceitar por completa a explicação dos autores supracitados, se consideramos que uma organização que tem na personalidade de sua empresária, dona, administradora ou líder, a afetividade terá, consequentemente, um ambiente mais leve e prazeroso de se trabalhar.

Nesse sentido, é importante refletirmos

acerca das argumentações de Lopes (2017), considerando que a sensibilidade da mulher faz com que ela enxergue seus colaboradores e clientes de uma maneira mais aprazível, fazendo com que ela crie laços afetivos com todos, favorecendo e criando um sentimento recíproco por parte deles. Desse modo, o ambiente organizacional torna-se mais agradável para todos.

Este é um fator muito importante no atual cenário competitivo empresarial, pois mais do que ter um negócio, é fundamental fazer com que esse negócio se mantenha. E isso passa pelo bom ambiente organizacional e as boas relações geradas com parceiros; sendo um ponto muito positivo das empreendedoras. Contudo, buscando uma imagem mais real para o cenário do empreendedorismo feminino, este trabalho realizou um estudo de caso na cidade de Araguaína TO, quando aplicamos um questionário com empreendedoras locais, em variados segmentos, com o intuito de conseguir uma resposta mais verídica para as questões envolvidas no empreendedorismo feminino.

4.1. Segmentos Empresariais em que prevalece o Empreendedorismo Feminino

O cenário do empreendedorismo está cada dia mais ocupado por mulheres e, segundo Andrade et al (2018), esse n crescimento é notável e deve-se, dentre outros fatores, ao fato de que elas têm buscando educação, qualificação e experiência profissional, o que as levam a se destacarem como líderes e empreendedoras de sucesso em suas áreas de atuação. Esses autores apresentam dados do IBGE (2003), registrando que o percentual de mulheres em idade ativa com qualificação profissional era de 12,9%, fazendo uma comparação com base no tema em

2011, esse percentual subiu para 24,4%.

Nesse sentido, dentre os segmentos empresariais que atuam as mulheres brasileiras, estão, com mais veemência, a Beleza, a Estética e a Moda. Além destes, segmentos como Educação, Saúde, Hotelaria, Gastronomia e Decoração são muito procurados no ramo do empreendedorismo feminino. No que diz respeito à beleza, Andrade et al (2018), apresentam dados do Sebrae (2015), informando que os elementos relevantes de sucesso são “[...] a participação crescente da mulher brasileira no mercado de trabalho, a utilização de tecnologia de ponta e o consequente aumento da produtividade, a redução dos preços praticados, os lançamentos de novos produtos voltados às necessidades do mercado”.

Diante desse cenário, percebe-se uma demanda expressiva dos clientes pelos serviços de beleza e estética e, sendo assim, o perfil do consumidor tem apresentado mudanças significativas, como a busca pela uma melhor aparência. Isso, certamente, tem contribuído para que a economia tenha expressivos, alavancada pela contribuição das mulheres empreendedoras e vários segmentos.

5. O EMPREENDEDORISMO FEMININO EM ARAGUAÍNA TO: RESULTADO E DISCUSSÃO

A pesquisa realizou-se com quatro mulheres empreendedoras que se instalaram em Araguaína TO. Porém, antes de iniciarmos a discussão dos resultados, apresentamos, brevemente, uma descrição do cenário econômico de Araguaína, cidade do norte do Tocantins, município localizado ao norte do estado, na microrregião Araguaína. A cidade possui uma área de 4.000 km² e limita-se com os seguintes municípios: Aragominas, Babaçulândia, Carmolândia, Filadélfia,

Muricilândia, Nova Olinda, Palmeirante, Pau d'Arco, Piraquê, Santa Fé do Araguaia e Wanderlândia, todos estes no próprio estado do Tocantins, e ainda com o município de Floresta do Araguaia, no estado do Pará, tendo o rio Araguaia como divisa dos estados⁷.

A figura 1, a seguir, apresenta um mapa da região onde está Araguaína.

Fig. 1. Mapa de Localização do município de Palmas e Araguaína.



Fonte: <http://tur.br/araguaina>. Acesso: 12-mar-2017.

Nos primeiros anos após a criação do estado do Tocantins, Araguaína foi a maior cidade, contabilizando, em 2010, 156.123 habitantes. Atualmente é a segunda maior cidade do estado e está localizada a 350km da capital Palmas e 1.252km da capital Federal do Brasil, Brasília. É um polo regional pujante, que se destaca nos quesitos comercial, educacional, de saúde e de serviços⁸. Em 2010, Araguaína foi posicionada como uma das 20 metrópoles do futuro pela Revista Veja, sendo que o censo do IBGE, desse mesmo ano, reafirma essa previsão, apontando um crescimento de 24,81%, um dos maiores do estado e um índice bastante elevado, considerando as demais cidades do Brasil.

5.1. Perfil do Empreendedorismo Feminino em Araguaína TO

O empreendedorismo feminino em Araguaína faz história na região norte do Tocantins. Vejamos a matéria do excerto abaixo e as imagens da figura 2.

⁷ Fonte: <http://to.gov.br/invista-no-tocantins/perfil-socioeconomico>. Acesso: 25-jan-2017.

⁸ Fonte: <http://to.gov.br/invista-no-tocantins/perfil-socioeconomico>. Acesso: 25-jan-2017.

Excerto 1.

Araguaína recebe Primeiro Encontro das Mulheres Empreendedoras

O “1º Encontro Tocantinense da Mulher Empreendedora” acontece no dia 10 de março, a partir das 8h, no auditório da Faculdade Católica Dom Orione. Um dos objetivos do encontro é buscar novos conceitos, aprimorar conhecimentos, ampliar negócios, entre outros. Na ocasião terá um café da manhã e talk show com o tema: Desafios de iniciar um empreendimento e Papel da mulher como líder empresarial.

Além disso, terá a palestra “Uma visão ampla para Empreender”, com Ana Maria Moreira Monteiro, formada em psicologia com especialização em Marketing, pós-graduada em Administração de Empresa, MBA em gestão Empresarial Avançada e ‘CEO Executivo Internacional da Fundação Getúlio Vargas’. Ana Maria é presidente e fundadora da empresa Am3 e criadora dos serviços de telemarketing.

Mulheres Empreendedoras

Segundo institutos de pesquisa nacionais e internacionais ligados ao empreendedorismo, as mulheres já começam a empreender mais. No Brasil, dados do GEM 2007 (Global Entrepreneurship Monitor), estudo do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e do IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade), apontam que, pela primeira vez, 52,4% dos novos negócios (com até 42 meses de criação) estão sob controle de mãos femininas.

O resultado da pesquisa indica um grande salto da presença das mulheres na população empreendedora do país e caracteriza uma mudança histórica, já que os homens sempre lideraram o ranking. Em 2001, por exemplo, eles representavam 71% e, em 2006, houve uma queda para 56,2%. Já em 2007, de cada 100 brasileiras, aproximadamente 13 estavam envolvidas em atividades empresariais. Estes índices colocaram o Brasil na sétima posição do ranking mundial de empreendedoras, composto por 42 países, com 7,7 milhões de mulheres à frente de negócios.

Fonte: <http://www.to.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/TO/araguaina-recebe-primeiro-encontro-das-mulheres-empreendedoras>. (2018). Acesso em: 01-dez-2018.

Fig. 2. Anúncio de evento em Araguaína.



Fonte: <https://portalaciara.com.br/araguaia-recebera-o-1o-encontro-mulher-empreadedora>.

Acesso em: 02-dez-2018.

Em Araguaína as mulheres empreendedoras ganham cada dia mais espaço, como é perceptível no anúncio e quadro acima. São eventos que não somente dão visibilidade, como promovem o empreendedorismo feminino na cidade, local que nossas participantes da pesquisa escolheram para implementar seus negócios, conforme veremos a seguir.

O quadro geral mais amplo, conforme visto anteriormente, apresenta um panorama da presença feminina no competitivo mundo dos

negócios em Araguaína, onde elas se destacam nas mais diversificadas áreas, tais como, hotelaria, estética, moda, educação, *buffer*, decoração, dentre outras.

Em nossa pesquisa entrevistamos quatro (4) empresárias que contribuíram para a elaboração deste trabalho, as quais permitiram que os seus nomes de suas empresas fossem expostos no trabalho⁹; o que permite tornar o estudo e a exposição de dados ainda mais próximo da realidade que elas vivem. As empresarias responde-

⁹ Conforme TCLE – Termo de Conhecimento Livre e Esclarecido em anexo.

ram a um questionário aberto formado por dez (10) questões, que permitiu traçar, além da formação do perfil de empreendedora, uma ampla discussão sobre a temática do empreendedorismo e os motivos que as levaram a iniciarem os seus respectivos empreendimentos.

As entrevistadas foram: 1) Kátia Borba Neves (Hotelaria); 2) Lindaura Aparecida Trinda-

de Cidinha (Moda); 3) Maria Marllania Tavares Noberto (Decoração e Gastronomia) e Ângela Maria Silva (Educação e Saúde). Na tabela a seguir descrevemos e apresentamos o perfil das mulheres participantes de nossa pesquisa. As variáveis em evidência são faixa etária, estado civil, formação, tempo de atuação no mercado e se tem filhos ou não.

Tabela 1. Perfil das Empreendedoras participantes da pesquisa.

NOSSAS ENTREVISTADAS				
	Kátia	Cidinha	Maria	Dra. Ângela
Idade	49	46	49	50
Estado Civil	Divorciada	Casada	Casada	Casada
Nº de Filhos	02	02	03	03
Formação	Superior Completo	Superior Incompleto	Ensino Médio Completo	Mestrado
Ramo de atividade	Hotelaria	Moda	Decoração e Gastronomia	Educação e Saúde
Tempo de Mercado	08 anos	25 anos	15 anos	13 anos

Os dados deixam claro que as empreendedoras têm grau de instrução em média de nível superior, são ou já foram casadas, com média de dois (02) e três (03) filhos. A faixa etária vai de 46 a 50 anos e os empreendimentos já estão no mercado há um tempo que varia entre oito

(08) e vinte e cinco (25) anos, o que consolida-a como empreendedoras de sucesso, pois já estão no mercado tempo suficiente para se firmarem. Segundo dados do Sebrae (2018), as empresas que se sustentam por mais de cinco anos podem ser consideradas empreendimentos sólidos, pois

a média de duração de uma empresa antes de fechar é de cinco anos, numa média de seis empresas fechadas para cada dez abertas;

Entre as entrevistadas a resposta do por que escolheram tal segmento foi unanime, pois todas declararam gostar do que fazem e, dentre os motivos para se tornarem empreendedoras, está o desejo de independência e a vontade de ter o próprio dinheiro, como declarou Cidinha (2018):

[...] vim embora para Araguaína, cheguei aqui fiquei ociosa, que eu não sou de ficar quieta dentro de casa, agoniada, dependendo de dinheiro de marido. Ai eu sei que foi um dia eu comprei um sapato pro meu menino e um sapato pra ele, ai eu pedi o cheque, ele falou assim, cheque num vou te dar cheque nenhum, você que se vira. Se vira assim como, por que eu num trabalho, num faço nada, só limpo casa e cuidado de menino. Ai eu engoli aquele negócio seco assim e pensei comigo, é a última vez você vai me dar um centavo.

Os motivos apontados e a declaração da entrevistada reforçam o pensamento de um meio empreendedor vivido por diárias superações femininas, além, é claro, da sociedade machista em que todas estão inseridas.

Num cenário adverso é importante também saber o que foi necessário para que elas conseguissem manter-se no mercado e o que elas consideram características de empreendedores de sucesso. Dentre todas as respostas uma palavra foi usada com intensidade foi “persistência” ou “perseverança” e considerada como uma

das principais características de um empreendedor de sucesso, aspecto defendido também por Chiavenato (2007) como uma característica marcante de um empreendedor de sucesso.

Como empreender não é tarefa simples e no Brasil aproxima-se do impossível, também perguntamos às empreendedoras quais as principais dificuldades enfrentadas ao longo de suas jornadas nos negócios. Enfrentar as políticas tributárias nacionais e o machismo foram/são os grandes desafios, como expôs Kátia (2018):

Por ser mulher eu tive que ter muitos cuidados, por que o meu público é um público basicamente masculino, então você no meio masculino, você se impor e mostrar a sua capacidade, o seu profissionalismo, isso é meio difícil né, então você tem que ter uma postura muito firme quanto a isso né. E a outra dificuldade é se manter no mercado né, num país que ocorrem mudanças a todo o momento, geralmente as mudanças elas não são positivas pro empresário, geralmente as mudanças são pro aumento de imposto, aumento de encargos tributários né, aumentos de tudo que a gente faz tem aumento, então a gente tem que ser; essa é a maior dificuldade é a gente enfrentar a realidade do mercado.

A empreendedora geralmente vive uma dupla jornada de trabalho, tendo que se dividir entre a rotina da empresa e o dia a dia da família. Ouvindo as entrevistadas ficou nítido que para elas dividir-se em “duas” não foi um problema, apesar de marcas de ausência em momentos

com os familiares; principalmente com os filhos.

Contudo, mais uma característica das empreendedoras pode ser identificada com a discussão sobre a dupla jornada que vivem que é a disciplina, como declara Cidinha (2018), “[...] você tem sempre que ficar se policiando, sempre ficar se policiando”. Ângela (2018) também reforça esse pensamento “[...] sempre fui muito disciplinada, eu sempre fui muito organizada, eu já sabia exatamente o que eu ia fazer a três, quatro anos à frente [...]”.

A disciplina respeitada pelas empreendedoras pode ser comprovada como válida e de sucesso ao consideramos o período em que seus negócios já estão no mercado, que são, respectivamente, 25 e 13 anos.

Para que um negócio se torne grande e obtenha sucesso imagina-se que exista um planejamento dando base para o seu desenvolvimento e isso foi um dos questionamentos feitos às empreendedoras. As respostas foram divididas, 50% se planejaram antes de iniciar o negócio e 50% não fizeram um planejamento.

A realização de um planejamento torna mais simples a execução da ideia e previne alguns erros como cita Cidinha (2018) “[...] se você faz uma pesquisa é muito mais fácil”. Para empreendedoras que não sabem a importância de uma boa pesquisa de mercado destacamos o apoio que é dado pelo SEBRAE, nesses casos sempre vale conversar com um de seus muitos consultores.

Conhecidos os motivos por escolherem seus respectivos negócios, identificadas às características da empreendedora de sucesso, os desafios enfrentados e o enfrentamento da dupla jornada de trabalho, se dividindo entre família e negócios; vamos agora conhecer as razões para empreender em Araguaína TO.

Sobre esse quesito as respostas se assemelham muito, mas é preciso dar destaque para duas colocações. A primeira é um motivo claro pelo qual o negócio foi iniciado em Araguaína:

Então, Araguaína ela faz parte mesmo de um centro de grande relevância na região onde nós estamos né e escolher Araguaína por que eu já estava em Araguaína, então quando você conhece o local onde você vai trabalhar e se você gosta desse local se torna tudo mais fácil. Eu mudei para Araguaína, gostei de Araguaína, estou criando minhas filhas em Araguaína estou criando minhas filhas e é a cidade que eu vivo então primeiro é um sentimento de amor e de posse da onde eu estou, depois aquele sentimento de empoderamento mesmo do meu sonho dentro deste contexto (ÂNGELA, 2018).

A segunda colocação é um exemplo de como empreender e, por que não, mais uma característica do empreendedor:

Não só na cidade de Araguaína, mas como em qualquer lugar a pessoa tem que estudar muito por que é um passo que é muito mais caro você voltar atrás. Então você tem que investir em análise de mercado, ver essa questão de concorrência, ver a questão de fluxo de pessoas, o local que você vai montar a sua empresa é muito importante, você tem que está avaliando onde, em que ponto da cidade o seu negócio se destaca-

ria, onde você teria pessoas que busquem o seu comercio seja ele qual for e você tem que analisar principalmente a concorrência, vale a pena entrar nesse mercado, você vai ter como disputar o mercado; tem tudo isso (KÁTIA, 2018).

Todo esse trabalho, essa dedicação das empreendedoras resulta em mudanças ao longo de sua trajetória no mercado. Era o que se pensava ao iniciar-se esse trabalho, mas conversando com as empreendedoras mais uma surpresa; das quatro entrevistadas apenas uma diz ter mudanças em sua vida se comprado antes e depois de iniciarem seus empreendimentos:

Há mudou muita coisa né, eu tive minha independência financeira, só em não depender no marido foi ótimo e assim, hoje, aprendi, nossa, aprendi muitas e muitas coisas. E outra coisa principal que a gente aprende é tipo assim passa muito dinheiro na mão da gente, mas não é da gente, você tem muitas coisas para pagar, para cumprir [...]. (CIDINHA, 2018)

A declaração da entrevistada mais uma vez retrata os precedentes de um meio machista, não exclusivamente do mercado, mas da cultura social cultivada ao longo dos anos; onde a mulher era dependente do homem. E para superar isso as empreendedoras tem que se diferenciar no meio masculino.

As respostas para os fatores de sucesso para o empreendedorismo feminino variam muito, poderia ser definida em uma palavra para Kátia, dedicação. Maria já compreende que o fator

de sucesso é gostar do que faz. E essas duas empreendedoras concordam que esses fatores são unissex.

Mas Cidinha e Ângela têm visões diferentes, para elas a mulher tem uma sensibilidade que os homens não têm:

Eu acho assim, a mulher ela tem um feeling sabe, ela é mais sensitiva, ela é mais observadora, ela é mais sensível sabe, eu acho que a mulher é mais de relacionamento e eu acho que hoje, no mundo de hoje da gente um relacionamento faz toda a diferença com o cliente [...]. (CIDINHA, 2018).

Na verdade o empreendedorismo ele ocorre em uma empresa, em qualquer sentimento, qualquer pensamento eu acho que não tá ligado muito ao gênero mais nós mulheres temos algumas características peculiares; talvez fazer várias coisas ao mesmo tempo, ter mais persistência, ter mais tolerância, ter mais planejamento, então eu acredito nesse lado do empreendedorismo feminino [...]. (ÂNGELA, 2018).

Diferente da divergência das respostas sobre os fatores de sucesso, as respostas sobre a percepção do mercado para empreendedores foram unânimes, os fatores externos, principalmente a política tributária nacional é o principal empecilho para que o brasileiro consiga empreender. Dentro dessa unanimidade as melhores palavras para exemplificar esse pensamento são da Sra. Maria (2018):

Hiii minha filha, vou te contar, se não aparecer, salvador da pátria não existe para começar, mas se não aparecer alguém que realmente queira trabalhar para o povo; tá ruim viu, o negócio tá difícil, tá difícil, não vejo; se cada um não correr atrás dos seus próprios objetivos; fiquei pensando de que ninguém vai fazer nada que não vai não, não tá fácil não.

Depois de todas essas colocações e discussões sobre a vida de uma empreendedora foi questionado, por fim, como elas definem empreendedor. As respostas se assemelham entre todas, sempre o definindo como uma pessoa que persiste, impacta seu entorno e torna sonhos em realidade. E de forma resumida definiu a Sra. Ângela (2018), “Empreender pra mim significa arriscar totalmente”.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve por objetivos uma estudar Empreendedorismo Feminino em Araguaína TO, identificando as potencialidades do mercado de trabalho. Além desse tivemos: Entender o que é Empreendedorismo Feminino e como este se efetiva na cidade de Araguaína TO, destacando suas principais características; Perceber quais os segmentos empresariais em que

prevalece o Empreendedorismo Feminino; Traçar o Perfil da Mulher Empreendedora de Araguaína e problematizar a questão de Gênero (masculino x feminino) em relação ao Empreendedorismo.

Com efeito, os objetivos foram alcançados mediante a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso com quatro (04) mulheres empreendedoras em Araguaína |TO, atuante em segmentos diversos. Ademais, o perfil identificado nas empreendedoras participantes da pesquisa, revela que essas mulheres são em primeiro lugar apaixonadas pelo que fazem, são totalmente capacitadas a atuar nesse universo tido como masculino, superaram o machismo e conseguiram sucesso alinhando família e negócios.

As empreendedoras entrevistadas possuem nível superior, planejaram seus negócios antes de iniciá-los e sabem a importância desse planejamento, são ou já foram casadas, tem em média dois filhos, já superaram os 40 anos, seus negócios têm em média onze anos de mercado e sempre tiveram dedicação e entrega aos seus empreendimentos.

Porém, tudo isso não as impediu de alcançar a satisfação profissional e pessoal, construindo família e garantindo sua independência financeira. Isso prova que apesar das dificuldades de se empreender no Brasil e principalmente de ser uma mulher empreendedora não é impedimento de se alcançar o sucesso profissional e pessoal.

7. REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Cássia. **Mulheres estão em apenas 37% dos cargos de chefia nas empresas.** O GLOBO. Publicado em 05/03/2017. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/economia/mulheres-estao-em-apenas-37-dos-cargos-de-chefia-nas-empresas-21013908>> Acesso em: 22/04/2018.
- ALMEIDA, Severina Alves De (Sissi). **Etnossociolinguística e Letramentos:** Contribuições para um Currículo Bilíngue e Intercultural Indígena Apinajé / Severina Alves de Almeida; PDF; Tese de Doutorado. Orientadora: Rosineide Magalhães de Sousa. -- Brasília, 2015. 358 p.
- ANDERSON, A. H., WOODCOCK, P. (1996). **Effective entrepreneurship:** a skills and activity based approach. Oxford, UK/Cambridge, MA: Blackwell Publishers Ltd. <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652011000100005> Acesso: 22-abr-2018. 01:26h.
- ANDRADE, Jéssica Suellen Mello de. et all Empreendedorismo Feminino no Segmento de Estética e Beleza: Um Estudo à Luz da Teoria de David McClelland. **Id on Line Rev. Mult.** Psic. V.12, N. 39. 2018 - ISSN 1981-1179. Edição eletrônica em <http://idonline.emnuvens.com.br/id>. Acesso em: 05-dez-2018.
- : Conceitos e Definições. *Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539. Disponível: <https://seer.imes.edu.br>, Acesso em: 01-dez-2018.
- BAYLÃO, André Luis da Silva. SCHETTINO, Elisa Mara Oliveira. **A Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho Brasileiro.** CEDERJ/FACSUM/UNITAU FACSUM <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/20320175.pdf>. Acesso em: 01-dez-2018.
- CARRIJO, Michelle de Castro; FERREIRA, Sara Regina Rizza. **Empreendedorismo feminino no Brasil:** uma análise a partir de dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, v. 6, n. 6, Mar. 2017, p. 200-225.
- CERVO, Amado Luiz. **Metodologia científica /** Amado Luiz Cervo, Pedro Alcino Bervian, Roberto da Silva. – 6 ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio / Idalberto Chiavenato. - 2.ed. rev. E atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto / John W. Creswell; tradução Magda Lopes; consultoria supervisão e revisão técnica desta edição Dirceu da Silva. – 3. Ed. – Porto Alegre: Artmed, 2010. 296 p.
- FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia.** 5ª ed. [rev.] - São Paulo: Saraiva, 2006.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa /** Antônio Carlos Gil. – 5ª ed. – São Paulo: Atlas, 2016.
- FAZENDA, Ivani Catarina Arantes (Org.). **Interdisciplinaridade:** história, teoria e pesquisa. 18 ed. Campinas: Papirus, 2011.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil:** 2017. Relatório Executivo. 21 p.
- JAREÑO, Bruno José. O mercado de trabalho e o mercado de recursos humanos em Uberlândia. **Horizonte Científico**, v. 2, n. 2, 2008.
- LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica /** Maria de Andrade Marcone, Eva Maria Lakatos. – 5ª ed. – São Paulo: Atlas, 2003.
- LOPES, Alanny Kelly Lima Lopes et al. CARACTERÍSTICAS E COMPORTAMENTOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE MULTICASOS EM PEQUENAS EMPRESAS. **Revista Expressão Católica**, v. 5, n. 1, 2017.
- LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em Educação:** Abordagens Qualitativas. Editora Pedagógica e Universitária LTDA, Vozes, 2004.
- MICHELIS, **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**, 2018). <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/empreendedor>.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social.** Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- OLIVEIRA, Sidinei Rocha de. PICCININI, Valmiria Carolina. **Mercado de trabalho:** múltiplos (des) entendimentos. <http://www.scielo.br/pdf/rap/v45n5/v45n5a12.pdf>. Acesso em: 01-dez-2018.

SANTOS, J. P. et al. **Perfil do empreendedorismo feminino**: um estudo de caso no município de Campina Grande – PB. XII SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.

SARAIVA, Pedro. **Empreendedorismo**: do Conceito à Aplicação, da Ideia ao Negócio, da Tecnologia ao Valor, 3ª ed. Imprensa da Universidade de Coimbra / Coimbra University Press, 2015.

UNESP. **Tipos de Revisão de Literatura**. Botucatu, SP: 2015. Fonte: <http://www.ip.usp.br/portal/images/biblioteca/revisao.pdf>. Universidade de São Paulo - Instituto de Psicologia - Biblioteca Dante Moreira Leite -Av. Prof. De Mello Moraes,

1721 Bloco C - Cep 05508-030 - SP- Tel: 3091-4190. Acesso em: 30-nov-2018.

VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F. & Teodósio, A. S. C. (2011). **Gênero, Imersão e Empreendedorismo**: Sexo Frágil, Laços Fortes? Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, 15 (4): 631-649.

VASCONCELOS, Eduardo Mourão. **Complexidade e pesquisa interdisciplinar**: epistemologia e metodologia operativa. 4ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

YIN, Roberto K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ª Ed. Porto Alegre. Editora: Bookmam. 2001.

8. APÊNDICE

INSTRUMENTO DE PESQUISA: QUESTIONÁRIO

Nome: _____

Idade: _____

Estado Civil: _____

Tem Filhos? Sim () Não ()

Ramo de atividade: _____

Grau de Instrução: _____

1. Por que a Senhora escolheu esse segmento de negócio e quanto tempo faz que iniciou?

Resposta: _____

2. Para a Senhora, quais são as características que identificam um empreendedor de sucesso?

Resposta: _____

3. Quais foram as principais dificuldades enfrentadas ao longo desse percurso profissional?

Resposta: _____

4. O fato de ser mulher, enfrentado quase sempre uma dupla jornada de trabalho, numa sociedade patriarcal, é algo que pode ser visto como um favorável ou desfavorável? Justifique.

Resposta: _____

5. A Senhora realizou algum planejamento prévio para abertura do seu negócio?

Resposta: _____

6. Quais os principais fatores a considerar como importante na decisão de investir num negócio na cidade de Araguaína?

Resposta: _____

7. Como a Senhora avalia sua vida pessoal e financeira antes e depois de investir nesse negócio?

Resposta: _____

8. Qual o principal fator que contribui para o sucesso do empreendedorismo feminino?

Resposta: _____

9. Como a Senhora percebe o mercado hoje para a atividade empreendedora no Brasil?

Resposta: _____

10. Para concluir, o que é Empreendedorismo para a Senhora?

Resposta: _____

9. AUTORIZAÇÃO

Autorizo a reprodução deste trabalho.

(Direitos de publicação reservados ao autor)

Araguaína, (dia) de (mês) de (ano)

JULIANA VIEIRA SILVA

10. ANEXO 1: TERMOS DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO