

MULHERES, LÍDERES E EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO DE CASO NA CÂMARA DA MULHER EMPREENDEDORA DE VIÇOSA-MG

WOMEN, LEADERS AND ENTREPRENEURS: A CASE STUDY ON THE CHAMBER OF WOMEN ENTREPRENEUR OF VIÇOSA-MG

Eliene Gomes Vieira*
Wanda Evangelina Ribeiro Silva**
Daiane Miranda de Freitas***

RESUMO

O estudo do empreendedorismo feminino é um tema relativamente novo, mas essencial devido à crescente participação das mulheres no mercado de trabalho. Esta pesquisa buscou identificar as percepções de líderes empreendedoras, membras da diretoria da Câmara da Mulher Empreendedora da cidade de Viçosa-MG, em relação aos seus negócios, habilidades, motivações e desafios. A partir disso, foram analisadas entrevistas semiestruturadas realizadas com quatro líderes. Adotando o método qualitativo para a análise de dados, identificou-se que as entrevistadas passam por questões relacionadas à dificuldade de inovar, conciliar aspectos da vida pessoal e profissional e sexismo. Contudo, a sororidade no meio empresarial mostrou-se fundamental para promover acesso à capacitação, *networking* e o sentimento de autossatisfação, demonstrando o importante papel das redes de apoio para o sucesso das empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Liderança. Desafios. Sororidade.

ABSTRACT

The study of female entrepreneurship is a relatively new topic, although essential due to the growing participation of women in the labor market. This research aimed to identify the perceptions of entrepreneurial leaders, members of the Chamber of Women Entrepreneur in the city of Viçosa-MG, in relation to their business, skills, motivations and challenges. From this, a semi-structured interview with four female leaders was applied. Adopting a qualitative method for data analysis, it was identified that the interviewees go through issues related to the difficulty of innovating, reconciling aspects of personal and professional life and sexism. However, sisterhood in the business environment proved to be essential to promote access to training, networking and self-satisfaction, demonstrating the important role of supporting projects for the success of female entrepreneurs.

Keywords: Female entrepreneurship. Leadership. Challenges; Sisterhood.

* Faculdade de Ciências e Tecnologia de Viçosa, UNIVIÇOSA. elienevieira91@gmail.com

** Faculdade de Ciências e Tecnologia de Viçosa, UNIVIÇOSA. ribeirowanda18@gmail.com

*** Faculdade de Ciências e Tecnologia de Viçosa, UNIVIÇOSA. daianedefreitas@gmail.com

Introdução

O empreendedorismo é uma temática que tem despertado interesse dos pesquisadores das áreas de Administração, Economia e Gestão de Negócios, pois compreender o pensamento empreendedor e os processos envolvidos no sucesso de um empreendimento é fundamental para entender as necessidades do mercado, que passa por constantes renovações.

A origem do termo empreendedorismo é antiga, podendo ser encontrado em registros escritos no português desde o século XV, porém ele é proveniente do vocábulo da língua inglesa *entrepreneurship*, constituindo-se da junção da expressão francesa *entrepreneur* com o sufixo inglês *ship*, que transforma adjetivos em substantivos. Assim, a palavra ganha o sentido de implementação de empresas e produtos (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

No Brasil, o ato de empreender é uma alternativa para a conquista da independência financeira e autossatisfação, porém é necessário ressaltar que muitos brasileiros não empreendem pela oportunidade, mas em razão da necessidade de sobrevivência, sendo o empreendedorismo “[...] um comportamento, fortemente influenciado por condições sociais, econômicas e estruturais de apoio e estímulo ao desenvolvimento do empreendedor” (LOPES; SOUZA, 2005, p. 6).

Nesse cenário, destacam-se as mulheres empreendedoras que movimentam a economia do país com seus negócios. Segundo os dados publicados em 2019 pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a quantidade de empreendedoras brasileiras já passa a marca de 30 milhões, sendo o Brasil o sétimo país com o maior número de empreendimentos criados por mulheres.

Desse modo, é inegável a crescente participação feminina no crescimento econômico e geração de empregos do país, fazendo-se cada vez mais importantes as redes de apoio para que as empreendedoras possam ultrapassar as barreiras predefinidas por um sistema ainda dominado pelos homens. Um exemplo é o Mapa do Ecossistema de apoio às Mulheres Brasileiras, disponível no site da Rede Mulher Empreendedora (2021), com o intuito de facilitar o acesso a programas e instituições focadas no auxílio e capacitação das empreendedoras brasileiras.

Dito isso, neste estudo que objetiva identificar as percepções de líderes empreendedoras, membras da diretoria da Câmara da Mulher Empreendedora da cidade

de Viçosa-MG, em relação aos seus negócios, habilidades, motivações e desafios, será evidenciada a importância da Câmara como projeto de apoio às empreendedoras da região. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas com quatro mulheres que integram e lideram a associação a fim de analisar a partir dos pressupostos teóricos o perfil das empreendedoras, seus desafios e motivações.

1. Revisão Teórica

1.1 Empreendedorismo

Considerado um fenômeno a nível global, o tema empreendedorismo gera constante interesse em razão da sua capacidade de adaptação a cada contexto histórico, econômico e social. Assim, a definição do ato de empreender passou por diversas mudanças ao longo do tempo. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018), o tópico foi primeiramente abordado como o julgamento da viabilidade de um negócio, sendo considerados os riscos. Posteriormente, devido ao crescimento do mercado e a alta competitividade, o fator da inovação tornou-se primordial para o sucesso de um empreendimento.

De acordo com Bispo *et al.* (2016), a inovação é uma necessidade aderente ao empreender, sendo a Gestão da Inovação uma parte importante do planejamento estratégico de uma empresa. Ou seja, ser uma pessoa empreendedora indica a capacidade da aplicação de uma ideia, preferencialmente inovadora, na prática a fim de proporcionar a prestação de um serviço à sociedade.

Todavia, para que esse processo seja possível, é indispensável a criação de um plano de negócio, devendo-se traçar o percurso do empreendimento a curto e longo prazo. O teórico Idalberto Chiavenato (2007, p. 131) define que planejar é “estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática e quais os objetivos que se pretende alcançar”. Segundo o autor (2007, p. 133), deve-se considerar as seguintes questões durante a elaboração do planejamento: o ramo da atividade, o perfil do mercado consumidor, a concorrência, os produtos ou serviços oferecidos, o processo operacional e a análise financeira. Desta forma, estabelece-se um roteiro a ser seguido com a intenção de minimizar as possibilidades de prejuízo.

No Brasil, o empreendedorismo é uma tendência para aqueles que buscam a independência financeira, como demonstra a pesquisa feita pelo GEM, realizada com apoio do SEBRAE e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) em 2020.

Neste estudo, de acordo com o artigo publicado no site do SEBRAE (2021), verificou-se o crescimento de 75% na taxa de empreendedorismo potencial no país, totalizando cerca de 50 milhões de brasileiros que pensam em abrir o próprio negócio nos próximos anos. Do mesmo modo, a formalização dos empreendimentos cresceu 69% no mesmo período.

Tal resultado é positivo considerando que a geração de empregos no Brasil depende em grande parte das micro e pequenas empresas, conforme demonstra outra pesquisa feita pelo SEBRAE (2018), indicando que, de janeiro a setembro de 2018, 82% das vagas de emprego foram criadas por esses nichos.

Ademais, a busca pelo empreendedorismo aumentou exponencialmente durante a pandemia de COVID-19. Segundo os dados do Ministério da Economia (2021), em 2021 o número de empresas abertas foi 6% maior e o fechamento 11,3% menor do que no ano anterior, o que representa um recorde. Contudo, sabe-se que muitos brasileiros empreenderam não por opção, mas como alternativa para suprir o déficit financeiro causado pelo desemprego. De acordo com a pesquisa realizada pelo IDADOS e publicada no portal Economia Uol (2021), no período de um ano entre 2020 e 2021 cerca de 3,3 milhões de brasileiros perderam seus empregos.

Dessa forma, pode-se entender que o empreendedorismo é uma condição que une uma ideia à necessidade ou vontade de obter melhores condições financeiras. Neste contexto, estão as mulheres empreendedoras que além de todos os desafios enfrentados ao abrir um negócio também passam pelas questões relacionadas à desigualdade de gênero, sendo necessário aprofundar este estudo mais especificamente no empreendedorismo feminino e seus desafios.

1.2 Empreendedorismo Feminino

Outrora, era comum dizer que o lugar das mulheres era na cozinha e que seu papel social era restrito a cuidar da família, mas após muitas lutas e conquistas, pode-se afirmar que o local ideal para as mulheres é onde elas quiserem estar. Contudo, apesar da crescente participação feminina no mercado de trabalho, ainda há uma cobrança dissonante entre as funções desempenhas pelos homens e mulheres nos espaços do trabalho e do lar.

De acordo com os dados do IBGE (2018), em 2016 as mulheres passaram 73% a mais de tempo do que os homens desempenhando atividades de cuidado doméstico. No mesmo período, as mulheres com ensino superior receberam apenas 63,4% de salário em

relação aos homens com a mesma formação. Tais dados confirmam a desigualdade de gênero ainda presente nas esferas da sociedade.

Assim, concorda-se com a afirmação de Castro, Braz e Freitas (2019, p. 519) sobre o perfil das mulheres modernas que “[...] é, portanto, muito diferente daquele imposto no século XIX, posto que, além de desempenharem seus papéis tradicionais, elas ocupam espaços também no meio corporativo, o que, por vezes, faz com que se sintam sobrecarregadas”.

Hisrich e Peter (2004), a partir de uma pesquisa, explanaram as principais diferenças entre os empreendedores e empreendedoras, sendo destacado que os homens estão mais associados aos empreendimentos de indústria, costumam iniciar seus próprios negócios entre os 25 e 35 anos, fazem uso de financiamentos bancários ou possuem investidores formais, são motivados pelos *status* e consideram-se persuasivos e inovadores, demonstrando um alto nível de autoconfiança. Por outro lado, as mulheres integram principalmente negócios de prestação de serviço ou consultorias, iniciam seus empreendimentos entre os 35 e 45 anos, sendo subsidiadas na maioria dos casos pelas economias pessoais ou empréstimos informais, motivam-se pela possibilidade de independência financeira e visualizam-se como profissionais criativas, mas com um nível médio de autoconfiança.

Apesar das divergências supracitadas, as mulheres são maioria em relação ao empreendedorismo, representando cerca de 51% dos empreendedores do Brasil (SEBRAE, 2019), ou seja, mais da metade dos negócios abertos recentemente são fruto do empreendedorismo feminino. Assim, é inegável que a “força empreendedora feminina só cresce e se expande e essa conquista, se comemorada e devidamente aproveitada por toda a sociedade, só tende a resultar em ganhos que beneficiam a todos” (SEBRAE, 2019, p. 5).

A partir disso, pode-se considerar que os empreendimentos comandados por mulheres, além de movimentarem a economia, também são marcos importantes que empoderam e demonstram a capacidade que elas têm de superar os desafios e conquistar os espaços sociais. Entretanto, não se deve romantizar as dificuldades, sendo preciso que a sociedade continue evoluindo nas políticas públicas para que as desigualdades socioeconômicas, de gênero e raça possam ser cada vez menos evidentes.

1.3 Desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras

Além dos desafios enfrentados por qualquer pessoa que deseja empreender no Brasil, as mulheres passam por problemas como conciliar a jornada múltipla de trabalho, a falta de incentivo familiar e o sexismo. O estudo conduzido por Jonathan (2005) revelou as principais fontes de insatisfação de um grupo de empreendedoras entrevistadas (49 mulheres do Rio de Janeiro), sendo evidenciado que o desequilíbrio entre os papéis públicos e privados é um fator que desmotiva as mulheres, sendo necessário uma nova configuração social em que as tarefas do lar sejam igualmente divididas.

Do mesmo modo, a burocracia na abertura de um negócio e a dificuldade de acesso ao crédito são outros fatores desfavoráveis para as empreendedoras. Segundo Winkler e Medeiros (2011, p. 8):

No que se refere aos recursos, é imprescindível o estímulo por meio de políticas públicas, principalmente às operadoras financeiras na concessão de créditos para criação e desenvolvimento das empresas criadas e dirigidas por mulheres. Muitas vezes isto desencoraja mulheres no estágio anterior da efetiva criação, ou seja, quando ainda não criaram empresas. Isto porque ao necessitarem de capital inicial, na maioria das vezes adquirem por meio informal e em pequena quantia. Ainda, mulheres que efetivam a criação acabam por ter maior probabilidade de descontinuidade, devido à falta de acesso ao crédito formal como forma de capital de giro.

Por isso, faz-se essencial a criação de entidades sociais que apoiem micro e pequenas empresas, oferecendo cursos de capacitação e auxílio na criação e modernização dos empreendimentos. O acesso a cursos relacionados ao empreendedorismo é um diferencial para o sucesso dos empreendedores, visto que é necessário desenvolver ou aprimorar uma série de características para gerenciar um negócio, como a habilidade de liderança.

1.4 Liderança

Em um contexto empresarial, o líder deve ser capaz de “[...] orientar, definir rumos e metas, ajudar as pessoas a ultrapassar suas dificuldades e desafios, monitorar o trabalho delas, impulsionar e motivar a equipe” (CHIAVENATO, 2007, p. 162). Logo, uma boa liderança pode impulsionar o desempenho dos colaboradores da empresa e proporcionar melhores resultados.

Contudo, não são todas as pessoas que possuem um perfil de liderança nato, sendo muitas vezes necessário desenvolver, por meio de cursos e treinamentos, habilidades específicas para gerir uma empresa com eficiência. De acordo com Bergamini (1994), há uma relação intrínseca entre a liderança e a motivação, sendo importante entender a diferença entre chefiar e liderar. A primeira consiste em uma visão estritamente hierárquica onde o chefe regula e pune, já a segunda concepção indica a existência de uma atenção às necessidades individuais dos funcionários, havendo um equilíbrio de expectativas e cobranças.

A autora (1994, p. 108) também discorre sobre a assimetria conceitual entre a liderança e a gerencia de um empreendimento, afirmando que o líder deve inovar, entender as pessoas, desafiar o habitual e ter uma perspectiva a longo prazo. Desta forma, pode-se entender o líder como um gerente que não se limita ao *status quo*.

1.5 Liderança Feminina

Atualmente, as mulheres estão cada vez mais inseridas nas áreas do empreendedorismo, inclusive em cargos de liderança, porém, segundo o Relatório Global de Gênero do Fórum Econômico Mundial (2021), apenas 39,4% das contratações para funções de gestão são destinadas às mulheres, colocando o Brasil na 93ª posição entre os 156 países analisados em relação à equidade de gênero no mercado de trabalho, ou seja, o cenário ainda está longe de ser igualitário e ideal.

Tal estatística está ligada ao fato de o mercado do trabalho ainda ser predominantemente masculino e do sexismo, muitas vezes latente, presente nas corporações, fazendo com que as mulheres precisem provar-se eficientes a todo momento, pois ainda há um ideal de liderança com características tipicamente masculinas, por exemplo, a rigidez. Todavia, “[...] é necessário que se desconstrua a lógica perversa que predomina no mundo corporativo que associa as atividades de direção, gestão e liderança às características masculinas e que impedem que as mulheres possam ascender profissionalmente, dentro da empresa, aos cargos de comando (SILVA; CARVALHO; SILVA, 2017, p. 10)”. Concorda-se, então, com a afirmação feita por Salvagni e Canabarro (2015, p. 95):

Desse modo, as mulheres podem utilizar-se de atributos masculinos em sua gestão, assim com as características femininas podem ser aplicadas na liderança masculina, criando assim novas atitudes, tanto cultural quanto comportamental do indivíduo dentro da empresa, não se

esquecendo de considerar as crenças, os valores e a cultura organizacional, bem como as ações e conduta da equipe a qual se está gerindo.

Além dos fatores externos, as questões internas ligadas à criação e expectativas da sociedade dificultam o acesso das mulheres aos cargos de liderança, visto que há uma crença coletiva de que para uma mulher alcançar o sucesso financeiro é preciso abdicar-se da realização pessoal (METZ, 2014). Contudo, a própria concepção de completude feminina passou por mudanças nos últimos anos, sendo antiquado dizer que todas as mulheres possuem o sonho de ser mãe e esposa, não existindo um único caminho para a realização pessoal.

Conclui-se que os gestores não precisam ser limitados a perfis de liderança tradicionalmente masculinos ou femininos, pois o ato de liderar depende de uma série de características que não são inerentes ao gênero, além do estilo individual de cada líder.

2. Metodologia e Estratégias de ação

O presente artigo possui natureza qualitativa, sendo um estudo de caso que busca identificar as percepções de líderes empreendedoras da cidade de Viçosa-MG, membras da diretoria da Câmara da Mulher Empreendedora, em relação aos seus negócios, habilidades, motivações e desafios. O estudo de caso possibilita “[...] responder às questões ‘como’ e ‘por quê’ certos fenômenos ocorrem, quando há pouca possibilidade de controle sobre os eventos estudados e quando o foco de interesse é sobre fenômenos atuais, que só poderão ser analisados dentro de algum contexto de vida real” (GODOY, 1995, p. 25).

Desse modo, adotou-se um procedimento descritivo, exploratório e analítico para apresentar os dados recolhidos por meio de entrevistas semiestruturadas com 15 perguntas divididas nas seguintes seções: (I) perfil das entrevistadas, (II) descrição dos empreendimentos, (III) a importância da Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa e (IV) os desafios e motivações de ser empreendedora. Ademais, é importante mencionar que as entrevistas foram gravadas em áudio, transcritas e, posteriormente, foi feita a análise de conteúdo, sendo que na explanação dos dados, para preservar a identidade das entrevistadas, adotou-se o uso de pseudônimos

Como ressaltado previamente, a criação e o acesso a programas de auxílio aos empreendedores são de suma importância para a implementação e sucesso dos negócios,

sendo um fator comum entre as entrevistadas a participação em cargos de liderança na Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa. Este projeto busca auxiliar os empreendimentos femininos do município e redondezas, podendo ser descrito, de acordo com o site da Casa do Empresário de Viçosa, da seguinte maneira:

A Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa, vinculada à Casa do Empresário de Viçosa, tem como objetivo promover o desenvolvimento pessoal e profissional por meio do associativismo e da união de forças de mulheres empresárias e profissionais liberais das cidades de Viçosa e microrregião. Desde a sua fundação, em 2017, essa meta já vem sendo perseguida com sucesso, por meios de ações de incentivo e estímulo à atuação da mulher empreendedora, por meio de palestras, cursos e eventos diversos. Em pouco tempo de atividade, a instituição já promoveu eventos de muito bom gosto, em que as participantes tiveram a oportunidade de desfrutar de um ambiente propício para negócios, networking, marketing e amizades.

Dito isso, os resultados deste estudo são provenientes das análises das semelhanças e diferenças das respostas das empreendedoras entrevistadas, a fim de associar a teoria anteriormente apresentada às questões práticas postas em pauta nas entrevistas.

3. Resultados

3.1 Perfil das entrevistadas

O primeiro passo para o desenvolvimento das entrevistas foi conhecer o perfil das empreendedoras, sendo realizadas perguntas em relação ao nome, faixa etária, estado civil, número de filhos e escolaridade, lembrando que para preservação da identidade das entrevistadas, foram adotados pseudônimos.

Quadro 1: Perfil das entrevistadas

Entrevistada:	Faixa etária:	Estado civil:	Nº de filhos:	Escolaridade:
Francisca	45 anos	Solteira	0	Pós-graduação
Ana	43 anos	União estável	0	Mestrado
Manuela	50 anos	Solteira	0	Pós-graduação
Maria	41 anos	Casada	2	Pós-graduação

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Em relação às informações pessoais, pode-se verificar que elas possuem entre 41 e 50 anos, estando em diferentes tipos de configurações de estado civil, sendo que uma das entrevistadas possui filhos. Sobre a escolaridade, todas são formadas no Ensino Superior e tiveram acesso à formação continuada. O que enfatiza a relação entre a educação e o sucesso de empreendimentos, como aponta Maria:

No início eu fui me profissionalizar nessa área, fui fazer EMPRETEC, SEBRAE, fui me especializar. No primeiro momento, para entender o que era empreendedor, eu tive que me capacitar.

Como as empreendedoras possuem formação em áreas não relacionadas diretamente à Administração, serviços de apoio às empresas foram fundamentais para a compreensão do ato de empreender. Além disso, a troca de experiências também se mostrou um fator essencial para o crescimento profissional.

3.2 Descrição dos empreendimentos

Posteriormente, foram realizados questionamentos sobre os empreendimentos tendo em vista o ramo de atuação, o tempo de atuação da empresa, a formalização e o número de funcionários.

Quadro 2: Descrição dos empreendimentos

Entrevistada	Ramo	Tempo de atuação da empresa	Situação do negócio	Nº de funcionários
Francisca	Saúde	44 anos	Formalizado	20
Ana	Alimentação	27 anos	Formalizado	06
Manuela	Construção	15 anos	Formalizado	01
Maria	Estética	9 anos	Formalizado	04

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Como exposto acima, pode-se observar que as empresas possuem áreas e dimensões de tempo de atuação e número de funcionários diferentes, mas são devidamente formalizadas, o que é um aspecto positivo, visto que é a partir da formalização que os empresários podem ter acesso a crédito facilitado, garantir os direitos previdenciários e participar oficialmente do cenário empresarial do país.

Sobre o plano de negócio das empreendedoras, três revelaram que não houve um planejamento formal, sendo que duas delas desempenham suas funções em empresas

familiares. Fato que não foi um facilitador, de acordo com o relato da Francisca sobre suas dificuldades iniciais:

Associação familiar, dificuldade interna da gestão da cultura pelo fato de ter vindo de uma gestão já administrada pelo pai e irmão, havendo muita resistência pela equipe que lidero hoje e também pela gestão com fornecedores.

Consegue-se perceber que o fato de ser mulher foi uma questão apresentada como um motivo para a descrença da capacidade de gestão da entrevistada, que integra uma empresa familiar. Do mesmo modo, a Manuela também atua em um negócio administrado pela família e explicou que a abertura da empresa se deu a partir da demanda e não houve tempo para um planejamento de negócio prévio, sendo a gestão da empresa e o *marketing* realizados de uma maneira menos formal:

Aqui no depósito eu já peguei tudo encaminhado, aqui o negócio é muito boca-a-boca. Temos que ver o caminhão, vai ver uma obra e o encarregado dessa obra vai para outra obra. Aqui tem um funcionário só que ele sai distribuindo o cartãozinho pessoalmente. Então, aqui acontece mais dessa forma, peguei o negócio caminhando. Na época, não tinha como fazer um estudo, mas existia a demanda pelo material.

Por outro lado, a Maria gere uma franquia, sendo a maior parte do planejamento pré-estabelecida pelo próprio franqueado. Este processo é chamado de *franchising* e possui diversos benefícios como “a possibilidade de se abrir um negócio com menos riscos, além disso, como se percebe, a relação entre empreendedorismo e *franchising* é estreita, de modo que essa relação é potencializada, refletindo ganhos mútuos, entre franqueado e franqueador” (SILVA; CARDOSO, 2019, p. 4), como é destacado pela própria empreendedora:

Na verdade, como a gente não tinha um *know hall*, eu era professora, queria abrir meu próprio negócio, então a gente optou por franquia. Na franquia, teoricamente já existe um planejamento, capital de giro, quanto vai investir, até a questão do ponto, de estudar aonde vai ser o ponto. Mas foi tudo assim, não partiu da gente e sim de todo um contrato da franquia.

Dessa forma, nota-se que o plano de negócios pode ser subestimado, mas isso não significa que ele seja desimportante, pelo contrário, se as empreendedoras tivessem maior entendimento do planejamento estratégico na época em que iniciaram suas carreiras nos negócios, provavelmente, poderiam ter maior facilidade para lidar com as problemáticas relacionadas à gestão.

3.3 A importância da Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa

Em relação à Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa, buscou-se entender qual a importância do projeto na vida profissional e pessoal das empreendedoras. Para isso, primeiramente foram questionados seus objetivos ao integrar a associação e os principais tópicos apresentados foram: estabelecer *networking*, ter capacitações, receber acolhimento e trocar experiências com outras mulheres que participam do mundo dos negócios.

Trata-se da sororidade que pode ser vista como o “[...] sentimento de solidariedade e irmandade feminina e utilizado por mulheres que participam do movimento feminista, sugerindo união, laços de irmandade, respeito e luta pela igualdade de gênero” (LAMAZALES, 2021, p. 17). Logo, ter uma rede de apoio é essencial por diversas razões, como aponta Maria:

Eu acho muito importante primeiro por causa da capacitação, por que quando você reúne forças, você consegue fazer cursos, trazer pessoas e capacitar pessoas, troca de experiência, de conhecimento, de redes de contatos. Tem sido de grande importância, principalmente nos desafios que estamos enfrentando agora com a pandemia, de uma ajudar a outra, com isso, já fechei muitas parcerias.

Dessa maneira, confirma-se a necessidade da assistência por meio de projetos sociais e do compartilhamento de ideias e experiências, pois, como apontado anteriormente, o ato de liderar uma empresa vai além da gestão financeira ou de ter boas ideias, sendo extremamente importante dar valor aos relacionamentos envolvidos no contexto empresarial.

3.4 Os desafios e motivações de ser empreendedora

São diversos os motivos para empreender, assim como os desafios em ser uma mulher, líder e empreendedora. Assim, sobre exercer um papel de liderança na Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa, Ana destaca o desafio de inovar e atender as expectativas da nova geração de empreendedoras:

Eu acho que é atender as expectativas das novas mulheres, principalmente as novas associadas. Porque assim, a gente que está a gente só faz parte de uma associação, então assim, a gente não recebe para isso, tem uma coisa para serem coletivo e às vezes as pessoas esperam que você faça alguma coisa por elas sem que participar todo mundo do mesmo processo.

Do mesmo modo, Maria enfatiza que para muitas associadas o processo de mudança e adaptação ainda é difícil, principalmente em relação às novas tecnologias digitais e formas de negócio, que se tornaram mais disseminadas e necessárias durante a pandemia de COVID-19:

Eu acho que [a dificuldade] no nosso grupo ali é essa mudança do mundo digital. Muitas lá já têm o próprio negócio há mais tempo, da época que se usava outdoor, publicidade nas rádios, então, estão se adaptando a esse novo mundo digital. Muitas trabalham com comércio, lojas de roupas, que no momento de pandemia, passa por uma crise econômica.

Além disso, o preconceito de gênero também é apontado como um aspecto desafiador no empreendedorismo, principalmente nos casos em que a empresa é mais voltada ao público masculino. Por exemplo, pode-se destacar o relato da Manuela que afirma precisar se provar capaz e manter uma postura firme para ser respeitada, mas, mesmo assim, muitas vezes é descredibilizada pelo fato de ser uma mulher:

Aqui no depósito tem muito. Porque meu público é assim, quase que cem por cento homem, machista, tem gente que não aceita falar comigo porque acha que eu não entendo nada de andaime. Aqui tem bastante, cadê o rapaz que trabalhava aí? Você não entende nada do que eu estou falando, do que eu estou explicando? Você não está conseguindo entender, não? Essas são algumas das frases que mais escuto. O telefone, as vezes, deligava na minha cara. São coisas que acontecem no meu dia a dia, não com muita frequência, por que não sou de abaixar a cabeça, sou firme, as vezes até muito atrevida, não abaixo muito a crista não. Mas também tem aqueles que já ligam com toda simpatia, respeito, parceria e carinho.

Já nos negócios com o público-alvo majoritariamente feminino, como é o caso da Maria, o sexismo é menos perceptível, porém ela compreende a necessidade do debate, visto que as mulheres devem poder ingressar nas demais áreas do mercado de trabalho e serem vistas como potenciais líderes:

Por ser um ramo de estética, já é um público mais feminino e a pessoa vem aqui em busca do serviço e é isso. Nunca sofri preconceito, não. A minha opinião é que tem muito a melhorar, muito a evoluir, acredito que muita gente sofra esse tipo de preconceito ainda. Principalmente, de mulher e liderança, por acharem que elas não são capacitadas e capazes.

Outro desafio questionado é o de conciliar a vida pessoal com a profissional, sendo que apenas uma das entrevistadas demonstrou não ter dificuldade nisso, pois compartilha as responsabilidades com o marido, já as outras três mencionaram que é

difícil manter um equilíbrio, sendo muitas vezes preciso deixar algo em segundo plano, seja no âmbito pessoal ou profissional.

A respeito das motivações para empreender, destaca-se a autovalorização, sendo citado pelas entrevistadas quais são as características que as definem como empreendedoras, sendo apresentado por todas o aproveitamento das oportunidades, a iniciativa, a força de vontade, a persistência e a busca por conhecimento no ramo empresarial.

Logo, percebe-se que as empreendedoras possuem um perfil alinhado do que é ser uma empresária, provavelmente devido às formações e trocas de experiências realizadas na Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa. Assim, através do aprimoramento dos traços de gestão empresarial e do comprometimento pessoal, elas buscam alcançar maior realização pessoal e profissional, ao mesmo tempo, auxiliando outras mulheres no processo de empreender.

Considerações Finais

Por meio deste estudo, buscou-se traçar o perfil de mulheres empreendedoras em cargo de liderança, sendo realizada uma pesquisa com gestoras da Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa-MG, verificando-se que, independente da área de atuação, todas as entrevistadas enfatizam a necessidade de grupos de apoio para que as empresárias possam compartilhar experiências e estratégias de negócio.

Contudo, são evidenciadas diversas dificuldades para gerir um empreendimento, tais como: a gestão de inovação, o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional e o machismo no mercado de trabalho. Apesar de serem pós-graduadas, a formação empreendedora também pode ser considerada um fator de dificuldade, visto que todas as entrevistadas só tiveram entendimento e capacitação empresarial após a abertura de seus negócios.

O perfil apresentado pelas entrevistas foi bem alinhado em relação as características que as representam como empreendedoras, sendo a associação ao projeto um diferencial na construção da autoimagem das participantes.

Assim, pode-se comprovar os pressupostos teóricos apresentados e ressaltar a importância de redes de apoio para que as empresárias possam desenvolver-se profissionalmente e terem um espaço de acolhimento, sendo a sororidade uma aliada na integração das mulheres no mundo empreendedor.

Referências

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>. Acesso em: 12 dez. 2021.

BERGAMINI, C. W. Liderança: administração do sentido. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 34, n. 3, p.102-114, maio/jun. 1994. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/V6HxfSxghqbGdKpVVRDqqWC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 dez. 2021.

BISPO, C. *et al.* **Empreendedorismo e Inovação**. Salvador: UNICEUSA, 2016.

BRASIL. IBGE. **Demografia e Estatísticas de Empreendedorismo**. 2018. Estudos e Pesquisas. Informação Econômica. n. 34. IBGE, 2018. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101759.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

BRASIL. IBGE. **Estatísticas de Gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2018. Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Socioeconômica. n.38. IBGE, 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf. Acesso em: 6 dez. 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. Gestão. **Brasil teve em 2020 o melhor desempenho da década na abertura de empresas**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2021/fevereiro/brasil-teve-em-2020-o-melhor-desempenho-da-decada-na-abertura-de-empresas>. Acesso em: 6 dez. 2021.

CÂMARA da Mulher Empreendedora. **Casa do empresário de Viçosa**. Disponível em: <https://casadoempresario.org.br/casa-da-mulher-empreendedora/>. Acesso em: 10 dez. 2021.

CANABARRO, J. R. dos S.; SALVAGNI, J. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 6, n. 2, p. 88-110, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.7769/gesec.v6i2.347>. Acesso em: 13 dez. 2021.

CASTRO, J.; BRAZ, A.; FREITAS, D. Empreendedorismo feminino: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de Viçosa-MG. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, São Paulo, v. 8, n. 8, p. 515-542, mar. 2019. Disponível em: <https://cupdf.com/document/empreendedorismo-feminino-um-estudo-de-caso-revistasempreendedorismovo-empreendedorismo.html>. Acesso em: 10 dez. 2021.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de seu próprio negócio**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/38200>. Acesso em: 12 dez. 2021.

HISRICH, R. D.; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, E. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**. v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-73722005000300005>. Acesso em: 6 dez. 2021.

LAMAZALES, C. B. A sororidade como fator de sucesso para a jornada do empreendedorismo feminino através do design thinking. 2021. 84 f. Dissertação (Mestrado em Design Management) – Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação, Universidade Europeia, Lisboa, 2021. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/36886>. Acesso em: 8 dez. 2021.

LOPEZ JR. G. S; SOUZA, E. C. L. de. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas Empresas: Construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração – REAd**, Porto Alegre, v. 11, n. 6, p. 1-21, nov./dez. 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/read/article/view/40616/25830>. Acesso em: 14 dez. 2021.

MAPA do Ecossistema de apoio às Mulheres Brasileiras. **Rede mulher empreendedora**. Disponível em: <https://rme.net.br/2021/01/11/mapa-do-ecossistema-de-apoio-as-mulheres-brasileiras-5-0/>. Acesso em: 15 dez. 2021.

METZ, E. S. Gestão feminina: a presença das mulheres na liderança de empresas. **Àgora: Revista de divulgação científica**, v. 19, n. 2, p. 169-178, 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.unc.br/index.php/agora/article/view/667>. Acesso em: 15 dez. 2021.

UOL. Em um ano, 377 brasileiros perderam o emprego por hora, diz TV. **UOL**, São Paulo. 24 set 2021. Economia. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/07/24/desemprego-brasil-pandemia.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 5 dez. 2021.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino como tendência de negócios**. 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf. Acesso em: 6 dez. 2021.

SEBRAE. **Número de brasileiros que querem ter um negócio próprio atinge maior patamar durante pandemia**. 2021. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/numero-de-brasileiros-que-querem-ter-um-negocio-proprio-atinge-maior-patamar-durante-pandemia,c20e1eca7715c710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 6 dez. 2021.

SEBRAE. **Participação de mulheres empreendedoras cresce no Brasil.** 2021.

Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/participacao-de-mulheres-empendedoras-cresce-no-brasil,06fd4563d8318710VgnVCM100000d701210aRCRD>.

Acesso em: 6 dez. 2021.

SEBRAE. **Pequenos negócios respondem por 82% das novas vagas nos últimos meses.** 2018. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/pequenos-negocios-respondem-por-82-das-novas-vagas-nos-ultimos-meses,caaa6ddceeca6610VgnVCM1000004c00210aRCRD?codTema=2&origem=tema>.

Acesso em: 5 dez. 2021.

SILVA, C. R. R. da; CARVALHO, P. M. de; SILVA, E. L. da. Liderança feminina: a imagem da mulher atual no mercado corporativo das organizações brasileiras. **Educação, Gestão e Sociedade: revista da Faculdade Eça de Queirós**, v. 7, p. 25, 2017. Disponível em:

http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170509163857.pdf. Acesso em: 14 dez. 2021.

SILVA, P. R.; CARDOSO, A. L. J. Empreendedorismo feminino em franchising: Estudo de caso realizado com franqueadas na cidade de Rondonópolis-MT.

In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO DO SUL DE MATO GROSSO. 2019.

Disponível em:

<https://eventosacademicos.ufmt.br/index.php/CONASUM/conasum2019/paper/viewFile/13706/2665>. Acesso em: 14 dez. 2021.

THE GLOBAL GENDER GAP REPORT 2020. **World Economic Forum.** Disponível em: <https://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2020/>. Acesso em: 15 dez. 2021.

WINKLER, C.; MEDEIROS, J. Mulheres empreendedoras: uma questão de gênero? *In:* SIMPÓSIO GÊNERO E POLÍTICAS PÚBLICAS, II., **Anais[...]**, Londrina, 2011.

Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/GT%207%20-%20Carolina.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2021.