

EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DAS MULHERES DE BARBACENA-MG

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: STUDY OF THE ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS OF WOMEN OF BARBACENA-MG

Parley Lopes Bernini Silva^{*}
Fernanda Cristina Pereira Militão^{**}
Eduarda Fernandes Souza^{***}
Jussara Cândida Soares^{****}
José Carlos De Cnop Siqueira^{*****}

RESUMO

A pesquisa trata da temática de empreendedorismo feminino e sua aplicabilidade no *modus vivendi* das mulheres empreendedoras de Barbacena –MG evidenciando quais significados atribuem à sua prática que resulta em sua inclusão/exclusão social. A revisão bibliográfica e a aplicação de 13 questionários aportados com o uso de entrevistas tornaram-se o alicerce deste ensaio. A análise, aportada nas temáticas de Empreendedorismo e Empreendedorismo Feminino ofertou mapear uma polissemia de representações das pesquisadas acerca da sua inserção neste nicho de mercado, notadamente percebido na literatura como instrumento de escape das incertezas/cries e de evidência em decorrência do processo de feminização do trabalho. O estudo conclui que as protagonistas atribuem múltiplos significados a sua atuação neste contexto, ora como ferramenta de reconhecimento social ora como meio de ingresso ao trabalho e renda, instrumento comumente apontado como fator de autonomia e reconhecimento social.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Mulheres. Barbacena-MG.

ABSTRACT

The analysis deals with the theme of female entrepreneurship and its applicability in the *modus vivendi* of women entrepreneurs from Barbacena -MG, evidencing what meanings they attribute to their practice that results in their inclusion/social exclusion. The literature review and the application of 13 questionnaires with the use of interviews became the foundation of this essay. The analysis, anchored in the themes of Entrepreneurship and Female Entrepreneurship, offered to map a polysemin of representations of the researched with regard to the insertion in this market niche, nodits perceived in the literature as an instrument to escape uncertainties/cries and evidence due to the process of feminization of work. The study concludes that the protagonists attribute multiple meanings to their performance in this context, or as a tool of social recognition or as a means of entering work and income, an instrument commonly pointed out as a factor of autonomy and social recognition.

Keywords: Female Entrepreneurship, Women, Barbacena-MG.

* Universidade Federal de Santa Catarina. Gestor de Turismo (IFSEMG), Mestre em Extensão Rural (PPGER-UFV), Doutorando em Administração (PPGAdm-UFSC). parley.bernini@posgrad.ufsc.br

** Bacharela em Administração (IFSEMG). fernandacpmilitao@gmail.com

*** Bacharela em Administração (IFSEMG). eduardafernandes52090@gmail.com

**** Bacharela em Administração (IFSEMG). jussarasoares@gmail.com

***** Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais. Docente EBTT do IFSEMG e especialista em gestão financeira. decnop@gmail.com

Introdução

Os debates recentes sobre a temática de empreendedorismo aplicada sobretudo aos estudos da Administração têm sido recorrentes na literatura, correlacionando sua prática como instrumento de escape da precarização do mercado e de trabalhos os quais são ausentes de uma legislação trabalhista a qual assegure seu ofício com dignidade e devida segurança (Bessant; Tidd, 2009; Carvalho, 2013; Bernini Silva *et al.*, 2022; Dieese, 2022). É notadamente um assunto o qual oferta múltiplas análises devido ao seu envolvimento na Administração quer como área aplicada, ciência ou prática de trabalho. Propondo complementar o que é debatido acerca do Empreendedorismo e Empreendedorismo Feminino é neste eixo que a monografia se insere.

A atividade empreendedora não é recente, sendo creditada sua origem de raiz francesa (Dornelas, 2001; Bernini Silva *et al.*, 2022), a qual concomitantemente abarca a busca de inovação e caminhos de oportunidade em situações denominadas de crise/incertezas. A palavra empreendedor (do francês *entrepreneur*) é comumente interpretada no português como aquele que assume riscos e começa algo novo, orientado a um senso criativo frente a problemas econômicos e sociais.

Noutros termos, o ato de empreender “podem estar ligadas à ideia de encontrar soluções para problemas de uma sociedade. [...] podem partir tanto das empresas através de suas políticas de responsabilidade social quanto da sociedade civil com a criação de instituições com objetivos sociais” (Carvalho, 2013). Segundo Landström, Harirchi, Aström (2012), o ato de empreender é tão antigo quanto a prática do comércio sendo amplamente discutida a partir da evolução dos mercados e centros urbanos, quando os cientistas passaram a se interessar pela área enquanto categoria analítica.

Empreender, posto isso, é compreender o quão intersecciona às práticas sociais e econômicas das sociedades a favor de uma inovação e desenvolvimento social. Nisto “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX” (Timmons, 1990 *apud* Dolabela, 2001, p.19). Nesse sentido de transformações e desenvolvimento, uma das suas vertentes é a do Empreendedorismo Feminino (dito EF), pautado na gestão dos empreendimentos por mulheres orientadas para além do ganho econômico.

Nele, aspectos pessoais da empreendedora como o que sente e enxerga o mercado correlacionam com a prática de venda (Silva; Silva, 2019) aliada a preocupação socioambiental (Cruz, 2013), política e cultural dos indivíduos. Concomitantemente, não

se pode deixar de notar a baixa produção de trabalhos que tratem do tema, visto sua produção atrelada ao sexo masculino ao passo que a categoria de EF é de recente análise (Limeira, 2015; Amorim; Batista, 2017) com lacunas teórico-empíricas a serem tratadas, o que também justifica a realização deste trabalho.

Seguindo a interface de que o EF contempla múltiplos aspectos da vida cotidiana buscando minimizar questões como a precarização do trabalho que esta análise se extrai aportado ao fato de buscar ampliar os estudos da temática ora que não apresenta um consenso (Cruz, 2013; Limeira, 2015), tendo a necessidade de análises regionais e comparativas para minimizar as brechas que apresenta (como um estudo dirigido às mulheres) a fim de vê-lo como “an innovator who has a game changing idea or a potentially new concept that can succeed in the crowded marketplace [...] the entrepreneur needs to have a truly innovative idea for a new venture”¹ (Juneja, 2015).

O trabalho, ao propor compreender como o empreendedorismo feminino conglomerava aspectos sociais e econômicos a favor de uma melhora daquelas que nele integram, tem seu objetivo demarcado (neste caso as mulheres empreendedoras de Barbacena –MG). Nisto, a pergunta norteadora pautou em “*como você (mulher empreendedora) representa sua inserção no Empreendedorismo Feminino e como isso reflete na sua inclusão/exclusão social?*”.

Para tal, a revisão bibliográfica amparada nas categorias analíticas de “Empreendedorismo” e “Empreendedorismo Feminino” tiveram destaque aliado a técnica de análise descritiva. Metodologicamente qualitativo, utilizou-se de 13 questionários semiestruturados. O universo empírico compreendeu o município de Barbacena, situado na mesorregião Campos das Vertentes, em Minas Gerais durante o mês de novembro de 2022. Por fim, mas não menos importante, o trabalho também se justifica, para além do que já foi apresentado, ao fato de que a região apresenta poucas produções nesta temática sendo, portanto, pouco problematizada.

Analisar, a partir dos seus discursos, como as mulheres empreendedoras de Barbacena-MG representam sua atuação e ganhos de ordem pessoal/profissional reveladas através do Empreendedorismo Feminino.

¹Em tradução livre para o português: “uma inovador que tem uma ideia de mudança de jogo ou um conceito potencialmente novo que pode ter sucesso no mercado lotado. [...] o empreendedor precisa ter uma ideia realmente inovadora para um novo empreendimento”.

Referencial Teórico

Empreendedorismo como foco de análise

A noção do termo empreendedorismo remonta origem francesa, sendo redefinida de acordo com o contexto da época vigente, sendo ora relacionado ao escape de incertezas do mercado, ora com a preocupação com o social e, mais ainda, abarcando as duas e mais temáticas (Dolabela, 2001; Alves, 2011; Juneja, 2015; Bernini Silva *et al.*, 2022). Nisto, é de interesse ressaltar que (Silva; Silva, 2019, p. 3-4):

Para Oliveira (2014), o empreendedorismo deve ser conceituado como um processo evolutivo e inovador das capacidades, habilidades e atitudes profissionais orientadas a aumentar os resultados dos empreendimentos e a consolidar novos projetos que sejam estrategicamente relevantes [...] Baggio e Baggio (2014) salientam que qualquer dessas definições apresentará, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao sujeito empreendedor: iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo o que se propõe a fazer, utilização criativa dos recursos disponíveis e a capacidade de transformar o ambiente social e econômico onde vive e, por último, a capacidade de aceitar assumir riscos calculados, bem como a possibilidade de fracassar.

O economista austríaco Schumpeter (1985) definiu o empreendedor como um agente capaz de assimilar e usufruir das oportunidades geradas pelos avanços da tecnologia, inserindo e modificando cenários com a modernização dos processos produtivos, expandindo comércios, unindo valores com insumos e constituindo novas empresas, possibilitando até a criação de novos circuitos financeiros.

Short *et al.* (2010), destacam que oportunidade é um conceito central no campo do empreendedorismo. De acordo com os autores, apesar de historicamente as pesquisas sobre o tema serem voltadas para características e comportamento de indivíduos empreendedores na criação de novos negócios, os pesquisadores vêm dando cada vez mais atenção para o fenômeno da oportunidade empreendedora. Há um crescimento na literatura de pesquisas tratando das oportunidades ofertada pela categoria; da multiplicidade de teorias que podem a ela ser associada; bem como as análises que privilegiam os estudos sobre emoção e a teoria social cognitiva (Short *et al.*, 2010).

Num cenário atual de amplo dinamismo empresarial; ao crescimento econômico global aportado em acordos de cooperação; a competitividade de mercados múltiplos (nacionais e multinacionais) a um mesmo nicho associados ao desemprego e baixa inflação orienta a uma possível conclusão: a atividade empreendedora estaria a favor de uma melhoria, do crescimento, do emprego e da prosperidade àqueles que por ventura estariam a margem dos empregos, realizando “subempregos” com precarização e

prospecção aos tidos “ideias” ou com “*status*” (Dolabela, 2001; Dornelas, 2001; Standing, 2014).

Ainda que não se faça um consenso acerca da definição de empreendedores, genericamente é notada uma orientação de que necessitam ser pessoas ativas, arrojadas, dispostas a colaborar e que percebem oportunidades em situações encaradas como “dífíceis” ou “sem oprotunidades” (Dornelas, 2001; Juneja, 2015; Bernini Silva *et al.*, 2022). Segundo Dornelas (2001, p.19) são “pessoas diferencia-das, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

Hisrich e Peters (2004, p. 29) complementa que ser empreendedor “reúne características de comportamento como, por exemplo, tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos com o objetivo de transformar recursos e situações para proveito prático e, por fim, assumir o risco do sucesso ou do fracasso)”. Percebe-se, pois, que a prática empreendedora revela-se mais pelas questões pessoais/comportamentais e de motivação individual do que propriamente pelo saber técnico/acadêmico. Faz-se necessário a presença de uma iniciativa/predisposição do(a) empreendedor(a) acerca de determinada situação/contexto para que então desenvolva/reúna instrumentos capazes em auxiliar sua atuação sobre determinada condição/situação.

A ação empreendedora também tem sido creditada na literatura como fator de desenvolvimento e crescimento das sociedades a qual dispõe de constantes mudanças. Dornelas (2001, p. 19-20) aponta que:

o papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade e que, diante das transformações ocorridas no mundo a partir do século XX, os empreendedores estão revolucionando o mundo. Esses indivíduos, capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorando processos produtivos ou até mesmo desenvolvendo inovações que geram riquezas e aumentam o bem-estar das pessoas, são fundamentais para o desenvolvimento da sociedade, promovendo nela maior mobilidade.

Concomitantmente, se a prática empreendedora é tida por meio de criatividade e/ou inovações, também é apontada a quem procura meios de segurança social/econômica e de sobrevivência, sendo motivado a abrir um negócio em razão da escassez de empregos e das inseguranças/seletividade² do mercado. Sob o espectro econômico, faz-se uma

² Segundo Bernini Silva *et al.*, 2022 (p. 26) entende-se como seletividade o “sistema de mercado atual,

busca, por conta própria, a uma fonte de renda como *modus vivendi* às suas necessidades pessoais, sociais, econômicas e culturais. É, em linhas gerais, a formação de uma identidade de “empreendedor por vocação” (já descrito anteriormente) e “empreendedor por necessidade”.

Aliado a esta premissa a pesquisa de Vale, Corrêa e Reis (2014), apontam que o *empreendedor por necessidade* refere-se a quem têm seu ofício revelado pela ausência de oportunidades de trabalho/renda. Necessitam dispor de perspicácia no que se refere a identificar oportunidades/lacunas no Mercado. Tem senso de curiosidade aliado a necessidade de manter-se (característica que influencia diretamente no seu comportamento). Não obstante a descoberta e concepção de uma ideia titular de potencialidade lucrativa não é suficiente para sua efetividade.

Venkataraman *et al.* (2012) colaboram ao expor que sua necessidade alinha-se a ter capacidade de efetivamente explorar as oportunidades e criar negócios direcionados às demandas do mercado. Nisto, “a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças sociais, tecnológicas e sua rapidez, e não é apenas um modismo. A competição na economia também força novos empresários a adotar paradigmas diferentes” (Dornelas, 2001, p.20). Tal dicotomia é o que orienta o interesse/afinidade em empreender daquele que necessita/não se vê com oportunidades, atuando para além do local (Cruz, 2013, Medeiros *et al.*, 2017).

Têm-se comumente aceito na literatura que a globalização é instrumento de aproximação entre as nações e de trocas econômicas, sociais, culturais e acadêmicas. Neste sentido, pesquisadores nomeiam a uma “era do empreendedorismo” (Dornelas, 2001; Cruz, 2013; Juneja, 2015), visto que empreendedores (as) atuam para além de onde vivem e convivem, utilizam da *internet*; estabelecem o *know-how* e planejamento daquilo que irá ofertar. Assim, “removem barreiras comerciais e culturais, encurtam distâncias, globalizam e renovam conceitos econômicos, criam novas relações de trabalho e novos empregos, quebram paradigmas e geram riqueza para a sociedade, um bom planejamento” (Dornelas, 2001, p. 32), questão essa tida complexa (senão impossível) às gerações anteriores que não dispunham desses instrumentos.

Dado o exposto, a orientação da atividade empreendedora têm seu destaque em muitos países, inclusive no Brasil, oferecendo cursos para jovens profissionais e temas específicos de empreendedorismo. Considerando a crescente atenção a esse tema nas

altamente segmentado e fragmentado, tornando essencial para o alcance de salários elevados a qualificação de nível superior”.

escolas e universidades. Eles se formam todos os anos em ensino técnico e universitário no Brasil (Dornelas, 2001). Nacionalmente vê-se que (Bernini Silva *et al.*, 2022, p. 27):

O início da atividade de empreendedorismo, a nível nacional, data de 1990 onde diversas ações “governamentais e privadas ocorreram no Brasil visando o crescimento do empreendedorismo. Uma dessas iniciativas foi o Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, que, de 1999 a 2002, investiu 8 bilhões de reais na capacitação de empreendedores brasileiros” (Baggio; Baggio, 2014, p. 20). Esse tipo de ação buscava, especialmente, profissionalizar uma classe que era pouco percebida e, ao mesmo tempo, já apresentava destaque nas contribuições que levantavam.

O movimento empreendedor no Brasil teve amplitude devido a duas instituições: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Associação Brasileira de Exportação de *SoftWare* (Softex)³. O SEBRAE, incontestavelmente, é uma das mais conhecidas organizações por parte dos empreendedores no país. Oferta desde o suporte necessário para iniciar seus negócios até serviços de consultoria, palestras, cursos e demais atividades a fim de gerar conhecimento técnico a uma classe de trabalho florescente no país (Dolabela, 2001; Dornelas, 2001, Bernini Silva *et al.*, 2022). Há de se destacar que as ações do Governo Federal buscam estabelecer um incentivo à prática de empreender e da inovação a favor da criação e desenvolvimento de negócios. Como demonstrado no quadro abaixo (Quadro 1), têm-se por incentivos:

Quadro 1 – Principais ações governamentais de nível federal de empreendedorismo

AÇÃO GOVERNAMENTAL	INSTITUIÇÃO
Lei de inovação (Lei Nº 10.973), de 2004	-
Le do Bem (Lei Nº 11.196/05), de 2005	GF
Novo Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação em 2015-2018	MCTIC
Start-Up Brasil	MCTIC
InovAtiva	MDIC
Programa Centelha	MCTIC
Imposto Sobre Serviços (ISS)	GF
Conexão <i>Startup</i> -Indústria	ABDI
Criatec	BNDES
BNDES MPME Inovadora	BNDES
Inova Talentos	CNI/CNPq
RHAE	CNPq
Inovar	Finep
Pappe Subvenção/Integração	Finep
Tecnova	Finep

³ É de importância destacar que “a história da unidade Softex pode ser confundida com a história do empreendedorismo brasileiro na década de 1990. A unidade foi criada com o objetivo de trazer empresas de software de 20 países para o mercado externo por meio de diversas atividades, onde o empresário de TI recebeu treinamento em gestão e tecnologia” (Dornelas, 2001, p. 32).

Inovacred	Finep
Pipe/Pappe	Finep/Fapesp
PNI (Incubadoras)	MCTI/CNPq
Sesi-Senai de Inovação	Sesi/Senai
Legenda:	
ABDI Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial BNDES Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social CNI Confederação Nacional da Indústria CNPq Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico Fapesp Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo	GF Governo Federal Finep Financiadora de Estudos e Projetos MCTIC Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações Senai Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial Sesi Serviço Social da Indústria

Fonte: Scalcon, 2022, p. 25-26, adaptado

O quadro desenvolvido por Scalcon (2022) evidencia que se faz presente uma quantidade considerável de ações governamentais a favor da prática de empreender que interseccionam desde a prática de instituir Políticas Públicas a seus resultados nas instituições de fomento à pesquisa e serviços. Ainda assim, não se nega que tão-só a existência de leis será fator de garantia e seguridade a quem nele deseja interagir/integrar.

É necessário avaliar sua aplicabilidade e coesão numa visão social e micro, a favor de compreender localmente quão tem sido eficaz e eficiente (Bernini Silva *et al.*, 2022). “Dessa forma, uma análise crítica da utilização prática desses mecanismos pode auxiliar na compreensão da sua efetividade real em termos do benefício que podem gerar” (SCALCON, 2022, p.26) aos diversos indivíduos que nele debruçam. É o caso das mulheres, foco deste trabalho e de onde sua problemática extrai.

Empreendedorismo feminino: notas da literatura

Entende-se por empreendedorismo feminino (EF) todo negócio ou projeto o qual tenha como criadora/protagonista/liderança mulheres (DIEESE, 2022). Noutros termos é caracterizado por mulheres que de fato tomam decisões estratégicas para o crescimento e desenvolvimento do empreendimento, a favor de um posicionamento dinâmico frente ao mercado (Sebrae, 2021). Como constatado por Amorim e Batista (2017, p. 1):

O empreendedorismo feminino está em evidência, por conta do processo de feminização do mercado de trabalho, e ocorre assim um aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres, tornando-se cada vez mais importante conhecer sua importância no cenário econômico, e primordialmente as razões que as mulheres têm para empreender e ainda revelar uma parcela das particularidades do empreendedorismo feminino, destacando a trajetória da mulher no mercado de trabalho, setores de empreendimento, gestão feminina e

conseqüências para a sociedade, segmentando por necessidade e/ou oportunidade.

A prática do EF tem tido enfoque a nível global, associado ao avanço/aplicação/permanência dos direitos femininos a caminho da equidade⁴ entre homens e mulheres, questão essa amplamente debatida na literatura nacional e internacional. Há um direcionamento de que o EF se configura como meio pela busca da independência feminina e sua autonomia financeira, para além de evidenciar também sua liderança e tomada de decisões frente ao seu negócio, gerando assim voz e visibilidade ao seu ofício (Peres, 2014).

O pioneirismo deste debate acalourado é creditado na literatura com o advento da Revolução Industrial, uma vez que a maioria dos homens foram obrigados a participar de guerras, coube às mulheres ocuparem seus espaços nas fábricas e tornarem genitoras econômicas de suas casas. Sua inserção na arena pública, por sua vez, causava uma jornada dupla: o trabalho desenvolvido nas fábricas era acrescido com os cuidados ao lar e seu entorno, posto que era socialmente instituído a mulher realizar tais atividades (Bernini Silva *et al.*, 2022). Associado a isto fazia-se presente uma desigualdade de salários e jornadas de trabalho às mulheres. Blay (2001, p. 603-604) aponta que:

Muitas fábricas trancavam as portas dos estabelecimentos durante o expediente, cobriam os relógios e controlavam a ida aos banheiros. Mas as difíceis condições de vida e os baixíssimos salários eram forte incentivo para a presença de operários e operárias nas manifestações em locais fechados ou na rua. [...] No século XX, as mulheres trabalhadoras continuaram a se manifestar em várias partes do mundo: Nova Iorque, Berlim, Viena (1911); São Petersburgo (1913). Causas e datas variavam. Em 1915, Alexandra Kollontai organizou uma reunião em Cristiana, perto de Oslo, contra a guerra. Nesse mesmo ano, Clara Zetkin faz uma conferência sobre a mulher.

Como reflexo de manifestações, reivindicações, lutas e pressões por parte de agendas internacionais as mulheres começaram a ter espaço para assumir funções diferentes do âmbito familiar e doméstico, enfatizando suas aptidões e habilidades frente ao mercado de trabalho e, principalmente, buscando desvencilhar a concepção de papéis sociais tidos ao gênero masculino e ao feminino. Assim, sua efervescência não só se espalhava pelo continente europeu, mas alcançava os demais como a América.

⁴ Maiores estudos sobre ler: Pelúzio; Bernini Silva; Doula (2022); Bernini Silva; Gonçalves; Silva (2022); Data SEBRAE (2021); Azevedo; Silva (2016); Azevedo (2012); Blay (2001) e Carneiro (1994).

Nacionalmente o EF tem amplo direcionamento a apontar questões sobre a sexualização do trabalho; da jornada tripla direcionada às mulheres; dos papéis sociais institucionalizados por gênero; da posição acadêmica acima dos homens e ainda assim receberem menos e pela omissão histórica da mulher na vida pública, busca apontar que “mulheres dedicam 17% menos horas no próprio negócio que os homens [...] Chegam a trabalhar 10,5 horas por semana a mais que os homens com afazeres domésticos e com os filhos” (Data Sebrae, 2021).

Tal condição evidencia a necessidade de um debate para além do que já se tem na academia, a favor de demonstrar os impasses que a mulher apresenta ao inserir-se na arena pública. Questão essa já problematizada no século passado, onde, no Brasil:

Nas primeiras décadas do século XX, o grande tema político foi a reivindicação do direito ao voto feminino. Berta Lutz, a grande líder sufragista brasileira, aglutinou um grupo de mulheres da burguesia para divulgar a demanda. Ousadas, espalharam de avião panfletos sobre o Rio de Janeiro, pedindo o voto feminino, no início dos anos 20! Pressionaram deputados federais e senadores e se dirigiram ao presidente Getúlio Vargas. Afinal, o direito ao voto feminino foi concedido em 1933 por ele e garantido na Constituição de 1934. Mas só veio a ser posto em prática com a queda da ditadura getulista, e as mulheres brasileiras votaram pela primeira vez em 1945 (Blay, 2001, p. 605-606).

Foi nos anos 70 que a mulher entrou no mercado de trabalho de forma mais precisa, dando início aos movimentos sindicais e feministas no país. Com a Constituição Federal de 1988 (por alguns pesquisadores nomeada Constituição Cidadã) houve uma atenção direcionada às questões de gênero, condenando qualquer prática de discriminação à mulheres que exerçam a mesma função que homens, dentre outros aspectos.

O trabalho de Villas Boas (2010, p.35) também aponta que é uma temática de constante debate, significação e ressignificação, posto que “a cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminui as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens, tal qual “inovou o campo dos direitos civis e sociais [...] favoreceu a abertura de mecanismos e espaços para a implantação das políticas de gênero” (Silva; Azevedo, 2016, p.1-2).

Em dias atuais, dados⁵ apresentados pelo SEBRAE evidenciam que em 2021/2

⁵ É de importância apontar ao leitor que o relatório apresentado se dividiu entre categorias de cor-raça e gênero a respeito do perfil de quem empreende no país. Não compete a monografia (e nem mesmo apresenta aporte teórico suficiente para a categoria de gênero) tratar de tal questão. Neste caso houve apenas o somatório dos dados de “mulheres negras/mulheres brancas” objetivando números absolutos, independentemente da raça-cor da referida.

9,7 milhões de mulheres atuavam frente a empreendimentos distribuídas nas diversas regiões do país. Sua faixa etária oscila de 35 a mais de 64 anos e predominam a escolaridade de ensino médio e superior completo/incompleto (Sebrae, 2021).

O estudo Data SEBRAE (2021, n.p.), acerca da mulher empreendedora também apontou que as mulheres compõem 50% da população no país. Nisto “46% dos empreendimentos iniciais no país são de mulheres; 49% das mulheres empreendedoras são chefes de família; 48% das mulheres são MEI (Micro empreendedor individual) e 49% pensam em abrir de 1 a 5 vagas de emprego”. O relatório ainda aponta que 31% das mulheres possuem ensino superior completo ou maior e, ainda assim; 22% apresentam renda familiar acima de 6 salários mínimos. Mais ainda, é notado que (Figura 1):

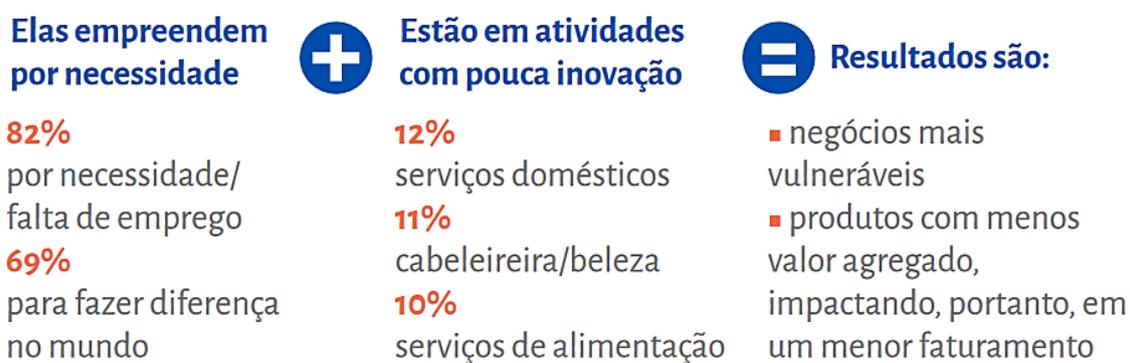


Figura 1 - relação negócio/ valor agregado dos empreendimentos femininos

Fonte: Data SEBRAE, 2021

A partir da figura é possível concluir que majoritariamente as mulheres estariam sendo *empreendedor por necessidade* (Vale; Corrêa; Reis, 2014), visto que apresentam como prioridade a obtenção de renda/ocupação. Com isto, direcionam seus empreendimentos a atividades que são pouco inovativas e predominantemente ligadas ao gênero feminino. Por resultados, far-se-ia uma sensibilidade do negócio frente a volatilidade do mercado, bem como rendimentos abaixo daquilo desejado.

É notado a presença de obstáculos à igualdade de oportunidades entre homens e mulheres. As mulheres ocupam apenas 13% dos cargos-chave nas 500 maiores empresas do Brasil, apesar de representarem 52% da população. O empreendedorismo feminino contribui para uma sociedade mais justa porque cria oportunidades de liderança para as mulheres. Começar seu próprio negócio é uma forma de empoderamento e avanço da liderança que tem o potencial de mudar essa desigualdade por meio da colaboração.

Em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2021), constatou-se que a mulher brasileira assume responsabilidade principalmente pela necessidade de ter fontes alternativas de renda ou de conquistar independência financeira. Noutras palavras, ter o próprio negócio ajuda as mulheres a sustentar suas famílias e reduzir ou mesmo acabar com sua dependência financeira de seus parceiros. Mais ainda, das 9,3 milhões de mulheres que têm um negócio no Brasil, 45% delas são chefes de família, ou seja, são responsáveis pela principal e, muitas vezes, única renda do lar.

Todavia, é notado também uma dicotomia: são 16% mais escolarizadas do que os empreendedores do sexo masculino e, mesmo assim, ganham 22% menos. Tomando como exemplo o ano de 2018, o rendimento médio mensal dos empreendedores brasileiros foi de R\$2.344,00 reais, e o rendimento médio mensal das mulheres empreendedoras foi de R\$1.831,00 reais. No ambiente corporativo, ainda sofrem assédio e/ou preconceito a partir do seu gênero e os papéis a ele associados (idade, ser emotiva, deve cuidar da casa, poderá ficar grávida, dentre outros) que, as vistas do mercado, é tido como algo capaz de comprometer com o negócio (Data Sebrae, 2021; Sebrae, 2021).

Contrário a tal condição emerge a temática de EF, gerando protagonismo às mulheres e sua inserção no espaço do mercado e da vida pública, o qual foi-lhes por longos períodos restrito. Por fim, são características do empreendedorismo feminino negócios em que as mulheres realmente tomam as decisões estratégicas para o crescimento e desenvolvimento da empresa, buscando se posicionar de maneira inovadora. É neste debate de compreender seus ganhos que a pesquisa se insere.

Material e Métodos

Delimitação do lócus e corpus de análise

Este estudo trata das mulheres empreendedoras de Barbacena–MG, correlacionando suas características e ganhos à luz do EF. Dar-se-á foco na análise das percepções por parte das pesquisadas no que se refere a sua observação enquanto empreendedora, quais aspectos julgam necessários para iniciar um empreendimento, as limitações e conquistas que têm inseridas neste segmento de mercado, assim como quais significatos atribuem a sua prática de empreender.

São mulheres que atuam em diversos segmentos, ora acompanhada de uma terceira figura, ora só. Ainda assim, todas são protagonistas dos empreendimentos e, posto isso, inseridas no quadro teórico de Empreendedorismo Feminino. O *lócus* da pesquisa é o município de Barbacena (Figura 2), localizada no estado de Minas Gerais

(Brasil). Conforme dados do Cidade Brasil (2021):

Barbacena é uma cidade de Estado do Minas Gerais. Os habitantes se chamam barbacenenses. O município se estende por 759,2 km² e contava com 137.313 habitantes no último censo. A densidade demográfica é de 180,9 habitantes por km² no território do município. Vizinho dos municípios de Alfredo Vasconcelos, Barroso e Antônio Carlos. Barbacena se situa a 74 km ao Norte-Oeste de Juiz de Fora. Situado a 1 173 metros de altitude, de Barbacena tem as seguintes coordenadas geográficas: Latitude: 21° 13' 35" Sul, Longitude: 43° 46' 27" Oeste.

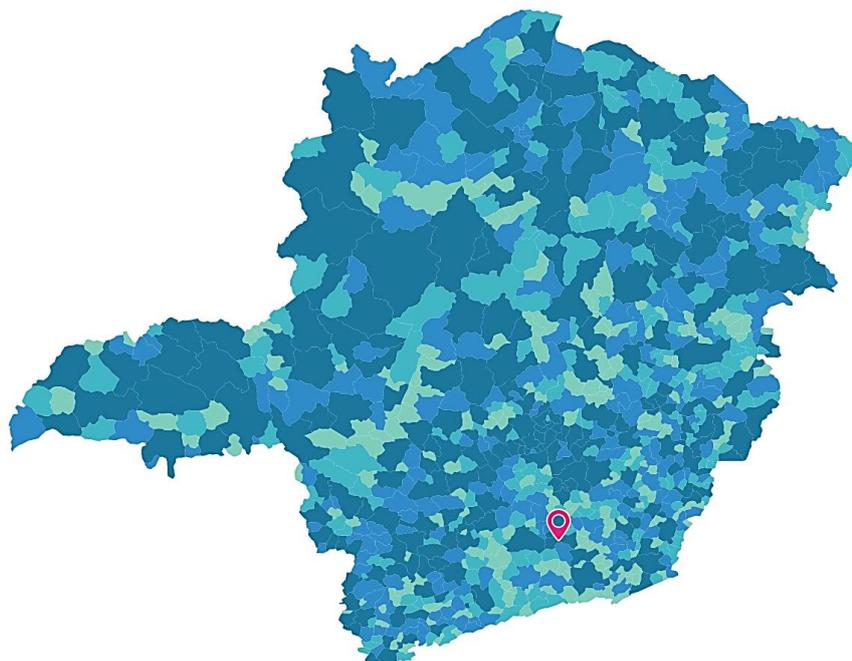


Figura 2 – Localização de Barbacena –Estado de Minas Gerais

Fonte: IBGE cidades, 2022. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/barbacena/panorama>. Acesso em: 1 dez. 2022.

O município é centro de referência de saúde e ensino na mesorregião centro-sul de Minas Gerais. Mais ainda, é sede do 9º Batalhão da Polícia Militar, abriga a Escola Preparatória de Cadetes do Ar (EPCAr) e instituições de ensino como: Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais; Faculdade de Medicina de Barbacena; Universidade Presidente Antônio Carlos; Universidade do Estado de Minas Gerais, dentre outras que demonstram sua forte inserção e referência ao ensino junto aos demais municípios (Barbacena Mais, 2017).

Abriga, também, organizações como os “escritórios da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais, do Instituto Estadual de Florestas, do Departamento de Estradas de Rodagem e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística” (Barbacena Mais, 2017), demonstrando orientação a prestação de serviços

veiculados à Administração Direta, assim como local para realização de atividades como serviços (Barbacena Mais, 2017).

A estratégia metodológica

Essa é uma pesquisa de característica qualitativa, aportada numa análise dos dados descritiva e interpretativa. Tem sua definição neste eixo ao considerar que proporciona ao pesquisador maior envolvimento com o tema, buscando explicitá-lo. Dessa forma, objetiva saber o porquê das coisas, aprofundando-se no entendimento do fenômeno estudado (Yin, 2016).

Assim, espera-se com essa metodologia aprofundar o conhecimento sobre o fenômeno em estudo. Segundo Yin (2016), descrever, compreender e explicar relações sociais sob visões e perspectivas de entrevistados diferentes para o mesmo estudo configura-se como uma das principais características da pesquisa qualitativa, podendo ser relacionados a significados relativos a fatos da vida real. Apresenta também características da pesquisa bibliográfica haja vista sua realização como ponto de partida o levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas em meios escritos e eletrônicos, em que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre um determinado assunto (Fonseca, 2002).

Deste modo, aplicou-se treze questionários semiestruturados com empreendedoras residentes em Barbacena–MG, as quais atuam em diversos segmentos do mercado: alimentação; construção *e-commerce*, dentre outros. A escolha das profissionais pautou no critério de conveniência e facilidade de acesso, bem como buscou-se aquelas que têm formação acadêmica na área de Administração e/ou conhecimento empírico revelado por sua atuação a fim de contribuir com o tema.

Composto com 19 perguntas, tratava de aspectos relacionados ao perfil socioeconômico da entrevistada, quais significados atribuem a sua prática profissional, como era sua vida antes de empreender, como concilia suas atividades profissionais com a vida privada, se porventura percebe-se com sobrecarga de trabalho, quais ganhos/dificuldades percebeu assim que iniciou a empreender, dentre outros. Nele, as respondentes puderam demarcar opiniões, associar ideias e estabelecer comparações.

O que sustentou tal proposição adveio do aprofundamento da literatura, posto que a prática de empreender correlaciona aspectos subjetivos e pessoais dos indivíduos a gerência do capital que se recebe. Tais dados, quando coletados, tiveram tratamento pela análise descritiva e interpretativa, correlacionando suas perspectivas à literatura

pertinente, propondo evidenciar pontos de convergência e divergência. Assim, esquematicamente têm-se o percurso teórico-metodológico ilustrado abaixo (Figura 3):

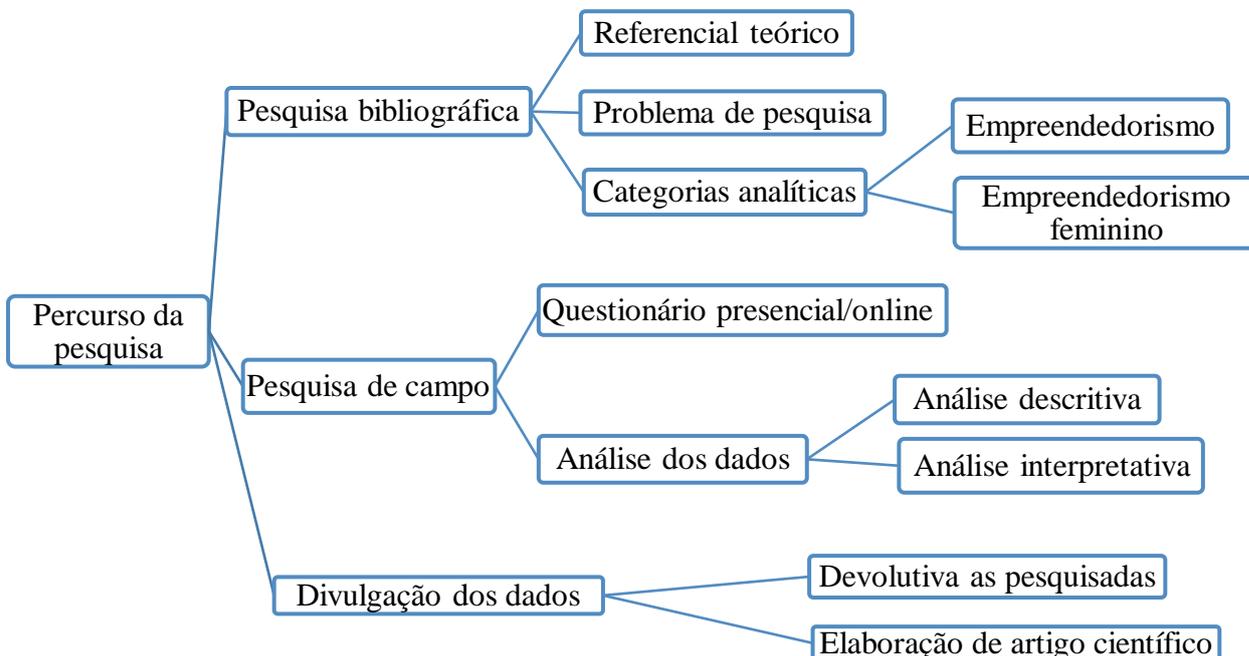


Figura 3 - percurso teórico-metodológico da pesquisa

Fonte: desenvolvido pelas autoras, 2022.

Resultados e Interpretação dos Dados

Recebidos os dados, foi-se possível categorizá-los de modo a apresentar algumas características das entrevistadas (Quadro 2), a saber:

Quadro 2: Perfil socioprofissional das entrevistadas

	IDADE	FORMAÇÃO	NASCIMENTO
E1	27	Superior	Senhora dos Remédios -MG
E2	28	Superior	Barbacena -MG
E3	41	Técnico	Ibertioga -MG
E4	49	Ensino Médio	Correia de Almeida (distrito de Barbacena -MG)
E5	27	Superior cursando	Barbacena -MG
E6	51	Ensino Médio	Mercês -MG
E7	27	Superior	Barbacena -MG
E8	35	Superior incompleto	Barbacena -MG
E9	37	Superior cursando	Barbacena -MG
E10	50	Ensino médio	Volta Redonda -RJ
E11	23	Pós-graduação <i>latu</i>	Barbacena -MG
E12	20	Superior incompleto	Barbacena -MG
E13	23	Ensino Técnico	Barbacena -MG

Fonte: Desenvolvido pelas autoras, 2022

A partir do apresentado, revela-se uma predominância de mulheres entre 20 a 28 anos, majoritariamente com formação a nível de graduação, nascidas em Barbacena -MG. Tal condição pressupõe a ideia de que o empreendedorismo têm sido um instrumento o qual tem se tornado capaz de oportunizar a inserção de indivíduos a uma obtenção de renda para além do mercado atual, o qual dispõe de certa rigidez e volatilidade a quem tem pouca experiência, como os jovens (Dornelas, 2001), assim como válida a pesquisa realizada pelo SEBRAE onde as mulheres apresentam maioria com ensino superior se comparadas aos homens (Data Sebrae, 2021).

Desse modo, a prática de ser empreendedora gera “*a oportunidade de abrir uma empresa [...], onde outra loja estava sendo fechada*” (E1, 27 anos), evidenciando também “*a importância dele [seu negócio] pra mim é uma oportunidade em aumentar minha renda e ao mesmo tempo deixar as mulheres sentindo-se poderosas*” (E2, 28 anos). É notado uma orientação pelas falas das pesquisadas em assumir riscos ao abrir um novo negócio e também do reconhecimento econômico e social que pelo EF se revela (Peres, 2014, Bernini Silva *et al.*, 2022).

Mais ainda, outras falas correlacionam posições objetivas e subjetivas à prática de empreender. É necessário por parte das empreendedoras conjugar o retorno pessoal do que exercem ao social e de gestão, precisando participar das diversas etapas que configuram o seu produto: produção, compra, cotação, venda e controle – questões essas já evidenciadas na literatura que sustenta a monografia (Data Sebrae, 2021; Sebrae, 2021; Amorim; Batista, 2017). Como pode ser lido:

“o espaço é muito importante pois é dele que sai o meu sustento” (E3, 41 anos).

“meu trabalho fica localizado em um ateliê de costura aonde além de produzir as minhas peças e as minhas bolsas eu também ministro cursos. A importância do meu trabalho é poder trabalhar com algo que além de ser muito gratificante eu também posso ensinar outras pessoas a técnica e a arte da costura” (E7, 26 anos).

“tenho uma loja física no centro da cidade, sou eu quem faço as compras de mercadoria, viajo para escolher cada produto, ao chegar na loja colocamos as peças nas araras, sou modelo da loja, criadora de conteúdo, vendedora, faço controle de estoque e caixa. Tudo e mais um pouco” (E12, 20 anos).

Questionadas sobre *os significados que atribuem a ser empreendedora*, teve-se que:

“ter meu dinheiro, minha renda, fazer meus horários, investir no que é

meu e será dos meus filhos, empregar pessoas da minha comunidade” (E4, 49 anos).

“pra mim significa independência financeira, conquistar o meu sonho de ter meu próprio negócio” (E5, 27 anos).

“ter coragem de arriscar, pois é um esforço diário, mas que vale a pena” (E8, 35 anos).

“é um misto de sentimentos, de medo e ao mesmo tempo de realização. É investir sem saber se vai ter o retorno e pensar em muitas estratégias diferentes para o ter” (E10, 54 anos).

Percebe-se, pois, que suas respostas nucleiam ora ao aspecto de sociabilidade ora a prática profissional que desenvolvem. A partir daquilo que comercializam as empreendedoras se vêem realizadas pessoalmente (com a obtenção de renda e independência financeira) e socialmente (podendo impactar junto à comunidade que vive tanto com seus produtos, ou sendo empregadora). Assim, “uma vez inseridas num mesmo grupo social que exercem as mesmas atividades reconhecidas e validadas por seus pares, relações de empatia se justificam e validam com a troca de saberes o que, de fato, oportuniza sensação de que sua função é de valia social” (Bernini Silva *et al.*, 2022, p. 39).

Desse modo, suas falas associam a um reconhecimento pessoal e que lhe faz sentido e também a comunidade que vive/convive, tendo o recebimento de capital, mas não se limitando a ele. Como pode ser lido “*acho que as pessoas que empreendem tem que nascer com características específicas, entre elas, não te medo, ser organizada e principalmente persistente*” (E8, 35 anos), “*empreender é cuidar, amar, satisfazer a necessidade de cada cliente que nos faz empreender com sucesso*” (E6, 51 anos) e “*Empreender é saber identificar as oportunidade é transforma -las em uma organização lucrativa, é ser criativo, inovador e está correndo risco o tempo todo mas sempre definindo estratégias que vão delinear seu futuro*” (E13, 23 anos). Tais características são notadamente veiculadas a quem empreende na literatura (Schumpeter, 1985; Dolabela, 2001; Hisrich; Peters, 2004; Alves, 2011; Juneja, 2015; Silva; Silva, 2019) e validada pelas pesquisadas.

Há também a possibilidade de considerar que a prática do EF é evidenciada ao questioná-las *se sentem motivada a continuar empreendendo* obteve-se:

“hoje uma das minhas principais motivações para continuar empreendendo é perceber que eu faço algo que é gratificante para [...] e cada vez mais eu tenho mais alunas que estão tendo resultado e eu também consigo a partir desse trabalho que eu desenvolvo não só

ensinar as pessoas a costurar mas eu ensino e transformo muito mais a vida delas pois muitas delas têm empreendido a partir da costura” (E7, 26 anos)

“me sinto, não consigo me ver fazendo outra coisa, já me habituei a rotina, que acaba não sendo uma rotina, devido que a cada dia acontece coisas novas” (E8, 35 anos)

“o empreendedorismo não é fácil, lido com bastante incertezas e a dedicação deve ser muito grande. Mesmo com as dificuldades de ser empreendedora, me sinto motivada continuar empreendendo devido a tudo que já dediquei até hoje, vendo onde está meu negócio e a tudo que já foi alcançado e conquistador” (E11, 23 anos)

“os desafios são diários, e ser manter motivada o tempo todo é uma tarefa difícil ainda mais na situação que encontramos, mas a persistência é o que vai me fazer chegar onde eu quero” (E13, 23 anos)

As falas conglomeram aspectos já apontados na literatura ao que se refere empreender: sentido/vontade de inovar; de buscar oportunidades em incertezas; do olhar pessoal em fazer algo que tenha significado para si e para o outro, tal qual de ter sensibilidade às nuances do mercado. Desse modo, ainda que não exista um consenso para a exata definição de empreendedores, de forma geral, esses indivíduos são tidos pessoas ativas, arrojadas, dispostas a colaborar.

Dornelas (2001, p. 19) define empreendedores como “pessoas diferencia-das, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”. Alinhado a isto é possível ler:

“sinto motivada e continuo insistindo no meu negócio, inovando sempre” (E5, 27 anos)

“sou natural de Barbacena Minas Gerais. Comecei a trabalhar com costura em 2017 nessa época eu ainda trabalhava fora e conciliava a costura trabalhando em casa em 2019 decidi empreender totalmente com a costura e desde então eu trabalho fabricando bolsas e ensino outras pessoas a costurar” (E7, 26 anos)

Perguntadas a respeito de *quais mudanças em sua vida percebeu desde que começou a empreender*, notou-se uma polissemina de representações pelas respondentes. Como pode ser lido:

“dedico mais tempo ao trabalho, muitas vezes levo preocupações para a casa” (E1, 27 anos)

“minha motivação e vontade de crescer aumentaram” (E2, 28 anos)

“comecei a ajudar minha família, e além disso me abriu várias portas”
(E3, 41 anos)

“Eu tive que ter mais responsabilidade, acordo me preocupando sempre com a empresa e também me sinto muito mais feliz no meu trabalho” (E5, 27 anos)

É possível interpretar pelas falas que há suas representações permeiam o campo da realização profissional; da família; de ordem pessoal, mas também da insegurança; do cansaço; e do aumento da carga de trabalho, etc. Enquanto empreendedoras, sofrem pelas incertezas que notadamente cerceiam o mercado (Cruz, 2013) posto que *“a preocupação [de ser empreendedora] é bem maior”* (E6, 51 anos) e necessitam ter um gerenciamento mais adequado de seus proventos a fim de não sofrerem dos empecilhos a um negócio sem controle financeiro e de pessoas (Data Sebrae, 2021; Sebrae, 2021). Por fim, exercer o empreendedorismo estaria em *“amadureci muito, comecei a dar mais valor pras pessoas, porque percebi que não conseguimos nada sem ajuda. E aprendi dar mais valor ao dinheiro em si”* (E8, 35 anos).

Ainda assim, também é notado a sobrecarga que possuem entre atividades do lar e do negócio, o que se torna fator de limitação em seu trabalho quando comparado a homens que empreendem (Sebrae, 2021; Bernini Silva *et al.*, 2022). Ao relatar que *“minha carga horária de trabalho aumentou”* (E9, 37 anos) pode-se compreender que as mulheres percebem que serem empreendedoras não as eximiram de desenvolver atividades do lar, mas sobrecarregou sua vida com aquilo já tido como “natural” ou “direcionado as mulheres. Das 13 respondentes, 8 atestam que possuem total certeza que possuem uma sobrecarga; 4 veem-se acreditando muito que há uma sobrecarga e 1 sinalizou indiferente.

Como possível interpretação há de se considerar quão os papéis de gênero institucionalizaram profundamente no país atividades “direcionadas às mulheres” e “direcionadas ao homem”. Noutras palavras, a sobrecarga notada pelas respondentes é fruto de um status social o qual por longos períodos tornava ocluso a participação das mulheres na vida pública, direcionando-as às atividades do lar (Silva; Azevedo, 2016). Desse modo *“a nossa sociedade em si já institui desde quando somos criança que vários tipos de atividades são pra mulher e naturalmente. Muito por uma questão cultural”* (E7, 26 anos), *“[cabe a mulher] cozinhar, limpar. “Tento não acostumar meus filhos assim”* (E4, 49 anos) e *“acredito, a limpeza da casa e o cuidado das filhas acabam sendo ‘estereotipados’ como papel da mulher. Mas, apesar de ser eu fazer a maior parte das*

tarefas da casa, algumas vezes tenho a ajuda das minhas filhas e do meu marido também” (E10, 50 anos).

Dado o exposto, uma análise mais densa e particularizada a respeito da temática é de interesse para fins comparativos. O que não compete ao estudo atual, mas aponta como possibilidades de novas pesquisas.

É de importância destacar os ganhos como a possibilidade de estar *“mais tempo para a família”* (E4, 49 anos) da possibilidade em *“mudei minha qualidade de vida, consegui estudar minhas filhas, comprar um carro e levar a vida com menos aperto em relação as dívidas”* (E10, 50 anos). Mais ainda:

“o que mais mudou na minha vida foi a minha relação com a minha família e a minha saúde, pois quando eu trabalhava fora eu não tinha tempo para estar com meu filho trabalhava aos domingos feriados e muitas vezes chegava tarde em casa isso também foi acabando com a minha saúde então empreender me trouxe mas possibilidades em questão de gerenciar o meu tempo e com isso ter mais tempo não só para a minha família mas também para cuidar de mim e fazer coisas que eu gosto” (E7, 26 anos)

“percebi o quão recompensador é empreender, ao ver o negócio crescendo e ao receber reconhecimento das pessoas. A vida muda como um todo: mais responsabilidades, mais dedicação, mais noites em claro, mais insights chegando a todo momento, mais busca de conhecimento. Acredito que o empreendedorismo transforma não só uma empresa, mas quem a cria, principalmente” (E11, 23 anos)

Como caminhos futuros e com motivação as falas *“faça sempre o que ama, mas faça direito e com garra”* (E6, 51 anos), *“a importância de nós, como mulheres, representar o que a gente quer, eu vejo que a maioria dos espaços ainda é de muito homem, temos que mostrar que somos capazes de tudo!”* (E8, 35 anos) e *“empreender não é uma tarefa fácil, exige muita garra e persistência”* (E9, 37 anos) norteiam a pesquisas que contemplem o espectro psicossocial que as mulheres empreendedoras vivenciam com sua prática profissional, a qual intersecciona o campo da vida privada e pessoal o qual se constrói de uma experiência pessoal e coletiva de um grupo que vive e conversa sobre a mesma realidade.

Considerações Finais

Este trabalho teve por finalidade mostrar como as mulheres de Barbacena -MG se inseriram no ramo empreendedor, evidenciando seus ganhos e dificuldades. Apesar das mulheres estarem sempre empreendendo, este assunto começou ganhar notoriedade e ser

estudado com mais profundidade há pouquíssimo tempo. Desde o início dos estudos sobre a temática, é notável o quão o quadro melhorou, mas isso não significa que ainda não exista um longo caminho a ser percorrido.

Elas estão ganhando cada vez mais espaço no mercado de trabalho. É importante ressaltar, graças ao empreendedorismo, como as mulheres ficaram mais empoderadas e ganharam mais reconhecimento perante a sociedade, mostraram que podem ser mais que apenas mãe/esposa e dona de casa, que conseguem ser empresária e criadora das suas próprias percepções de mercado. Este estudo compreendeu treze mulheres de Barbacena, que empreendem em diversos ramos na cidade, teve como objetivo identificar a situação atual de cada uma e o que empreender representa na vida delas e, além disso, como conciliam a vida empreendedora com a pessoal.

Com a aplicação do questionário notou-se uma diferença de gerações em alguns aspectos como: mulheres mais velhas acreditam que algumas tarefas domésticas são condicionadas ao gênero feminino enquanto as mais novas, não. Observou-se também que as mulheres estão submetidas a chamada “dupla jornada”, que remete ao acúmulo de tarefas públicas e privadas, constituindo à origem de conflitos e desgaste.

É pela prática empreendedora que possibilitou-as alcançar seus objetivos, sonhos, expansão do negócio, estabilidade financeira, bens materiais, horários flexíveis, mais tempo para lazer e seus familiares, melhorando assim a qualidade de vida. Houve limitações para a pesquisa, quanto a disponibilidade das entrevistadas em responder as perguntas do questionário. Assim, acredita-se que os resultados deste estudo trazem informações relevantes sobre o empreendedorismo feminino, e que seja importante para as futuras empreendedoras, em especial as de Barbacena-MG.

Referências

ALVES, A. R. **Empreendedorismo**. 2. ed. Recife: Sectma, 2011.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. 2017. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 30 out. 2022.

BARBACENA MAIS. **Barbacena é considerada 19ª melhor cidade para se vive em Minas Gerais**. 2017 [on-line]. Disponível em: <https://www.barbacenamais.com.br/cotidiano/19-cidade/8988-barbacena-e-considerada-19-melhor-cidade-para-se-viver-em-minas-gerais>. Acesso em: 28 out. 2022.

BERNINI SILVA, P. L.; SOARES, J. S.; CARNEIRO, L. C. A.; SIQUEIRA, J. C. D. **Empreendedorismo social: estudo das representações das mulheres artesãs de**

Barbacena-MG. **Ágora: Revista de divulgação científica**, v. 27, p. 23-44, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.24302/agora.v27.3764>. Acesso em: 28 out. 2022.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BLAY E. A. 8 de março: conquistas e controvérsias. **Estudos Feministas**, v. 2, p. 601-607, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/zSfcjFQPyGjGDwpR53pQcxc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 6 out. 2022

CARVALHO, R. N. M. Empreendedorismo: importância econômica e social. **Administradores.com** [on-line], 2013. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-importancia-economica-e-social>. Acesso em: 30 out. 2022.

CIDADE BRASIL. **Município de Barbacena** [online], 2021. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-barbacena.html>. Acesso em: 2 dez. 2022.

CRUZ, G. As duas faces do Empreendedorismo Social. **Revista Universidade Potiguar**, ano V, n. 1, p. 9-20, 2013. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/324/256>. Acesso em: 12 out. 2022.

DATA SEBRAE. **A força do empreendimento feminino** [online], 2021. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Empreendedorismo%20Feminino/Infografico_Sebrae_Delas.pdf. Acesso em: 1 dez. 2022.

DIEESE, Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Cresce a Participação da Mulher no Mercado de Trabalho** [online], 2022. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/boletimespecial/2022/mulher.html/www.dieese.org.br/esp/es2mai97.xml>. Acesso em: 28 out. 2022

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Curitiba: Seminário: 20-22 ago. 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. (Apostila).

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2004.

JUNEJA, P. What is Entrepreneurship and Who is na Entrepreneur? **Management Study Guide Content Team, MSG** [on-line], 2015. Disponível em: <https://www.managementstudyguide.com/what-is-entrepreneurship.htm>. Acesso em: 12 out. 2022.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**, 2012.

LIMEIRA, T. M. V. **Empreendedorismo Social no Brasil**: Estado da arte e desafios. *Inovação em Cidadania Empresarial*, 2015. Disponível em: http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Empreendedorismo_Social_no_Brasil_ICE_FGV.pdf. Acesso em: 12 out. 2022.

MEDEIROS, C. B.; MACHADO, L. C. R.; PEREIRA, L. C. A.; COSTA, I. C. A.; GOMEZ, C. P. Inovação Social e Empreendedorismo Social: Uma análise sob a perspectiva da Economia Solidária. **Revista Gestão**, v. 15, n. 1, p. 61-72, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/gestaoorg/article/view/22222>. Acesso em 12 out. 2022.

PERES, C. S. **Empreendedorismo Feminino**: das dificuldades ao sucesso na gestão das organizações. 2014. 102 f. Monografia (Bacharelado em Administração) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Santa Rosa, 2014. Disponível em: https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/2840/TCC_Caroline%20Peres%20_2014%20%28para%20biblioteca%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em 23 out. 2022. Acesso em: 12 out. 2022.

SCALCON, G. **Políticas Públicas de fomento ao empreendedorismo no Brasil**: uma análise do Governo Federal. 2022. 78 f. Monografia (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/237293>. Acesso em: 2 dez. 2022.

SCHUMPETER, J. A. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. *In*: SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultura, 1985. p. 68-99.

SEBRAE. Apresentação executiva. Discussão: “Empreendedorismo por raça-cor/gênero no Brasil (2021)” [online]. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Empreendedorismo%20Feminino/Empreendedorismo_por_ra%C3%A7a-cvor_e_g%C3%AAnero_no_Brasil__2021_.pdf. Acesso em: 1 dez. 2022.

SEBRAE. **O que é empreendedorismo feminino?** [online], 2021. Disponível em: <https://www.sebraeatende.com.br/artigo/o-que-e-empreendedorismo-feminino>. Acesso em 10 out. 2022.

SHORT, J. C.; KETCHEN JR., David J.; SHOOK, C. L.; IRELAND, R. D. The Concept of “Opportunity” in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges. **Journal of Management**, v. 36, n. 1, p. 40-65, 2010.

SILVA, P. L. B.; AZEVEDO, V. M. Projeto Cozinha Solidária: Construindo a Cidadania de Gênero na Periferia de Barbacena-MG. *In*: CONGRESSO DE PESQUISA E EXTENSÃO DA UEMG/BARBACENA, 3., **Anais[...]**, Barbacena, 2016. Disponível em: <http://revista.uemg.br/index.php/anaisbarbacena/article/view/2021/1017>. Acesso em: 2 set. 2022.

SILVA, J. C.; SILVA, A. J. C. Feira de negócios como proposta didática para o ensino do empreendedorismo. **Revista Científica Multidisciplinar**, Núcleo do

Conhecimento, a. 4, v. 2, ed. 7, 2019. Disponível em:

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/ensino-do-empreendedorismo>.

Acesso em: 11 out. 2022

STANDING, G. **O precariado: a nova classe perigosa**. São Paulo: Autêntica, 2014.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F; Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração contemporânea**, Curitiba, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VENKATARAMAN, S.; SARASVATHY, S. D.; DEW, N.; FORSTER, W. R. Reflections on the 2010 AMR decade award: whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 1, p. 21-33, 2012.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você**. São Paulo: Do autor, 2010.

YIN, R. K. **Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim**. São Paulo: Penso Editora, 2016. V. 3.