

**EMPREENDEADORISMO FEMININO JOVEM:
UM ESTUDO DE CASO REALIZADO NA CDL JOVEM DE VIÇOSA-MG**

**YOUNG FEMALE ENTREPRENEURSHIP
A CASE STUDY CARRIED OUT AT CDL JOVEM IN THE CITY OF VIÇOSA-
MG**

Fernanda Sena Stehling*
Nubia Helena Ribeiro de Almeida**
Daiane Miranda de Freitas***

RESUMO

O empreendedorismo feminino vem se destacando no cenário mundial e impulsionando a economia de forma geral. Com isso, este estudo buscou evidenciar o empreendedorismo feminino Jovem, um estudo de caso realizado na Câmara de Dirigentes Lojistas na cidade de Viçosa, tendo como objetivo identificar o fator motivacional para abertura do próprio negócio e as dificuldades e desafios da gestão. A pesquisa é de natureza qualitativa exploratória, composta de entrevista estruturada. Verificou-se que, por serem jovens empreendedoras, enfrentaram desafios de gestão e buscaram na CDL Jovem de Viçosa parcerias, conhecimentos gerenciais, fatores principais para desenvoltura do seu empreendimento, e com isso conseguem manter bons resultados dos seus negócios.

Palavras-chaves: Empreendedorismo. Desafios. Conquista. Habilidades. Motivações.

ABSTRACT

Female entrepreneurship has been standing out on the world stage and boosting the economy in general. With this, this study sought to highlight the young female entrepreneurship, a case study carried out at the Chamber of Directors of Shopkeepers in the city of Viçosa, aiming to identify the motivational factor for opening their own business and the difficulties and challenges of management. The research is of an exploratory qualitative nature, consisting of a structured interview. It was found that, as they are young entrepreneurs, they faced management challenges and sought partnerships, managerial knowledge at CDL young de Viçosa, main factors for the resourcefulness of their enterprise, and with that they are able to maintain good results in their business.

Keywords: Entrepreneurship. Challenges. Conquest. Skills. Motivations.

* Centro Universitário de Viçosa, UNIVIÇOSA. stehlingfernanda@gmail.com

** Centro Universitário de Viçosa, UNIVIÇOSA. nubiafinanceiro1@gmail.com

*** Centro Universitário de Viçosa, UNIVIÇOSA. daianedefreitas@gmail.com

Introdução

Considerando imprescindível para o progresso econômico e social, o empreendedorismo tem sido um tema de crescente estudo científico, pois é um fenômeno que tem impacto dentro da geração de renda e emprego de um país.

Atualmente dentre os novos empreendedores, as mulheres se destacam como donas do próprio empreendimento, representando 52% dos pequenos negócios com três anos e meio de atividade, sendo um fato interessante que 66% delas empreendem por oportunidade, enquanto 34% executam a atividade empresarial por necessidade. Com isso, uma grande maioria delas avalia o empreendedorismo não somente como fonte de trabalho, mas algo que vai além de uma profissão, ou seja, primam pela satisfação, (Barreto, 2014).

Dados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), realizada pelo IBGE, mostram que cerca de 9,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil e que, em 2018, elas já eram 34% dos “donos de negócio” (SEBRAE, 2021).

O GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo, com dados de 49 países, mostrou, em sua edição 2018, que o Brasil ficou em sétimo lugar no ranking de proporção de mulheres à frente de empreendimentos iniciais, ou seja, aqueles com menos de 42 meses de existência. (SEBRAE, 2021).

As lideranças femininas têm grande potencial transformador dentro das empresas, dentre seus pontos fortes estão a flexibilização, colaboração e maior fortalecimento da diversidade, criatividade e inovação, que são fatores essenciais para que as empresas se mantenham competitivas (Gonçalves, 2020).

As mulheres, ao longo do tempo, vêm assumindo um papel importante no mercado de trabalho, e apesar das dificuldades e preconceitos, elas têm alcançado seu espaço, conquistando a igualdade e confirmando ter capacidade para gerenciamento e liderança tanto quanto os homens (Nogueira, 2010).

Em face, portanto, do destaque das mulheres na economia brasileira e o crescimento significativo da taxa de empreendedorismo feminino, este estudo tem o objetivo de evidenciar através de um estudo de caso, realizado na Câmara de Dirigentes Lojistas jovem na cidade de Viçosa, quais os principais fatores que motivaram as mulheres jovens empreendedoras a abrirem o próprio negócio, tendo como intuito

entender como surgiu a ideia de se tornarem empreendedoras, identificando seus negócios, listando suas habilidades, motivações e os desafios para manter o negócio e registrar quais os fatores de satisfação e insatisfação em serem empreendedoras.

1 Revisão Teórica

1.1 Contexto Histórico do Papel da Mulher na Sociedade

Para a compreensão da importância do papel da mulher atualmente é necessário ter uma visão geral da história desta no decorrer dos tempos. Sua subordinação ao homem se deu principalmente pelo fato de ser considerada a reprodutora da espécie humana. “A mulher era considerada mais frágil e incapaz para assumir a direção e chefia do grupo familiar” (Silva, 2016). Por estar relacionado à ideia de poder e força, o homem tornou-se o chefe da família e autoridade na sociedade. Desse modo, surgem as sociedades patriarcais fundadas no poder do homem. Isso ocorre desde os primórdios da humanidade, demonstrando a posição da mulher em relação ao homem.

Jardim e Piepper (2010) afirmam que, a mulher nunca deixou de fazer história, porém, foi escolhido não registrar as suas falas e ações. Isso as excluía de todos os possíveis campos de atuação, pois a elas não era literalmente permitido participar ou mesmo escrever a história. Assim, não havia possibilidades para qualquer transformação ou discussão.

Quando se procura entender o histórico do papel feminino, é preciso voltar o olhar para o início da existência, dando ênfase à formação do sujeito, seus grupos e classes sociais. Muito sobre o assunto tem sido examinado, diversas concepções foram construídas e redimensionadas e, apesar disso, há ainda questionamentos sobre a viabilidade de se falar de uma história efetivamente feminina na antiguidade por uma variedade de fatores, o principal sendo justamente a escassez de fontes documentais relativas à mulher e o seu universo social, como mencionado anteriormente. Tal ideia fica clara na fala de Siqueira (2016). Para a autora, se por um lado existe pouca documentação escrita de mulheres, por outro existe uma abundância de fontes documentais que tem o olhar e discurso masculino sobre elas, seja nos mitos, nas poesias, nas histórias, nos romances, nos tratados filosóficos, iconográficos, entre outros. Em suma, o papel da mulher durante séculos e em diversas sociedades foi o de não mais que uma doméstica. Ainda segundo Siqueira (2016):

A posição social pública é desapropriada para elas a menos que sejam membros da casa imperial; é esperado que manifestem as virtudes tradicionais de modéstia, castidade, e devoção aos deuses e à família. O objetivo da vida das mulheres é o casamento e a gravidez, e este também é o fator mais importante na saúde delas. Devem ser protegidas da exploração de sua fraqueza por homens indignos de confiança e prevenidas de autoafirmação, falta de modéstia. Quanto aos seus defeitos apontam o fato de falarem muito e se preocuparem demasiadamente com sua aparência, necessitando de ajuda para conter seus impulsos [...].

Segundo Fernandes (2016), no período conhecido como Idade das Trevas, a mulher foi ainda mais menosprezada. O que contribuiu muito para que isso acontecesse foi a grande influência da cultura aristotélica durante o período. Ela dizia que a mulher seria como um homem, mas não completo, já que todas as características herdadas por um futuro filho seriam somente do pai, o que dava à mulher somente a função de carregar e parir a criança. De fato, as mulheres em sua maioria eram extremamente submissas aos seus maridos, pais, sendo totalmente presas às convenções de uma sociedade machista e repressora.

Ao chegar à Idade Moderna, entre os séculos XV e XVIII, o papel da mulher não recebeu profundas mudanças. Ao começar com a aristocracia da época, as princesas europeias eram tratadas como objetos nas mãos de seus pais e irmãos, que arranjavam casamentos contratados e a partir deles mantinham alianças políticas, fato este retratado especificamente nas obras do pintor Bernardino Pinturicchio (1505-1507) (Figueiredo, 2015).

De acordo com os autores acima, as mulheres da burguesia tinham um papel fundamental no serviço caseiro ou em oficinas têxteis e ajudavam o marido com negócios, deste modo, eram fundamentais para a economia familiar. Além disso, existiam as mulheres do estrato mais desfavorecido, que se encarregavam dos trabalhos domésticos e agrícolas. A mulher pobre solteira que não conseguia manter sua própria casa teria que procurar um patrão que a abrigasse e passaria a ser seu responsável até ela mudar de emprego, casar ou voltar para a casa dos pais.

Após um longo período de opressão e submissão ao controle masculino, que ocorreram desde os primórdios do homem primitivo, a passagem do século XIX para o XX ficou marcada pelo aumento intenso do movimento feminista, o qual ganharia, mais tarde, notabilidade política em todo o mundo na luta pelos direitos das mulheres. Elas se lançaram de corpo e alma pela busca da igualdade de gêneros. Mesmo sendo fundamentais, as reivindicações das mulheres não as isentaram da condição de mães,

esposas e donas de casa; afinal, estas funções sempre estiveram intrínsecas a condição feminina dentro da sociedade. O foco passou a ser a incorporação de outras tarefas à sua rotina, conseguindo, de maneira satisfatória, atendê-las sem prejuízos a sua qualidade de vida e saúde (Rocha, 2016; Ribeiro, 2016).

Na análise contextual as mulheres não tinham nenhum significado na vida financeira familiar a não ser cuidar da casa, marido e filhos. Mas se opôs diante dos anos para conquista do seu espaço e dos seus direitos. Conquistaram o seu lugar, a sua independência, e hoje, mesmo com a sobrecarga das atividades, estão tendo um crescimento exponencial.

1.2 Empreendedorismo feminino

A palavra empreendedor origina-se do termo francês “entrepreneur” que significa “aquele que está entre ou intermediário” (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014). Foi utilizada pelo economista francês Jean-Baptiste Say com o objetivo de nomear o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de produtividade mais elevada. Atualmente, o empreendedor é visto por muitos como aquele que abre um negócio novo e próprio, entretanto, Drucker (2016) salienta que nem todas as pessoas que abrem pequenos negócios são empreendedores ou estão realizando um empreendimento.

O ser empreendedor é aquele com capacidade de aplicar ações de mudança de forma criativa, reformulando e recriando produtos e ambientes, buscando oportunidades diferenciadas e assumindo os riscos, ele se mantém atento, preparado e informado e, segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que detém energia, material, ideias e atitude, agindo em seu favor e em favor da comunidade. O empreendedor para o autor é uma pessoa com sensibilidade e “tino” financeiro para os negócios; é ser dinâmico e realizador de propostas; é alguém que inicia e opera um negócio para realização de uma ideia ou um projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades e, enfim, inovando em sua área de atuação.

Sendo assim, o empreendedor busca a mudança e a exploração de oportunidade e, é capaz de agregar valor à produtos e serviços, estando continuamente atento ao gerenciamento do capital. Drucker (2016) identifica os empreendedores como aqueles que exploram as oportunidades e as mudanças de acordo com a preferência dos consumidores, já que para o autor, eles possuem a característica da inovação, sendo

capazes não somente de identificar oportunidades que permitam transformações de produtos ou serviços, mas de perceber mudanças no fluxo mercadológico com o intuito de estarem preparados para ocorrências futuras, ou seja, a inovação é a ferramenta específica desses empreendedores.

Diante de posicionamentos em relação ao empreendedor e a sua função, tem-se que a definição mais utilizada sobre empreendedorismo é a aplicada por Schumpeter (1997), onde, de acordo com o autor, o empreendedor é compreendido, sobretudo, como sujeito inovador que impulsiona o desenvolvimento econômico e social por intermédio da reforma ou da revolução nos padrões de produção, então, o processo de desenvolvimento que é aplicado, não pode ser compreendido como um simples crescimento da economia, mas como um fenômeno que apresenta um fluxo circular que tende ao equilíbrio promovendo mudanças efetivas e exponenciais na estrutura previamente existente.

Em se falar em empreendedorismo, vale destacar o empreendedorismo feminino que envolve as iniciativas empreendedoras realizadas por mulheres. Pequenas produtoras locais, profissionais individuais e startups com lideranças femininas também compõem uma importante parcela do empreendedorismo no país. Todas essas ações são muito benéficas para a economia e para a sociedade como um todo. Até porque, com a inserção das mulheres nos negócios, as perspectivas se tornam mais diversas, inclusivas e inovadoras. Ou seja, o empreendedorismo feminino é importante não só para aquelas que decidem criar um negócio. Ele ajuda a transformar as empresas e a realidade de diversas pessoas ao seu redor. Tais atitudes garantem novas visões de mercado, inspiram mais mulheres a ser independentes financeiramente, e movimentam a economia.

Diante desse contexto atual o empreendedorismo feminino é enfatizado como uma fonte de geração de renda através do trabalho que desempenham, com isso, organiza o tempo administrando as tarefas sociais, além de serem responsáveis pelos lares, conciliando lado profissional (Camargo, 2008).

1.3 Os desafios enfrentados pelas mulheres no processo de empreender

O campo de estudo do empreendedorismo feminino é relativamente novo e se reveste de muita complexidade, dado o seu caráter comportamental. O acentuado crescimento das empreendedoras enquanto agentes no contexto socioeconômico, é mais

que um dado estatístico: é o resultado histórico de um processo evolutivo de quebra de paradigmas e preconceitos que até hoje se faz presente (Almeida; Gomes, 2011).

Acerca das conquistas das mulheres na sociedade patriarcal percebe-se que foi necessária muita luta para a mulher ocupar a posição que se encontra atualmente, apesar da desigualdade entre gêneros ainda existirem. No entanto refletimos sobre o histórico feminino em diversos tempos e lugares mostrando a evolução.

Na prática, hoje em dia, as mulheres ainda encontram problemas estruturais, antigos e novos, que dificultam a busca por igualdade social em todos os aspectos.

Na esfera econômica brasileira são encontrados muitos desafios para constituir o próprio negócio, como os tributos cobrados que são muito altos e a necessidade de ter capital de giro são elementos que prejudicam principalmente as pequenas atividades empresariais conforme ressaltado pelo (SEBRAE, 2000).

De acordo com (Bomfim; Teixeira, 2015) mulheres iniciam seus negócios por vários motivos: por necessidade de sobrevivência, por influência familiar, pelo desejo de conciliar trabalho e família, como estratégia para conseguir independência, autonomia. Ressalte-se ainda que, de acordo com o GEM (2013), as mulheres também empreendem por oportunidade e mesmo atingindo uma proporção ligeiramente menor que entre homens, ainda assim, é muito expressiva.

E ainda Teixeira (2015) buscaram investigar a atuação de empreendedoras brasileiras a partir das variáveis: perfil da empresária, porte das empresas e dificuldades de atuação. Como resultado, no que se referem às dificuldades encontradas pelas empreendedoras no exercício de suas atividades, foi percebido, no estudo, que as principais estavam relacionadas à dificuldade de conciliar trabalho e família, à falta de tempo e à falta de acesso a informações e à dificuldade para obter financiamento. Para superar essas dificuldades, as empreendedoras buscam ajuda da família e dos amigos, especialmente do marido, que na maioria dos casos se revelou mais importante que os próprios sócios.

Segundo Wilkens (1989), são diversas as razões que levam as mulheres a empreender, sendo motivadas de forma positiva e também de maneira negativa, havendo diferença na equiparação salarial, restrições em determinados cargos hierárquicos, falta de confiança em si mesma sobre a perspectiva de futuro, tendo em vista que os aspectos positivos se dão em função de oportunidades que surgem através de vitórias conquistadas no trabalho, flexibilidade de tempo, sabendo organizá-lo de forma eficiente entre o plano profissional e a vida familiar.

Demonstrado por Silva (2007), as razões essenciais que induzem as mulheres a iniciar a própria atividade, são diretamente ligadas com a necessidade de autorrealização que se encontra no topo da pirâmide de Maslow, na qual todas essas necessidades devem ser supridas a fim de alcançar um resultado pertinente.

Conforme Hisrich e Peters (2014) ressaltam que as empreendedoras são estimuladas pelo fato de almejam a satisfação tanto pessoal quanto profissional, com isso pode-se observar que o gênero feminino desenvolve o seu projeto motivada por uma paixão por empreender, em contrapartida se deparam com uma mínima experiência, sendo mais algo de satisfação pessoal do que profissional diferente dos homens mesmo tendo um emprego empreende para aumentar a renda salarial.

Sobre os referidos autores com relação ao fornecimento de linhas de crédito as mulheres encontram mais restrições e dificuldades, no entanto para eles é normal o acesso ao crédito, com relação ao perfil empreendedor elas são mais pacientes e ágeis e no que se refere ao ramo de atuação as mulheres atuam na prestação de serviços.

Com base no que foi mencionado conforme Serasa Experien entende-se que apesar das dificuldades encontradas as mulheres empreendedoras totalizam mais de cinco milhões que estão inseridas nas atividades empresariais (Marques, 2016).

Segundo relatório do SEBRAE (2015) a tendência do aumento da participação da mulher no empreendedorismo como dona do próprio negócio é compatível com a de expansão da participação das mulheres no mercado de trabalho, que está diretamente ligada ao menor número de filhos que estão tendo, à redução do tamanho da família, ao crescimento do número de casais sem filhos, famílias unipessoais, a urbanização e a maior escolaridade.

2 Metodologia

Considerando os objetivos deste artigo, o presente artigo possui natureza qualitativa, descritiva, exploratória, com a aplicação de entrevistas estruturadas contendo quinze perguntas abertas.

As participantes foram convidadas por telefone para participar da pesquisa, sendo o procedimento e objetivo dela informados. Ao consentir em participar, foi encaminhado por e-mail o roteiro da entrevista. Isso foi respondido no e-mail das pesquisadoras. Para preservação das identidades das entrevistadas, foram adotadas pseudônimos.

A análise dos dados atendeu aos seguintes critérios pré-definidos, tais como: (I) perfil da amostra, (II) descrição dos empreendimentos, (III) a importância da Câmara de Dirigentes de Lojistas Jovem de Viçosa, e (IV) os desafios e motivações de ser empreendedora.

A CDL Jovem de Viçosa foi criada no dia 7 de junho de 2018 na Casa do Empresário. A entidade tem como objetivo desenvolver e capacitar líderes e gestores, incentivar o empreendedorismo e a inovação, fortalecer o movimento lojista, compartilhar experiências, além de promover encontros empresariais, seminários, workshops, mobilizações, missões e eventos que contribuam para o empreendedorismo e a sociedade. Vários eventos foram realizados desde então.

3 Resultado

Perfil das Entrevistadas

A seguir, verifica-se o perfil das mulheres participantes da pesquisa.

Quadro 1: Perfil dos entrevistados

Entrevistada:	Faixa Etária:	Estado Civil:	Nº de Filhos	Escolaridade
Maria	31 a 40 anos	Divorciada	1	Superior Completo
Joana	31 a 40 anos	Solteira	0	Pós Graduação
Rosa	31 a 40 anos	União Estável	0	Pós Graduação
Celeste	31 a 40 anos	Divorciada	0	Pós Graduação

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Em relação as informações pessoais, pode-se verificar que todas possuem a mesma faixa etária de mulheres Jovens de 31 a 40 anos, estando em diferentes apresentações de estado civil, sendo que uma das entrevistadas possui um filho. Com relação a escolaridade todas possuem ensino superior e três das quatro entrevistadas possuem pós graduação.

As empreendedoras mesmo possuindo formação acadêmica correlacionadas a área em que atuam como: Administração, Comunicação Social, Agronomia e Psicologia tendo ainda o conhecimento teórico, buscaram experiência e engajamento no mercado.

Descrição do Empreendimento

Evidenciamos neste segundo momento, questionamentos sobre os empreendimentos, tendo em vista a análise de mercado como o planejamento de seu negócio, o ramo de atuação, o tempo de atuação da empresa, a formalização e o número de funcionários.

Quadro 2: Descrição do Empreendimento

Entrevistada:	Planejamento	Ramo	Tempo de atuação na empresa	Situação do Negócio	Nº de Funcionários
Maria	Não	Palestras	5 anos	Formalizado	0
Joana	Não	Consultoria	8 anos	Formalizado	8
Rosa	Não	Consultoria	8 anos	Formalizado	20
Celeste	Sim	Coach	4 anos	Formalizado	2

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Podemos observar que três das empreendedoras não planejaram a abertura do seu negócio, vale ressaltar que a Rosa foi empreendedora por oportunidade:

O negócio foi sendo criado a partir de um estágio em uma empresa de Viçosa, onde precisava ser criada nessa empresa um sistema de RH. Então, a partir disso tivemos que aprender tudo sobre RH e criar a nossa empresa.

As empreendedoras Joana e Maria não informaram o motivo de não se planejarem, mas a Celeste evidencia a forma de análise do mercado e o que a impulsionou para continuar empreender:

Busquei o mercado para saber onde tinham pessoas com o mesmo produto, e onde encontrar clientes, foram realizadas divulgações por redes sociais. O planejamento foi acontecendo a partir da aquisição de uma máquina.

As quatro empreendedoras possuem ramo de atividades diferentes, Joana e Rosa possuem a mesma dimensão de tempo de atuação, apenas a Rosa e a Celeste possuem a quantidade de funcionários diferenciada, mas todas são devidamente formalizadas, que se torna um aspecto positivo, visto que devido a formalização o seu empreendimento se torna mais vistoso, além de algumas facilidades governamentais ou até mesmo bancárias, garantindo assim a formalidade no país.

Podemos destacar como comparativo as entrevistas realizadas com as mulheres da Câmara da Mulher Empreendedora de Viçosa, onde buscaram entender a importância do projeto na vida profissional e pessoal das empreendedoras. Foram realizados questionamentos sobre os empreendimentos tendo em vista o ramo de atuação da empresa, a formalização e o número de funcionários. Assim como as entrevistadas deste artigo, as empreendedoras da Câmara da Mulher Empreendedora possuem empresas com áreas e dimensões de tempo de atuação e número de funcionários diferentes, mas são devidamente formalizadas (Vieira; Silva; Freitas, 2023)

Ser empreendedor, para Drucker (2002) está associado não apenas com a abertura de um negócio, mas além disso, está ligado à oferta de novidades, sendo um produto e/ou serviço novo e diferente.

A partir da idealização do negócio, entende-se que o empreendedor busque e adquira conhecimento sobre o ramo mercadológico no qual deseja atuar e com isso, notar as dificuldades que poderão surgir. Para este objetivo, o empreendedor pode utilizar o plano de negócios. Nele, o modelo de negócio é representado a fim de minimizar os erros e aumentar as possibilidades de sucesso dentro do setor desejado. Nesse sentido, o ato de planejar está intimamente associado em limitar antecipadamente os objetivos almejados pela organização, observando os recursos que serão empregados para isto. O termo planejamento assume a característica essencial para uma organização, sendo de suma importância para a mesma, pois, a partir do plano definido, pode-se ter bem definido onde a empresa quer chegar, de que forma e o que fazer para tal (Las Casas, 2004).

Segundo Chiavenato (2007, p. 142) “o planejamento estratégico é um conjunto de tomada deliberada e sistemática de decisões acerca de empreendimentos que afetam ou deveriam afetar toda a empresa por longos períodos de tempo”. Ou seja, a tomada de decisão por meio do planejamento direciona os empreendedores a caminhos que tornem o negócio sustentável e inovador.

Logo, o plano de negócio tem fundamental importância, pois através dele pode-se organizar as ideias, fazer um planejamento com riquezas em detalhes, para com isso reduzir o risco de fracasso antes de iniciar as atividades ou expandir o empreendimento. Ademais, a criação de um plano de negócios é uma fase importante, pois é necessária a integração de conhecimentos de diversas áreas da empresa, obtendo dessa forma uma percepção do todo complexo, para então ter sucesso na estruturação do negócio.

Nesse aspecto, o plano de negócio funciona como um norteador para empresa conseguir alcançar os seus objetivos, ou seja, com a análise das informações contidas nele

o empreendedor consegue perceber com mais clareza para onde ir e como chegar onde se propôs. Para Greatti (2004) o plano de negócios assume papel estratégico, pois é tido como uma ferramenta que orienta o gestor na implantação do negócio, assim como pode assinalar potenciais parcerias, esclarecer objetivos, definir metas e acompanhar o crescimento da organização de forma geral. Seguindo esta lógica, Zimmerman (2012) cita que o plano de negócios tem como função o mapeamento de riscos, podendo também calcular o retorno do investimento feito de forma clara e objetiva, e que, segundo Bernardi (2008) quando bem elaborado potencializa as chances de sucesso do negócio em questão.

A importância da CDL Jovem

Em relação a Câmara de Dirigentes de Lojistas Jovem, buscou evidenciar a importância desse projeto na vida profissional dessas jovens empreendedoras. Foram questionados os seus objetivos e sua integração ao associar-se, e as questões apresentadas foram uma delas apresentada pela Celeste que já se entregava e procurou ainda mais fortalecimento no seu negócio:

Já fazia trabalhos com jovens empreendedoras, e uma amiga convidou para ser diretora de uma ação social, CDL jovem alcançando pessoas que tenham potencial empreendedor e que tenham necessidade financeira.

Analizamos que os principais objetivos entre as empreendedoras, as que nunca tiveram participação inicial na CDL Jovem foram as seguintes situações relacionadas; melhorias de seu negócio, soluções e estímulo para continuidade do negócio, estimulação do planejamento econômico, trabalho em conjunto se apoiando diante das dificuldades enfrentadas, parcerias, network, oportunidades e desenvolvimento de suas atividades, indicação no mercado em competição.

Os desafios e motivações de ser empreendedora

A motivação à ação de empreender. Para tanto, foram selecionadas algumas destas teorias e agrupadas segundo dois enfoques distintos – Objetivos e Necessidades. Porém, deve-se manter a perspectiva que, estes enfoques, interagem simultaneamente no indivíduo. Ou seja, “as diferentes Teorias da Motivação não se anulam umas às outras, pelo contrário, se complementam” (Berganini, 1997 *apud* Ferreira *et al.*, 2011).

Segundo Galindo *et al.* (2011), a Teoria de Locke (1960), parte do princípio de que a motivação ocorre na medida em que as pessoas concentram seus esforços, pensamentos e interesses para atingir a um determinado objetivo. Neste sentido, para provocar a motivação, os objetivos devem obedecer aos seguintes critérios: - Ser aceitável: fazer sentido e não ser contra valores pessoais; - Ser compartilhado: criar comprometimento com as metas fixadas pelos outros; - Ser desafiador: proporcionar desafio, porém ser factível de serem alcançados; - Ser mensurável: especificar o que, quanto e quando se quer atingir. Pela Teoria da Fixação de Objetivos, o funcionário motivado é aquele que se empenha em atingir seus objetivos. Estes devem ser definidos pelos líderes de modo a tornarem-se compatíveis com os demais interesses da organização.

Nas vidas das mulheres empreendedoras questionadas, vale ressaltar que as motivações são diversas como aproveitamento das oportunidades, capacidades de assumir riscos, persistências auto confiança e busca de auto informação, motivos pelo quais há de se empreender, assim como desafios e suas dificuldades para gerenciar o seu negócio, conciliar a vida profissional, familiar, gerenciamento financeiro da casa, falta de conhecimento da gestão administrativa, financeira, contábil, conciliação familiar,

De acordo com pesquisa realizada com mulheres empreendedoras por Castro *et al.* (2019) na Câmara de Dirigentes lojista de Viçosa dificuldades das entrevistadas em relação ao gerenciamento do seu negócio e as características empreendedoras que reconhecem ter. Quando perguntadas se possuem ou se tiveram dificuldades para gerenciar o negócio, 90% alegou ter enfrentado dificuldades, e apenas 10% afirmou não ter ou ter tido nenhuma. As dificuldades relatadas referem-se à área de marketing (30%), do financeiro (40%) e de gestão de pessoas e inovação (20%).

Os motivos de se empreender enfrentados pelas nossas entrevistadas são diversos diante do cenário global enfrentado, mas vale destacar entre eles os mais contínuos como o da Rosa como consultora mas mesmo assim driblou a adversidade contratemos:

Gerenciamento de tempo, para as empresas e candidatos as vagas. Muitas vezes divulgamos as vagas, passamos os currículos para os empresários, mas as vezes contratam uma pessoa a parte no perfil que eles queriam, ou seja, “indicada”

A Celeste como Coach desde o início de seu negócio iniciou o seu planejamento, mesmo assim encontrou dificuldades no seu empreendimento, mas encontrou outra solução para seu mercado:

Não encontravam produtos “porta carregador de celular” não encontrava pessoas que faziam, incluindo costureiras. Não era vantajoso para as costureiras, procurou no mercado o produto, mas não encontrou, precisou de investir em máquina e não tinha. A empreendedora teve que aprender a costurar e divulgar sua mercadoria pela internet.

De acordo com o Portal Brasil (2012), conceitua a diferença entre empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade, sendo que o primeiro citado se refere às pessoas que iniciam o próprio negócio por razão de estar desempregado e ter a necessidade de obter renda para garantir o sustento da família, enquanto o empreendedor por oportunidade desenvolve um novo empreendimento á fim de obter uma renda maior, ou pela vontade de ter independência no aprimoramento do seu projeto.

Para o empreendedor é essencial que se tenha capacidade de planejamento acompanhado de metas, consiga resolver conflitos, tomar decisões, seja um bom vendedor, tenha espírito de equipe, seja visionário e exerça com eficiência a liderança, são fatores importantes para o sucesso do empreendimento (Silva, 2013).

Em nossa pesquisa evidenciamos que alguns desafios foram: jornada exaustiva, a conciliação pessoal familiar com o profissional, a falta de conhecimento administrativo e financeiro, necessidade da network com isso buscaram na CDL Jovem de Viçosa parcerias para obterem os conhecimentos e estratégias necessárias para que possam pular os desafios que embargam a desenvoltura do seu negócio.

Resultados semelhantes aos desta pesquisa foram observados por Freitas, Silva e Vieira (2022) em pesquisa realizada na Câmara da Mulher empreendedora de Viçosa MG ao concluírem que as empreendedoras possuem como características principais a proatividade na tomada de decisão, a dedicação, disciplina e persistência e, ainda buscam aprofundar o conhecimento sobre o ramo atuação e as necessidades dos clientes, são simpáticas, autoconfiantes e flexíveis.

Considerações Finais

Este artigo, buscou traçar o perfil de mulheres jovens empreendedoras, em busca de seus ideais, sendo realizada uma pesquisa na Câmara de Dirigentes Lojistas – empreendedoras jovens na CDL Jovem de Viçosa-MG. Analisando o estudo de caso, verificamos que todas elas se encontram na faixa 31 a 40 anos e que apenas 1 delas possui

filhos. Todas elas possuem nível superior e três delas possuem pós graduação. Todas são formalizadas.

Sobre oportunidade e necessidade para aderir ao empreendedorismo jovem todas mostram que os principais motivos para empreender são a oportunidade de obter melhores condições de vida para a família e realização profissional, que está vinculada a dedicação e conciliação a vida familiar, filhos e carreira, com objetivo de seu sustento. No que tange às dificuldades de gestão que enfrentam, destacam-se aqueles relacionados ao controle financeiro, marketing, gestão de pessoas e dificuldade de encontrar mão de obra qualificada.

Com relação às dificuldades de gestão que enfrentam, destacam-se aqueles relacionados ao controle financeiro, marketing, gestão de pessoas e inovação.

No geral as participantes mostram vários benefícios proporcionados pela CDL Jovem, com destaque para: o networking, a união das forças entre as mulheres, a visibilidade no empreendedorismo, mercado, a troca de experiências e aprendizado, o aumento da representatividade, a divulgação do negócio, além do crescimento profissional e pessoal. As empreendedoras jovens de Viçosa pertencentes à CDL Jovem são, no geral, proativas, com grande capacidade empreendedora, otimistas e demonstram paixão pelo que fazem. E a CDL Jovem é uma grande aliada na vida delas. Dessa forma, sugerimos que sejam realizadas novas pesquisas nessa área, ampliando o número de entrevistadas e incluindo novas abordagens para se aprofundar neste movimento de empreendedorismo.

Referências

ALMEIDA, I. C; GOMES, A. F. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. *In: ENCONTRO DA ANPAD*, 35., **Anais[...]**, Rio de Janeiro: ANPAD, 2011. Disponível em: AlmeidaAntoniali_Gomes_2011_Comportamento-estrategico-de-m_5785.pdf. Acesso em: 7 fev. 2023.

BARRETO, L. **Mulheres comandam os novos negócios no Brasil**. Disponível em: <http://www.novonoticias.com/.../mulheres-comandam-quase-a-metade-dos-novosnegocios>. Acesso em: 1 fev. 2023.

BERNARDI, L. A. **Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2008.

BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo.

Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.
Disponível em: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/11213-Texto%20do%20Artigo-45112-1-10-20180810%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/11213-Texto%20do%20Artigo-45112-1-10-20180810%20(1).pdf). Acesso em: 15 maio 2023

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, I. **Administração**: teoria, processo e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Cengage, 2016.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 2002.

FERNANDES, C. A situação da mulher na Idade Média. **Brasil Escola**.
Disponível em: <http://brasilecola.uol.com.br/historia/a-situacao-da-mulher-naidade-media.htm>. Acesso em: 15 maio 2023.

FERREIRA, A.; VILAS A. A. B.; ESTEVES, R. C. P. M.; FUERTH L. R.; SILVA, S. D. Teorias de motivação: uma análise da percepção das lideranças sobre suas preferências e possibilidade de complementaridade. *In: SIMPEP, XIII., Anais[...]*, Bauru, 2022.
Disponível em: https://simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/114.pdf. Acesso em: 15 maio 2023.

FIGUEIREDO, S. *et al.* **A mulher na Idade Moderna**. 2015. Disponível em: <https://prezi.com/1rp1cqfngsko/a-mulher-na-idade-moderna/>. Acesso em: 16 maio 2023.

FREITAS D. M.; SILVA, W. E. R.; VIEIRA, E. G. **Mulheres líderes e empreendedoras um estudo de caso na câmara da mulher empreendedora de Viçosa – MG**. 2022. 19 f. Monografia (Especialização em Gestão Empresarial e Desenvolvimento de Líderes) – Univiçosa, Viçosa-MG, 2022.

FREITAS D. M.; CASTRO, J. C.; BRAZ, A. F. **Empreendedorismo Feminino**: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de Viçosa-Mg. 2019. 27 f. Monografia (Especialização em Gestão Empresarial e Desenvolvimento de Líderes) - Univiçosa, Viçosa-MG, 2019. Disponível em: <https://fatece.edu.br/>. Acesso em: 18 maio 2023.

GALINDO, Flavia. *et al.* **Teorias de motivação**: conceitos aceitos por líderes e a visão de Sievers. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/11semead/resultado/trabalhosPDF/65.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2023.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **O empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBPQ, 2013. Disponível em: <https://ibqp.org.br/diagnostico-empresarial/>. Acesso em: 17 maio 2023.

GREATTI, L. O uso do plano de negócios como instrumento de análise comparativa das trajetórias de sucesso e de fracasso empresarial. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO*, 28., **Anais[...]**, Curitiba, 2004. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2004/ECE/2004_ECE_2007. Acesso em: 16 mar. 2023.

GONÇALVES, A. **Liderança feminina nas empresas: importância e desafios**. 2020. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/lideranca-feminina-nas-empresas/>. Acesso em: 8 fev. 2023.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.

JARDIM, R. B.; PIEPPER, J. A. Aproximações e divergências: história social, história cultural e a perspectiva de gênero. **MÉTIS: História & Cultura**, v. 9, n. 2, p. 87-97, 2010. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/metis>. Acesso em: 12 mar. 2023.

LAS CASAS, A. L. **Marketing**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MARQUES, J. R. **Quais os principais desafios das mulheres empreendedoras**. 2016. Disponível em: [www.jrmcoaching.com.br/Blog Coaching & Negócios](http://www.jrmcoaching.com.br/Blog/Coaching%20e%20Negocios). Acesso em: 03 maio 2023.

NOGUEIRA, D. A. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. 2010. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Assis, 2010. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0911301355.pdf>. Acesso em: 17 maio 2023.

PORTAL BRASIL. **Oportunidade e necessidade**. Disponível em: [www.brasil.gov.br/Economia e Emprego](http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego) 2012. Acesso em: 15 abr. 2023.

RIBEIRO, P. S. O papel da mulher na sociedade. **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia.htm>. Acesso em: 15 maio 2023.

ROCHA, A. L. **O papel e o significado da mulher contemporânea - Homenagem ao Dia Internacional da Mulher**. 2012. Disponível em: <http://www.afrid.faei.ufu.br/node/224>. Acesso: 30 abr. 2023.

ROCHA, L. C. **Criatividade e inovação: como adaptar-se as mudanças**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SCHUMPETER, J. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade? 2021.

Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino>. Acesso em: 15 maio 2023.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Empreendedorismo feminino como tendência de novos negócios. 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: 15 maio 2023.

SILVA, D. I.; SANTOS, P. J. Mulheres e o empreendedorismo feminino na microrregião de Patos de Minas – MG. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 6, n. 2, p. 22-37, 2018. Disponível em: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/12766-Texto%20do%20Artigo-77409-2-10-20180919.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2023.

Texto%20do%20Artigo-77409-2-10-20180919.pdf. Acesso em: 16 mar. 2023.

SILVA, M. O papel da mulher ao longo da história. **Blogspot**, 2010. Disponível em:

<http://mari-historia.blogspot.com.br/2010/06/o-papel-da-mulher-ao-longo-dahistoria.html>. Acesso em: 16 mar. 2023.

SIQUEIRA, S. M. A. **Considerações sobre o tema mulher na antiguidade**. 2016.

Disponível em:

http://www.miniweb.com.br/historia/Artigos/i_antiga/Mulher_antiguidade.html. Acesso em: 16 maio 2023.

ZIMMERMAN, J. Using Business Plans For Teaching Entrepreneurship. **American Journal of Business Education (AJBE)**, v. 5, n. 6, p. 727-742, 2012.

WILKENS, J. **A Mulher Empreendedora**: como iniciar o seu próprio negócio. São Paulo: Mc-Graw-Hill, 1989.