

Ilzanete Teles dos Santos

rmatos@uneb.br

Graduanda em Administração na Universidade Estadual da Bahia (UNEB), Departamento de Ciências Humanas – I.
Contato: nettetes@hotmial.com.

Faculdade Adventista da Bahia

BR 101, Km 197 – Caixa Postal 18 –
Capoeiruçu - CEP: 44300-000 - Cachoeira, BA

Recebido em 05/06/2020

Aprovado em 18/11/2020

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

EMPODERAMENTO E EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO MULTICASO COM AS JOVENS EMPREENDEDORAS DO SALVADOR

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo analisar como o processo de empreendedorismo feminino das mulheres da Associação de Jovens Empreendedores (AJE), avaliando a possibilidade de gerar empoderamento feminino. Diante da atual crise econômica no Brasil, muitos jovens, principalmente as mulheres, tem iniciado um empreendimento como uma forma de sobrevivência ou, seguindo a denominação do SEBRAE, tornam-se empreendedores por necessidade. Apesar da motivação, tais empreendimentos podem prosperar e tornar-se uma via para gerar empoderamento econômico, social e, no caso das mulheres, empoderamento feminino. A abordagem metodológica da pesquisa, quanto aos fins, pode ser classificada como de caráter exploratório. Para a interpretação e análise dos dados, sob o ponto de vista da abordagem do problema, classifica-se como de abordagem qualitativa. Para levantamento de dados secundários partiu-se da pesquisa bibliográfica e para o levantamento de dados primários foram aplicados questionários com as jovens empreendedoras da AJE. Para a interpretação de análise de dados optou-se pela triangulação de dados. Os resultados apontam que as respondentes se tornaram empreendedoras por necessidade, visto que precisavam de uma fonte de renda. Os empreendimentos são novos, de acordo com a categoria do GEM, mas que já geraram oportunidades na geração de renda, levando ao empoderamento feminino.

Palavras-chave:

Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino.
Empoderamento.

SANTOS, I. T. Empoderamento e empreendedorismo feminino: um estudo multicaso com as jovens empreendedoras do Salvador. **Revista Formadores: Vivências e Estudos**, Cachoeira (Bahia), v. 13, n. 3, p. 6 - 24, dez. 2020.

1. INTRODUÇÃO

De acordo com o cenário econômico no Brasil, a economia passou ser pressionada afetando o país como um todo, levando inclusive inúmeros brasileiros a serem afastados do mercado de trabalho. Assim, surgiram inúmeros empreendimentos, o que tem contribuído para a diminuição da taxa de desemprego. As autoras Silva, Furtado e Zanini (2015, p. 766) afirmam que: “a capacidade de reconhecer uma oportunidade de negócio e explorá-la de forma adequada tende a contribuir significativamente com o desenvolvimento econômico do país, criando empregos, aumentando a riqueza e sua distribuição”. Na maioria das vezes, esses empreendimentos são iniciados pelas mulheres, visto que além de buscarem por lucro, buscam também realização pessoal.

O empreendimento feminino tem se tornado uma importante ferramenta de transformação social. Silveira e Gouvêa (2008, p. 5) afirmam que: “as mulheres têm consciência da influência de seu papel como empreendedoras na vida pessoal, na família e na sociedade”. As autoras Silveira e Gouvêa (2008, p. 5) asseguram que: “[...] as mulheres acreditam que empreender oferece vantagens como maior liberdade, realização, autonomia e independência financeira, além dos efeitos positivos da satisfação com a atividade empreendedora sobre suas vidas.”. O empreendedorismo feminino pode ser uma via de empoderamento.

Atualmente o termo empoderamento feminino está sendo citado em ambientes acadêmicos, profissionais, familiares, entre outros. Apesar de o tema ser de suma importância para o encorajamento da mulher, essa discussão precisa ser ampliada. As mulheres quando se sentem empoderadas, buscam fortalecer todas as outras que estão ao seu redor, com o objetivo de autorreconhecimento da sua capacidade, principalmente, na contribuição para o desenvolvimento econômico. As autoras Sousa e Melo (2009, p. 7) afirmam que: “No processo de empoderamento das mulheres, um dos desafios é romper a barreira do poder de decisão tanto na esfera pública, quanto na esfera familiar”.

Nesse estudo, foram escolhidas para análise as mulheres da Associação de Jovens Empreendedores (AJE). Neste caso, as que se agrupam em torno da AJE da cidade do Salvador. A AJE é uma associação que foi fundada no ano de 2006, que tem como missão fomentar e desenvolver o empreendedorismo no estado da Bahia.

Partindo desse contexto, esse trabalho parte da seguinte questão de avaliação: Em que medida as mulheres da Associação de Jovens Empreendedores (AJE), buscaram o empreendedorismo como forma de empoderamento feminino?

Com base nesse questionamento, destarte, como objetivo geral, busca-se analisar como o empreendedorismo feminino é utilizado pelas mulheres da AJE como uma via de empoderamento. Todavia foram elencados os seguintes objetivos específicos: a) conhecer os desafios enfrentados por essas jovens empreendedoras para iniciar o empreendimento na cidade do Salvador; b) registrar a motivação para iniciar o negócio na cidade do Salvador e c) estudar a trajetória das mulheres jovens para iniciar o negócio na cidade do Salvador.

Diante disso, este estudo tem relevância acadêmica e social, visto que o empreendedorismo tem contribuído muito para a melhoria econômica do Brasil, e o empoderamento feminino fortalece as mulheres incentivando a conquistar os seus direitos perante a sociedade. Dessa forma, ambos os temas voltados aos estudos se relacionam e merecem uma análise mais profunda. Há que se considerar que com o passar do tempo, através das reivindicações de grupos, as mulheres têm conquistado seu espaço, adentrando ao mercado de trabalho e iniciando o seu próprio negócio. Assim, o empoderamento feminino tem o objetivo de continuar fortalecendo a essas mulheres que desejam ter as suas habilidades reconhecidas, bem como impulsioná-las e as fazerem acreditar que são capazes de se fortalecer na sociedade. Nesse sentido, compreende-se que é essencial a exploração do assunto para a valorização destas profissionais.

Ordenadamente, o artigo está dividido nas seguintes seções: a primeira, aqui apresentada, é a introdução. A segunda seção descreve o referencial teórico, em seguida a metodologia é apresentada discorrendo sobre o percurso metodológico. Na seção seguinte a apresentação e análise dos resultados obtidos. Por fim, na quinta e última seção, são trazidas as considerações finais.

2. EMPREENDEDORISMO

O assunto empreendedorismo tem provocado várias discussões científicas, bem como tem influenciado no crescimento e desenvolvimento do país. Mundialmente, os empresários têm demonstrado muito interesse pelo empreendedorismo, bem como acreditam que a competitividade nos empreendimentos é de suma importância para a melhoria da economia (SILVA; FURTADO; ZANINI, 2015).

O empreendedorismo pode influenciar na riqueza de novas prestações de serviços, confecções de produtos, novos procedimentos de produção e até mesmo na reestruturação da organização, assim como poderá proporcionar melhorias financeiras na condição de vida da população. Diante da crise econômica do Brasil, é bastante aderente o desenvolvimento de novos empreendimentos, além do surgimento de novas empresas, ocasionando na geração de novos empregos (DEGEN, 2009).

Ao falar de empreendedorismo, as pessoas apenas associam a uma ideia, a uma criação, a utilização de uma ferramenta que poderá trazer praticidade, criatividade, bem como também é associado ao desenvolvimento econômico. Todavia, o conceito de empreendedorismo é muito mais amplo do que abrir um negócio, como, por exemplo, buscar solução para problemas de uma sociedade. Segundo Degen (2009, p. 6):

O significado da palavra empreendedor deriva da palavra inglesa *entrepreneur*, que, por sua vez deriva da palavra *entreprendre*, do francês antigo, formada pelas palavras, *entre*, derivada do latim *inter* - que significa reciprocidade - e *preneur*, derivada do latim *prehendere*

- que significa comprador. A combinação das duas palavras, entre e comprador significa simplesmente intermediário.

Segundo o relatório da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (2017, p. 6): “empreendedor é aquele indivíduo que realizou esforços concretos na tentativa de criação de um novo empreendimento.” Empreender não é atividade apenas para jovens, ou desempregados, é também para quem anseia ter seu próprio negócio. Muitos empregados, tem o sonho de empreender e, eventualmente, a ideia surge dentro da própria empresa em que estão prestando seus serviços, o que os leva a deixar o emprego estável para investirem no que acreditam. Estudos comprovam que pessoas já bem-sucedidas financeiramente buscam empreender e estimulam o empreendimento, incentivando a refletir que o empreendedorismo tem poder transformador e vem fortalecendo vários cenários econômicos. Ser empreendedor não é só ganhar muito dinheiro, ser independente ou realizar algo, e sim trabalhar arduamente para que o seu negócio lhe renda resultados satisfatórios (DEGEN, 2009).

Diante de uma necessidade, ou um desejo, muitas vezes também na melhoria de um produto/serviço já existente, a oportunidade para empreender é identificada. Pode-se dizer que perante uma situação difícil, o indivíduo se manifesta e através da criatividade encontra a solução para a superação da dificuldade. O empreendedor por oportunidade é aquele que identifica uma oportunidade em um ambiente, já o empreendedor por necessidade é aquele que na ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda opta por empreender (GEM, 2017).

O incentivo, principalmente nos ambientes acadêmicos, é de suma importância para o desenvolvimento de um empreendimento. Haja vista que no curso de Administração de Empresas, têm surgido várias ideias inovadoras, uma vez que os estudantes já se tornam empreendedores, bem como outros pretendem empreender no futuro. Degen (2009, p. 407) diz: “Hoje muitas escolas técnicas e universidades já têm centros de empreendedorismo que motivam e treinam alunos para empreender, apoiam as iniciativas dos alunos por meio de incubadoras [...]”. Nos dias de hoje há inúmeros veículos de comunicação, como revistas, livros e *sites*, em que são divulgados exemplos, dicas, conselhos, entre outras informações sobre empreendimentos tanto de jovens quanto de adultos, que, às vezes, para a realização de um sonho, investem em um negócio e obtém resultados satisfatórios.

Falar sobre casos de pessoas que alcançaram os resultados esperados é a melhor maneira de incentivar o empreendedorismo. Segundo Ferreira e Nogueira (2013, p. 413): “para entender a entrada no mundo dos negócios, não se pode desprezar as histórias dos empreendedores, embora não se possa também fazer afirmações do tipo: uma infância difícil leva a empreender ou pais empreendedores têm filhos empreendedores”. Tendo em vista que o empreendedorismo é considerado um fenômeno criado na cultura e sofre influência no sistema econômico brasileiro, empreender é identificado como uma característica que é formada na infância e pertence somente a um indivíduo (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013). Nesse contexto, é possível despertar na criança o perfil empreendedor, incentivando-a a ter autonomia, adquirir responsabilidade, solucionar problemas, montar estratégias, uma vez que, existem várias formas de empreender e uma dessas correntes é o empreendedorismo feminino.

Todavia novas parcerias ainda precisam ser firmadas, assim como é necessário a criação de ambientes favoráveis para estimular a participação feminina a dar continuidade a seus projetos pessoais e passos que distancie do desconfortável lugar das desigualdades socioprofissionais impressas no seu histórico de inserção autônoma no mundo do trabalho (NATIVIDADE, 2009).

3. EMPREENDEDORISMO FEMININO

Gomes (*et al.* 2014, p. 327) diz “A década de 1990 trouxe resultados e dados ricos a respeito da situação feminina no empreendedorismo, o que proporcionou maior conhecimento a respeito da mulher empreendedora”. No novo cenário econômico, as mulheres têm demonstrado bastante participação, principalmente aquelas que se tornam mães e não podem retornar ao trabalho por conta dos filhos e/ou que por algum outro motivo, não conseguem se recolocar no ambiente profissional e/ou almejam ter seu próprio negócio. Na visão de Jonathan (2011, p. 72): “Outro expressivo motivo para ser empreendedora é a busca de independência e/ou estabilidade financeira”. Para Natividade (2009, p. 237): “[...] temos uma maior inserção feminina no mundo empreendedor, necessitando-se ainda quebrar alguns paradigmas como as desigualdades inseridas, para participarem do novo contexto local e ao mesmo tempo global”.

De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a maior pesquisadora de empreendedorismo do mundo, informou no seu relatório no ano de 2014 que a maioria dos empreendimentos iniciados no Brasil (51,2%) são idealizados pelas mulheres (GEM, 2014). Todavia, apesar da diferença da porcentagem dos empreendimentos serem iniciados pelas mulheres, uma diferença de quase três pontos percentuais destaca que o gênero masculino é mais empreendedor que o gênero feminino (Gráfico 1), por esta razão, levou-se ao questionamento: as mulheres são menos persistentes que os homens? Ou o ambiente para a mulher empreender são desfavoráveis em comparação ao dos homens? (GEM, 2017).

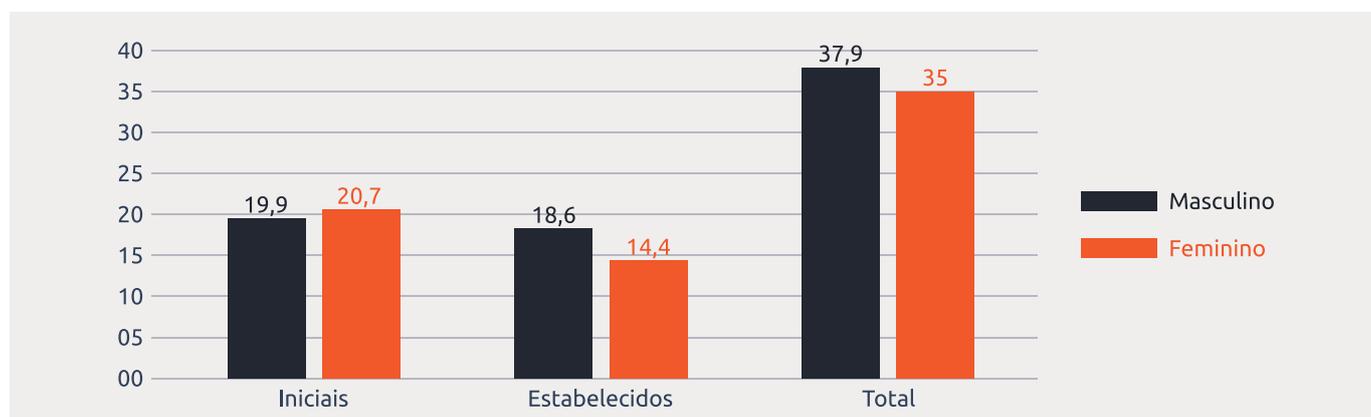


Gráfico 1 – Taxas (em %) específicas e estimativas (em milhões) do número de empreendedores por gênero segundo estágios do empreendimento – Brasil – 2017
Fonte: GEM (2017, p. 10)

Apesar das barreiras existentes que restringem a ascensão feminina no ambiente do trabalho e na criação de novos negócios, ao longo do tempo o empreendedorismo feminino tem superado essas questões de diferenciação de gênero entre os homens e as mulheres. Os homens pelo fato de obterem experiências anteriores utilizam delas para aplicação em seu empreendimento atual tornando-o um *hobby* para a vida, enquanto as mulheres por não terem experiências antes de iniciar o seu negócio, agem com mais entusiasmo e dinamismo (FERNANDES *et al.*, 2016).

Em valorização a esse público, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), criou o Prêmio Sebrae Mulher de Negócios que tem a iniciativa de reconhecer e valorizar as histórias de mulheres que são exemplos para o empreendedorismo. Já a revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, publicou em março do ano de 2018, a sua primeira edição especial para mulheres empreendedoras, ou seja, as mulheres estão cada vez mais conquistando o seu espaço.

As mulheres não empreendem em qualquer área, geralmente os setores que existe o maior número de empreendedoras é o de comércio e o de serviços, como por exemplo, salão de beleza (SEBRAE, [2016]). Nesse sentido, elas buscam por qualificações o tempo todo, pois inúmeros obstáculos, como a ascensão ao mundo empresarial, principalmente nos ambientes tecnológicos, observa-se o número mínimo de mulheres. Os problemas que as mulheres têm enfrentado são devidos aos vários papéis que elas têm desempenhado, além do pouco suporte que elas recebem, pois, mesmo tendo bons conhecimentos em determinadas áreas, como lidar com pessoas e até mesmo na área de finanças, ainda há necessidade de aprimorar os conhecimentos e adquirir novas competências principalmente na área de tecnologia e informática, ambas consideradas ferramentas importantes para melhor gerir um negócio (SILVA; LASSO; MAINARDES, 2016). Diante dessa situação, para algumas mulheres é motivo de desistência, para outras é apenas um estímulo para conquistar os seus objetivos.

Dentre as características que a mulher possui, a mais admirada é habilidade de sensibilizar as pessoas, principalmente no ambiente organizacional, pois a presença feminina contribui muito para a obtenção de resultados satisfatórios, sobretudo na área comercial. Para Lopes (*et al.*, 2017, p. 89): “A sensibilidade que a mulher possui faz com que ela enxergue seus colaboradores e clientes de uma maneira mais amigável, fazendo com que ela crie laços afetivos com os mesmos, tornando-se um sentimento recíproco por parte deles”.

Diante disso, o empreendedorismo feminino tem sido percebido como uma ferramenta de fortalecimento econômico, assim como a competitividade do trabalho feminino pode trazer melhorias para o país. De acordo com Lopes (*et al.*, 2017, p. 92): “O empreendedorismo proporciona trabalho e ao mesmo tempo o prazer de sentir-se realizado ao executar essa atividade.” Dessa forma, é imprescindível estudar o empreendedorismo feminino para dá uma dimensão ao empoderamento.

4. EMPODERAMENTO FEMININO

A expressão empoderamento tem sido muito veiculada nas mídias e meio acadêmico. Apesar de ser um tema moderno, é um conceito complexo, incompreendido e que por esta razão o seu significado é distorcido e criticado. Entretanto, diversas fontes autorais ao abordarem o empoderamento, enquanto conceito, o fazem buscando não fugir do verdadeiro significado, de forma que seja possível realizar comparações responsáveis e trazer uma definição que seja entendida na atualidade (BERTH, 2018).

A discussão sobre o empoderamento se tornou uma grande aliada das mulheres. Anos atrás, elas viviam oprimidas, destinadas apenas aos cuidados domésticos. Já atualmente, estão cada vez mais instruídas intelectualmente, independentes financeiramente, mudando até mesmo os padrões familiares, como por exemplo, elas decidem quando querem ter seus filhos, planejam a sua carreira, e assim por diante. Em busca de romper esse paradigma deu-se o conceito de empoderamento feminino.

A palavra empoderamento é originada do vocábulo inglês *empowerment*, todavia o termo foi utilizado inicialmente em países de língua inglesa, especialmente nos Estados Unidos. Em português, empoderamento é quase sinônimo de autonomia, que se refere à capacidade do sujeito e/ou grupos poderem decidir sobre as questões que lhes dizem respeito (FERNANDES *et al.*, 2016).

Através do sociólogo estadunidense Julian Rappaport, em 1977, a palavra inglesa *empowerment* foi adaptada para a portuguesa empoderamento, recebendo o significado de dar poder ou capacitar (BERTH, 2018). Para Sousa e Melo (2009, p. 5): “Empoderar é um verbo que conota ação e poder”. O poder de se autoafirmar, autovalorizar, auto reconhecer, é principalmente um entendimento sobre si e as suas mais variadas habilidades humanas. Seria estimular, em algum nível, a autoaceitação das habilidades e das próprias características (BERTH, 2018).

Empoderar para as mulheres exige um esforço, uma força, uma luta, visto que o empoderamento tem contribuído na transformação da autoestima feminina, ou seja, esse movimento permite que a mulher tenha liberdade para fazer as escolhas. Dessa forma, com essa autonomia é possível que se seja protagonista da sua própria história. Entende-se que ação de empoderar implica mudanças nos sujeitos empoderados e também a outros grupos e entidades envolvidas (SOUSA; MELO, 2009).

Observa-se que o intuito do empoderamento feminino é estimular as mulheres a acreditarem em si próprias e a se unirem, bem como esclarecer que unidas muitos paradigmas poderão ser extintos. Na rede social, por exemplo, existem vários grupos de mulheres objetivando uma a ajudar a outra, visto que cada pessoa tem histórias diferentes, e às vezes o sofrimento de uma serve para fortalecer a outra. Berth (2018, p. 41) diz: “[...] o empoderamento precisa incluir mudanças individuais e coletivas, em um processo desenvolvido com a comunidade, com cooperação e solidariedade”. Nesse sentido, é importante que o empoderamento aconteça internamente também.

Contudo, a autora Berth (2018, p. 42) ressalta que: “o empoderamento individual e coletivo são duas faces indissociáveis do mesmo processo, pois o empoderamento individual está fadado ao empoderamento coletivo, uma vez que uma coletividade empoderada não pode ser formada por individualidades e subjetividades [...]”. A preocupação da inserção da mulher no mercado de trabalho pode ser um dos fatores para a conscientização do empoderamento feminino, objetivando a igualdade entre os gêneros, assim como reivindica o término do domínio dos homens sobre as mulheres.

De acordo com Landerdahl (*et al.*, 2013, p. 309): “O empoderamento feminino, na visão de feministas, compreende a alteração radical dos processos e estruturas que reduzem a posição de subordinação das mulheres”. Na visão feminista, o empoderamento feminino nasce como valorização às mulheres a fim de garantir controle e autonomia em suas próprias vidas, ou seja, a mulher pode escolher qual o caminho lhe é conveniente trilhar para a sua realização pessoal, profissional, tendo em vista que as mulheres estão cada vez mais instruídas e independentes.

Para Sousa e Melo (2009, p. 11): “a expressão de empoderamento não é apenas um sentimento ou consciência. O empoderamento exige ação no social. O fortalecimento do indivíduo acarreta, motiva e estimula o fortalecimento dos demais indivíduos [...]”. O empoderamento aborda exatamente o encorajamento para o fortalecimento do gênero feminino, pois as mulheres desejam a conquista de seu espaço na sociedade, mesmo com as limitações que impõem impedimentos para avançarem nas suas trajetórias, sejam elas profissionais ou pessoais.

5. PERCURSO METODOLOGICO

Tendo em vista que a discussão alusiva ao empreendedorismo feminino apresenta ricos resultados desde os anos 90, atualmente existe a necessidade de maior exploração, assim como a abordagem sobre o empoderamento feminino que é considerado um tema recente e por esta razão é imprescindível que seja mais discutido, permitindo mais estudos sobre o assunto.

A abordagem metodológica do artigo, quanto aos fins, é de caráter exploratório. Para Gil (2010, p. 27): “as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipótese.” Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 52): “A pesquisa exploratória possui planejamento flexível, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos”.

A obtenção dos dados necessários para o desenvolvimento do artigo ocorreu através da consulta à fonte de dados o que é denominado: pesquisa bibliográfica. Os autores Prodanov e Freitas (2013, p. 54) dizem que: “quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet”. Já o autor Gil (2010, p. 30) informa que: “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a

cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”.

Para o levantamento de dados primários, foi realizada a pesquisa de campo. Segundo o autor Prodanov e Freitas (2013, p. 59) é: “utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual procuramos uma resposta, ou de uma hipótese, que queiramos comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”. A realização da pesquisa de campo exige o cumprimento de algumas fases: em primeiro lugar a verificação de pesquisa bibliográfica referente ao tema em questão que servirá para saber se há a existência de trabalhos a respeito e quais são as opiniões reinantes sobre o assunto. Em segundo lugar, devem-se determinar quais as técnicas a serem empregadas na coleta de dados e na determinação da amostra. Para finalizar, antes que se realize a coleta de dados, é necessário que se estabeleça tanto as técnicas de registros desses dados como as técnicas que serão usadas em sua análise posterior (MARCONI; LAKATOS, 2010).

Neste caso foi realizada através de aplicação de questionário *online Google Docs* pela ferramenta Google Forms, com 33 questões objetivas, enviado por correspondência eletrônica e pelo aplicativo de mensagens WhatsApp para as jovens empreendedoras da AJE. O questionário é caracterizado por uma série de questões apresentadas aos respondentes, por escrito, podendo ser aberto, pouco ou não estruturado, ou fechado, estruturado. Questionário, quando aberto, as respostas livres são dadas pelos respondentes; quando fechado, o respondente é quem escolhe qual a alternativa vai eleger diante das opções apresentadas. Ressaltando que o questionário precisa ter um número de questões que seja adequado à obtenção da resposta ao problema que se busca, mas que não canse o respondente, bem como deve ser acompanhado de uma carta apresentação, as instruções para o preenchimento, esclarecer o objetivo do questionário e a finalidade, por fim deve garantir o anonimato do respondente (VERGARA, 2009).

A Associação foi escolhida devido à composição de um grupo com a participação de mais de 100 mulheres que se destacam por serem fortes e chegaram ao auge da carreira por meio do empreendedorismo. Gil (2010, p. 103) afirma: “[...], o questionário constitui o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de não exigir treinamento de pessoal e garantir o anonimato”.

O questionário foi elaborado em três seções com questões objetivas e de escalas com propósitos diferentes, porém correlacionadas de acordo com as figuras abaixo:

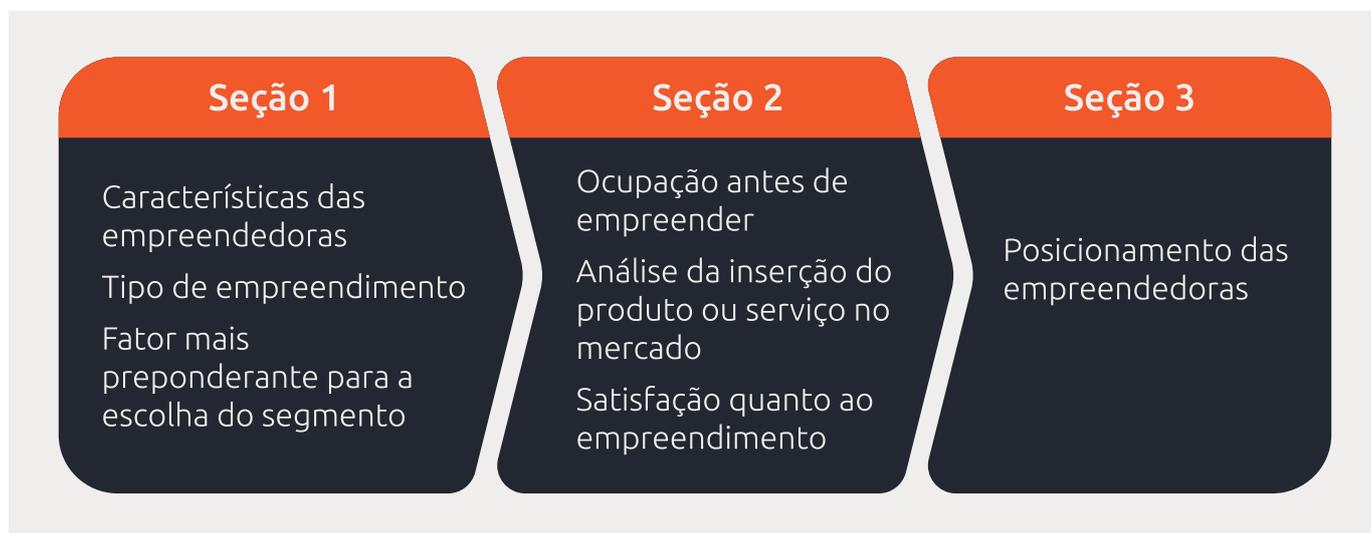


Figura 1 – Seções dos questionários enviados para as jovens empreendedoras da AJE

Fonte: Elaboração própria (2020)

A coleta de dados foi realizada no mês de setembro de 2018, obtendo 11 questionários preenchidos, visto que o critério utilizado foi de acordo com a acessibilidade daquelas empreendedoras que puderam e se interessassem em responder. O questionário para ser respondido, exige um trabalho árduo do pesquisador, assim é necessário que entre em contato com os respondentes através de ligações, envio de correspondências eletrônicas, ou seja, tem que buscar por meios para que se tenha o maior retorno possível (VERGARA, 2009). Considerando que por mais que um tema de pesquisa seja interessante, infelizmente, os pesquisados podem se tornar inacessíveis para disponibilizar informações.

A tabulação dos dados foi realizada através do Microsoft Excel, o qual é um editor de planilhas. O método para interpretação e análise de dados sob o ponto de vista da abordagem do problema, foi por meio da análise qualitativa, que “tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70).

6. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS

Essa seção é *designada* à apresentação e interpretação dos resultados obtidos após aplicação do questionário com as Jovens Empreendedoras da AJE. Inicialmente é apresentada a caracterização da AJE, seguido empreendedorismo feminino na perspectiva da AJE e por fim o posicionamento das empreendedoras.

6.1. CARACTERIZAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE JOVENS EMPREENDEDORAS (AJE)

Nascida em 2006, a AJE fica localizada no escritório compartilhado da Rede Mais no bairro da Barra na cidade do Salvador. Sua missão é fomentar e desenvolver o empreendedorismo no Estado da Bahia. Nesses anos de história a sua preocupação está em colaborar para o desenvolvimento sustentável do ecossistema empreendedor baiano através da capacitação de empreendedores, fomento a geração de negócios e constituição de uma ampla rede de relacionamento e defesa dos interesses da sociedade e dos empreendedores que representam. Seu desejo é unir ainda os jovens empreendedores baianos, uma vez que no ano de 2016 iniciou a ampliação da Associação com a criação de núcleos no interior do Estado.

Apesar da curta história, a AJE Bahia se destaca com a participação ativa em 11 fóruns de importantes entidades empresariais como a Confederação Nacional de Jovens Empreendedores (CONAJE), Federação das Indústrias do Estado da Bahia (FIEB), Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado da Bahia (Fecomércio Bahia) e Fórum Empresarial da Bahia.

6.2. PERFIL DAS RESPONDENTES

De acordo com as informações do Quadro 1, observa-se as características das jovens empreendedoras.

| Características | | Porcentagem (%) |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| Idade | 25 a 30 anos | 18,2 |
| | 31 anos ou mais | 81,8 |
| Estado Civil | Solteira | 54,5 |
| | Casada | 27,3 |
| | União Estável | 9,1 |
| | Divorciada | |
| Escolaridade | Nível Superior | 36,4 |
| | Pós-graduada | 63,6 |

Quadro 1 – Perfil das respondentes

Fonte: Elaboração própria (2020)

Verificou-se que as entrevistadas, em sua maioria, têm 31 anos ou mais (81,85%); em relação ao estado civil, 54,5% são solteiras. Já o nível de escolaridade, é notável que todas são graduadas, porém a maioria (63,6%) delas possuem especialização. Assim, evidenciam o quanto que a qualificação é de suma importância para a vida profissional.

6.3. EMPREENDEDORISMO FEMININO NA PERSPECTIVA DA AJE

O expressivo motivo pelo qual as empreendedoras decidiram empreender se deu pela necessidade (64%), ou seja, na necessidade de uma fonte de renda, identificaram que empreender foi a melhor opção. Tendo em vista que 36% decidiram empreender por oportunidade, evidenciando que geralmente um negócio é iniciado através de uma necessidade ou desejo.

As pesquisadas também foram questionadas quanto à sua ocupação antes de empreender. A maioria (64%), apesar de estarem trabalhando em algo que gostava, identificou o empreendedorismo como um “chamado” irresistível, enquanto 27% estavam trabalhando em algo que não gostava e empreender foi uma alternativa para a substituição da fonte geradora de renda, outras 9%, antes de empreender, estavam desempregadas.

Comumente os setores em que existe o maior número de empreendedoras são os de comércio e os de prestação de serviços, através da aplicação do questionário com as empreendedoras da AJE, identificou-se que 81,8% dos empreendimentos são de serviços, conforme gráfico 2, 9,1% são, respectivamente, comercial e industrial (incluindo a produção de artesanato).

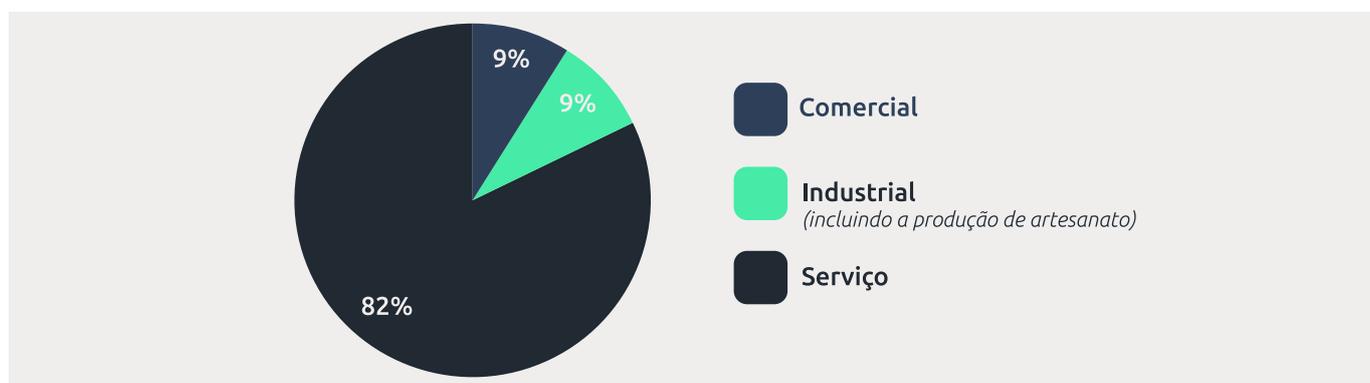


Gráfico 2 – Porcentagem relacionada aos tipos de empreendimento
Fonte: Elaboração própria (2020)

As amostras revelaram que o fator mais preponderante para a escolha do segmento (gráfico 3), se deu pela experiência empregada em um segmento familiar (37%), oportunidade vislumbrada por 27% das respondentes, sendo que 18% apontaram vocação por graduação na área e outros motivos pelos quais não foram especificados representaram 18% do universo amostrado.



Gráfico 3 – Dados referente ao fator mais preponderante para a escolha do segmento
Fonte: Elaboração própria (2020)

De acordo com o GEM 2014, é o tempo de atuação do empreendimento que classifica se ele é nascente, novo ou estabelecido. Os resultados mostram que 64% dos empreendimentos das empreendedoras da AJE são considerados novos, e 36% estabelecido.

A pesquisa revelou que apenas 37% dos empreendimentos das jovens empreendedoras possuem 1 sócio, visto que a maioria (63%), não buscou por sociedade.

Os empreendedores que realizam o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) obtêm vantagens, como, por exemplo, o benefício da Previdência Social. Analisando que formalizar uma empresa é uma ação burocrática, 91% das empreendedoras da AJE possuem registro formal, enquanto 9% optaram por viver na informalidade, ou seja, apesar de ser considerado um procedimento trabalhoso, elas compreendem o quanto é importante ter o empreendimento registrado, uma vez que, sem o CNPJ, o empreendedor fica impossibilitado de realizar empréstimos, gerar notas fiscais em serviços quando solicitadas, entre outros.

Apesar da cultura machista em não aceitar as mulheres no mercado de trabalho, muitos empreendimentos administrados pelas mulheres têm contribuído para dimensão da economia do Brasil, assim como cooperam com a geração de empregos. De acordo com a pesquisa foi identificado que 91% dos empreendimentos das jovens empreendedoras da Associação são formalizados, geraram emprego (82%), da mesma maneira que acarretou na inserção de pessoas formalizadas na empresa, conforme descrito no gráfico 4.

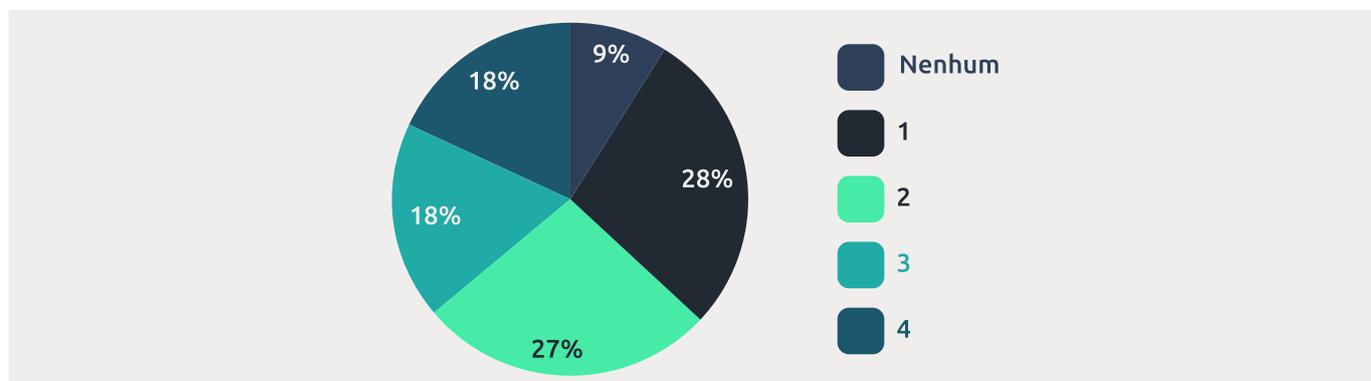


Gráfico 4 – Número de pessoas formalmente inseridas no empreendimento
Fonte: Elaboração própria (2020)

Entende-se que a escolha do empreendimento é algo desafiador, pois inúmeras dúvidas surgem antes de iniciar um negócio gerando a insegurança, afinal um empreendimento poderá ser aceito de maneira positiva ou negativa pelo usuário. Por meio da pesquisa com as jovens empreendedoras da AJE, constatou-se que 46% dos empreendimentos delas é relativamente novo, 36% não consideraram o empreendimento como novo, e apenas 18% afirmaram que o empreendimento era novo, conforme gráfico 5.

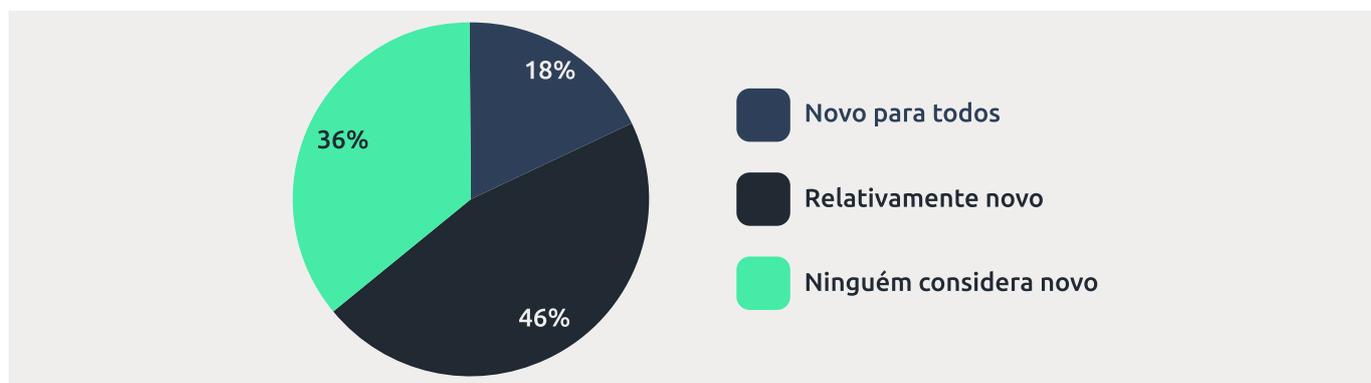


Gráfico 05 – Tempo de inserção do empreendimento no mercado
 Fonte: Elaboração própria (2020)

Tendo em vista que 72% dos empreendimentos geridos pelas jovens empreendedoras têm bastante concorrentes, todavia, 64% elas sentem-se muito satisfeitas com o seu negócio, enquanto 9% se afirmam, respectivamente, insatisfeitas, pouco satisfeitas, satisfeitas ou razoavelmente satisfeitas.

6.4 POSICIONAMENTO DAS EMPREENDEDORAS

Nessa seção, foi solicitado às empreendedoras que se posicionassem quanto ao seu empreendimento na alternativa que mais se aproximasse de seu empreendimento: 1 (um) menos aderente e 5 (cinco) mais aderente.

A constante mudança que ocorre no mundo a todo tempo, exige do empreendedor um conjunto de esforços estratégicos para construir o seu negócio. Por esta razão, é exigido do empreendedor a adaptação e preparação para viverem novos padrões. As respondentes da AJE, afirmaram em sua maioria (45%), terem conhecimento, habilidade e a experiência para gerir o empreendimento. Nesse mesmo sentido, confirmaram em grande porcentagem (45,5%), que a capacitação técnica foi necessária para a montagem do empreendimento.

A grande maioria das empreendedoras da AJE registraram que a educação continuada foi, e é, um fator preponderante para se manterem empreendendo (90,9%, gráfico 6), isso é notável diante no perfil delas que ao serem questionadas sobre a escolaridade, todas responderam que já são graduadas, assim como a maioria já são pós-graduadas.

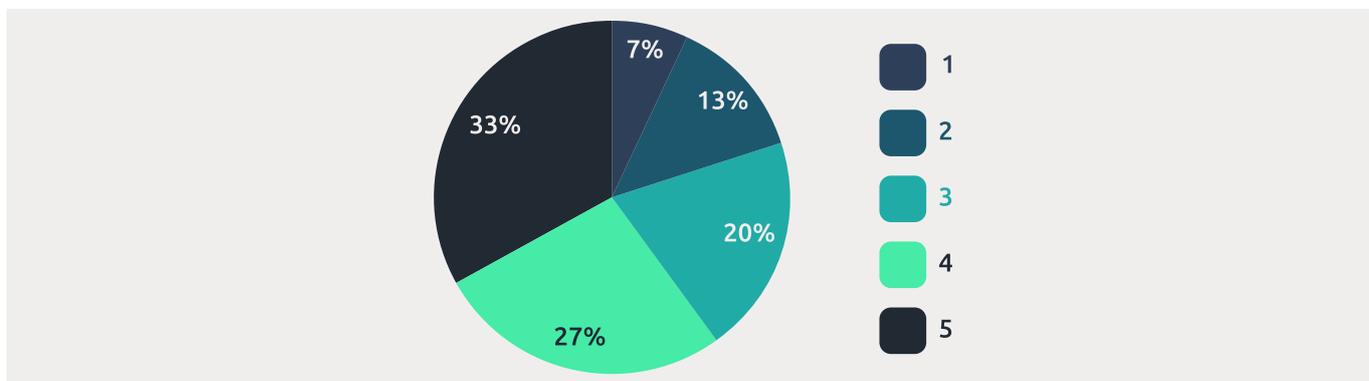


Gráfico 06 – Posicionamento referente a educação continuada foi, e é, um fator preponderante para manter empreendendo

Fonte: Elaboração própria (2020)

Através do empreendedorismo as mulheres vêm conquistando seu crescente espaço, cerca de 81% afirmaram que empreender é enfrentar desafios, assim como comprovaram que empreender é correr riscos, mas sem medo de fracassar (81,8%), principalmente quando se trata de apoio financeiro, uma vez que inúmeros empecilhos podem surgir para adquirir financiamento. 36,4% das empreendedoras investigadas afirmaram que empreender é buscar apoio financeiro para que o empreendimento seja viabilizado.

As empreendedoras cujas histórias foram estudadas, em sua maioria, informaram que empreender é aproveitar oportunidades (81,8%), assim como, também é uma via de obtenção de independência financeira (54,5%) e independência emocional (60%).

Perante de novos desafios que rodeiam a participação feminina no mercado de trabalho, a participação empreendedora vem crescendo e promovendo o empoderamento. As mulheres investigadas comprovaram que mesmo com os percalços encontrados no caminho, o empreendedorismo é uma via de empoderamento (72,7%, gráfico 7).

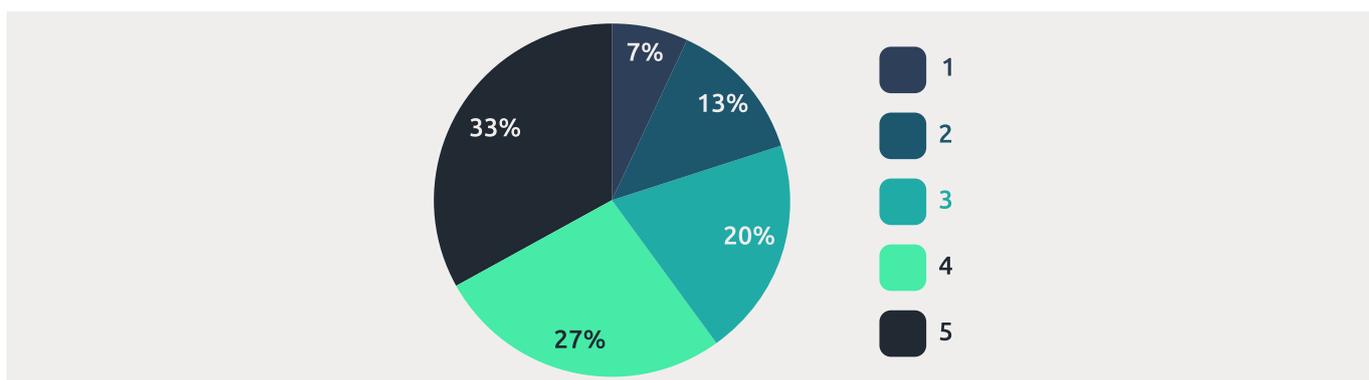


Gráfico 07 – Posicionamento das empreendedoras quanto o empreendedorismo ser uma via de empoderamento feminino

Fonte: Elaboração própria (2020)

Nota-se que como o movimento social, o empreendedorismo contribui para a geração de emprego e renda e, portanto, insere de forma significativa para jovens no mundo do trabalho (72,7%), do mesmo modo que também inserem de forma significativa mulheres no mundo do trabalho (90,9%, gráfico 8)

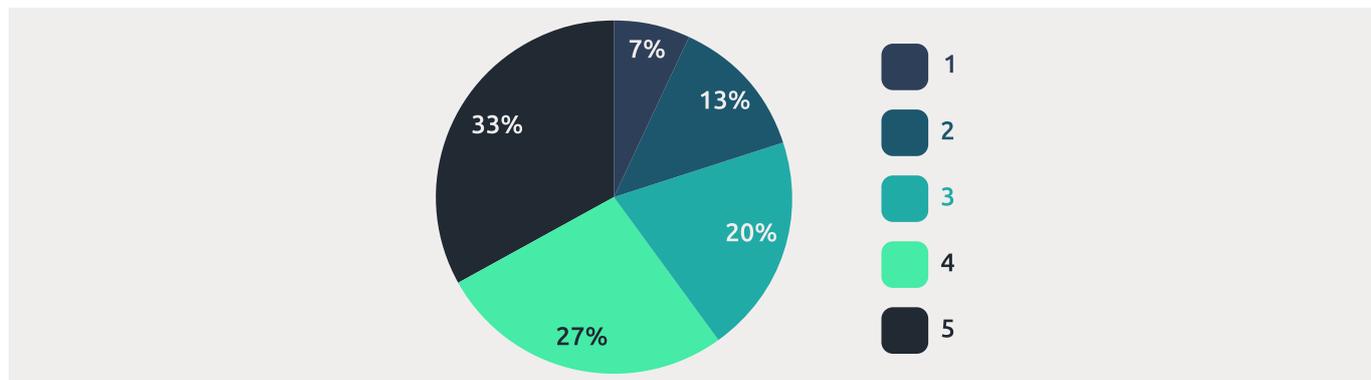


Gráfico 08 – Posicionamento das empreendedoras quanto a inserção de forma significativa mulheres no mundo do trabalho

Fonte: Elaboração própria (2020)

Finalmente, adverte-se que como o movimento social, 72,7% das respondentes afirmaram que o empreendedorismo contribui para o empoderamento de parcelas vulneráveis da população (negros, mulheres, população LGBTQIAP+, entre outras). De acordo com as respondentes, com o movimento social o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento local (90,9%), o desenvolvimento da nação (90,9%), para o desenvolvimento global (90,9%), e finalmente para o desenvolvimento includente, sustentado e sustentável (90,9%).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral da pesquisa foi analisar como o empreendedorismo feminino é utilizado pelas mulheres da Associação de Jovens Empreendedores como uma via de empoderamento. O presente artigo foi realizado com as empreendedoras da Associação, com a faixa etária a partir de 30 anos, sendo a grande maioria solteira e que optaram empreender por necessidade.

A partir da pesquisa foi possível observar que a maioria delas mesmo trabalhando em algo que gostavam, identificaram o empreendedorismo como um “chamado” irresistível, por esta razão, decidiram empreender. Entretanto, destacou-se a escolaridade, pois todas são graduadas, ressaltando que a maioria já possui especialização, assim, compreende-se que estudar é fundamental, principalmente para administrar um negócio, ou seja, com o grau de instrução que alcançaram estão extinguindo o viés de limitar a mulher para apenas cuidados domésticos. Ressaltando que o conhecimento, habilidade e a experiência são características imprescindíveis para gerir um empreendimento.

Grandes transformações ocorreram no cenário econômico no Brasil tendo em vista a influência do empreendedorismo, todavia, o empreendedorismo é compreendido como uma característica pertencente a um sujeito, porém existem empreendimentos que alcançam o sucesso com a participação de várias pessoas ou com esforço individual. Perante os dados coletados, foi possível

observar que as empreendedoras da AJE preferiram empreender em grande maioria sem a participação de sócio, mas inseriram pessoas formalmente na empresa gerando emprego, ou seja, independente do tempo, do tamanho ou do número de pessoas que adentram a empresa, o empreendedorismo contribui para a amenização do desemprego.

Diante da coleta de informações, constatou-se que as empreendedoras optaram por empreender realizando prestação de serviços, porque possuíam experiência como empregadas em um segmento familiar, contudo, mesmo sendo um empreendimento com muitos concorrentes, elas se sentem muito satisfeitas com a inserção de suas prestações de serviços no mercado. Tais dados reforçam que tanto a capacitação técnica quanto a educação continuada são fatores preponderante para empreender, uma vez que comprovaram que empreender é enfrentar desafios, correr riscos e se manterem encorajadas diante dos obstáculos que poderão surgir, como por exemplo; a obtenção de recursos financeiros para viabilizar o empreendimento, procedimento pelo qual quando a mulher é a solicitante, infelizmente por conta do gênero o pedido é dificultado e/ou negado, assim, entende-se que a desigualdade de gênero impõe diversas dificuldades afetando a direção tanto pessoal quanto a profissional da mulher.

As respondentes demonstram ser mais conservadoras e dedicadas ao mundo dos negócios, pois de acordo com as suas capacidades de alavancagem, explanam grande engajamento nesse universo, por esta razão, as associadas da AJE evidenciam que empreender também é aproveitar oportunidades, é adquirir independência emocional, e o mais importante: obter o empoderamento feminino, pois além de buscarem por independência financeira, procuram também terem autonomia de suas vidas, e através do empreendedorismo isso está sendo possível.

A escolha do empreendedorismo feita pelas mulheres como uma via de empoderamento, é identificado como uma forma de autorrealização, estabilidade e prazer de estarem trabalhando com o que lhe é conveniente, ou seja, o empreendedorismo oportunizou as respondentes a se valorizarem. Vale ressaltar que o empreendedorismo marca com muita força as empreendedoras da AJE, haja vista que o empreendedorismo adentrou em suas vidas tornando-se parte delas.

Saliento que o objetivo foi alcançado, apesar de algumas limitações encontradas no desenvolvimento do artigo, como por exemplo: a inacessibilidade de realizar entrevista com as empreendedoras, ter um número maior de respondentes ao questionário, sendo assim, sugere-se a realização de entrevistas, e/ou grupo focal, ou outra modalidade de coleta de dados visando obter mais informações, pois abordar sobre o empoderamento feminino provoca um estudo mais aprofundado.

O trabalho contribuiu tanto para o campo do estudo quanto para a vida pessoal, considerando que o tema abordado ainda precisa ser mais aprofundado, principalmente no ambiente acadêmico, porém pesquisá-lo foi sentir o empoderamento das jovens empreendedoras da AJE como um encorajamento, uma autonomia para empreender. Por fim, o que muitos e muitas podem fazer para contribuir com o empoderamento é semear o terreno visando tornar o empoderamento fértil, pois sem dúvidas ele é uma verdadeira ponte para o futuro (BERTH, 2018).

REFERÊNCIAS

BERTH, J. **O que é empoderamento?**. Belo Horizonte, MG: Letramento, 2018.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

FERNANDES, T. D. S, *et al.* Dimensões do empoderamento feminino: autonomia ou dependência?. **Revista Alcance**, [S. l.], v. 23, n. 3, p. 391-413, 2016.

FERREIRA, J. M; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2014. [Curitiba], IBQP: SEBRAE: FGVCeem, 2014.

Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf. Acesso em: 25 jun. 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2017. [Curitiba], IBQP: SEBRAE: FGVCeem, 2017. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf. Acesso em: 25 jun. 2018.

GOMES, A. F. *et al.* Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista Brasileira Gestão e Negócios**, São Paulo, v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-48922014000200319&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 2 jul. 2018.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

LANDERDAHL, M. C. *et al.* Processo de empoderamento feminino mediado pela qualificação para o trabalho na construção civil. **Escola Anna Nery**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 306-312, jun. 2013. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-81452013000200015&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 2 jul. 2018.

LOPES, A. K. L. *et al.* Características e comportamentos do empreendedorismo feminino: um estudo de multicasos em pequenas empresas. **Revista Expressão Católica**, [S. l.], v. 5, n. 1, ago. 2017. ISSN 2357-8483. Disponível em: <http://publicacoesacademicas.unicatolicaquixada.edu.br/>

index.php/rec/article/view/1473/1206. Acesso em: 2 jul. 2018.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. Revista. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231-256, fev. 2009.

PRODANOV, C.; FREITAS, E. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/institucional/editora-feevale/metodologia-do-trabalho-cientifico---2-edicao>. Acesso em: 30 jun. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Número de mulheres donas do próprio negócio**. [S. l.], [2016]. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/noticias/numero-de-mulheres-donas-do-proprio-negocio-cresce-no-brasil,eda1c80ded253510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 19 jun. 2018.

SILVA, A. C. C. J.; FURTADO, J. H.; ZANINI, R. R. Evolução do empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Revista Produção Online**, Florianópolis, SC, v. 15, n. 2, p. 758-766, 2015.

SILVA, M. S.; LASSO, S. V.; MAINARDES, E. W. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, v. 13, n. 2, p. 150-167, dez. 2016. ISSN 2446-6875. Disponível em: <http://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370>. Acesso em: 2 jul. 2018.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. Empreendedorismo o feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte, MG, v. 7, n. 3, p. 124-138, 2008.

SOUSA, R. M. B. C.; MELO, M. C. O. L. Mulheres na gerência em tecnologia da informação: análise de expressões de empoderamento. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 1-16, 2009.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.