

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

MARINA MUNIZ DO COUTO SOARES

**O EMPREENDEDORISMO FEMININO E O EMPODERAMENTO
COMO IMPULSIONADORES NO DESENVOLVIMENTO
SOCIOECONÔMICO DO AGRESTE PERNAMBUCANO**

Caruaru – 2019

MARINA MUNIZ DO COUTO SOARES

**O EMPREENDEDORISMO FEMININO E O EMPODERAMENTO COMO
IMPULSIONADORES NO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DO
AGRESTE PERNAMBUCANO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração, do Núcleo de Gestão da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^ª Dr. Sueli Menelau

Caruaru - 2019

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

S676e Soares, Marina Muniz do Couto.
O empreendedorismo feminino e o empoderamento como impulsionadores no desenvolvimento socioeconômico do agreste pernambucano. / Marina Muniz do Couto Soares. – 2019.
50 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Sueli Menelau de Novais
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Administração, 2019.
Inclui Referências.

1. Empreendedorismo - Mulheres. 2. Desenvolvimento regional. 3. Minorias. 4. Desenvolvimento socioeconômico. I. Novais, Sueli Menelau de (Orientadora). II. Título.

CDD 658 (23. ed.)

UFPE (CAA 2019-128)

MARINA MUNIZ DO COUTO SOARES

O EMPREENDEDORISMO FEMININO E O EMPODERAMENTO COMO
IMPULSIONADORES DO DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DO AGRESTE
PERNAMBUCANO

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Núcleo de Gestão da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 17/07/2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dr. Sueli Menelau (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Prof. Dr. Nelson da Cruz Monteiro Fernandes (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

Prof^ª Dr. Aline Fábria Guerra de Moraes (Examinadora Interna)

Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste

AGRADECIMENTOS

Sempre acreditei na premissa central desse tema, porém na minha caminhada ou me calei ou tive embates pouco amistosos sobre ela e conseqüentemente não me achava capaz de defendê-la. Ainda assim, a professora Sueli Menelau abraçou a ideia de primeira e virou força motriz desse projeto. Sem ela, ele não existiria. Ela me fez notar que minha voz pode e deve ser ouvida, que o que tenho a oferecer é relevante e que um tema desafiador é possível, basta coragem e crença. Eu tenho muito orgulho desse trabalho levar o nome de uma mulher tão forte, que acreditou tanto em mim e no que eu tinha para oferecer, nunca duvidando da minha capacidade. Ter sido sua orientanda não foi uma honra só por ter o aval de um dos Lattes mais extensos e brilhantes que já vi, mas sim por ter sido guiada e ouvida durante todo esse tempo para trabalhar no que eu creio ter alguém tão incrível acreditando copiosamente na minha visão é inexplicável, e por isso serei eternamente grata.

Ao professor Ricardo Fonseca que no começo do curso, parou a aula para falar que eu estava no lugar certo, quando nem eu mesmo tinha essa certeza, aquela foi a primeira vez que me vi de fato como Administradora, essa lembrança serviu de incentivo todas as vezes que me desanimei com o curso.

Os mais sinceros agradecimentos a minha turma, que transformaram um produto de algoritmos do SISU em uma rede de apoio e suporte nesses quatro anos e meio, em especial ao grupo mais *girl boss* que eu conheço: Ellen, Letícias, Marcela, Mari, Yasmim. Vocês deixaram a experiência mais leve e garantiram que teríamos bons pães de queijo para o café da manhã.

As minhas entrevistadas que tão generosamente cederam tempo e energia para participarem da pesquisa, além da confiança que depositaram em mim para contarem suas histórias.

A meus pais e minha avó Rosália por absolutamente tudo. Devo a eles tudo que eu sou.

Agradeço a meus amigos de infância: Brenda, Jade, Laura, Micaelle, Priscila, João, Benjamin e Leo, aos meninos por terem me ensinado a beleza de abraçar quem você realmente é, me apoiando e me amando do meu jeito e as meninas por terem me proporcionado um ambiente cheio de sororidade, amor e suporte durante nossa jornada de menina para mulher, se esse estudo representa uma celebração do feminino foi porque tive vocês do meu lado por todos esses anos.

*Certamente Deus criou as mulheres para um melhor fim,
do que trabalhar em vão toda sua vida.*

Nísia Floresta

RESUMO

O presente estudo tem objetivo de compreender como o empreendedorismo feminino e o empoderamento influenciaram o processo de desenvolvimentos socioeconômicos para a região compreendida como agreste pernambucano, partindo dos seguintes objetivos auxiliares: (i) demarcar o perfil das empreendedoras; (ii) delimitar os impulsionadores do empreendedorismo e do empoderamento feminino; e (iii) apreender o desenvolvimento socioeconômico gerado pelas empreendedoras. Para isso foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema, pelo qual foi possível entender os conceitos do empreendedorismo, empoderamento e gênero no mercado de trabalho e de desenvolvimento socioeconômico. Posteriormente foi escolhida uma abordagem qualitativa com quatro empreendedoras da região utilizando um roteiro de entrevista semiestruturado, de maneira que a pesquisa teve as seguintes etapas: bibliográfica e de campo, com fins descritivo e exploratório. Após a análise de resultados ficou compreendido que a empreendedora entende sua empresa como motivo de autorrealização, contudo, passa por vieses para se manter no mercado do agreste pernambucano, de modo que entende como necessidade criar políticas públicas de apoio ao micro e pequeno empreendedor, uma vez que acredita que esta ação auxilia seu empreendimento e, por consequência, gera desenvolvimento socioeconômico à região.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Agreste. Desenvolvimento regional. Desenvolvimento socioeconômico. Minorias sociais.

ABSTRACT

This study aimed to understand how the female entrepreneurship and empowerment have influenced the process of socio-economic development for the region as agreste pernambucano, starting from the following ancillary objectives: (i) mark the profile of entrepreneurs; (ii) delimit boosters of entrepreneurship and of female empowerment; and (iii) seize the socioeconomic development generated by the entrepreneurs. For this we conducted a bibliographic survey on the subject, by which it was possible to understand the concepts of entrepreneurship, empowerment and gender in the labour market and socio-economic development. Was subsequently chosen a qualitative approach with four entrepreneurs of the region using a semi-structured interview script, so that the research had the following steps: bibliographical and field, with descriptive and exploratory purposes. After analysis of results was that the entrepreneur understands your company as the reason of self-actualization, however, passes through biases in order to stay in the market of Pernambuco, so that you understand how need to create public policies support for micro and small entrepreneurs, as it believes that this action helps your enterprise and, therefore, generates social and economic development to the region.

Keywords: Female entrepreneurship. Agreste. Regional development. Socio-economic development. Social minorities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa Metodológico do Estudo	26
Figura 2 - Fontes de Evidência da Pesquisa	33
Figura 3 - Fases da Análise Temática	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Dimensões do Empoderamento da Mulher	19
Quadro 2 - Classificação dos Indicadores Sociais	22
Quadro 3 - Perguntas e Premissas	27
Quadro 4 - Objetivos das Perguntas da Entrevista	28
Quadro 5 - Codificação de Análise dos Dados	30
Quadro 6 - Classificação de Porte da Empresa por Faturamento	31

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAPES-Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

EPP - Empresa de Pequeno Porte

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

MEI - Microempreendedor Individual

ONU – Organização das Nações Unidas

PIB - Produto Interno Bruto

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TEA - Taxa de Empreendimentos em Estágio Inicial

TEE - Taxa de Empreendedorismo Estabelecido

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	CONTEXTO DA PESQUISA	12
1.2	PERGUNTA CONDUTORA	13
1.3	OBJETIVOS	14
1.4	JUSTIFICATIVA	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1	EMPREENDEDORISMO	16
2.2	GÊNERO, EMPODERAMENTO E MERCADO DE TRABALHO	17
2.3	DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO	20
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	23
3.1	TIPIFICAÇÃO DA PESQUISA	23
3.1.1	Modelo e variáveis da pesquisa	24
3.2	DESCRIÇÃO DO LÓCUS DA PESQUISA	25
3.3	SUJEITOS DE PESQUISA	26
3.4	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	26
3.5	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	28
3.6	ASPECTOS ÉTICOS E LEGAIS	29
3.7	ANÁLISE DOS RESULTADOS	29
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	31
4.1	PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS SUJEITOS DE PESQUISA	31
4.2	IMPULSIONADORES DE EMPREENDEDORISMO	32
4.3	IMPULSIONADORES DE EMPODERAMENTO	36
4.4	DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO	40
5	CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES	42
	REFERÊNCIAS	43
	APÊNDICE A – ROTEIRO DA ENTREVISTA	47
	APÊNDICE B – TERMO DE ACEITE DE ENTREVISTA	50

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo procura entender e contextualizar o papel da empreendedora da região do Agreste no desenvolvimento socioeconômico de Pernambuco. Com isto em vista esta seção tem o caráter de apresentar o contexto de pesquisa, a pergunta condutora, os objetivos - geral e específicos – do estudo, bem como a justificativa para a sua realização.

1.1 CONTEXTO DA PESQUISA

O cenário brasileiro pós plano real (período compreendido entre o ano de 1994 até o momento atual) favoreceu um desenvolvimento social e econômico inédito para o país, como posto por Bruschini (2007). Esse contexto, como explicado por Schumpeter (1985), é periódico, pois a economia proporciona mudanças que rompem o *status-quo* de produção e comercialização de bens e serviços vigentes, restabelecendo um mecanismo que futuramente se consubstancia em uma nova tradição, de modo que o crescimento econômico pode ser encarado como uma adaptação.

Tal desenvolvimento socioeconômico foi notado, sobretudo, na região Nordeste do Brasil, segundo Bruschini (2007). Tais fatores serviram para conduzir os agentes econômicos a reestruturar seu *modus operandi* e, conseqüentemente, os padrões de desempenho ganharam um novo contorno, e tal conjuntura, serviu para recolocar o Brasil na perspectiva do mercado de trabalho globalizado e com as filiais brasileiras das multinacionais. Para Carvalho (2001), há o entendimento que o trabalho globalizado criou a necessidade de diálogo e resolução de conflitos, tornando possível a inclusão de gênero, uma vez que alterou a visão dos indivíduos.

Eccel e Alcadipani (2011) confirmam tal hipótese ao afirmarem que o processo de globalização viabilizou uma maior inserção da mulher no mercado de trabalho, uma vez que tornou mercados internacionais mais acessíveis, o que conseqüentemente acirrou a competição no cenário econômico, criando assim um panorama favorável a novos negócios. Bruschini (1994) salienta que a expansão da participação das mulheres no mundo empresarial propicia um movimento de mudança do mercado cada vez mais intenso.

Entretanto, os dados apresentam que o Brasil demonstra desigualdade da participação feminina no mercado de trabalho, uma vez que, enquanto funcionárias, os cargos de chefia são 60,9% ocupados por homens e 39,1% pelas mulheres, em 2016

(IBGE, 2018). Por outro lado, apresenta-se um paradoxo, pois em 2016 o país exibe equidade de gênero no empreendedorismo inicial; nesse índice as mulheres representam 51,5% em contrapartida a 48,5% dos homens, segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

1.2 PERGUNTA CONDUTORA

O papel do empreendedor é ser um agente de mudança regional e, “por conseguinte, o motor natural da economia de mercado e o cerne do crescimento econômico” (ABREU, 2011, p. 119). A correlação de empreendedorismo e desenvolvimento socioeconômico fica evidente em Koteski (2004), que estabelece que a capilaridade dos pequenos negócios propicia a criação de oportunidades àqueles com maior dificuldade de inserção no mercado, e permite fixar as pessoas no local de origem, distribuir equitativamente renda e riqueza e estimular iniciativas individuais e coletivas.

O processo de desenvolvimento econômico é visto como uma condição que acontece nas nações que adotam o capitalismo, se constituindo como uma aglomeração de riqueza e inserção do aperfeiçoamento técnico da força de trabalho, sendo o aumento do capital uma consequência pela ascensão tanto de produtividade quanto de renda por habitante, gerando uma mudança dos salários e de consumo da sociedade local (PEREIRA, 2007). Portanto, o empreendedorismo é um impulsionador socioeconômico e, como colocado por Mises (1936), para as mulheres é um fator de inclusão social.

Sobre o aspecto político-legal, para Arruda (1995) o processo de equidade de gênero na jurisdição brasileira passa por uma evolução vagarosa. “[...] o Brasil conviveu com os princípios discriminatórios e patriarcais do Código Civil de 1916. Somente com a Constituição Federal de 1988 consagrou-se a igualdade entre homens e mulheres como um direito fundamental” (ALVES; CAVENAGHI, 2013, p. 85). Assim, o empoderamento surge como consequência de uma demanda civil (SPREITZER; DONESON, 2008). No contexto brasileiro o tratamento das questões de gênero ocorre, a primeiro momento, como um produto das ações dos movimentos feministas, sendo esses inspirados por instituições estrangeiras, tais quais a Organização das Nações Unidas (ONU) que passou a realizar tratados e conferências sobre a temática (BANDEIRA, 2005; PAPA, 2012).

O GEM (2016, p. 15) indica que “A recuperação da economia passa, necessariamente, pelo empreendedorismo, e que é preciso que o governo crie

mecanismos que facilitem e incentivem os pequenos negócios”. Zouain e Barone (2009) acrecestem complexidade ao evidenciarem que a ascendência das mulheres chefes de família como uma consequência a inserção da mulher no mercado de trabalho, destacando a relevância social e econômica do empreendedorismo feminino brasileiro, tornando imprescindível estudos na temática. Assim, o norte de pesquisa é o seguinte questionamento: como o empreendedorismo e o empoderamento feminino influenciam o desenvolvimento socioeconômico?

1.3 OBJETIVOS

Com base no escopo anteriormente delimitado, o objetivo geral traçado para este trabalho foi: analisar como o empreendedorismo e o empoderamento feminino influenciam o desenvolvimento socioeconômico. Para auxiliar no seu alcance, formulou-se os seguintes objetivos específicos:

- demarcar o perfil das empreendedoras;
- delimitar os impulsionadores do empreendedorismo e do empoderamento feminino; e
- apreender o desenvolvimento socioeconômico gerado pelas empreendedoras.

1.4 JUSTIFICATIVA

No ambiente acadêmico existem poucos estudos brasileiros que colocam o empreendedorismo como fator impulsionador de desenvolvimento socioeconômico e em pesquisa feita em agosto de 2018, usando as palavras chave “empreendedorismo feminino”, “agreste pernambucano”, “desenvolvimento regional”, “desenvolvimento socioeconômico” e “empoderamento”, não foram localizados trabalhos de conclusão de curso nos últimos dez anos cruzando as variáveis de empreendedorismo, gênero e de região na plataforma da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Esse achado vai ao encontro do demonstrado por Ferreira (2015), que evidencia que o campo de estudos sobre empreendedorismo feminino ainda tem poucas pesquisas no Brasil e que existe uma demanda por pesquisas com essa temática. Assim, esse trabalho se justifica teoricamente por poder contribuir teoricamente como base para futuros estudos com essa temática, uma vez que se apresenta como ser um pioneiro a esse campo de estudos.

A literatura internacional explicita que o empreendedorismo feminino enquanto área de estudo demonstrou que ao longo de décadas as mulheres estão menos propensas a terem envolvimento com qualquer atividade ligada ao empreendedorismo ao serem comparadas aos homens (JENNINGS; BRUSH, 2013). Entretanto, no Brasil, as mulheres são maioria nos empreendimentos em fase inicial, sendo esses compreendidos como os negócios que estão de três a 46 meses no mercado (GEM, 2016). Os negócios geridos por mulheres geram proveitos significativos para suas proprietárias e suas famílias, e em 2019 cerca de 45% das mulheres empreendedoras brasileiras eram as maiores fontes de renda de suas famílias, estando esse número contextualizado em um cenário de expansão nos últimos anos (SEBRAE, 2019).

Acredita-se, portanto, que empiricamente esse trabalho poderá auxiliar a construir iniciativas de apoio a empreendedora localizada na região do agreste pernambucano ao traçar um panorama do perfil das empreendedoras locais, permeando a percepção das mesmas sobre os impulsionadores e as barreiras de seu empreendedorismo. Acredita-se ainda que este trabalho também poderá ser útil para as empreendedoras locais, uma vez que pontua seu cotidiano em um cenário periférico de atuação.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nessa seção são apresentados os principais conceitos que serviram de base à pesquisa, a saber: empreendedorismo; gênero, empoderamento e mercado de trabalho; e desenvolvimento socioeconômico.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Dornelas (2001) estabelece que empreendedor é um termo advindo do francês *entrepreneur* e traz o sentido daquele que se arrisca e tenta criar uma novidade, conseqüentemente, empreendedorismo seria a ação contínua de inovar, de alterar o *status quo*. Fillion (1997) coloca que o primórdio do termo empreendedorismo vem do século XIX, onde o entendimento vigente definia o empreendedor como aquele que arca com o risco da atividade visando um lucro futuro, sendo responsável por desenvolver o produto para agregar valor ao mesmo.

Schumpeter (1988) coloca que o empreendedorismo diz respeito a geração de uma empresa, a partir do entendimento que há uma lacuna de mercado e uma possível oportunidade a ser explorada, seja para criar uma organização ou mudar os processos de uma organização já existente. O empreendedor é definido por Dornelas (2005) como o agente que assume riscos e tem a inovação como uma característica inerente ao seu trabalho, sendo uma competência importante utilizar os recursos da melhor maneira, a fim de criar um empreendimento saudável.

As interações do empreendedor são condicionadas por fatores do ambiente externo (tecnológicos e culturais) e fatores individuais (o psicológico do indivíduo), de modo que o comportamento empreendedor pode ser mudado ao longo do tempo, a partir das transformações do ambiente (DRUCKER, 1986). As interações com o ambiente são uma via de mão dupla, pois tanto o ambiente influencia o gestor quanto o mesmo altera o local que está inserido.

Essa ideia fica apreendida com a colocação de Schumpeter (1934), que entende o empreendedor como o sujeito que desafia a realidade econômica vigente quando cria uma nova mecânica de processos, produtos ou lógica. Por sua vez, o ambiente também institui empreendedores involuntários, ou por necessidade, que não são movidos pela inovação, mas entraram no mercado por não conseguirem emprego em outras organizações (FILLION, 1999).

Entretanto, para alguns autores (CARLAND et al., 1984) não existem empreendedores por necessidade, pois quem empreende alcança sua subsistência e também desenvolve e implementa inovações continuamente. Assim, a formação desse agente é imprescindível, passando a ser observada na gestão personalidade e características e liderança e o desenvolvimento de competências nesse sentido (CARLAND et al., 1984). A ação do líder é colocada por Arellano (2002, p. 261) “liderança e poder são elementos interligados no processo de influenciar pessoas”.

Carland et al. (1984) distinguem empreendedor de empresário, colocando que a figura do empresário (também conhecido como proprietário, gestor ou dirigente) não é, necessariamente, empreendedora, apesar desses termos serem comumente usados como sinônimo. Mas, apesar do entendimento que existe essa diferenciação, Lima (1999) estabelece que ambos compartilham semelhanças, de modo que há empresários com características de empreendedor e o inverso, sobretudo no caso dos pequenos empreendimentos.

Algumas entidades pesquisam fatores que prejudicam os empreendedores. No Brasil, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2016) relaciona como principais causas: (i) falta de clientes, de capital, de conhecimento do empresário, e de mão-de-obra; (ii) impostos e tributos; (iii) inadimplência; (iv) concorrência; (v) burocracia do setor público; (vi) *marketing* e propaganda; (vii) crise econômica; e (viii) linha de crédito. Uma maneira de minimizar esses efeitos é indicada por Nafukho (1998), que corrobora que programas de promoção de empreendedorismo podem ser uma solução de política pública, uma vez que minimizam os problemas de desemprego e criam perspectivas de crescimento. Contudo, no Brasil, os programas governamentais do país e a política adotada ainda são insuficientes para atender esse segmento (KOTESKI, 2004).

2.2 GÊNERO, EMPODERAMENTO E MERCADO DE TRABALHO

Para Eccel e Alcadipani (2011), a compreensão das atribuições sobre gênero é um produto de uma construção social, embasada em contexto histórico, social e cultural de uma região, de modo que essa percepção pode ser alterada, uma vez que tal conjuntura pode evoluir ao longo do tempo. Gemie (1996) indica que o surgimento do feminismo, enquanto teoria, é iniciado no século XIX com Wollstonecraft, representando o pensamento vigente ao movimento liberal da época, vendo o estado como a perpetuação do despotismo.

Maders (2010) ressalta que a Primeira Guerra Mundial serviu para ressignificar a perspectiva da mulher no lar, uma vez que enquanto os homens iam para o conflito, as mulheres passaram a agir como provedoras da casa e continuaram a atuar em atividades econômicas após seu fim. Feminismo, então, oportunizaria uma sociedade menos hierarquizada, com uma constituição com maior representatividade, baseada em relações econômicas harmoniosas num contexto de livre mercado (GEMIE, 1996).

Ao longo do século XX o debate sobre a independência das mulheres ganha corpo com o conceito de empoderamento. Spreitzer e Doneson (2008) colocam que o questionamento do papel social, bem a discussão sobre os direitos individuais femininos na sociedade, isto é, o empoderamento, começa a partir da segunda metade do século XX. Costa (2006) coloca que a premissa de empoderamento, a *priori*, estava ligada ao movimento negro norte americano na década de 1970, sendo entendido como um termo de valorização da etnia luta para a cidadania completa. Costa (2006, p. 7) define empoderamento como:

estratégia ou dispositivo por meio do qual os vários sujeitos e atores sociais, individuais e coletivos tomam consciência de que possuem habilidade e competência para produzir, criar, gerir e transformar suas próprias vidas, seus entornos, tornando se protagonistas de suas histórias.

Empoderamento também é apreendido como “um condicionamento pelo o qual indivíduos passam a ter um posicionamento mais ativo, podendo controlar suas concepções a respeito da sua vida, passando a ser menos dependentes e vulneráveis” (HERRIGER, 2006, p. 16). Nesse sentido, Kleba e Wendausen (2009) indicam dois entendimentos teóricos sobre empoderamento: enquanto um tem uma base fundamentada em políticas que propiciem mudanças de caráter assistencial que incorporem indivíduos a estrutura vigente, a outra concepção entende que profissionais criam mecanismos que promovem o empoderamento para indivíduos e grupos, a fim de garantir sua atuação e equidade na sociedade em que estão inseridos.

Baquero (2001) estabelece que o termo empoderamento ganha mais relevância no contexto dos grupos feministas, e sua simbologia está ligada a expansão de capacidades, conhecimento e perspectiva dos indivíduos, de modo que torne possível maior presença dos mesmos na vida política. Segundo Duflo (2011, p. 2), o empoderamento das mulheres está positivamente relacionado com o desenvolvimento econômico, com um fenômeno reforçando o outro: “em um sentido, o desenvolvimento joga um papel importante na diminuição da desigualdade entre homens e mulheres, em outra direção, o empoderamento das mulheres pode beneficiar o desenvolvimento”.

Lisboa (2007) compreende a premissa do empoderamento, em âmbito organizacional, como uma ferramenta de inovação, capaz de trazer vantagem

competitiva para a empresa que, por sua vez, tem o papel de incentivar seus funcionários a se capacitarem e serem autônomos. Mills (1996) fala então sobre gestão do empoderamento, sendo essa uma perspectiva de empresa com hierarquia menos estável e onde o subordinado possui propriedade para tomar decisões e desempenhar a tarefa da maneira que preferir cabendo ao gestor apenas analisar o resultado final, o que proporciona maior poder para os indivíduos que compõem a organização.

Uma manifestação de empoderamento feminino em âmbito organizacional, segundo Oliveira et al. (2015), é capacidade das mulheres líderes de confiarem nas suas habilidades e nas suas ações para alcançarem as metas pré-determinadas. Entretanto, alguns fatores interferem no empoderamento da mulher, e também podem ser considerados para sua ausência ou permanência no mercado de trabalho. Esses fatores são alocados em cinco dimensões, conforme o Quadro 1, a seguir:

Quadro 1 - Dimensões do Empoderamento da Mulher.

Dimensões	Descrição
Econômica	Acesso a recursos e renda
Psicológica	Autoconfiança e autoestima
Familiar/interpessoal	Métodos contraceptivos, escolha de cônjuge, divórcio, divisão das tarefas de casa
Política	Leis de apoio as mulheres, entrada das mulheres nas organizações
Capacidade social e humana	Relações sociais, econômicas e políticas mais abrangentes.

Fonte: Oliveira et al. (2015, p. 86).

Algumas questões pertinentes as dimensões do Quadro 1 podem ser descritas como interferências negativas ou barreiras. Nesse sentido, Nussbaum (2013) evidencia que discriminação de gênero está relacionada a pobreza, apontando que quanto mais subdesenvolvido economicamente for um país, mais as mulheres apresentam desvantagem em relação aos homens. Jonathan (2003) também evidencia o mesmo achado, observando que uma barreira para as empreendedoras foi que financiadores compreendiam que mulheres tinham menor apreço pela expansão financeira da empresa.

A dificuldade de acesso a financiadores é ressaltada pelo relatório do GEM (2016, p. 37) que aponta problemática como: “Menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento”. Entretanto, estudos apontam que mulheres não medem o sucesso da sua empresa exclusivamente pelos resultados financeiros e sua percepção do

crescimento é como uma consequência de um conjunto de esforços, que necessita de uma ampla cadeia de instituições e esforços para acontecer (KAMAU; MCLEANE; ARDISHVILI, 1999).

Sobre o aspecto psicológico, mulheres estão mais sujeitas a violência psicológica (NUSSBAUM, 2000). Assim, empreender se qualifica como um desafio emocional para a mulher e sua execução é tida como um prêmio, sendo uma forma de renovar suas capacidades pessoais e profissionais, com a finalidade de conquistar reconhecimento em ambiente público e privado (JONATHAN, 2011). Por sua vez, o aspecto familiar ganha relevância porque faz parte da vida das mulheres contemporâneas sua ativa participação nos cuidados da família e na administração da casa, bem como seu forte envolvimento em atividades produtivas fora do lar (JONATHAN, 2011).

Porém, ainda prevalecem dois estereótipos em relação às mulheres que também são mães que trabalham, ora percebidas como pouco competentes e calorosas, não merecendo oportunidades de emprego, promoção ou educação adicional, ora vistas como competentes e frias (CUDDY; FISKE; GLICK, 2004; JONATHAN, 2011). Lisboa e Manfrini (2005) corroboram esse entendimento afirmando que majoritariamente as mulheres são relegadas socialmente ao papel marital e materno, por conseguinte ficam incumbidas das obrigações do lar, e assinalam que a premissa social vigente não imputa os mesmos papéis ao homem.

2.3 DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

Desenvolvimento é entendido como um processo contínuo que segue a tendência natural do capitalismo, no qual o ambiente e as ferramentas da economia de mercado impulsionam o aumento monetário e de conhecimento (PEREIRA, 2007). Esse processo é interligado intrinsecamente com o ambiente que está envolvido, já que:

Historicamente, o agente por excelência do desenvolvimento econômico é a nação – é a sociedade nacional dotada de um destino comum que logra controlar um território e se dotar de um Estado. O fator principal a determinar o bom êxito do desenvolvimento econômico é a existência ou não de uma nação capaz de formular uma estratégia nacional de desenvolvimento ou de competição (PEREIRA, 2007, p. 22).

Entretanto, tal concepção é rechaçada por alguns estudiosos, como explica Ribeiro (2014), visto que esse pensamento perpassa pela lógica de que as instituições vivem num constante aperfeiçoamento e que é fruto de uma evolução da sociedade para estágios de excelência. Para Siedenberg (2011) houve evolução no conceito de desenvolvimento, de uma premissa puramente econômica para uma premissa chave das

Ciências Sociais Aplicadas. Mas, o autor destaca então que essa evolução trouxe como problemática sua mensuração, uma vez que o Produto Interno Bruto (PIB) abrangia somente fatores econômicos e não criava medida para as outras áreas de interesse (SIEDENBERG, 2011).

Então, foi necessário criar indicadores de desenvolvimento socioeconômicos entendidos como “medidas estatísticas representativas de um recorte da realidade que têm sentido somente quando se inserem num contexto teórico-metodológico que lhe empresta o respectivo significado” (SIEDENBERG, 2011, p. 68). O Banco Mundial chegou a conclusão que além dos indicadores financeiros, políticas sobre crescimento populacional e despesas com educação são bons medidores para mudanças futuras no estado de bem-estar, como medidas de consumo *per capita* (WORLD BANK, 2005).

Para Siedenberg (2011) é a partir da criação do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), em 1990, o caráter do termo passou a ser visto integralmente como de desenvolvimento socioeconômico, uma vez que o indicador traz aspectos sociais além dos econômicos. Com este viés, Leborace (1999) observa que os indicadores sociais devem servir para análise contínua das políticas públicas e devem ter como características relevância, credibilidade, validade, cobertura adequada para a região compreendida, além de sensibilidade para promoverem as alterações necessárias.

Siedenberg (2011, p. 68) entende que “a mensuração do desenvolvimento socioeconômico de um país, região ou município por meio de indicadores pode complementar e subsidiar empiricamente um trabalho, mas jamais poderá substituir a análise qualitativa”. Para Januzzi (2002), os indicadores sociais podem vir a ser de grande utilidade para os diversos agentes e instituições envolvidos na definição das prioridades sociais e na alocação de recursos do orçamento público, uma vez que enriquecem a interpretação da realidade social e orientam a análise, formulação e implementação de políticas sociais.

Os indicadores sociais são mais comumente classificados segundo as diversas aplicações a que se destinam. Nesse contexto, são alocados conforme a área temática da realidade social a que se referem, como podem ser vislumbrados, assim como alguns respectivos exemplos, no Quadro 2 mostrado em sequência.

Quadro 2 - Classificação dos Indicadores Sociais.

INDICADOR SOCIAL	EXEMPLOS
Saúde	Percentual de crianças nascidas com peso adequado
Educacionais	Escolaridade média da população de 15 anos ou mais
Mercado de trabalho	Rendimento médio real do trabalho
Habitacionais	Densidade de moradores por domicílio
Segurança pública e justiça	Roubos a mão armada por 100 mil habitantes
Infraestrutura urbana	Percentual de domicílios com esgotamento sanitário ligado à rede pública
Renda e desigualdade de renda	Renda <i>per-capita</i>

Fonte: Elaborado com base em Januzzi (2002).

Ainda sobre os indicadores, Siedenberg (2011) alerta que a parcialidade e fácil substituição dos indicadores sociais pode criar deturpações da realidade, o que conseqüentemente traria problemas a estudos que levam os mesmos em consideração.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Pesquisa tem como objetivo final gerar explicações e soluções para perguntas, problemas existentes ou teóricos, sendo uma atividade passível de criar uma nova compreensão sobre os temas em questão (ZANELLA, 2006). O objetivo final da ação científica é chegar a resultados tidos como verdade, confronta-se os dados de observação da realidade com o conhecimento teórico do assunto, ação esta condicionada ao método (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Método, por sua vez, é a soma dos processos ordenados e racionalizados que permitem ao autor criar um mapa sobre as etapas a serem seguidas, de maneira que serve como suporte para o pesquisador (MARCONI; LAKATOS, 2011). Com base nesse escopo, na presente seção será abordado a metodologia empregada. Fonseca (2002) explica que metodologia é a concepção de sistematizar a pesquisa, a fim de criar ciência.

Assim, nessa seção são explicitados os procedimentos metodológicos empregados para a construção da pesquisa. Primeiramente é caracterizada a tipificação da pesquisa e em seguida é ilustrado graficamente o modelo e as variáveis empregadas no estudo. Em sequência é descrito o lócus e detalhada a escolha dos sujeitos de pesquisa. A seção segue explicando a construção do instrumento de coleta de dados, e as técnicas empregadas posteriormente em sua análise. A seção também aborda os cuidados éticos que foram adotadas na condução do estudo.

3.1 TIPIFICAÇÃO DA PESQUISA

A tipificação dessa pesquisa é exploratória e descritiva. Segundo Triviños (1987), estudos exploratórios visam expandir as informações que abordam um assunto em questão, e a realidade é analisada para posteriormente ser transformada em uma pesquisa descritiva. Gil (1999) explica que a pesquisa exploratória possui o interesse de viabilizar uma maior proximidade com o problema, de modo que o explicita melhor e cria melhores pressupostos sobre o mesmo. Por sua vez, a pesquisa descritiva é adotada por pesquisadores sociais que se preocupam com a atuação prática, uma vez que busca estudar as características de um grupo, por meio das opiniões de uma determinada população (GIL, 1999).

A abordagem escolhida é qualitativa sendo a mesma compreendida por fazer o esforço de entender seu objeto de estudo ao traduzir a percepção dos participantes, sem

usar de ferramentas estatísticas para analisar os dados (ZANELLA, 2006). Gerhardt e Silveira (2009) complementam que os pesquisadores que usam a abordagem qualitativa trabalham para esclarecer a fundamentação do objeto de estudo, de modo que as soluções e expressões não são produtos de valores, mas sim são um conjunto de dados obtidos por interações e são validados por outros métodos que não quantitativos.

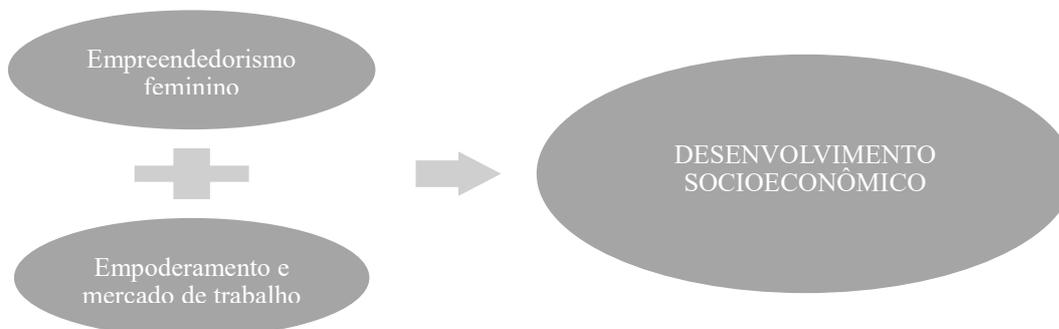
O desenho da pesquisa tem corte transversal, já que os dados primários foram coletados em um único ponto do tempo. Nesse sentido, a pesquisa se inicia com a estratégia de busca de informações em livros, trabalhos de conclusão de curso e artigos acadêmicos, como descrito na Introdução deste trabalho, empregando como estratégia a pesquisa bibliográfica com o objetivo final de delinear o projeto a ser pesquisado, como posto por Minayo (2001).

A natureza optada do delineamento é por uma pesquisa aplicada, uma vez que esta é compreendida por Gerhardt e Silveira (2009) como aquela que engloba a realidade e os interesses do ambiente estudado e está voltada para situações específicas e à criação de informações sobre essas situações. Também usa como estratégia de delineamento ser uma pesquisa de campo, uma vez que fontes primárias foram empregadas à obtenção dos dados, sendo uma parte fundamental do estudo científico, pelo o qual serão obtidas as respostas (MINAYO, 2001).

3.1.1 Modelo e variáveis da pesquisa

O propósito da pesquisa delineado na subseção 1.3 deste trabalho - analisar como o empreendedorismo e o empoderamento feminino influenciam o desenvolvimento socioeconômico – tem sua visualização gráfica delineada na Figura 1.

Figura 1 - Mapa Metodológico do Estudo.



Fonte: Elaboração própria.

3.2 DESCRIÇÃO DO LÓCUS DA PESQUISA

O lócus escolhido para a pesquisa foi a mesorregião do agreste pernambucano, que representa cerca de 33% da área total do estado de Pernambuco (compreende uma faixa territorial de 24.400 km² com 71 municípios), e engloba seis microrregiões, a saber: Alto Capibaribe, Médio Capibaribe, Vale do Ipojuca, Brejo Pernambucano, Vale do Ipanema e Garanhuns. Essa mesorregião também é dividida pelo Governo do estado de Pernambuco em três regiões de desenvolvimento, visando otimizar a atividade político-administrativa do estado, são essas: Agreste Setentrional (Alto Capibaribe e Médio Capibaribe), Agreste Central (Vale do Ipojuca e Brejo) e Agreste Meridional (Vale do Ipanema e Garanhuns) (SANTOS, 2016).

Sobre os dados socioeconômicos da mesorregião do agreste pernambucano, Andrade (2003) coloca que as suas atividades econômicas são diversas, compreendendo desde as atividades de agricultura e pecuária (apresentando a maior bacia leiteira pernambucana), na região do agreste meridional, até atividades pertinentes ao setor industrial, sobretudo o ramo de confecção têxtil. Destaca-se que todas as atividades econômicas desenvolvidas na região periodicamente padecem dos impactos prejudiciais advindos das secas que assolam a região. Nesse contexto, se sobressai o polo de confecção do agreste, que tem Caruaru como seu principal município.

O polo de confecção do agreste surge, segundo Milanês (2015), como uma alternativa econômica para os moradores da mesorregião, pois é uma atividade que não está diretamente ligada as condições climáticas, uma vez que a região é afetada rotineiramente pelas secas que agravavam as condições de pobreza local. Entretanto, as condições de trabalho no polo são questionadas por Bezerra (2018), que entende que seu processo de crescimento é apoiado numa estrutura de trabalho instável e fortuita. Tais críticas encontram eco em Santos (2016), que assinala que a mesorregião apresenta uma desigualdade da distribuição de renda notável, e os serviços públicos básicos - saúde, educação, entre outros - de algumas cidades demonstram desempenho menor que a média brasileira e pernambucana.

Por sua vez, o outro nicho econômico relevante à mesorregião - agricultura e pecuária - concentra-se em Garanhuns, cidade do agreste meridional que apresenta maior índice de serviços e atividade comercial, além da participação significativa do turismo; conseqüentemente, é no Agreste Meridional que se apresenta o mercado de trabalho mais variado (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, 2011).

Santos (2016) declara que a mesorregião do agreste pernambucano reflete um compilado de números socioeconômicos menores que as médias nacionais, contudo, quando comparada a outras regiões em desenvolvimento apresenta uma posição mais vantajosa, uma vez que Caruaru está classificada com IDH que a classifica como “ótimo”, e as cidades de Garanhuns, Bezerros e Gravatá são classificadas com nível “bom”, estando os níveis críticos da mesorregião concentrados em cidades menores (SANTOS, 2016).

3.3 SUJEITOS DE PESQUISA

A escolha das entrevistadas está diretamente ligada ao fato de que são as pessoas vivenciam o fenômeno estudado, de maneira que são sujeitas passíveis de atender os critérios da pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2011). Os critérios estabelecidos pela autora para seleção das entrevistadas foram que as sujeitas de pesquisa fossem empreendedoras e possuíssem empresas de qualquer setor de atividade econômica em atividade na ocasião da coleta na mesorregião do agreste pernambucano. Portanto o critério de escolha foi intencional, uma vez que a pesquisa foi realizada com indivíduos que detinham o conhecimento necessário (GIL, 1999).

Com base nesse escopo, a pesquisa obteve quatro sujeitas de pesquisa, uma vez que a abordagem qualitativa está fundamentada em entender profundamente a perspectiva dos participantes acerca do assunto e não em criar dados estatísticos, de modo que a quantidade de sujeito de pesquisa pode ser restrita a uma pequena quantidade (ZANELLA, 2006). Quanto ao perfil sociodemográfico das entrevistadas e mais informações pertinentes à sua caracterização estão elucidadas no capítulo quatro do presente estudo.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para esse estudo foi empregado como instrumento de coleta de dados um roteiro de entrevista, sendo esse o mais popular instrumento, segundo Zanella (2006), usado em pesquisas qualitativas. Gerhardt e Silveira (2009) colocam que o roteiro semiestruturado é uma ferramenta que permite ao pesquisador ter uma autonomia de resposta, podendo discorrer sobre os subtópicos derivados do assunto principal. Com isto em vista, a entrevista foi estruturada em três partes, sendo a primeira uma pequena apresentação

para a entrevistada, com uma série de indicações de como seria o processo da entrevista e as informações de caráter ético da pesquisa.

A segunda parte do roteiro de entrevista traz 24 perguntas, em que cada uma esteve atrelada ao alcance de um objetivo específico e foram construídas com base no referencial teórico adotado. O Quadro 3, mostrado em sequência, apresenta a estruturação da construção das perguntas.

Quadro 3 – Perguntas e Premissas.

OBJETIVO ESPECÍFICO: DELIMITAR IMPULSIONADORES DE EMPREENDEDORISMO		
Referencial	Premissa	Pergunta no roteiro
Empreendedorismo	O empreendedorismo diz respeito a geração de uma empresa a partir do entendimento que há uma lacuna de mercado e uma possível oportunidade a ser explorada, seja para criar uma organização ou mudar os processos de uma organização já existente (SCHUMPETER, 1988)	1 a 5
OBJETIVO ESPECÍFICO: IMPULSIONADORES DE EMPODERAMENTO		
Referencial	Premissa	Pergunta no roteiro
Gênero, empoderamento e mercado de trabalho	Empoderamento, em âmbito organizacional, é uma ferramenta de inovação, capaz de trazer vantagem competitiva à empresa sendo o papel dessa incentivar seus funcionários a se capacitarem, e serem autônomos (LISBOA, 2007)	6 a 12
OBJETIVO ESPECÍFICO: APREENDER O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO GERADO PELAS EMPREENDEDORAS		
Referencial	Premissa	Pergunta no roteiro
Desenvolvimento socioeconômico	Governos adotam programas que desenvolvem habilidades empreendedoras, pois compreendem que isso solucionaria o problema do desemprego entre jovens e asseguraria o crescimento (NAFUKHO, 1998)	13 a 16

Fonte: Elaboração própria.

Além dessas premissas adotadas, e com intuito de facilitar a compreensão acerca das perguntas de conteúdo feitas e também elucidar a motivação da pesquisadora ao elaborar as mesmas, considerando o objetivo geral da pesquisa, segue o Quadro 4:

Quadro 4 - Objetivo das Perguntas da Entrevista.

Item	Pergunta	Objetivo
1	Qual foi sua intenção inicial ao criar um negócio? Você pensou que seu negócio poderia impactar economicamente sua região?	Obter a percepção sobre o impacto econômico que suas empresas
2	Você acredita que possui um negócio inovador que atende a alguma necessidade ainda não explorada?	Analisar se a inovação emerge como uma característica inerente ao negócio
3	Você já viveu alguma situação que você considere arriscada ao seu negócio? Como você lidou com esses riscos?	Entender os riscos de empreender
4	Você acha que fatores como pessoas do seu convívio, sua formação acadêmica e sua criação foram influenciadores na sua decisão de ter um negócio?	Descobrir a influência do ambiente externo
5	Você considera que começou seu negócio por vontade de ter um negócio próprio ou por motivos financeiros?	Entender se é empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade
6	Você considera que na sua empresa os funcionários são autônomos e resolvem as coisas sozinhos?	Entender o relacionamento com a equipe e sua autossuficiência
7	Como você resolve os conflitos na sua empresa?	Investigar a resolução de conflitos
8	Você encontrou dificuldades para obter financiamento para seu negócio?	Investigar os reveses da experiência das empreendedoras locais
9	Você acredita que as pessoas (de um modo geral) reconhecem a importância da sua empresa? E você considera que sua empresa lhe traz realização pessoal?	Analisar a relação negócio e realização pessoal
10	Como foi para você criar a figura de líder da sua empresa?	Verificar como foi a experiência de expressar autoridade
11	Você considera que sua empresa lhe permite dar possibilidade de igualdade financeira e social, tanto para você quanto para seus funcionários, mais do que se fosse uma empresa gerenciada por um homem?	Compreender a relação de poder na empresa com equidade financeira e social de gênero
12	Você acredita que para a mulher a vida pessoal/doméstica impacta a carreira empreendedora e vice-versa?	Entender se a vida profissional sofre interferência direta do âmbito pessoal e doméstica
13	Você acredita que programas de incentivo ao empreendedorismo (como financeiro, de educação, ou outros) são relevantes?	Extrair a relevância dos programas governamentais de empreendedorismo
14	Você já participou de algum programa de incentivo ao empreendedorismo?	Verificar a participação em programas de apoio ao empreendedorismo
15	Quais são as maiores dificuldades que você teve (ou tem) para a sobrevivência da sua empresa?	Confrontar as dificuldades em empreender
16	Você acredita que o governo deve mudar as políticas públicas para impulsionar o empreendedorismo? Se sim, como?	Entender o papel do Estado a fim de promover o empreendedorismo

Fonte: Elaboração própria.

A parte final do roteiro da entrevista foi constituída por oito perguntas que visavam traçar o perfil socioeconômico das entrevistadas, a fim de atender o primeiro objetivo específico traçado que foi: demarcar o perfil das empreendedoras. O roteiro de entrevista apresentado às entrevistadas consta como Apêndice A ao final do trabalho.

3.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Quanto aos procedimentos de coleta de dados, a primeiro momento foram levantados dados secundários através de materiais que trouxessem a temática levantada, com a finalidade de estender o conhecimento sobre o objeto de estudo (ZANELLA,

2006). Essa coleta também se deu ao longo de toda a construção do trabalho. Posteriormente as entrevistas foram conduzidas para obtenção dos dados primários, no mês de junho de 2019. Três entrevistas foram feitas presencialmente, nos escritórios das empreendedoras, e uma entrevista foi realizada por telefone. Destaca-se que as entrevistas foram conduzidas pela própria pesquisadora e foram gravadas e transcritas posteriormente.

3.6 ASPECTOS ÉTICOS E LEGAIS

Essa pesquisa está de acordo com o código de conduta e ética da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, 2018), especificado nos Artigos 33, 34, 35, 36 e 37 da seção três do capítulo sete do mesmo, que determina cuidados e aspectos do pesquisador da UFPE acerca de sua pesquisa.

As entrevistadas foram convidadas a assinar um termo de aceite antes da entrevista, onde demonstravam disponibilidade em ceder suas informações para a pesquisa. Nesse termo também foi especificado que as informações obtidas não seriam comercializadas a fim de gerar fins pecuniários para a autora. O anonimato das respondentes também foi assegurado, uma vez que as entrevistas poderiam revelar dados financeiros das entrevistadas, de modo que as mesmas estão identificadas como E1, E2, E3 e E4.

Uma vez que a pesquisa não teve caráter concentrado em uma organização ou em uma instituição específica, mas sim em indivíduos, só houve necessidade de obter autorização das próprias entrevistadas, de maneira que as entrevistadas foram voluntárias a responder a pesquisa, o termo de aceite pode ser encontrado como Apêndice B no final do trabalho.

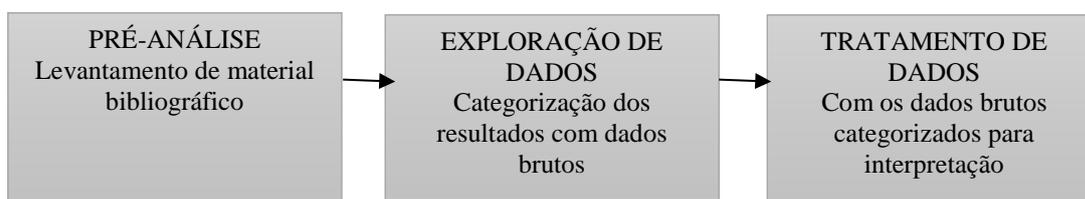
3.7 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Análise é entendida por Oliveira (2011) como o ato de criar uma narrativa, tratando de desenvolver uma interpretação pela qual seja passível emergir novas informações e simbolismos através da mensagem expressa, de maneira que a presente seção irá elucidar como foi realizada essa etapa nas quatro entrevistas. A técnica de análise utilizada foi a que enfatiza o discurso dos respondentes, sendo a mesma posta por Bardim (2011) como a tática que possui a pretensão de usar os dados coletados oralmente para colocá-los em paralelo com uma realidade observada, com o objetivo de

fazer as relações necessárias para compreender fatores psicológicos, sociais, entre outros.

As entrevistas tiveram em média 20 minutos, de modo que foram gravados 81 minutos de áudio, para então ser feito o que Gerhardt e Silveira (2009) entendem por análise temática, na qual as réplicas das questões que compartilham significados passam por uma categorização, para melhor otimizar o processo de análise. Esse procedimento foi esquematizado em três fases, observadas na Figura 2 a seguir:

Figura 2 - Fases da Análise Temática.



Fonte: Elaborado com base em Mynayo (2001).

De modo que, de acordo com os objetivos específicos que também foram considerados os eixos temáticos do estudo, foram idealizadas as categorias e os códigos de análise tanto para os dados primários quanto secundários, constantes no Quadro 5:

Quadro 5 - Codificação de Análise dos Dados.

CATEGORIA	CÓDIGO	AUTOR(ES)
Impulsionadores de empreendedorismo	Empreendedor e o ambiente	Drucker (1986), Schumpeter (1988), Abreu (2011)
	Empreendedor por vocação e empreendedor involuntário	Fillion (1999)
	Ação empreendedora	Dornelas (2005)
Impulsionadores de empoderamento	Empoderamento organizacional	Lisboa (2007), Jonathan (2005)
	Dimensões do empoderamento	GEM (2016), Jonathan (2011), Luttrell e Quiroz (2009)
	Gênero e desenvolvimento socioeconômico	Duflo (2011)
Desenvolvimento socioeconômico	Dificuldades ao empreender no Brasil	SEBRAE (2016), GEM (2016), Koteski (2004)
	Empreendedorismo e desenvolvimento	Nafukho (1998)

Fonte: Elaboração própria.

As informações da pesquisa, assim como o perfil socioeconômico das entrevistadas, foram debatidas e analisadas em conformidade com a literatura na seção apresentada a seguir.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esse capítulo do estudo é dividido da seguinte maneira: na subseção 4.1 são apresentados os perfis das empreendedoras entrevistadas, bem como dados das suas empresas, extraídos nas oito questões construídas para suprir o objetivo específico de demarcar o perfil das empreendedoras. A subseção 4.2 aborda as cinco primeiras perguntas do roteiro de entrevista que visavam delimitar os impulsionadores de empreendedorismo, assim como abordar as variáveis que permeiam os empreendedores na região. Por sua vez, a subseção 4.3 traz as sete questões que delimitam os impulsionadores do empoderamento feminino; e, a última subseção, a 4.4, apresenta a análise das quatro perguntas finais do instrumento de coleta de dados, objetivando apreender o desenvolvimento socioeconômico gerado pelas empreendedoras.

4.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS SUJEITOS DE PESQUISA

Com a finalidade de elucidar como é feita a categorização de porte das empresas brasileiras por faturamento, bem como quais dados foram apresentados para as entrevistadas, foram utilizados os parâmetros do SEBRAE (2019) e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (s.d.), nos quais a proporção usada como base consiste na Renda Operacional Bruta. Nesse sentido, os portes das empresas participantes são exemplificados no Quadro 6 para se obter uma noção do quanto de faturamento anual as empresárias geram:

Quadro 6 - Classificação de Porte da Empresa por Faturamento.

PORTE DA EMPRESA	FATURAMENTO
Microempreendedor Individual (MEI)	Máximo de R\$ 81.000,00
Microempresa	Menor ou igual R\$ 360.000,00
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	R\$ 360.000,00 até R\$ 4,8 milhões

Fonte: Elaborado com base no SEBRAE (2019) e BNDES (S.D).

As informações obtidas pelas oito perguntas que visavam traçar o perfil das entrevistadas e de seus empreendimentos (ver Quadros 3 e 4) estão analisadas em sequência. Sobre o perfil de cada entrevistada, e de sua respectiva empresa, se apresenta conforme se segue:

- E1 tem 24 anos, Ensino Superior completo, com cônjuge, e é sócia-empresária. Sua empresa é prestadora de serviços, um escritório de *design* que conta com uma equipe de quatro pessoas, e tem 32 meses de atividade, juridicamente classificada como MEI;

- E2 tem 21 anos, Ensino Superior incompleto, solteira, e é sócia-empresária. Sua empresa também é uma prestadora de serviço, uma administradora de condomínio, e seu quadro operacional tem quatro pessoas e possui apenas 10 meses de funcionamento, juridicamente classificada como MEI;
- E3 tem 32 anos, Ensino Superior Incompleto, com cônjuge e é sócia-empresária de uma prestadora de serviço que cria e fornece suporte de *softwares*. A empresa tem seis pessoas na sua equipe, com oito anos de funcionamento e é juridicamente classificada como microempresa; e
- E4 tem 47 anos, Pós-graduação completa, com cônjuge e é empresária individual. Tem um comércio de atacado de materiais de construção e aço, com quadro operacional de sete pessoas na equipe. Seu empreendimento atua a 11 anos no mercado e está classificada como EPP.

Segundo a metodologia estabelecida pelo GEM (2016), existem duas classificações para mensurar o estágio do negócio: Taxa de Empreendimentos em Estágio Inicial (TEA), compreendendo as empresas que estão gerando retorno financeiro, de alguma natureza, por mais de três meses e menos de 42 meses; Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE) que auferem se o negócio, a partir dos 42 meses, está gerando retorno para seus sócios.

Como os empreendimentos estão em funcionamento em um período de três a 42 meses remunerando seus proprietários, avalia-se que os negócios das empresas de E1 e E2 se encaixam como TEA, enquanto que os empreendimentos de E3 e E4 são classificados como TEE.

4.2 IMPULSIONADORES DE EMPREENDEDORISMO

Considerando que o empreendedor é um agente interventor, e sua ação gera mudanças no ambiente, alterando a estabilidade do mesmo (MISES,1936), sobre o impacto que as podem estar empresas gerando regionalmente, destacam-se as seguintes fala da E1:

“Eu e minha sócia no nosso negócio a gente realmente pensou no impacto sabe que ele teria principalmente para região, mesmo que hoje a gente atende a todos os estados do Brasil, mas a gente pensou em relação ao Polo de Confecções. Quando a gente pensou na ideia e foi justamente isso, foi que os designers que estavam se formando, saindo da Federal, onde é que estava o lugar deles no mercado? A gente não conseguia enxergar valorização, eles não estavam rentabilizando e a gente queria mudar isso de alguma forma então sim, a gente pensava e tinha assim essa intenção de impactar em relação às áreas do ecossistema do Agreste”.

A resposta da E1 demonstra que o impacto econômico pensado pela mesma perpassava por um nicho específico, os dos designers de moda que não vinham sendo absorvidos pelo mercado, e isso seria o que Schumpeter (1988) classificaria como uma oportunidade de mercado a ser explorada. Por sua vez, a E3 coloca que no início do negócio não tinha impacto econômico como prioridade, que a concepção de impacto socioeconômico foi um processo:

“não pensei assim que iniciei o negócio. Como meu pai é empreendedor a minha formação basicamente foi dentro da empresa dele, então pra mim empreendedorismo era um caminho que eu firmaria, sempre tive vontade de abrir o que era meu depois de muito tempo foi que eu fui pensando, vi que as pessoas não gostavam dos empregos delas e comecei a pensar que devia criar um negócio com pessoas trabalhando bem, eu queria que as pessoas fossem trabalhar felizes, e aí foi com o amadurecimento, foi assim, entendendo no sentido de colaborar com as pessoas de ambiente agradável, agora entendo que **preciso trabalhar e gerar riquezas pra todos**” (grifo nosso).

No grifo da fala de E3 fica evidente a visão que a empreendedora tem sobre a necessidade percebida de se reorganizar a dinâmica de mercado. Nesse sentido, verifica-se o postulado de que o empreendedor é o agente de coordenação da Economia, como posto por Abreu (2011). Já a E4 entendeu a abertura da sua empresa própria como uma expansão dos negócios familiares.

Para Fillion (1999) isso consistiria em um indício empreendedorismo feminino, onde a principal motivação seria se manter financeiramente. Tal acontecimento é um ato recorrente, segundo Jennings e Brush (2013), uma vez que o fenômeno do empreendedorismo feminino pode estar relacionado à família, caracterizando uma meta que excede o ganho financeiro, uma vez que envolve outra variável.

Em suma, apesar de E3 afirmar que nos primórdios do empreendimento não pensava na interferência que causaria na região, observou-se que atualmente as entrevistadas possuem ciência de que suas atividades geram resultados econômicos e sociais no meio em que estão inseridas.

Entendendo que a inovação tem ligação com o empreendedorismo, sendo por alguns autores uma característica inseparável do mesmo (DORNELAS, 2001), a pergunta 2 visou compreender a percepção das entrevistadas sobre o grau de inovação do seu negócio. Uma resposta que se destacou foi a que se segue:

“Acredito que sim a gente traz inovação para os condomínios, só que está muito difícil porque o pessoal só conhece aquela administradora antiga que bota no papel mas de fato não executa, a gente chega com uma inovação que é principalmente a tecnologia, que hoje o mercado tá avançando muito pra isso, que seria a parte do aplicativo, trazer a portaria virtual, que é só máquina, sem porteiro, sim a gente traz uma ideia de inovação” (E2)

Cabe aqui recordar que uma premissa destacada por Silva-Néto e Teixeira (2011) sobre uma das tipologias de inovação, a de inovação tecnológica, é como sendo extensivamente popular no meio empresarial como uma vantagem competitiva à empresa. E essa concepção é colocada por E2, quando fala que a inovação do seu empreendimento tem ligação com a implementação da tecnologia.

A E3, por sua vez, pondera que apesar de não ter um produto inovador, seus processos a constituem em uma empresa inovadora.

“O negócio é inovador, mas ela [a inovação] não tá só relacionada a não ter uma demanda nova, a inovação tá relacionado a tudo que você faz, então assim, hoje a gente já faz como o mercado, como esses competidores, mas a forma como a gente lida com as situações, como a gente tem o processo, como negócio o como a respeito do produto, o atendimento ao cliente, isso é inovador então a gente se considere uma coisa inovadora sim por conta disso”.

Essa visão de E3 é referendada pela concepção de que o empreendedor altera a realidade ao apresentar novas maneiras de desempenhar processos, ou um novo produto, ou mesmo a lógica de gerenciar um negócio (SCHUMPETER, 1988). Já a E4 tem uma percepção diferente de E3, ligando inovação necessariamente a criação de novos produtos, e assim não considerou que seu empreendimento seja um negócio que tenha inovação em seu escopo.

Sumarizando as respostas sobre a inovação e o negócio, apenas uma das quatro entrevistadas não considerou seu negócio inovador, contudo, vale salientar que as perspectivas sobre o conceito de inovação são diferentes para cada uma.

A pergunta três tinha a intenção de entender como as entrevistadas arcaram com os riscos de seu negócio, uma vez que empreendedor é definido por Dornellas (2005) como um agente que assume os riscos. Todas as participantes reconheceram que arcar com riscos faz parte da carreira empreendedora, mas a maioria das entrevistadas atribuiu suas maiores temeridades às questões financeiras e mercadológicas, como observado na fala destacada a seguir:

“Nossos maiores riscos são justamente isso, a concorrência que às vezes é difícil de trabalhar com ela. Além disso, temos os riscos financeiros, a gente tem que ter um alto custo para manter o negócio e nem sempre o faturamento corresponde, às vezes corresponde. Então tem que ter um alto capital e temos que assumir esses riscos” (E4).

A E2, a seu turno, colocou que na fase inicial do negócio, assumiu maiores riscos e que estes estavam principalmente relacionados a questões financeiras:

“Todos os pagamentos que a gente fez foram de risco, tipo assim que o condomínio fechou (o contrato), aí a gente fechou com os fornecedores que gerariam custos pra gente e a maioria ia fechar o mês e a gente ia ter que

pagar quando fechasse o mês, ou seja assim que a gente recebesse, foi bem de risco mesmo, esse início”.

A pergunta quatro tinha como temática buscar saber se as empreendedoras acreditavam que a motivação de iniciar um empreendimento estava ligada a seus grupos sociais, a sua criação ou à sua formação acadêmica. Essa consideração relaciona-se ao já colocado por Drucker (1986), que o empreendedor é condicionado pelas variáveis do meio que vive e também por fatores individuais.

Nesse contexto, a escolha de E4, por exemplo, se deu por fatores individuais, pelo desejo de trabalhar ao lado de seu cônjuge. As demais participantes também citaram familiares como influenciadores do processo de empreender. Porém, E1, além de ter tomado a decisão com base em familiares, mencionou como motivador sua formação familiar, como observado a seguir:

“com certeza não pela minha formação assim acadêmica. Mas eu acredito sim que em relação à criação mesmo, eu tenho um caso de pessoas da família que são já foram empreendedoras e assim eu também nunca me enxerguei sendo uma pessoa que era concursada, uma pessoa que trabalha só para outra”.

A criação também foi um fator destacado por E3, de modo que fica evidente como o grupo social familiar impacta as empreendedoras. A inserção da mulher no empreendedorismo por meio das empresas familiares foi observada na literatura. Venugopal (2016), por exemplo, coloca que em países em desenvolvimento, tal qual a Índia, por conta da maior dependência das mulheres financeira e social dos homens, ter uma empresa familiar pode se firmar como uma chance de empreender, o que representa a auto realização dessas mulheres.

As entrevistadas foram unânimes em declarar que tiveram influências externas de uma pessoa do seu meio social, familiar ou não, como principal inspiração ao empreender. Resultado semelhante foi observado por Lima-Filho, Sproesser e Martins (2009), que demonstraram que a formação empreendedora era iniciada por relações sociais e experimentação prévia, como é o caso da E4.

“eu já estava na uma empresa menor (do meu marido) que trabalhava no varejo, queríamos vender em outras regiões, a gente abriu essa empresa para trabalhar mais com atacado. Então foi isso. Pensei que aumentar as vendas e faturamento, entrar como concorrente nesse setor”.

Importante ressaltar que dentre as opções mencionadas na pergunta quatro - pessoas do convívio, formação acadêmica e criação -, nenhuma das entrevistadas declarou que formação acadêmica foi o fator que interferiu na escolha por empreender.

Esse achado se revela surpreendente, uma vez que duas concluíram o ensino médio, enquanto as outras duas entrevistadas possuem o ensino superior completo.

A pergunta cinco visava entender a principal motivação das entrevistadas ao iniciarem o empreendimento, com o intuito de compreender se a ação empreendedora se deu por uma oportunidade percebida ou por necessidade de sobrevivência (SCHUMPETER, 1988; FILLION, 1999). As participantes apresentaram respostas diversificadas, como pode ser notado a seguir:

“[inicie] por vontade de ter meu negócio. Quando eu abri eu tinha uma situação financeira confortável, eu tinha saído da fábrica do meu pai, mas tinha algumas outras rendas, que me mantinham, até me ofereceram um emprego de publicidade, mas eu não cheguei a ir, porque eu pensei que realmente queria iniciar meu negócio” (E3).

E2, por sua vez, afirmou que os motivos foram necessidade financeira e a vontade de ter um negócio, que a incentivou a iniciar um empreendimento, razões que também impulsionaram E1:

“Para mim foi uns dois motivos, né? Eu vi a oportunidade de criar o meu negócio que eu sempre pensei... Era um sonho distante, mas era real, e em segundo lugar foi financeiro, pela seguinte forma: eu estava prestes a me informar e o mercado não me oferecia oportunidade, eu não é absorvida ,então tudo que eu aprendi , tudo que eu investir na minha educação, eu ia jogar fora ou eu ia ficar frustrada e às vezes dando anos e anos e anos passar no concurso e talvez não passassem, então eu acho que foi isso a vontade de ter um negócio e o bolso também”.

Essas perspectivas vão ao encontro do postulado por Lima (1999). O autor também observa que tanto o empreendedor quanto o empresário podem compartilhar características, podendo ocorrer empresários com características de empreendedor e o inverso, sobretudo no caso dos pequenos empreendimentos (LIMA, 1999). Nesse sentido, avalia-se que as respostas à pergunta cinco demonstram que classificar o empreendedor por necessidade ou por oportunidade falha na medida em que na atividade empreendedora se pressupõe que os empreendedores vão ser remunerados (CARLAND et al., 1984).

4.3 IMPULSIONADORES DE EMPODERAMENTO

Essa categoria de análise se inicia com a sexta questão, que por sua vez visou entender o grau de autonomia que as empreendedoras davam a seus funcionários, uma vez que Lisboa (2007) destacava que essa variável é considerada uma manifestação de empoderamento em uma empresa. A resposta de E3 se destaca:

“não só porque eu acredito que são, eles confirmaram para mim, a gente tem as metas da semana e as do mês, pra mim o importante é alcançar... eu não estou ligando muito se você vai chegar no horário [...] muitas decisões vêm assim de baixo pra cima, eles participam e colaboram, têm total liberdade de falarem o que pensam, eles entendem que a empresa crescendo eles crescem junto, e eu acredito muito nisso”.

Essa afirmação da E3 sobre as metas mensais e semanais vai de encontro com o referencial adotado de Oliveira et al. (2015), que compreende que líderes femininas que acreditam em suas aptidões para executar as metas organizacionais pré-estabelecidas demonstram empoderamento. As demais entrevistadas afirmaram que optam por centralizar as decisões para si, como exemplificado por E4:

“Não. Eles não resolvem não, sempre depende da gente. É, acho que 99% é centralizado”.

Esse fato - que a maioria das entrevistadas terem declarado centralizar as decisões em si e deixarem sua equipe dependente de suas decisões e direcionamentos - também é explicado por Macêdo (2002), que atribui a opção de restringir as decisões como uma característica do estilo de gestão brasileiro.

A sétima pergunta abordou a relação das empreendedoras com os conflitos. As entrevistadas 1, 2 e 3 apontam que não é comum terem situações de conflitos nas suas empresas, e todas indicam a comunicação eficaz como ferramenta indispensável para evitá-los, como pode ser visto no relato de E1:

“É muito raro de conflitos, tá? Porque como toda empresa que tenha sócios, né? E sócios, eles têm algumas autonomias então geralmente os problemas são resolvidos por um sócio e outros só passa para outra, tá? Mas quando a gente tem algum problema, algum conflito, a gente fala com a pessoa, vê com a pessoa que tá tendo esse conflito e foi necessário ter uma reunião para guardar as coisas e resolver tudo da melhor forma”.

Esse achado não se revela surpreendente, uma vez que é compreendido que mulheres tendem a ter uma postura mais apaziguadora em situações de confrontos organizacionais (JONATHAN, 2005).

A oitava pergunta abordava o tema de obtenção de financiamento, pois aponta-se que as empreendedoras brasileiras possuem maiores dificuldades em obterem crédito GEM (2016). Nessa questão, E1 afirmou que não procurou financiamento para seu negócio, assim como E2:

“Não procuramos nenhum financiamento. Eu tinha um dinheiro no banco que eu estava guardando a um tempo e a gente usava ele, mas financiamento não era uma opção, sequer cogitamos”.

E3, entretanto, declarou que procurou financiamento, mas não teve sua carta de crédito aprovada. Já E4 declarou ter tido acesso a ofertas de financiamentos:

“Eu tenho sempre, a gente tem uma boa oferta, mas não com boas condições nos bancos, nunca tive problema para conseguir. Mas ele só que quando eu abri o negócio já tinha a outra loja (do meu marido), então favoreceu muito porque, já tinha o crédito, eu tenho crédito então, nunca foi um problema”.

A questão 9 do roteiro de entrevistas buscou averiguar o reconhecimento da empresa no meio social e também a realização pessoal da empreendedora, já que as empreendedoras tendem a encarar seus empreendimentos como fonte de prestígio social (JONATHAN, 2011). Destacou-se a fala de E4:

“Sim, acredito que a empresa é reconhecida, ela reconhecida no local e realização pessoal também acho que uma coisa tem a ver com a outra, hoje não consigo ver um lado pessoal sem o profissional, andam juntos”.

E1 e E3 reiteram a fala de E4, elucidando que suas empresas são reconhecidas e também são fonte de auto realização. Por sua vez, E2 declarou que:

“Ainda não é o impacto que deveria ser, também não é conhecida (a empresa), está no início e tão havendo mudanças agora, não vamos continuar com a estrutura que temos agora, a empresa ainda não me traz realização pessoal, a partir dessa [empresa] eu pretendo alcançar outras coisas e aí sim seriam realizações pessoais, [...] mas eu tenho outros sonhos” (grifo nosso).

A parte grifada da fala de E2 é explicada por Cassol, Silveira e Hoeltgebaum (2007), que estabelecem que empresas que tiveram maior expansão são fonte de maior expressão de auto realização por parte de suas gestoras. Mas, avalia-se que as entrevistadas reiteram a literatura, uma vez que reconheceram que suas empresas podem ser fontes de auto realização.

A pergunta 10 diz a respeito ao processo de construção da imagem de líder na empresa, como a empreendedora preenche o espaço de poder (LUTTREL; QUIROZ, 2009). Para E1 e E3 a liderança veio como um processo orgânico, uma vez que já demonstravam previamente predisposição a exercer autoridade. A fala de E1 ilustra a questão:

“a liderança para mim não foi tão assim, tão surpresa pelo fato que eu tenho sempre um espírito de liderança, desde muito nova, eu sempre sou aquela pessoa ativa de fazer as coisas, resolvendo as coisas, então para mim foi mais fácil, mas, ao mesmo tempo, desafiador porque é uma empresa, uma coisa maior”.

Entretanto, E4 demonstrou que tem dificuldade em exercer o papel de líder da sua empresa, como mostrado a seguir:

“Não considero que foi fácil, é muito essa questão de cobrar das pessoas, isso eu não gosto muito, de lidar com pessoas eu tenho que fazer, não tem como, mas eu sei que eu preferia ficar sem lidar com isso”.

E2 afirmou que o processo de exercer liderança também não veio naturalmente, mas que se sente confortável na posição.

“Eu me preocupei principalmente com a primeira imagem, depois você pode ir tendo, tipo, liberdade pra falar com ela, mas de início você tem que saber que é uma pessoa... é delicado, não pode assustar, mas aí eu acho tranquilo... na hora de falar sério, a pessoa tem que falar, eu acho que sou boa e que eu gosto também”.

Essas situações relatadas podem ser encaradas como prejudiciais à condução do empreendimento, considerando que Melo (2011) adverte que é imprescindível que as empreendedoras atuem de maneira que reiterem sua posição, para reorganizarem hierarquias de poder e assegurarem um ambiente empresarial menos desfavorável.

A pergunta 11 põe em evidência o delicado relacionamento entre papéis da vida familiar e pessoal e o papel da carreira da empreendedora. Nesse sentido, partiu-se do pressuposto de que a conciliação de ambas é um desafio para as empreendedoras (JONATHAN, 2011). Nessa questão as respostas se segmentaram nas entrevistadas sem filhos (E1 e E2) e nas respondentes com filhos (E3 e E4). As falas a seguir ilustram a disparidade.

“É que de fato eu não faço muita coisa, não tenho filhos nem casa pra cuidar, minha mãe cobra minha atenção, que passo muito tempo trabalhando e tal. Às vezes você está aqui [no escritório] trabalhando no computador, você chega em casa e volta a trabalhar, tipo não tem hora, toda hora é hora de você trabalhar” (E2).

“Sim, com certeza, você está trabalhando e tem um problema de casa, você tem que parar para ir resolver, então não tem como separar as duas coisas... sempre vêm junto e interfere de toda forma que você imaginar” (E4).

Portanto, enquanto as entrevistadas sem filhos (E1 e E2) tiveram respostas que não demonstravam a vida pessoal como um entrave na carreira empreendedora, as respondentes que são mães (E3 e E4) foram taxativas a afirmarem que a vida familiar impactava em seu papel profissional. Nesse sentido, Jonathan (2011) observa que empreendedoras tendem a ter mais apreço por sua carreira porque sem empenham mais em conciliar ambas frentes da sua vida.

A questão 11 também abordou o tema de paridade de gênero, observada em estudo anterior por Duflo (2011). Houve discrepância nas respostas: E1 e E2 acreditam que sua posição de poder as colocam em situação de equidade com homens, como ilustrado pela fala destacada de E1 a seguir:

“não vejo diferença hoje de empresas que são gerenciadas por homens, assim, eu digo a você com muita propriedade que hoje 80% dos meus clientes são homens [...]. Então isso é um fato sabe? Isso é uma tendência. Isso é uma realidade hoje para as mulheres, não é? Só porque você é mulher. Que mesmo que você encontre problemas no mercado, que você encontra

preconceito, resistência. Mas você pode fazer seu negócio crescer e mostrar o seu potencial, que você não é diferente deles e que você é capaz também da mesma forma”.

Por sua vez, E3 e E4 percebem a questão de gênero como um fator indiferente na gestão de um empreendimento, como pode ser ilustrado pela fala de E4 a seguir:

“Não acho que não interfere, não tem nada a ver com homem e mulher não”.

Entende-se que mesmo que as participantes tenham diferentes interpretações sobre o papel do gênero nas suas carreiras, as entrevistadas acreditam que enquanto empreendedoras estão numa situação de igualdade perante a homens empreendedores.

4.4 DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO

As perguntas 12 e 13 foram baseados em Nafukho (1998), que delimita a importância dos programas de empreendedorismo para o desenvolvimento socioeconômico regional. Assim, primeiramente foi perguntado as entrevistadas se acreditavam na relevância de programas de incentivo ao empreendedorismo. As respondentes foram unânimes ao afirmarem que sim. Quando questionadas se já haviam participado de alguma ação impulsionadora (pergunta 13), apenas uma afirmou já ter participado:

“Com certeza participar do *mind the bizz* do Porto Digital, que é um programa de intensivo de 10 semanas para desenvolvimento de ideias e de gestão, também fui incubada. Me formei na incubação também do Armazém da Criatividade [...]. Então são programas que realmente que mudam e ajudam os novos empreendedores a enfrentar esse mercado, assim também que participei como mentora de outros programas auxiliando outras pessoas a como montar o seu negócio” (E1).

Como observado, três das quatro entrevistadas não obtiveram nenhuma participação em algum programa de fomento empreendedor.

A questão 14 buscou analisar se as participantes vivenciam, ou vivenciaram, os problemas apontados como causa *mortis* da maioria das empresas brasileiras, segundo o SEBRAE (2016). Desses problemas duas participantes (E1 e E4) citaram os mesmos problemas - impostos e tributos, e burocracia das instituições reguladoras -, mas E4 ainda acrescentou:

“[...] não ter o capital de giro suficiente. É mais financeiro no final das contas”

Outro problema apontado pelo SEBRAE (2016), falta de clientes, foi relacionado com o preço e a oferta do produto, por E2 como entrave à sobrevivência de seu empreendimento:

“A dificuldade que temos mais é fechar negócio com o cliente, porque com o mercado que tá agora, a gente tem um preço mais caro, só que oferecemos mais coisas, a gente quer de fato trazer uma mudança mas o pessoal vê como quando estamos falando na hora, como se fosse a mesma coisa que a outra administradora... ai não enxerga esse valor”.

E1, por sua vez, não se manifestou sobre as dificuldades que seu negócio enfrentava.

A pergunta final visou obter o parecer das entrevistadas sobre o papel estatal de criar mecanismos que possibilitem facilidades para os micro e pequenos empresários, conforme estabelece GEM (2016). As respondentes se mostraram unânimes ao afirmarem que o governo deveria mudar políticas públicas para garantir a sobrevivência do micro e pequeno empresário no contexto atual.

Todas as entrevistadas são favoráveis à reforma tributária para as empresas. A fala de E3 se destaca:

“a primeira ação que deveria existir, é muito óbvio: parar de cobrar impostos por faturamento e passar a cobrar por lucro, porque pode acontecer de você faturar cem milhões e coloca no bolso cinquenta, então às vezes você tá faturando, você nem tá lucrando ainda e já tá pagando imposto isso vai te afogar a cobrança e fica muito complicado”.

Também para E4, a reforma tributária está atrelada a revisão das cargas tributárias:

“melhorando a questão tributária, fazendo a reforma tributária, porque nós não conseguimos sobreviver, agora mesmo, nesse ano, estou tomando uma empresa que trabalhavam com a gente há bastante tempo fechando, porque não tem condições com essa política de imposto, não tem condições de ficar funcionando”.

5 CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

O desenvolvimento da pesquisa foi iniciado com um levantamento bibliográfico sobre os temas que permeiam o trabalho, e em seguida foi feita uma coleta de dados, por meio de um roteiro de entrevista semiestruturado a empreendedoras da região do agreste Pernambucano. Por meio da coleta de dados foi possível observar as percepções das respondentes acerca de como empreendem na região. Além disso, pode-se confrontar o observado com a bibliografia, com intuito de saber se o que foi relatado era reproduzido na região do Agreste pernambucano.

Considera-se que sobre os objetivos específicos os mesmos foram alcançados, uma vez que: (i) as informações obtidas serviram para delinear bem o perfil socioeconômico das entrevistadas e de suas empresas; (ii) traçou-se um panorama sobre influenciadores e inibidores de empreendedorismo na região; e (iii) comparou-se estudos realizados anteriormente sobre empreendedorismo feminino e foi apreendido a maioria dos fenômenos se repetirem na região do Agreste. Assim, considera-se que o objetivo geral foi atingido.

Cabe destacar que existem limitações de estudo inerentes a abordagem, uma vez que as respostas obtidas refletem apenas a vivência e a realidade da participante, de modo que não torna possível traçar um panorama generalizado sobre o tema (ZANELLA, 2006). Outra limitação é que a bibliografia encontrada não estabelece o relacionamento entre empreendedorismo feminino e desenvolvimento socioeconômico, o que, conseqüentemente, limitou a construção do referencial teórico desse trabalho. Outra limitação encontrada foi o tempo para sua consecução, uma vez que para entender o impacto local das empresas seriam necessários anos de acompanhamento das mesmas.

Uma vez explicitado que o Brasil apresenta um dos maiores níveis de equidade de gênero em empreendedorismo (GEM, 2016), fica posta a relevância de estudos na área do empreendedorismo feminino, e as variáveis que permeiam o mesmo. Deste modo, como sugestão para trabalhos futuros, sugere-se buscar estabelecer as variáveis da relação entre empreendedorismo feminino e desenvolvimento socioeconômico. Também pode-se buscar adotar em pesquisas futuras outras abordagens metodológicas de estudo sobre o tema, a fim de se construir estudos mais abrangentes com o uso de análises estatísticas.

REFERÊNCIAS

- ABREU, M. P. **Metodologia brasileira de análise de atos de concentração horizontal**: a perspectiva da Escola Austríaca vs. o mainstream. 2011. 140p. Monografia (Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011.
- ALVES, J. E. D.; CAVENAGHI, S. M. Indicadores de desigualdade de gênero no Brasil. **Revista de Ciências Sociais**. Londrina, v. 18, n. 1, p. 83-105, jul.-dez. 2013.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E SOCIAL. **Classificação de porte das empresas**. Brasília, DF. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>. Acesso em: 24 jun. 2019.
- BANDEIRA, L. **Fortalecimento da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres**: avançar na transversalidade da perspectiva de gênero nas políticas públicas. Brasília, DF, 2005. Disponível em: <http://www.observatoriodegenero.gov.br/menu/publicacoes/outros-artigos-e-publicacoes/fortalecimento-da-secretaria-especial-de-politicas-para-as-mulheres-avancar-na-transversalidade-da-perspectiva-de-genero-nas-politicas-publicas/view>. Acesso em: 24 jun. 2019.
- BAQUERO, R. V. A. Empoderamento: instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. **Revista Debates**. Porto Alegre, v. 6, n. 1, p. 173-187, jan.-abr. 2012.
- BEZERRA, E. “Trabalho de homem, trabalho de mulher” na indústria de confecção: o caso das lavanderias de jeans do agreste pernambucano, In: Encontro Nacional da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisa sobre Mulher e Relações de Gênero (REDOR), 20, 2018, Salvador. **Anais...** Salvador: REDOR, 2018.
- BRUSCHINI, M. C. A. O trabalho da mulher brasileira nas décadas recentes. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, n. especial, p. 179-199, 2. sem. 1994.
- BRUSCHINI, M. C. A. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo, v. 37, n. 132, p. 537-572, set.-dez. 2007.
- CARLAND, J. et al. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **The Academy of Management Review**. Louisiana, v. 9, n. 2, p. 354-359, abr. 1984.
- CARVALHO, M. P. F. S.; CARVALHO, J. L. F. S.; CARVALHO, F. A. A. O ponto de vista feminino na reflexão ética: histórico e implicações para a teoria de organizações. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD), 25, 2001, Campinas. **Anais...** Campinas: ANPAD, 2001.
- CASSOL, N. K.; SILVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD), 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

COSTA, A. A. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. 2006. Disponível em: http://www.agende.org.br/docs/File/dados_pesquisas/feminismo/Empoderamento%20-%20Ana%20Alice.pdf. Acesso em: 24 jun. 2019.

COUTINHO, M. C. Relação empresa-família: o papel da mulher. **RAE**. São Paulo, v. 36, n. 3, p. 06-13, jul.-set. 1996.

ECCEL, C.; ALCADIPANI, R. (Re)descobrimos as masculinidades. In: FREITAS, M. E.; DANTAS, M. (Orgs.). **Diversidade sexual e trabalho**. v.1. São Paulo: Cengage Learning, 2011. p. 51-78.

FERREIRA, J. C. R.; LOPES, R. L. O plano real e seus efeitos sobre a estrutura produtiva do Brasil: um estudo sobre as importações. **Revista Brasileira de Estudos Regionais**. Curitiba, v. 1, p. 127-155, 2007.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.

GEMIE S. Anarchism and feminism: a historical survey. **Women's History Review**, v. 5, n. 3, p. 417-444, 1996.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil, 2016**. Curitiba: IBQP, 2017.

JENNINGS, J. E.; BRUSH, C. Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?. **The Academy of Management Annals**, v. 7, n. 1, p. 661-713, 2013.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), 3, 2003, Brasília. **Anais...** Brasília, UEM/UEL/UnB, 2003.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**. Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set.-dez. 2005.

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.

KLEBA, M. E.; WENDAUSEN, A. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde e Sociedade**. São Paulo, v. 18, n. 4, p. 733-743, 2009.

KOTESKI, M. A. As micro e pequenas empresas no contexto brasileiro. **FAE BUSINESS**, n. 8, p. 1-3, mai. 2004.

- LIMA, E. A. Estratégia emergente na pequena empresa e sua complementariedade à visão estratégica. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD), 23, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999.
- LIMA-FILHO, D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, L. C. Empreendedorismo e jovens empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**. Florianópolis, v. 11, n. 24, p. 246-277, mai.-ago. 2009
- LISBOA, T. K. Empoderamento. In: Conferência Estadual dos Direitos da Mulher, 2, 2007, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Prefeitura Municipal de Florianópolis, 2007.
- LUTTRELL, C. QUIROZ, S. **Understanding and operationalising empowerment**. London: Overseas Development Institute, 2009.
- MADERS, A. M.; ANGELIN, R. A construção da equidade nas relações de gênero e o movimento feminista no Brasil: avanços e desafios. **Cadernos de Direito**. Piracicaba, v. 10, n. 19, p. 91-115, jul.-dez. 2010.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. V. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2011.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MAYRINCK, P. Porto Digital lança as Minas, programa de equidade de gênero, PORTO DIGITAL, 2018. Disponível em: <http://www.portodigital.org/119/37847-porto-digital-lanca-as-minas-programa-de-equidade-de-genero>. Acesso em: 02 jul. 2019.
- MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social. Teoria, método e criatividade**. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MISES, L. V. **Ação humana: um tratado de Economia**. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises, 2010.
- MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em Psicologia Social**. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.
- NUSSBAUM, M. Women's capabilities and social justice. **Journal of Human Development**, v. 1, n. 2, p. 219-247, 2000.
- OLIVEIRA, K. B. et al. Estudo do empoderamento na perspectiva de mulheres líderes. **Pretexto**. Belo Horizonte, v. 16, n. 4, p. 82-99, out.-dez. 2015.
- OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2011.

- RIBEIRO, V. A. S. **Contribuições de Mises e Hayek ao problema do cálculo econômico no Socialismo**. 2014. 58p. Monografia (Ciências Econômicas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.
- SANTOS, E. **A geoconservação como ferramenta para o desenvolvimento sustentável em regiões semiáridas: estudo aplicado à mesorregião do agreste de Pernambuco, nordeste do Brasil**, 2016. 242p. Tese (Geociências) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.
- SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL. **Plano territorial de desenvolvimento sustentável do Agreste Meridional de Pernambuco**. 2011. Disponível em: http://sit.mda.gov.br/download/ptdrs/ptdrs_qua_territorio002.pdf. Acesso em: 02 jul. 2019.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Quais os problemas mais comuns ao iniciar um negócio?**. 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/quais-os-problemas-mais-comuns-aoiniciar-um-negocio,9ac2312905e27510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 01 mai. 2019.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Qual o faturamento anual do MEI?**. s.d. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/faq/qual-o-faturamento-anual-do-mei,58dea97917504510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 24 jun. 2019.
- SIEDENBERG, D. Indicadores de desenvolvimento socioeconômico: uma síntese. **Desenvolvimento em Questão**. Ijuí, v. 1, n. 1, p. 45-71, 2011.
- SILVA-NÉTO. A. T. S.; TEIXEIRA R. Mensuração do grau de inovação de micro e pequenas empresas: estudo em empresas da cadeia têxtil-confecção em Sergipe. **INMR - Innovation & Management Review**. São Paulo, v. 8, n. 3, p. 205-229, jul./set. 2011.
- SPREITZER, G. M.; DONESON, D. Musings on the past and future of employee empowerment. In: CUMMINGS, T. (Ed.) **Handbook of Organizational Development**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2008. p. 311-324
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO. **Código de ética**. 2018. Disponível em: <https://www.ufpe.br/documents/39082/0/C%C3%B3digo+ufpe+2018/ad8a4f73-35eb-41b8-8560-6504fcd64675>. Acesso em: 02 jul. 2019.
- ZANELLA, L. C. H. **Metodologia da pesquisa**. Florianópolis: SEaD/UFSC, 2006.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

PESQUISA SOBRE EMPREENDEDORISMO FEMININO

Prezada senhora,

Sou aluna do curso de Graduação em Administração e estou elaborando uma pesquisa acadêmica pela Universidade Federal de Pernambuco - Centro Acadêmico do Agreste, Núcleo de Gestão -, que abrange a análise do empreendedorismo feminino na região do agreste pernambucano e gostaria de obter informações, segundo seu ponto de vista. Esta pesquisa tem por objetivo analisar como o empreendedorismo e o empoderamento feminino influenciam o desenvolvimento socioeconômico e sua finalidade é dar subsídio técnico-científico ao meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Esta entrevista está direcionada a empreendedoras do agreste pernambucano. As informações obtidas com as respostas aos questionamentos serão analisadas desconsiderando-se a identificação das respondentes, tendo em vista a manutenção do sigilo e do anonimato da pesquisa. Solicito também que seja respondido o perfil socioeconômico para melhor subsidiar a pesquisa. Destaco que os dados serão usados exclusivamente para a elaboração do TCC e sua posterior publicação em revista científica. A divulgação dos resultados poderá ser solicitada diretamente às pesquisadoras responsáveis.

Sinta-se à vontade para dar suas opiniões lembrando que suas respostas ficarão anônimas e serão mantidas em sigilo. Não há respostas certas nem erradas, logo o que importa é sua percepção. Importante destacar que sua participação é voluntária, não é necessário se identificar, e os dados serão tratados de forma agrupada (sem qualquer identificação individual). O tempo previsto para responder é de 20 minutos. Irei gravar a entrevista apenas para facilitar a transcrição, ou a senhora pode redigir suas respostas e me enviar depois, ou ainda posso escrever as respostas para a senhora.

Sua participação é valiosa e por isso agradecemos pela sua contribuição. Se desejar receber outras informações sobre a pesquisa envie uma mensagem para marinaacoutoo@gmail.com. Muito obrigada pela sua colaboração!

Marina Muniz do Couto Soares
Graduanda em Administração na UFPE

Sueli Menelau,
Professora do Núcleo de Gestão da UFPE

1. Qual foi sua intenção inicial ao criar um negócio? Você pensou que seu negócio poderia impactar economicamente sua região?
2. Você acredita que possui um negócio inovador que atende a alguma necessidade ainda não explorada?
3. Você já viveu alguma situação que você considere arriscada ao seu negócio? Como você lidou com esses riscos?
4. Você acha que fatores como pessoas do seu convívio, sua formação acadêmica e sua criação foram influenciadores na sua decisão de ter um negócio?
5. Você considera que começou seu negócio por vontade de ter um negócio próprio ou por motivos financeiros?
6. Você considera que na sua empresa os funcionários são autônomos e resolvem as coisas sozinhos?
7. Como você resolve os conflitos na sua empresa?
8. Você encontrou dificuldades para obter financiamento para seu negócio?
9. Você acredita que as pessoas (de um modo geral) reconhecem a importância da sua empresa? E você considera que sua empresa lhe traz realização pessoal?
10. Como foi para você criar a figura de ser a líder da sua empresa?
11. Você acredita que para a mulher a vida pessoal/ doméstica impacta a carreira empreendedora e vice-versa?
12. Você considera que sua empresa lhe permite dar possibilidade de igualdade financeira e social, tanto para você quanto para seus funcionários, mais do que se fosse uma empresa gerenciada por um homem?
13. Você acredita que programas de incentivo ao empreendedorismo (como financeiro, de educação, ou outros) são relevantes?
14. Você já participou de algum programa de incentivo ao empreendedorismo?
15. Quais são as maiores dificuldades que você teve (ou tem) para a sobrevivência da sua empresa?
16. Você acredita que o governo deve mudar as políticas públicas para impulsionar o empreendedorismo? Se sim, como?

PERFIL SOCIOECONÔMICO

17. Qual a sua função na empresa? _____

18.Quanto tempo de atividade a empresa possui? _____

19.Qual é a atividade principal da empresa? _____

20.Quantas pessoas estão na equipe da empresa? _____

21. Idade: _____

22. Grau de escolaridade:

() Fundamental completo () Médio completo () Superior incompleto ()

Superior completo () Pós graduação completa () Mestrado completo ()

Doutorado completo

23. Estado civil: () Solteira () Com cônjuge/ companheiro(a)

24.Porte da empresa: () MEI () Microempresa () Empresa de pequeno porte

APÊNDICE B – TERMO DE ACEITE DE ENTREVISTA**TERMO DE ACEITE DE PESQUISA**

Eu, _____ portadora de CPF número _____ venho por meio de o presente documento expressar minha participação voluntária como entrevistada da pesquisa conduzida por **Marina Muniz Do Couto Soares**, CPF 116.359.264-16, discente do curso de Administração da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), pertencente do Centro Acadêmico do Agreste (CAA), Núcleo de Gestão.

Confirmo ciência dos seguintes itens:

1. A pesquisadora me informou previamente sobre pesquisa, seu tema, seus procedimentos, sua relevância para o contexto acadêmico, além de possíveis riscos e benefícios que minha participação causaria ao trabalho.
2. Todas informações que repassei serão usados com a finalidade estritamente acadêmica, de maneira que essa pesquisa não terá retorno pecuniário para a pesquisadora.
3. A pesquisadora assegurou o anonimato, tanto da minha pessoa física quanto da pessoa jurídica da qual estou ligada.
4. Fui informada que o objetivo geral da presente pesquisa é **analisar como o empreendedorismo e o empoderamento feminino influenciam o desenvolvimento socioeconômico.**

Assinatura da Respondente

_____, ____ de _____ de 2019.