



**INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE**
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

2691 - OS REFLEXOS E DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NA GRANDE BELÉM

AUTORIA

Antonio Renato Bezerra Noronha

renoronhab@yahoo.com.br

Universidade da Amazônia - UNAMA

Gilberto Coimbra dos Santos Silva

gilbertocoimbra2016@gmail.com

Faculdade Estácio - Ananindeua

Leandra Moraes Aranha

leandra_aranha@hotmail.com

Faculdade Estácio - Ananindeua

João Pedro Nunes Nunes Fidelis

pedro.fidelis16@gmail.com

Faculdade Estácio - Ananindeua

Marcelo luidy Carvalho de Athayde

marcelloathayde@gmail.com

Faculdade Estácio - Ananindeua

RESUMO

As mulheres expressam diversos movimentos de sucesso, inclusive no mundo dos negócios. São pessoas encorajadas que não desistem e que na maioria das vezes atuam com maestria na tomada de decisões. Embora, as estatísticas das empreendedoras do sexo feminino estejam aumentando, mas, empreender não é uma tarefa tão fácil assim. Esse estudo tem como objetivo principal identificar os maiores desafios enfrentados pelas empreendedoras no planejamento e gestão dos negócios. Além disso, identificar como as mesmas superam os seus desafios enfrentados na região metropolitana de Belém. A pesquisa foi realizada em duas etapas, primeiramente realizou-se a revisão da literatura

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

sobre o tema em pesquisa e posteriormente, aplicou-se um questionário através de um survey para as empreendedoras entrevistadas. Dentre os principais desafios do empreendedorismo são a falta de qualificação, ausência de crédito, as diversas horas destinadas com serviços domésticos e a informalidade das suas atividades que limitam e restringem o seu crescimento. A busca em empreender por necessidade se obtém através da independência financeira, liberdade e da realização pessoal e profissional.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino, gestão; desafios, pequenos negócios.

Eixo Temático 5: Estratégia e Gestão de operações Sustentáveis.

1. INTRODUÇÃO

O Brasil está entre os dez países mais empreendedores do mundo. De acordo com os pesquisadores do Gem (2019) os números estão aumentando nos últimos anos, principalmente devido à escassez de empregos formais e os efeitos da pandemia no mundo dos negócios. O principal movimento do empreendedorismo no Brasil é o por necessidade, estudos apontam que a cada dez pessoas, três tem intenção em ser dono do seu próprio negócio. No que tange ao empreendedorismo feminino estima-se que no Brasil 43% de micro e pequenas empresas são de propriedade feminina (GEM, 2019) entre os principais benefícios são a geração de emprego e renda para si e para seus familiares, melhoria na qualidade de vida, aumento no consumo e realização de sonhos pessoais e profissionais.

O cenário econômico, entre dúvidas, incertezas e ausência de emprego formal, leva a população brasileira buscar novas oportunidades de geração de renda. A exploração das oportunidades em determinado local, em função das ações incentivadas por uma necessidade pessoal, interagindo com o meio, tendo em vista a descoberta de uma oportunidade de negócio, é desenvolvida por um empreendedor (LAM; HARKER, 2015; CACCIOTTI; HAYTON, 2015). Segundo Teixeira (2021) ainda existem inúmeras

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

dificuldades para mulheres empreendedoras, dentre as principais são a dificuldade de gênero que surge como barreira no mundo dos negócios, haja vista a figura masculina ainda é um fator predominantemente no mundo dos negócios e a baixa escolaridade dificultam a gestão das micro e pequenas empresas femininas. Estudos apontam que empreender não é uma tarefa fácil, segundo Bonfim e Teixeira (2015) é necessário incentivar novas pesquisas para fortalecer as mulheres que lutam pela sobrevivência e por igualdade de direitos. Dentre as principais dificuldades na gestão destaca-se a escassez de recursos, limitando as relações comerciais com fornecedores e negócios. Para De Oliveira Rodrigues, Lopes e Dos Santos (2022) ressalta a importância de pesquisar o empreendedorismo feminino para quebra de paradigmas e incentivar novas empreendedoras aderirem ao mundo e gestão de negócios.

Assim, considerando o crescente número de empreendedoras, se faz necessário, conhecer e avaliar as novas perspectivas no que tange ao empreendedorismo feminino na Amazônia, em especial na região metropolitana de Belém, a fim, de conhecer e fortalecer o empreendedorismo na maior região geográfica do país. Sob essa perspectiva, o presente trabalho busca responder a seguinte pergunta: Quais os principais desafios do empreendedorismo feminino na região metropolitana de Belém?

Este estudo visa contribuir para compreensão dos principais desafios do empreendedorismo feminino e além disso, possibilitar um debate local e regional para valorizar e fortalecer o trabalho de inúmeras empreendedoras na região.

Ademais, os resultados dessa pesquisa, poderão também orientar outros empreendedores, a fim de alcançar resultados mais satisfatórios em seus empreendimentos, visando a sua permanência e efetividade na gestão dos negócios, visando fomentar a adesão de novas mulheres na gestão de micro e pequenas empresas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo no Brasil

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

Os empreendedores brasileiros são pessoas encorajadas, fortes e positivas que, em sua maioria, demonstram habilidade com vendas e capacidade de negociação, possuindo recursos que, através do seu próprio negócio, realizam objetivos pessoais e profissionais (BRAUM; NASSIF, 2018).

Ao analisar o comportamento do empreendedor, Dornelas (2008) relaciona que o mesmo possui a capacidade de enxergar as oportunidades, ser criativo, inovar, assim, contribuindo na circulação de renda para ter uma qualidade de vida através de seus produtos e serviços. Segundo o GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* (2018), o empreendedor brasileiro, contemporâneo corresponde em torno de 53,5 milhões de pessoas que estão envolvidas na criação de um empreendimento, consolidando novo negócio ou realizando esforços para manter um empreendimento já estabelecido. Entre milhares de empreendedores que compõe diversos negócios, cerca de aproximadamente 24% são empreendedores iniciais. Esse número pode vir a aumentar em virtude da recessão do mercado nos últimos anos. Em contrapartida, o número de empreendedores já existentes vem diminuindo em virtude da inadimplência, endividamento e falta de demanda. Diante do expressivo crescimento de empreendedores no país, surge a necessidade de conhecer as características e a figura do empreendedor. Cabe ressaltar que, na concepção de Filardi, Barros e Fischmann (2014), o empreendedor não possui estereótipo de gestão definido. Existem características que contribuem na identificação e na aprendizagem de cada um deles: liderança, conhecimento, empoderamento, determinação, inovação e habilidade de adaptação.

No Brasil, os empreendedores por necessidade são a grande maioria no país que se tornaram donos dos seus próprios negócios por ausência do emprego formal e de oportunidade para geração de emprego e de renda. Segundo a revista Gem (2019) a maioria dos empreendedores optaram por esse movimento com objetivo “para ganhar a vida porque os empregos são escassos”. Ainda, segundo a pesquisa no Brasil e nos países subdesenvolvidos, registra o maior número de empreendedores que se manifestam pela necessidade, uma vez que ofertam pouca diversidade de empregos, possuem baixa

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

escolaridade entre homens e mulheres e não demandam cursos profissionalizantes para aqueles que querem se tornar um empreendedor.

2.2 Empreendedorismo feminino

O empreendedor no geral é uma figura importante no desenvolvimento econômico de um país. Esse indivíduo ou indivíduo é que carrega o sistema de valores de uma sociedade e que influencia o comportamento dos integrantes que fazem parte do projeto e da empresa. Em outros termos, não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes empreendedores (BAGGIO; BAGGIO, 2015). O empreendedor é um indivíduo que analisa o ambiente na qual está inserido, cria ambientes e condições que estimulam a promoção de renda, emprego e melhores condições sociais, assume riscos, demonstrando grande interesse no processo de desenvolvimento econômico (ZARPELLON, 2014).

O campo de estudo do empreendedorismo feminino é relativamente novo e se reveste de muita complexidade, se destacando principalmente a relação comportamental. Para Almeida e Gomes (2011) o acentuado crescimento das empreendedoras enquanto agentes no contexto socioeconômico, é mais que um dado estatístico, é o resultado histórico de um processo evolutivo de quebra de paradigmas e preconceitos que até hoje se faz presente, sobretudo de um sentimento de liberdade (BANDEIRA, 2021).

Para Ramos (2014) é necessário ressaltar que o papel feminino no empreendedorismo brasileiro, representa um grande avanço na inclusão de mulheres como protagonistas e na luta desse grupo na conquista de papéis importantes dentro das suas comunidades, cidades e regiões. Dessa forma, estudos como Da Silva (2019) e Ramos (2014) apontam que o empreendedorismo feminino vem ganhando cada vez mais relevância para a sociedade na luta por oportunidades, superando os desafios, tornando-se uma corrente de mulheres bem-sucedidas e responsáveis pela geração de emprego e de renda e contribuindo para a renda familiar.

Para Bandeira (2021) o empreendedorismo feminino é o movimento do fortalecimento da luta por igualdade de gênero, contribuindo na participação ativa das mulheres no mercado de trabalho e tornando-as responsáveis pela geração de emprego e

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

renda de inúmeras famílias no Brasil e no Mundo. Dessa forma OLIVEIRA, et al, (2017) afirma que as mulheres possuem elementos algumas habilidades na gestão de negócios, destacando: a motivação, olhar autocrítico, visão realista, gestão de negociação, fatores importantes para ingressar na carreira de gestão. Ainda segundo Teixeira (2021) o modelo de gestão das mulheres é um fator relevante para o mundo dos negócios, haja vista, a utilização de técnicas atreladas a boa comunicação e de negociação: assim como: persuasão do cliente, relações interpessoais mais bem desenvolvidas, empatia, organização, criatividade, liderança e expertise em delegar funções dentro de uma organização e, além de priorizaram uma boa liderança na relação de negócios. A percepção de oportunidades e impulso por necessidades tem levado as mulheres a um lugar de destaque no empreendedorismo (BARBOSA, 2021).

Hoje, a mulher tem sido essencial no crescimento do país, sua participação apresenta um fortalecimento de diversidades nos agentes econômicos, contribuindo para a aceleração do crescimento econômico. (DA SILVA, DE CASTRO E DE SOUSA, 2018). A atuação das mulheres no mercado de trabalho influencia nas questões econômicas, sociais e pessoais, uma vez que a sua participação proporciona melhoria na renda familiar dos seus familiares de todos aqueles que dependem do sucesso dos seus empreendimentos, além do fator social, proporciona também, sentimento de liderança, realização e de independência daquelas que lutam pelos seus negócios a fim de terem condições dignas e melhores (TEXEIRA, 2021).

De acordo com Sayonara (2021) apesar do crescente número de mulheres atuando como empreendedoras, os homens ainda são predominantemente superiores nos números. Apesar do crescente, o empreendedorismo feminino, apresentam dificuldades na conciliação entre a vida pessoal e a gestão dos negócios. Entre as principais adversidades enfrentadas pelas mulheres brasileiras, no seu dia a dia são as inúmeras horas de dedicação com os serviços domésticos, a conciliação das horas destinadas para a família e o desestímulo de familiares e amigos em suas atividades (DA SILVA, DE CASTRO & DE SOUSA 2018).

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

De acordo com Bandeira (2020) e Bolson (2018) as mulheres vêm superando as dificuldades da gestão dos negócios com determinação e liderança, conciliando as atividades domésticas com o mundo dos negócios. Além de romper a discriminação de gênero, a mulher vem se consolidando no mercado de trabalho, contribuindo para o fortalecimento das suas atividades e na geração de novos negócios, conquistando a sua independência financeira, econômica e social (TEIXEIRA, et al. 2021).

As mulheres já ocupam cargos e tarefas que antes eram feitas por homens, causando uma alteração social, estrutural e econômica no mundo dos negócios. O papel feminino vem se tornando cada vez mais forte e consistente, elevando a autoestima de mulheres que buscam pela sobrevivência e por dias melhores (TEIXEIRA, et al. 2021). Apesar dessa realidade e das novas tendências de crescimento, segundo Bonfim (2019) e Da Silva (2018) alerta que o empreendedorismo feminino ainda tem um crescimento tímido no mercado, uma vez que as mulheres priorizam a sua qualidade de vida, sua autonomia e os laços familiares.

2.3 A teoria do Desenvolvimento Econômico: Amartya Sen

Para Sen a ideia de desenvolvimento deve ser considerada como um processo de expansão de liberdade que concerne todos os fatores que competem o desenvolvimento. Sob a ótica do desenvolvimento econômico, assim como considerando o desenvolvimento sob o prisma do bem-estar social, cabe citar que tais fatores são a saúde, habitação emprego, renda, segurança, igualdade entre gêneros, liberdade, inclusão, conhecimento, educação e respeito.

É necessário visualizar o desenvolvimento como um processo de expansão de liberdades substantivas que dirigem a atenção para os fins que o tornam importante, ao invés de restringi-lo a alguns dos meios que desempenham papel importante no processo. Para Sen (2000), a expansão da liberdade dos indivíduos deve ser o principal fim e o principal meio de desenvolvimento que, por sua vez, consiste na eliminação de privações de liberdade que limitam as escolhas e as oportunidades dos indivíduos de exercer sua condição de agente.

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

Nesta abordagem, o autor elege cinco tipos de liberdades instrumentais: liberdade política, facilidade econômica, oportunidades sociais, garantias de transparência e segurança protetora. Essas relações tendem a contribuir para que as pessoas tenham condições de viver mais livremente, mas também sob o efeito de uma complementar a outra. Para que seja considerado desenvolvimento, é necessário que se remova as principais condições de desigualdade e fontes de limitações de liberdade, ou seja: exclusão social, pobreza, ausência de serviços públicos essenciais e concentração de riqueza em poucas pessoas.

O desenvolvimento ocorre, através de uma análise integrada das atividades econômicas, sociais e políticas entre todos que compõem a sociedade, particularmente a relação interpessoal, incluindo os membros da sociedade, para que tenham as mesmas condições políticas, sociais e econômicas (SEN, 2000).

2.4 Dificuldades na gestão das suas atividades

O equilíbrio entre família e trabalho é visto como uma barreira para o sucesso de mulheres empreendedoras, mas que para algumas empreendedoras a família se torna um ponto de apoio e motivação (ARAÚJO, MESQUITA E MATOS, 2020). Percebe-se que a busca pelo ponto de equilíbrio entre as demandas conflitantes gera desgaste emocional e ou físico. Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), destacam-se, como as principais dificuldades encontradas no processo empreendedor feminino: a percepção da falta de confiança nelas depositada e o conflito pessoal, familiar e empresarial, sendo estas últimas dimensões conflitantes na vida dessas mulheres, pois concorrem por sua atenção. São apontados, ainda, aspectos relativos à gerência do negócio, sendo as questões financeiras e as de mercado as mais graves. A pesquisa realizada Gem (2019), em parceria com o SEBRAE, aponta que as mulheres tendem a se capacitar mais que os homens, no entanto, existem uma pressão cultural para que sejam responsáveis pela família e pelo lar, os dados apontam que, as mulheres dedicam-se aos cuidados domésticos aproximadamente, 73% mais horas que os homens, conseqüentemente dedicando menos horas aos negócios, cerca de 30% a menos que os homens.

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

Outro desafio que se destaca na atividade empreendedora das mulheres é a dificuldade de tomar crédito. Em um estudo feito por Barros, Palhano e Machado (2003) percebe-se que a dificuldade para obter recursos financeiros está entre as principais encontradas e, para superar esse problema, elas buscam a ajuda da família e amigos, especialmente do marido, que, na maioria dos casos, se revelou mais importante que os próprios sócios. Em adição a isso, as mulheres também apresentam dificuldades decorrentes de sua falta de experiência como empreendedoras, medo do risco financeiro e da dívida, falta de modelo e o baixo nível de assistência (Alperstedt, Ferreira & Serafim, 2014), isso porque mulheres empreendedoras iniciantes tendem a apresentar características como a aversão ao risco e pouca experiência em gestão, além de enfrentarem dificuldades para conseguir financiamentos (Araújo et al., 2020).

Além das dificuldades familiares, as mulheres enfrentam barreiras associadas com as próprias inexperiências em gestão de negócios (MACHADO, GAZOLA, FABRICIO e ANEZ, 2016). Estudo feito por Gazola, Guedes e Machado (2017) apontam a falta de qualificação, falta de autoconfiança e perfil não inovador como fatores que dificultam o desenvolvimento da atividade empreendedora. Para Santos (2020) o modelo de gestão deve ser realizado em ações que possam estimular a criatividade, mediar e gerenciar conflitos internos, gerar aprendizados e contribuir para inovação em produtos e processos.

Entre as empreendedoras iniciais, motivadas em sua maioria por necessidade, destacam-se as dificuldades enfrentadas pelas mulheres em se manter no mercado de trabalho por não encontrar soluções interessantes de ocupação e renda (SEBRAE, 2019). Barone e Zouain (2019) complementam afirmando que diante dos obstáculos em trabalhar na sua área de atuação e diante da crescente desigualdade em um ambiente de trabalho predominantemente masculino, as mulheres colocam seu conhecimento em atividades autônomas.

Dessa forma é necessário reconhecer que há desafios e conflitos no início do processo empreendedor a serem superados, vislumbrando novas oportunidades de mudança aliadas ao processo de aprender identificando uma nova forma de inovar (Teixeira, Andrade, Castro Alcântara & Oliveira, 2019). Empreender envolve informação

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

e conhecimento, aliado ao manuseio com sabedoria das novas oportunidades do mercado Schumpeter (1997).

Para Humbert e Brindley (2015) o empreendedor é quem assume grandes riscos na vida pessoal e financeira criando um negócio que geralmente mostra inovação. As mulheres exercem um papel essencial no processo de crescimento de um país, sua participação fortalece a diversidade dos agentes econômicos, em relação à motivação e reconhecimento de oportunidades importantes para a aceleração econômica (MICOZZI; LUCARELLI, 2016).

3. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa. A realização da pesquisa se dividiu em duas etapas. A primeira realizou-se um estudo sistemático da literatura sobre empreendedorismo feminino. Segundo Brizola e Fantin (2016) a revisão da literatura visa contribuir na discussão teórica, pois é o conjunto de ideias de diferentes autores sobre determinado tema e que podem concordar ou refutar sobre o tema em questão, contribuindo para discussões e regulamentações.

Para a definição da metodologia, toma-se como base a classificação de pesquisa apresentada por Farias Filho e Arruda Filho (2013). Trata-se de pesquisa com abordagem exploratória e descritiva, por meio da pesquisa de campo, obtendo informação através das micros e pequenas empresas, representadas por mulheres, a fim de entender e conhecer os principais desafios do empreendedorismo feminino na região metropolitana de Belém.

Posteriormente, foi elaborado com base nos elementos de análise roteiro de entrevistas semiestruturadas com base no referencial teórico, possuindo perguntas binárias e outras explorando os elementos teóricos extraídos do referencial pelos autores. Além dos métodos de pesquisa para a investigação de inferências válidas a partir de eventos que se encontram fora dos limites do laboratório de Robert K. Yin (2001).

A pesquisa de campo foi realizada em diferentes lugares da Grande Belém, concentrando-se em 5 grandes feiras, abrangendo as cidades de Belém, Ananindeua,

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

Benevides e Santa Izabel. As feiras visitadas pelos pesquisadores foram a do Ver-o- Peso em Belém, a feira da Cidade Nova 8 e a do Paar em Ananindeua, a feira da Matriz em Benevides e a do mercado municipal em Santa Izabel do Pará. A pesquisa de campo foi realizada no período de 14 a 24 de junho de 2022 com um tempo estimado em cada entrevista de 28 minutos.

Optou-se em selecionar empreendedoras feirantes pela acessibilidade e aproximação entre os pesquisadores. O procedimento selecionado para o instrumento de coleta de dados nesse estudo, teve como instrumento survey. Para Fink (2003) esse método agrega valor quando utilizado para obtenção de informações sobre ações, características e opiniões de um público-alvo.

A amostra é não probabilística e possuiu 129 respondentes que foram convidados voluntariamente a contribuir nessa pesquisa. No tratamento dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, proposta por Bardin (1977). Tal técnica se define como um conjunto de procedimentos de análise que visa alcançar, por meio de procedimentos sistemáticos, o conteúdo das mensagens, permitindo a inferência das informações que envolvem a comunicação, objetivando, com isto, identificar o que está sendo dito sobre determinado tema (VERGARA, 2008).

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

No que tange a idade das entrevistadas, verificou-se que a maioria das empreendedoras, tem idade entre 40 e 50 anos, representando 38,76% das entrevistadas, importante destacar que a taxa de empreendedoras, acima de 50 anos, também foi uma realidade da revista GEM (2019), ou seja, com a escassez de empregos formais e pessoas com baixa escolaridade, tem levado esse público a optarem em empreender. Além desse aspecto, a revista GEM (2019), ressalta uma hipótese é de que essas pessoas decidiram empreender como forma de complementação de renda, devido ao baixo valor das aposentadorias, ou pela ausência de outras oportunidades. Abaixo o gráfico 1 apresenta a faixa etária das empreendedoras entrevistadas.

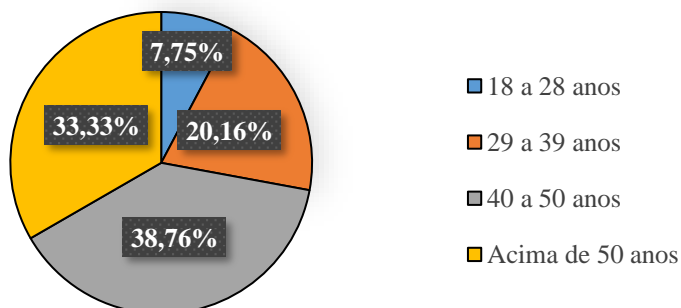
REALIZAÇÃO:



APOIO:



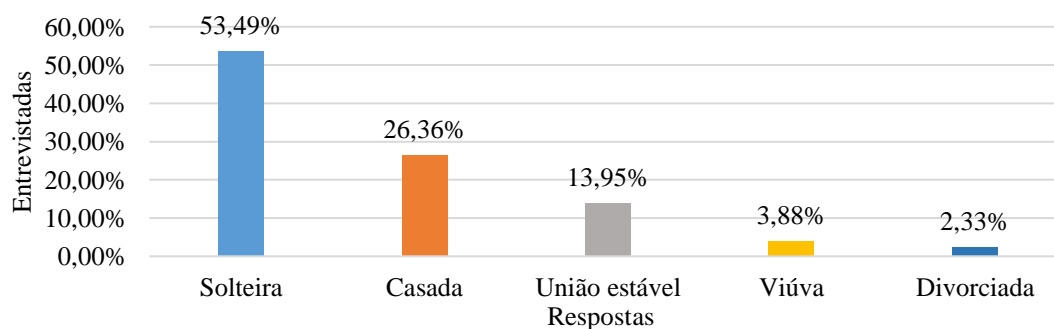
Gráfico 1 – Faixa etária idade



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

No que diz respeito ao seu estado civil, quando questionadas 53,49% das entrevistadas afirmaram ser solteiras, em segundo lugar com 26,36% se declararam como casadas e em terceiro lugar com 13,95% possuem união estável. O Gráfico 2 apresenta o estado civil das empreendedoras entrevistadas na região metropolitana de Belém.

Gráfico 2 – Estado civil

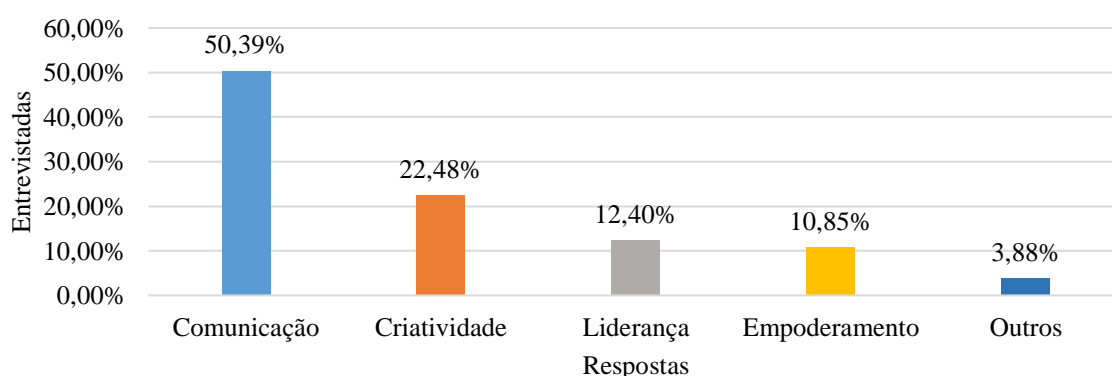


Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Ainda de acordo com a pesquisa, questionou-se junto às empreendedoras quais qualidades elas consideram fundamentais no desempenho de suas atividades, sua maioria com 50,39% responderam que a comunicação exerce um papel essencial em sua jornada por tratar-se do seu principal recurso na captação de clientes, seguido de criatividade com 22,48% uma habilidade indispensável para qualquer modelo de negócio e, posteriormente a liderança que figura o espírito feminino de superar adversidades e sobretudo,

autoconfiança e determinação. Essas características são relacionadas na visão Schumpeteriana, onde empreender é alocar oportunidades que são analisadas e direcionadas, de acordo com as suas perspectivas. Abaixo o gráfico 3 apresenta de forma sintetizada as principais competências em empreender na região metropolitana de Belém.

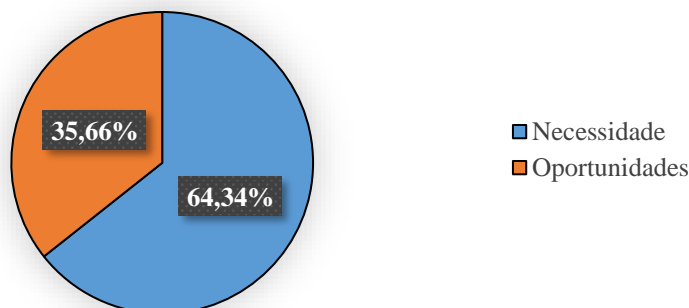
Gráfico 3 – Principais competências em empreender



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Segundo Barbosa (2021) a mulher é movida por um impulso de necessidade e oportunidade para buscar destaque no mercado, com base nas entrevistas realizadas, percebe-se que a mulher empreendedora da região metropolitana de Belém é movida principalmente por necessidade, como mostra o estudo das 129 entrevistadas, 64,34% dizem que a necessidade foi o que determinou a optar pelo empreendedorismo, enquanto 35,66% dizem que foi por oportunidade. Essa realidade encontra-se de acordo com demais pesquisas realizadas por Gem (2019) e Teixeira (2021) que enfatiza esse atual movimento baseado na ausência de empregos formais, ausência de experiências e até mesmo baixa escolaridade, vem contribuindo para o movimento empreendedor no país se fortalecer. Conforme demonstra o gráfico 4 abaixo.

Gráfico 4 – Motivos em empreender na região metropolitana de Belém

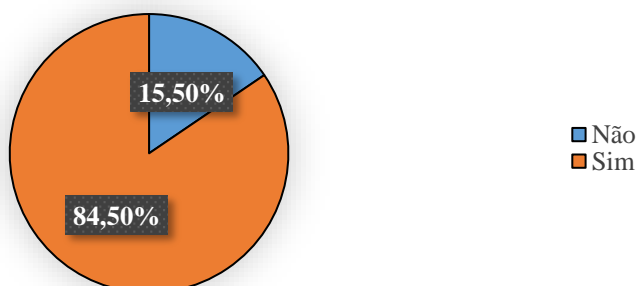


Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

A pesquisa aponta que 84,50% das empreendedoras são responsáveis pela principal fonte de renda da família, o autor Teixeira (2021), afirma que a inserção das mulheres no mercado empreendedor gera um impacto positivo na renda familiar, visto que é agora a principal provedora dos recursos financeiros de seu lar. Com essas informações essa realidade está de acordo com Bolson (2018) e Barbosa (2021) que trata a importância do trabalho feminino na geração de emprego e renda para si e dos seus familiares, contribuindo na melhoria da qualidade de vida e dessa forma, corroborando para o bem-estar social de todos aqueles que estão diretamente ligados ao mundo empreendedor feminino, conforme demonstra o gráfico 7.

Em continuidade com a pesquisa realizada, constatou-se que 84,5% das entrevistadas, tem a sua principal fonte de renda através das suas próprias atividades, conforme demonstra o gráfico 10. Essa realidade está de acordo com demais pesquisas como a Bandeira (2021) e Teixeira (2021) que enfatiza que as mulheres estão cada vez mais independentes e visam buscar uma participação ativa no mundo dos negócios e dessa forma, o sucesso desses empreendimentos ajudam a geração de renda para si e para todos aqueles diretamente ligados a vida das empreendedoras. Abaixo o gráfico 5 demonstra quase 85% da renda das empreendedoras é a principal fonte de renda das suas respectivas famílias.

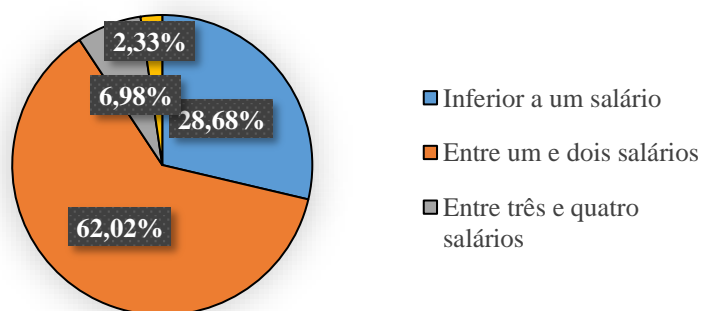
Gráfico 5 – A atividade empreendedora feminina é a principal fonte de renda dos seus lares



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Constatou-se através das entrevistas realizadas que mais de 28% das entrevistadas possuem renda inferior a um salário-mínimo, ou seja, o fator bem-estar social de inúmeras famílias entrevistadas, podem estar comprometidas, enquanto isso, 62% das entrevistas afirmaram ter renda entre um e dois salários-mínimos. Dentre vários fatores econômicos atuais, dentre o aumento da inflação sobre os alimentos, energia e combustível, pode-se entender que a renda ainda se encontra limitada, conforme demonstra o gráfico 6 abaixo.

Gráfico 6 – Renda (com base no salário-mínimo)

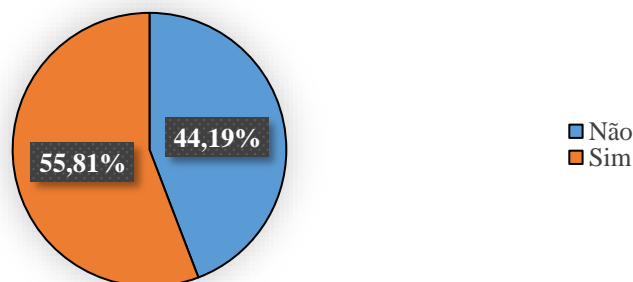


Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

De acordo com 55,8% das entrevistadas o apoio familiar foi fundamental para abrir seu negócio, conforme o gráfico 7 abaixo. Segundo Araújo, Mesquita e Matos (2020) a família e amigos podem se tornar um grande ponto de apoio e motivação para estas empreendedoras ao decidirem realizar o seu próprio negócio. Essa realidade também está de acordo por Barros, Palhano e Machado (2003), complementa afirmando que em alguns casos o apoio do marido se torna mais importante que o dos próprios sócios.

Embora, a grande maioria nessa pesquisa afirmou terem tido apoio para abrir o seu próprio negócio, essa realidade não é uma unanimidade, haja vista, quase 45% das entrevistadas terem afirmado que não receberam nenhum apoio para abrir o seu próprio negócio, conforme demonstra a pesquisa realizada GEM (2019) no Brasil. A pesquisa ressalta que o apoio não é apenas financeiramente, mas, sobretudo, afetivo, emocional inclusive ausente por parte dos companheiros, familiares e amigos de diversas empreendedoras.

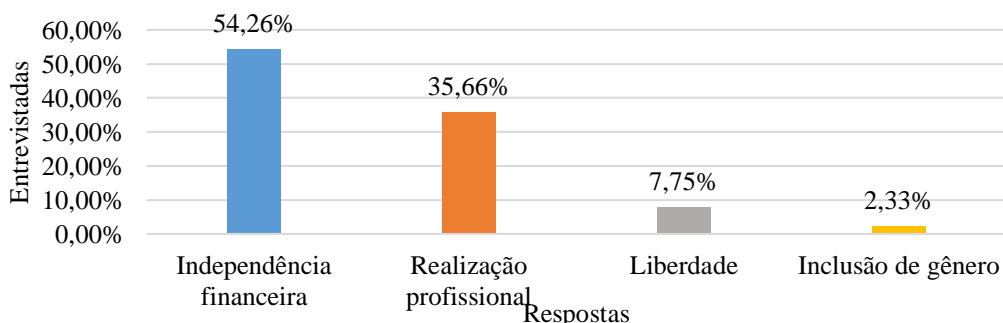
Gráfico 7 – Recebeu algum apoio familiar para abrir o seu negócio



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Para Bandeira (2020) e Bolson (2018) as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço no mercado, seja tanto através da sua independência financeira, econômica e social quanto na geração de novos negócios. Essa relação da literatura, encontra-se concatenada com a realidade desse estudo, quando questionadas sobre o que as levou a empreender, 54,26% das entrevistadas apontaram como principal fator motivacional a independência financeira, seguida da realização profissional e de liberdade. Conforme demonstra o gráfico 8.

Gráfico 8 – O que te levou a abrir o seu próprio negócio



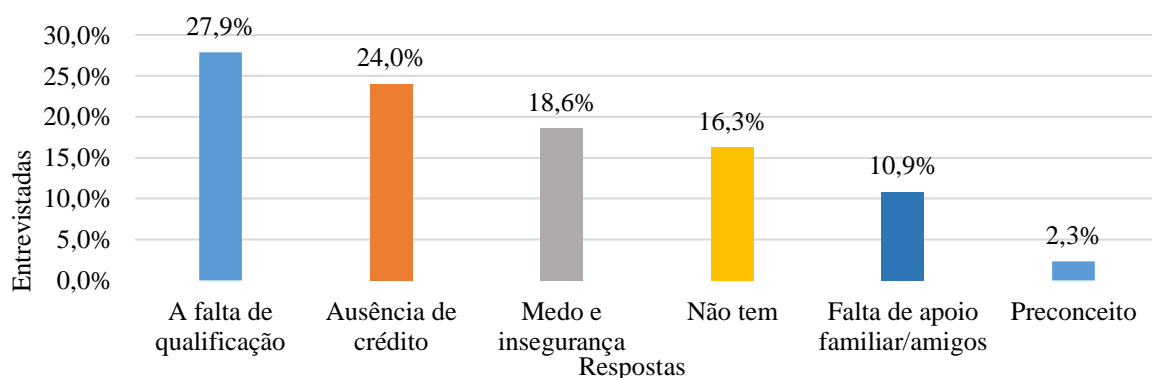
Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Essa realidade também é um fator que Amarth Sen (2000) ressalta na teoria do desenvolvimento econômico por liberdade que o desenvolvimento não está restrito apenas aos fatores quantitativos, sobretudo com o sentimento de liberdade, independência, igualdade, realização, onde todos esses fatores foram constatados na pesquisa *in loco*.

Para Barros, Palhano e Machado (2003) e Silva (2021) destacam-se, entre as principais dificuldades apresentadas pelas empreendedoras na gestão de suas atividades, a falta de qualificação profissional decorrentes de sua falta de experiência, junto com as dificuldades em tomar crédito. Fatos que corroboram com os dados levantados na pesquisa de campo, apontando a falta de qualificação profissional para 27,9% das entrevistadas como um dos principais agentes que dificultam o desenvolvimento do empreendedorismo, seguido de dificuldades em tomar crédito com 24,03%, das respostas, fundamental para alavancar e manter o crescimento do seu empreendimento. Conforme demonstra o gráfico 9. Destaca-se também como em segundo lugar com 24% afirmaram dentre as dificuldades na gestão das suas atividades a ausência de crédito. Essa realidade também se encontra de acordo por Barone e Zouain (2019) Micozzi; Lucarelli (2016) que enfatiza que a limitação de crédito dificulta e limita o crescimento de micro e pequenas empresas, assim como, é um fator de extinção de inúmeras empresas. O medo e a insegurança é um outro fator com quase 19% das entrevistadas que possuem poucas

experiências que também está atrelado com a falta de escolaridade, experiência e além de ter poucos apoios de familiares e amigos a frente dos seus próprios negócios.

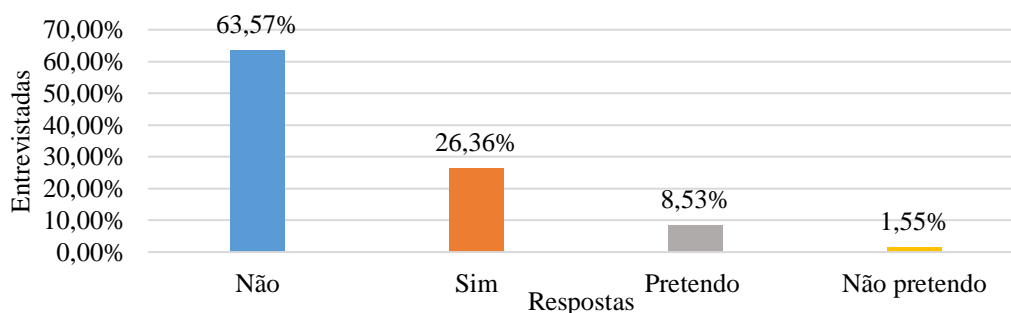
Gráfico 9 – Dentre as principais dificuldades em gerir o seu negócio



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Constatou-se que a grande maioria das micro e pequenas empresas na região metropolitana de Belém, ainda não são formalizadas, ou seja, quase 64% das entrevistadas atuam na informalidade e pouco menos de 27% possuem atividades formalizadas. Isso representa uma grande barreira de oportunidades financeiras econômicas para as empreendedoras, limitando-se desde a solicitação de financiamento e créditos e até mesmo para resguardar os direitos trabalhistas, assim como, impossibilitam a geração de empregos formais nos seus empreendimentos. Além de restringir as suas atividades, limitam o seu crescimento. Essa realidade pode influenciar diretamente a extinção as micro e pequenas atividades, conforme demonstra o Sebrae (2022). A ausência da formalização da atividade empreendedora pode acarretar inúmeras limitações para micro e pequenas empresas desde o acesso ao crédito, assim como, o futuro incerto e limitado. Abaixo o gráfico 10 apresenta os números das atividades formalizadas constatadas nessa pesquisa.

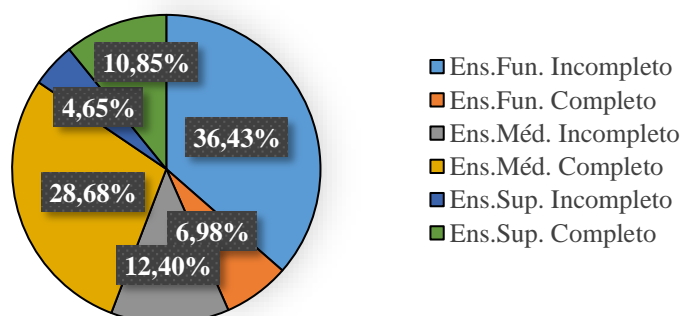
Gráfico 10 – A informalidade entre as micro empreendedoras feminina



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Nesse momento, em continuidade com as análises da pesquisa, apresenta-se o nível de escolaridade, conforme demonstra o gráfico 11. Constatou-se que aproximadamente 37% das entrevistadas possuem apenas o ensino fundamental incompleto, caracterizando as empreendedoras com baixa escolaridade, informação e com pouco conhecimento de gestão e planejamento financeiro. Em seguida com 33% as entrevistadas afirmaram que possuem o ensino médio completo e apenas 10,85% afirmaram ter ensino superior completo. Essa realidade constatada na região metropolitana de Belém está concatenada com outras pesquisas que identificaram a mesma carência por Bomfin (2019) e Da Silva (2018) e que afirmam a baixa escolaridade dificulta a criação de novas correntes empreendedoras consolidadas e determinantes no mundo dos negócios que limitam e restringem o mundo dos negócios.

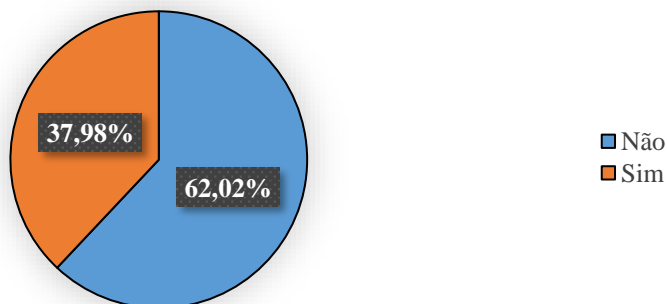
Gráfico 11 – A escolaridade entre as empreendedoras da região metropolitana de Belém



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Em continuidade com os dados da pesquisa, constatou-se que quase 40% das entrevistadas, afirmaram já ter sofrido algum tipo de discriminação de gênero e, por ser empreendedora, mulher e está à frente do seu próprio negócio, sendo inferiorizadas pelo simples fato de ser mulher, esse também é considerado um fator que desestimula e desencoraja a continuidade dos negócios e a inserção de novas mulheres no mercado de trabalho . Essa realidade corrobora por demais pesquisas como a de Bandeira (2021) e Gem (2019) que constatou que diversas mulheres foram violadas emocionalmente por apenas estarem a frente dos próprios negócios e por uma sociedade machista e ridicularizada. Por outro lado, mais de 62% das entrevistas afirmaram não terem sofrido nenhum tipo de preconceito de gênero, conforme demonstra o gráfico 12 abaixo.

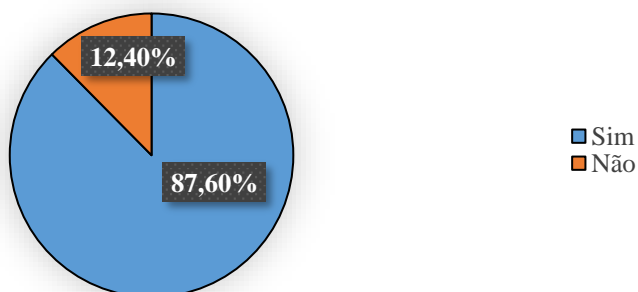
Gráfico 12 – Preconceito de Gênero



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

Além das Barreiras enfrentadas por esses empreendedores no dia a dia durante o desempenho das suas atividades, grande parte também é responsável pelos serviços domésticos, papel desempenhado por 87,60% das empreendedoras entrevistadas, conforme demonstra o gráfico 13 abaixo. Essa realidade constatada na região metropolitana de Belém, também se faz presente na literatura, enfatizado por Barone e Zouain (2019) o foco não está presente apenas nos negócios, mas também no lar e, com isso as empreendedoras em sua grande maioria possuem duplas jornadas e que inclusive impedem maior tempo com a gestão dos negócios.

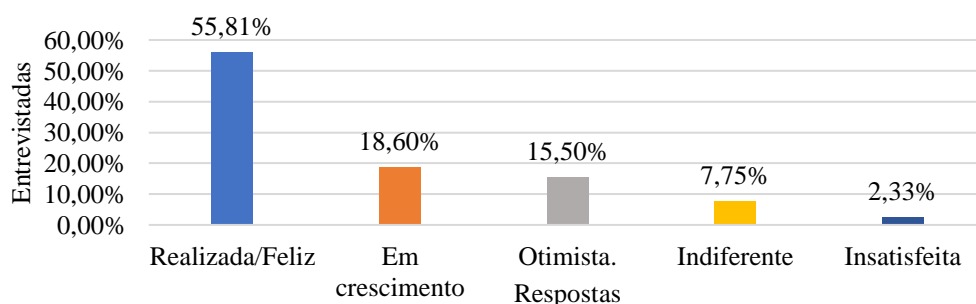
Gráfico 13 – São responsáveis pelos serviços domésticos



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

De acordo com Custodio (2011), Os empreendedores são pessoas diferenciadas que possuem motivação única, são apaixonadas pelo que fazem, querem ser o diferencial, querem ter o seu reconhecimento e serem admiradas, imitadas e referenciadas deixando o seu legado. Ainda segundo Bonfim e Teixeira (2015) as empreendedoras são felizes, lutam pela sobrevivência e não desanimam diante das dificuldades. Essas afirmações validam os dados reunidos na pesquisa de campo como mostra o gráfico abaixo 14

Gráfico 14 – O sentimento do empreendedorismo entre as entrevistadas na região metropolitana de Belém



Fonte: Realizada pelos autores, (2022).

5. CONCLUSÃO

Tendo por objetivo verificar os principais desafios do empreendedorismo na região metropolitana de Belém, constatamos a determinação de inúmeras mulheres que em sua grande maioria são mães, filhas, esposas e que diante de todas as suas adversidades, conseguem realizar a gestão das suas respectivas micros e pequenas empresas. Dentre os principais desafios do empreendedorismo feminino, destacam-se: A ausência de crédito bancário para atender aos financiamentos das suas atividades, assim como, a baixa escolaridade limita a gestão e o conhecimento das empreendedoras.

Quanto a questão de optarem em empreender, constatou-se que a grande maioria optou pelo empreendedorismo por necessidade, haja vista, a baixa escolaridade, ausência de empregos formais, a faixa etária de idade alta com ausência de experiências em carteira assinada, foram elementos identificados ao longo da pesquisa. Ficou comprovado como



INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

uma barreira na gestão de micro e pequenas empresas quanto a informalidade das suas atividades é um fator que restringe e limita o crescimento dos seus respectivos negócios, além disso, a falta de legitimidade dificulta o acesso ao crédito, financiamento e aos direitos da legislação como micro e pequeno empreendedor.

A busca pela independência financeira seja por oportunidade ou necessidade aliada a falta de incentivo e assistência por parte da família ou do governo dificulta o crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho, no entanto, conforme constatamos durante as entrevistas realizadas em campo, vimos que as empreendedoras estão sempre em busca de novas formas de aperfeiçoar e se reconstruíram desenvolvendo o seu próprio negócio, conquistando seu espaço no mercado de trabalho.

Constatou-se que as empreendedoras são mulheres determinadas, fortes, encorajadas e apaixonadas pelo que fazem, independente das dificuldades impostas a elas pela sociedade. É inegável a sua participação no desenvolvimento do país, neste sentido é de fundamental importância que a sociedade, estado e cidadãos colaborem e incentivem o empreendedorismo feminino.

Esta pesquisa limitou-se a uma análise apenas na região metropolitana de Belém e futuras pesquisas podem analisar diferentes amostras, comparando este estudo com outras regiões do país para inferir e fomentar novas pesquisas, promovendo informação e conhecimento fortalecendo os laços da ciência e do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ivana Carneiro; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; GOMES, Almiralva Ferraz. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011.

Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, 16(40), 221-234.

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

Araújo, M. K. F., Silva, R. L. S., de Mesquita, R. F., & Matos, F. R. N. (2020). May That Nothing Limit Us, May That Nothing Define Us: The Context of Women Entrepreneurs in Startups. In: Handbook of Research on Approaches to Alternative Entrepreneurship Opportunities (pp. 395-409). IGI Global.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70. (Obra original publicada em 1977).

Bandeira, L. L., Mesquita, R. F. de, Araújo, M. K. F. de, & Matos, F. R. N. (2021). As Dificuldades de Percurso das Mulheres Empreendedoras. *Revista De Gestão E Secretariado*, 12(3), 1–18. <https://doi.org/10.7769/gesec.v12i3.1213>.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BANDEIRA, Larissa Lima et al. As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras. 2021.

Barros, G. V. D., Palhano, D. Y. M., & Machado, H. V. (2003). Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. *Caderno de Administração UEM*, 11(1), 51-67.

BOMFIM, Lea Cristina Silva; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.

BOTELHO, Amaury Sílvio. **Os indicadores de desempenho e o piloto automático**. Disponível em: Acesso em: 16 jul. 2003.

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

BRAUM, L. M. S.; NASSIF, V. M. J. Estrutura intelectual da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo: Uma análise à Luz das citações. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 19, n. 3, p. 422-468, 2018.

BRIZOLA, Jairo; FANTIN, Nádia. Revisão da literatura e revisão sistemática da literatura. **Revista de Educação do Vale do Arinos-RELVA**, v. 3, n. 2, 2016.

BOLSON, Saionara Branco; DE OLIVEIRA, Líbia Maria Paiva; DO VALE, Maria Páscoa. Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 3, n. 02, p. 84-102, 2018.

CACCIOTTI, G.; HAYTON, J. C. Medo e empreendedorismo: Uma revisão e agenda de pesquisa. **International Journal of Management Reviews**, v. 17, n. 2, pág. 165-190, 2015.

DA SILVA, Pablo Marlon Medeiros et al. A resiliência no empreendedorismo feminino. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, 2019.

DA SILVA, Juliana Soares et al. Empreendedorismo feminino no Brasil: teorias, políticas e tendências. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 30-46, 2018.

DE OLIVEIRA RODRIGUES, Cinthia; LOPES, Maria Lúcia Bahia; DOS SANTOS, Marcos Antônio Souza. Empreendedorismo feminino e agricultura: uma revisão sistemática da literatura. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 3, p. e42111326741-e42111326741, 2022.

FARIAS FILHO, Milton Cordeiro; ARRUDA FILHO, Emilio J. M. Planejamento da Pesquisa Científica. São Paulo: ed. Atlas 2013.

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

FERNANDES, Djair Roberto. Uma contribuição sobre a construção de indicadores e sua importância para a gestão empresarial. **Revista da FAE**, v. 7, n. 1, 2004.

FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 20148 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 123-140, 2014.

FINK, Arlene. **O manual do inquérito**. sábio, 2003.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **GEM (2019-2020). Empreendedorismo no Brasil – GLOBAL REPORT**. 2019. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em: 03 fev. 2021.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2019). Empreendedorismo no Brasil – 2019: relatório executivo. : IBQP/SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/gem/>. Acesso em: 14 abr. 2022.

LAM, W.; HARKER, M. J. Marketing and entrepreneurship: An integrated view from the entrepreneur's perspective. **International Small Business Journal**, v. 33, n. 3, p. 321-348, 2015.

Machado, H. P. V., Gazola, S., Fabricio, J. D. S., & Anez, M. E. (2016). Women entrepreneurs: Reasons and difficulties for starting in business. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, 17(3), 15-38.

Mulheres são donas de 40% de micro e pequenas empresas no país. Acesso em: 15/07/2022 e disponível em: <https://exame.com/bussola/mulheres-sao-donas-de-quase-40-dos-micro-e-pequenos-negocios/>

REALIZAÇÃO:



APOIO:

FUNDAÇÃO AVALIADORA
DE EMPRESAS E INSTITUIÇÕES
E PROFISSIONAIS



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

RAMOS, L. MALDONADO, E.; HERNÁNDEZ, E. Comparison of women entrepreneurs profiles in Coahuila, Mexico and San Juan, Puerto Rico. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, v.9, n 2, p. 190-200, 2014.

SANTOS, Renato da Costa dos. *Gestão Empresarial: o futuro da gestão. Gestão Empresarial: teoria e prática*. 2020.

SCATENA, M. I. C. *Ferramentas para a Moderna Gestão Empresarial: teoria implementação e prática*. Curitiba: InterSaberes, 2012.

SILVA, Késia Aparecida Teixeira et al. Análise dos principais desafios enfrentados por empreendedores durante a pandemia do COVID-19: um estudo realizado na região do Barreiro em Belo Horizonte/MG. *Conecte-se! Revista Interdisciplinar de Extensão*, v. 5, n. 10, p. 84-97, 2021.

SILVA, Bruna Pires da et al. Ensaio sobre o empreendedorismo feminino: dificuldades e êxitos. 2021.

TAKASHINA, Newton Tadachi; FLORES, Mário Cesar Xavier. *Indicadores da qualidade e do desempenho: como estabelecer metas e atingir resultados*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

TEIXEIRA, Cristiane Martins et al. Empreendedorismo Feminino. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 6, n. 3, p. 151-171, 2021.

OLIVEIRA, Renata Rocha de et al. Empreendedorismo feminino no brasil e sua relação com variáveis e sociais. 2017.

VERGARA S.C. *Método de pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2008.

REALIZAÇÃO:



APOIO:





INOVAÇÃO,
DIVERSIDADE E
SUSTENTABILIDADE
07 A 10 DE NOV | 2022



UNAMA

BELÉM, 10 DE NOVEMBRO DE 2022

ZARPELLON, Sérgio Cristóvão. O empreendedorismo e a teoria econômica institucional. **Revista Iberoamericana de Ciencias Empresariales y Economía**, v. 1, n. 1, 2014.

REALIZAÇÃO:



APOIO:



GOVERNO
DO ESTADO
DO PARÁ

