

NÚCLEO DA MULHER EMPREENDEDORA DE SETE LAGOAS: um estudo sobre os impactos econômicos e sociais do empreendedorismo feminino em Sete Lagoas, MG, Brasil

TAMIRES COELHO CARVALHO¹ & KARINY CRISTINA DE SOUZA RAPOSO²

¹Graduada em Administração, tamirescoelho2222@hotmail.com

²Professora do curso de Administração, karinysraposo@gmail.com

Caderno Saberes, n. 7, 2021

RESUMO - O presente estudo teve como objetivo analisar as interações da Associação de mulheres empreendedoras “Helenas” no que tange à troca de conhecimentos, serviços e experiências entre elas e se tal conexão realmente trouxe vantagem competitiva para seus empreendimentos. O estudo também procurou verificar a respeito do impacto dessa relação no que se refere à liberdade econômica, satisfação pessoal, sensação de pertencimento, desenvolvimento de novas habilidades, geração de oportunidades, quebra de barreiras de gênero, incentivo governamental e apoio familiar. Isso, levando em consideração como era antes e depois da afiliação à Associação Helenas. Além disso, a pesquisa procurou elucidar os motivos que levaram essas mulheres a recorrerem ao empreendedorismo como forma de sustento e carreira. Percebeu-se que o apoio, troca de experiências e o grau de familiaridade que essas mulheres empreendedoras encontram entre si, trazem grandes vantagens competitivas no que diz respeito à geração de novas oportunidades de negócios, em grande parte devido ao networking proporcionado pela convivência entre elas. Além disso, a diversidade de habilidades do grupo, ajudou a proporcionar um ganho expressivo de novos conhecimentos aumentando, assim, a capacitação empresarial de cada uma ajudando a alavancar seus negócios. **Palavras-chave:** Associação Helenas. Carreira. Empreendedorismo Feminino.

INTRODUÇÃO

São diversos os tipos e motivações de associações empresariais formadas nas cidades brasileiras. Com o intuito de se fortalecer perante a malha empresarial da cidade de Sete Lagoas-MG, surgiu o núcleo de empreendedorismo Helenas, um braço da ACI (Associação Comercial de Sete Lagoas-MG) onde mulheres empresárias de diversos nichos se reúnem para trocas de experiências, networking e atividades que visam agregar valores aos seus negócios.

A criação de um negócio pode surgir através de uma oportunidade observada no mercado e/ou pela necessidade gerada por circunstâncias como desemprego, baixos níveis de capacitação e crises econômicas. Assim, ressalta Natividade (2009) que o

empreender por necessidade da parcela feminina advém da falta de oportunidades no mercado de trabalho onde sua atividade não é valorizada, o que a leva a trabalhar por conta própria. E pela necessidade da subsistência financeira e o vislumbramento da falta de oportunidades no mercado ocupacional o desenrolar dessa atividade empreendedora, muitas vezes, se dá de forma improvisada e sem planejamento causando, assim, grande informalidade (NATIVIDADE, 2009).

Segundo um relatório especial sobre empreendedorismo feminino realizado pelo Sebrae em 2018, cerca de 30% de donas de negócio, que abrange, empregadoras e trabalhadoras por conta própria, não possuem CNPJ. Além disso, observa-se que a taxa de empreendedorismo por oportunidade é

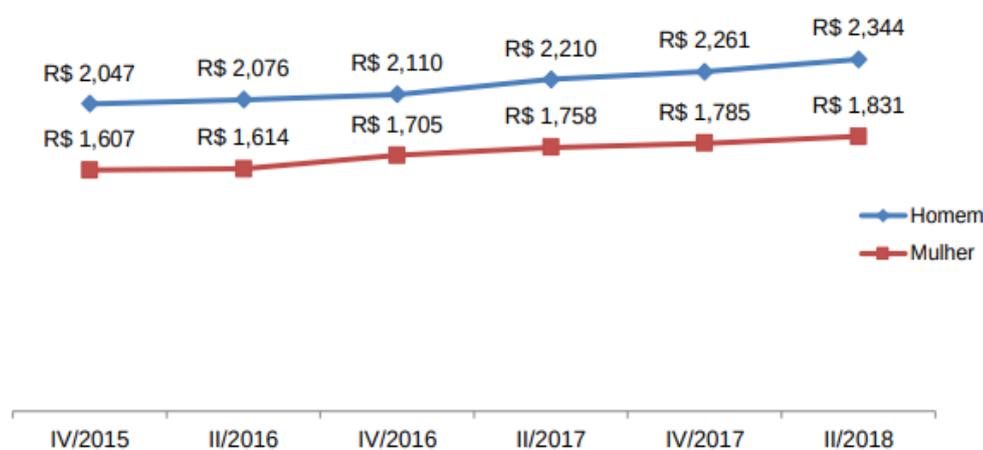
maior entre os homens (67,7%) do que entre as mulheres (55,6%), de acordo com a pesquisa GEM por gênero de 2018. Para Hisrich, Peters e Sheperd (2014), as mulheres começam a empreender mais tardiamente em relação aos homens, que iniciam suas primeiras atividades de negócios já no início dos 30 anos. Tal efeito pode ter como causa a carga de responsabilidade familiar imbuída nas mulheres. Sendo assim, desistir de seus negócios pode se tornar uma saída para algumas mulheres devido à falta de apoio familiar para conciliar suas atividades produtivas (CRAMER et al. 2012).

O estudo GEM Brasil 2018 aponta que a taxa de empreendedores estabelecidos é de 23,3% para homens e 17,2% para mulheres, demonstrando uma menor longevidade no mercado em relação aos homens. Porém, na contramão dessa

disparidade, a educação de mulheres se mostrou elevada em comparação ao nível da escolaridade masculina. Um dos maiores progressos da parcela feminina, no Brasil, nas décadas recentes foi sua fenomenal transfiguração de barreiras quanto à educação (BELTRÃO; ALVES, 2004). O alto nível de educação formal feminina repercute nas mulheres que empreendem. De acordo com o GEM Gênero 2018, dos empreendedores que possuem ensino médio completo, 49% são mulheres e 39% são homens. Enquanto entre aqueles que possuem pelo menos o superior completo, as taxas se igualam a 9%, para ambos os gêneros.

Porém, ainda que as mulheres tenham alcançado grandes façanhas quanto a sua capacitação e educação, tal êxito não se reflete nos rendimentos do seu trabalho.

GRÁFICO 1 - Rendimento mensal (S.M. convertidos em R\$)



Fonte: PNADC (2018) (Adaptado)

Nota: (*) Empregadores + Conta-Própria

Conforme se pode verificar, apesar de o rendimento mensal dos empreendedores sofrer um aumento constante, há um grande hiato da renda entre mulheres e homens, donos de negócios, em todos os anos (GRAF.1).

Além disso, o faturamento das empresas apresenta grande disparidade de

gênero ao constatarmos que nas empresas com menor faturamento, há uma maior proporção dos negócios chefiados por mulheres, enquanto nas empresas com maior faturamento, há maior participação dos negócios de empreendedores masculinos.

TABELA 1 - Faturamento entre os gêneros

Faturamento em 2018	Masculino	Feminino
Até R\$12.000,00	42,9	62,0
De R\$12.000,01 a R\$24.000,00	29,2	20,8
De R\$25.000,01 a R\$36.000,00	12,4	7,4
De R\$36.000,01 a R\$48.000,00	2,6	4,2
De R\$48.000,01 a R\$60.000,00	4,2	0,6
De R\$60.000,01 a R\$360.000,00	5,0	2,1
Acima de R\$360.000,00	0,5	0,2
Ainda não faturou	3,2	2,7

Fonte: Adaptado GEM 2016 e GEM 2018

O baixo faturamento pode estar atrelado ao grande dilema da jornada dupla enfrentada pelas mulheres, que além das atividades produtivas, ainda precisam dedicar-se ao trabalho não remunerado dentro de casa. Alves (2016) destaca que o desimpedimento dos homens em relação às obrigações de realização de tarefas domiciliares, causa desequilíbrio quanto à realização do trabalho formal a desfavor de mulheres. Dentre essas tarefas domésticas, está a criação e educação dos filhos. A falta de apoio familiar nestes casos poderia ser compensada com políticas públicas que visam dar suporte na educação e tutela de crianças para que os responsáveis possam ter a opção de dedicar-se ao trabalho remunerado. Autoras como Bruschini e Ricoldi (2009) evidenciam que, para que a conjuntura de desigualdade no mercado de trabalho entre gêneros diminua, é necessária a implementação de ações governamentais a favor de mulheres que propiciem maiores chances de equidade de gênero, assim como encarregar a divisão de tarefas domiciliares também entre os homens.

Outro fator que também pode fomentar o aumento de renda dos negócios

das mulheres é o acesso ao crédito, que pode servir de instrumento para a alavancagem dos negócios, bem como incrementar e agregar valor aos seus produtos e serviços. Porém, a acessibilidade a recursos financeiros também apresenta grande disparidade de gênero no empreendedorismo no Brasil. De acordo com o estudo “Indicadores de Crédito das Micro e Pequenas Empresas no Brasil” realizado pelo Sebrae e Banco Central em 2016, apenas 31% das empresárias tomaram crédito, contra 69% dos empresários.

Diante disso, este estudo procurou evidenciar se associações como o Helenas realmente amparam mulheres empreendedoras de forma a desenvolver seus negócios e torná-los mais atrativos para o mercado e também identificar o perfil dessas empresárias e as motivações para empreender e associar-se ao Helenas.

MATERIAL & MÉTODOS

A pesquisa foi realizada com uma abordagem qualitativa e quantitativa e buscou esmiuçar as particularidades da participação e impacto da associação

Helenas na vida das empreendedoras associadas. Foi enviado um questionário de forma online com 20 perguntas objetivas e 4 perguntas abertas para 7 informantes entre o período de outubro de 2019 e maio de 2020. Dos 7 questionários enviados, 5 foram retornados.

Também foi realizada pesquisa bibliográfica sobre o tema, principalmente em relação aos dados atuais do empreendedorismo feminino no Brasil e o progresso das mulheres em relação à educação, trabalho e família desde o final do século XIX até o século XXI.

RESULTADOS & DISCUSSÃO

A partir do questionário aplicado, primeiramente, abordou-se o perfil das mulheres que compõem o núcleo diretor da associação Helenas. Segundo a pesquisa, mais da metade (60%) das mulheres possuem mais de 45 anos de idade, apenas 20% declararam não ter filhos e quanto à educação, todas possuem pelo menos especialização completa, sendo 20% com mestrado completo. Estes dados corroboram com a situação educacional da mulher no Brasil no qual verifica-se um alto nível de escolarização também entre as empreendedoras. O desenho deste perfil também demonstra o exercício do empreendedorismo em uma idade mais tardia, o que pode ser benéfico quanto a maior liberdade para trabalhar em relação aos filhos.

E apesar das altas taxas de empreendedorismo por necessidade verificado no Brasil nos últimos anos, as empreendedoras do Helenas, em sua maioria, começaram a empreender por ter identificado uma oportunidade de negócio, ficando como a segunda opção com maior relevância (25.3%) e não por necessidade, em último grau de importância (10.7%). E somado a isso, obter satisfação pessoal e autorrealização (26.7%) foi o maior motivo para começar um empreendimento. A

pesquisa demonstra que as adversidades como crises econômicas e desemprego não foram motivações para abrir um negócio evidenciando que, ao empreender por oportunidade, tiveram o entendimento do vislumbre de uma brecha no mercado que poderia se traduzir em um negócio como fonte geradora de renda. Concomitante a isso, uma das grandes satisfações ao empreender para as mulheres do grupo é a autonomia financeira (25.3%) surgindo como a segunda opção e em primeiro lugar autorrealização e satisfação pessoal é o que traz mais contentamento na prática da atividade empreendedora.

Dessa forma, apesar de considerar seu grau de emancipação financeira como importante, a autorrealização no ato de empreender é pertinente na vida das mulheres que compõem o quadro diretivo do Helenas.

Mas a carreira como empreendedora também está atrelada à família se refletirmos sobre o que consideram como mais importante para obter sucesso como empresária que é o incentivo e apoio familiar (25.3%). Verifica-se então a importância da família na execução da atividade empreendedora.

Também foi feito um parâmetro sobre suas maiores dificuldades antes e após a entrada no Helenas. Verifica-se que antes da associação no núcleo, obter capacitação empresarial para desenvolver seu negócio (32%) era um dos maiores entraves para suas atividades, e que diminuiu consideravelmente após o ingresso no Helenas (20%). De acordo com suas especialidades educacionais e empresariais, a troca de informações e conhecimentos foi uma constante em suas interações enquanto grupo, o que pôde proporcionar suas capacitações empresariais para desenvolver seus negócios. Não obstante, a forma como elas considera que mais contribuem com o grupo, foi através dessas capacitações empresariais (30.7%). Porém, após a entrada, sua maior dificuldade foi conciliar

a carreira com a vida pessoal e familiar (26.7%), o que pode ser traduzido como um acúmulo de tarefas extras pessoais ao acrescentar as atividades do Helenas.

No entanto, as interações entre as atividades realizadas pelo Helenas, trouxe uma maior perspectiva de networking, contatos, parcerias e alianças de negócios que antes e após a entrada teve uma leve diminuição no seu grau de dificuldade de 18.7% a 16%.

Suas motivações para entrar na associação estão de acordo com os benefícios e oportunidades que obtiveram depois de participar do grupo. Buscar apoio com outras mulheres empreendedoras recebeu maior grau de importância (29%) para participarem do Helenas, e a oportunidade de contribuir e obterem colaboração de outras empresas e empreendedoras é o maior benefício que as respondentes declararam (29.3%) que obtiveram ao participar do grupo. Essa busca por apoio mútuo pode advir da semelhança encontrada entre elas, o que se percebe no perfil quase coeso das participantes.

Porém, o crescimento financeiro dos negócios das empresárias não obteve êxito causado pelo Helenas de acordo com 60% das respondentes. Mas suas interações causaram o aumento da percepção de valor das suas atividades, produtos e serviços (80%).

CONCLUSÕES

Articulando todas as considerações aqui elencadas, conclui-se que, através deste estudo, o encadeamento de informações e troca de conhecimentos entre as mulheres envolvidas no Helenas trouxe vantagens competitivas para seus negócios, agregando valor aos seus produtos e serviços, muito em consequência do alto nível de escolaridade e especialização entre elas. Essas interações também resultaram na expansão dos seus negócios através do networking

proporcionado pelas atividades do núcleo empreendedor, resultando, assim, na geração de oportunidade de negócios.

A satisfação pessoal e autorrealização ao empreender, algo em comum entre as associadas, também foi repercutido em suas interações, demonstrando que o contato entre mulheres com perfil similar, trouxe certo conforto, como demonstrado a partir da necessidade de contribuir com o grupo através de suas experiências e de aprender através das experiências profissionais de outras mulheres.

Porém, ainda após a entrada na associação é expressiva as dificuldades na conciliação das atividades empreendedoras e suas relações familiares e pessoais, assim como também há uma grande carência de apoio governamental para alavancagem de seus empreendimentos.

REFERÊNCIAS

ALVES, J. E. D. **Desafios da Equidade de Gênero no Século XXI**. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 24, n. 2, p. 629-638, jun. 2016. ISSN 1806-9584. Disponível em: Acesso em: 03 fev. 2020. doi:<https://doi.org/10.1590/%x>.

BELTRAO, K; ALVES, J. E. D. **A reversão do hiato de gênero na educação brasileira no século XX**. Cafajeste. Pesqui. São Paulo, v. 39, n.136, p. 125-156, abril de 2009. Disponível em <https://doi.org/10.1590/S0100-1574200900100007>. Acesso em 23 de abril de 2020.

BRUSCHINI, M. C. A.; RICOLDI, A. M. **Família e trabalho: difícil conciliação para mães trabalhadoras de baixa renda**. Cad. Pesqui. [online]. 2009, vol.39, n.136, pp.93-123. ISSN 0100-1574. Acesso em: 03 fev. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-15742009000100006>.

CRAMER, L. et al. **Representações femininas da ação empreendedora: uma**

análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 53-71, jul. 2012. ISSN 2316-2058. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/14>. Acesso em: 21 jan. 2020. doi:<http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v1i1.14>.

GEM. **Análise dos Resultados por Gênero** – 2018. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%0a%20Z/GEM%20%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20\(002\).pd](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%0a%20Z/GEM%20%20An%C3%A1lise%20por%20g%C3%AAnero%202018%20finalv1%20(002).pd). Acesso em 3 set. 2019.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil** – 2018: Relatório Executivo. Disponível em: <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-ExecutivoBrasil-2018-v3-web.pdf>.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. New York. NY: AMGH, 2014. 472p.

NATIVIDADE, D. R. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise.** Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231 a 256, jan. 2009. ISSN 1982-3134. Disponível em: Acesso em: 16 Out. 2019.

SEBRAE, BACEN. **Indicadores de Crédito das Micro e Pequenas Empresas (MPE) no Brasil.** 2017. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2017/04/Indic_Credi_-MPE_NOVEMBRO_FINAL_6.pdf. Acesso em: Jan. 2020.

SEBRAE. **Relatório especial: empreendedorismo feminino no Brasil.** 2019. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf. Acesso em: Jan. 2020.