



**O PERFIL E CARACTERÍSTICAS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DA
CIDADE DE SÃO CARLOS E REGIÃO**

***THE PROFILE AND CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURIAL WOMEN IN
THE CITY OF SÃO CARLOS AND REGION***

Letícia Caldas de Freitas¹

Renata Oliveira de Carvalho²

Fernando Ribeiro dos Santos³

Resumo

A mulher na sociedade atual vem ocupando espaços que, anteriormente, eram ocupados em grande parcela pela figura masculina. Diante desse contexto, o empreendedorismo feminino é um dos que mais crescem, reduzindo a desigualdade existente, mesmo diante as desvantagens e sequelas históricas. Este fenômeno com a presença feminina ganhou diferentes perspectivas e maneiras de gerenciamento. O artigo buscou identificar o perfil e características das mulheres empreendedoras na cidade de São Carlos (SP) e região. A metodologia de pesquisa deste levantamento é de origem aplicada, com abordagem quantitativa, classificada quanto aos fins como descritiva e exploratória, e quanto aos meios a partir de levantamento bibliográfico, pesquisa de campo e telematizada. A coleta de dados se deu por meio de amostra não probabilística acidental, com a aplicação do questionário estrutura disponibilizado em meio físico e virtual, estruturado e composto por perguntas fechadas e de múltipla escolha. Em campo foram respondidos 51 questionários, a análise dos dados coletados evidenciou que as principais características das mulheres empreendedoras, foram a persistência, a independência, a confiança e a exigência de qualidade, eficácia e eficiência. Já as características que possuem menos domínio estão relacionadas ao estabelecimento de metas, ao planejamento e à busca por oportunidade, ou seja, relacionadas à gestão.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Perfil Empreendedor. Características Empreendedoras.

Abstract

The woman in the current society has been covering spaces that, previously, were largely occupied by the male figure. Given this context, female entrepreneurship is one of the fastest growing, reducing existing inequality, even in the face of historical disadvantages and sequels.

¹ Tecnóloga em Processos Gerenciais pelo Instituto Federal de São Paulo, campus São Carlos/SP, leticiac.defreitas@gmail.com, ORCID 0000-0002-2150-2179, <http://lattes.cnpq.br/6644629100895578>.

² Docente do Instituto Federal de São Paulo, campus São Carlos/SP, renolicar@ifsp.edu.br, ORCID 0000-0001-8366-4408, <http://lattes.cnpq.br/0841556028114117>.

³ Docente do Instituto Federal de São Paulo, campus Cubatão/SP, fernando_rsantos@ifsp.edu.br, ORCID 0000-0002-3906-2095, <http://lattes.cnpq.br/1016795045258728>.

Freitas, L.C., Carvalho, R.O., Santos, F.R.; O Perfil E Características Das Mulheres Empreendedoras Da Cidade De São Carlos E Região. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas V.5, Nº2, p.147-164, Mai/Ago. 2020. Artigo recebido em 25/07/2020. Última versão recebida em 20/08/2020. Aprovado em 25/08/2020.

This phenomenon with the female presence has gained different perspectives and ways of management. The article sought to identify the profile and characteristics of women entrepreneurs in the city of São Carlos (SP) and region. The research methodology of this survey is of applied origin, with a quantitative approach, classified as for the purposes as descriptive and exploratory, and as for the means from bibliographic survey, field research and telematized. Data collection took place by means of an accidental non-probabilistic sample, with the application of the structure questionnaire made available in physical and virtual medium, structured and composed of closed and multiple choice questions. In the field 51 questionnaires were answered, the analysis of the collected data showed that the main characteristics of women entrepreneurs were persistence, independence, confidence and the demand for quality, effectiveness and efficiency. The characteristics that have less control are related to the establishment of goals, planning and the search for opportunities, that is, related to management.

Keywords: *Entrepreneurship. Female Entrepreneurship. Entrepreneur Profile. Entrepreneurial Characteristics.*

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um conceito fundamental para o desenvolvimento econômico de um país, pois tem uma função importante na criação, no crescimento e na prosperidade de nações e regiões (DOLABELA, 2008; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Para Chiavenato (2012) o empreendedor não é somente o criador de novas empresas, construtor de novos negócios ou impulsionador de negócios atuais, ele é muito mais do que isso, pois proporciona a energia que move toda a economia, alavanca as mudanças e transformações, produz a dinâmica de novas ideias, cria empregos e impulsiona talentos e competências, promovendo de fato a destruição criativa defendida por Schumpeter (1949 *apud* DORNELAS, 2015).

Na região metropolitana de São Paulo, quatro em cada dez lares são chefiados por mulheres (FUNDAÇÃO SEADE, 2020 *apud* BOND, 2020). No Brasil, segundo o IPEA (2017), a proporção dos lares chefiados por mulheres passou de 22,9% em 1995 para 40,5% em 2015. Portanto a participação delas no mercado de trabalho vai além de ocupar espaços em empresas privadas, pois, considerando os últimos vinte anos das pesquisas divulgadas pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), é possível notar uma participação crescente das mulheres no empreendedorismo (IBQP, 2020).

O GEM é um estudo anualmente realizado por todo o mundo e no Brasil ocorre em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), que avalia o comportamento das variáveis relacionadas ao empreendedorismo e aponta que no ano de 2019 a participação de mulheres empreendedoras em estágio inicial é praticamente a mesma que de

homens, representando 26 milhões (23,1%) e 29 milhões (23,5%), respectivamente. A situação não se repete quando se considera os empreendedores estabelecidos, em que a presença masculina é maior em 4,5 pontos percentuais (IBQP, 2020).

Empreendedores iniciais ou novos são os proprietários de um novo negócio que possuem até 3,5 anos, já os estabelecidos são os proprietários de negócios consolidados que operaram há mais de 3,5 anos (IBQP, 2020).

É interessante destacar que as mulheres empreendedoras possuem uma média de um ano a mais de estudo que os homens (IBQP, 2020), esse dado é interessante quando lembramos que somente a partir 1876 as mulheres puderam ingressar em instituições de ensino superior (MOTTA, 2014).

Miranda (2006) aponta que a mulher na sociedade atual é essencial, pois além de desempenhar atividades profissionais, segue sendo a principal responsável pelas tarefas de casa e cuidado com os filhos. Pois, as empreendedoras buscam conciliar sua profissão com o lar, e muitas aproveitam das oportunidades trazidas pela internet, tanto para promover seu trabalho como para criar *e-commerce* por meio de redes sociais, *blogs*, vídeos, *marketplace* e lojas *online*. A chamada “dupla jornada” faz com que as mulheres desempenhem uma jornada total média de 53,6 horas, 7,5 horas a mais que os a média dos homens (IPEA, 2017).

O empreendedorismo para a mulher não visa somente o aumento da renda familiar ou tornar a atividade como fonte principal de renda, mas também, promove o empoderamento e autonomia feminina por meio de ações que as fortalecem e desenvolve a equidade de gênero, o que não muda somente a realidade da empreendedora, mas da sociedade como um todo, que ao despertar sentimento de poder colaborativo, se torna mais inclusiva e inovadora. (SEBRAE, 2019; FIA, 2020).

O empoderamento de acordo com Batliwala (1994) são ações de assertividade individual até a resistência, protesto e mobilizações coletivas, que indagam as bases das relações de poder. Tratando-se de pessoas agindo individualmente ou em grupo, cujo, acesso aos recursos e poder são determinados por classes. O empoderamento começa, não apenas, quando as mulheres reconhecem as forças que as oprimem, mas, no sentido de mudar as relações de poder existentes (DUMINELLI; TOPANOTTI; YAMAGUCHI, 2017, p. 3).

Com isso é cada vez mais premente conhecer a notabilidade e particularidades do empreendedorismo feminino no contexto atual.

Deste modo, o presente estudo tem como **Objetivo Geral**: identificar o perfil e características das mulheres empreendedoras na cidade de São Carlos (SP) e região, que abrange as cidades de Descalvado, Analândia, Ibaté, Porto Ferreira, Santa Rita do Passa Quatro e Araraquara (IBGE, 2020).

1.1 Metodologia

Vergara (2003) classifica as pesquisas quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins essa pesquisa foi exploratória e descritiva. Quanto aos meios a pesquisa foi de campo, telematizada e bibliográfica.

Para Gil (2017) esta pesquisa classifica-se como aplicada (segundo sua finalidade), exploratória e descritiva (quanto aos seus propósitos mais gerais). Quanto aos métodos empregados, classifica-se como quantitativa e pesquisa de campo.

A coleta de dados se deu por aplicação de questionário estruturado. O universo é representado por mulheres empreendedoras da cidade de São Carlos/SP e região.

A amostra foi não probabilística acidental, uma vez que foi selecionada acidentalmente, pelo envio/convite do questionário às respondentes, tanto por meio virtual como físico. Fisicamente foram respondidos 13 questionários que foram entregues às mulheres empreendedoras do Centro de São Carlos, compreendendo geograficamente a Avenida São Carlos e as ruas Padre Teixeira, Episcopal, Treze de maio, General Ozório e Bento Carlos. Virtualmente, elaborado por meio da plataforma *Google Forms*, a amostra se deu por grupos de Facebook que tivessem relação com o tema empreendedorismo feminino ou mulher empreendedora e que fossem de São Carlos, além de convites por *Whatsapp* e *Instagram*, em que 38 respondentes foram validadas, totalizando 51 respondentes.

O questionário foi estruturado em 39 questões fechadas de múltipla escolha divididas em duas partes. As questões da Parte I compreendem o perfil sócio econômico, desafios e motivações empreendedoras. Para a Parte II do questionário foram utilizadas 22 afirmativas relacionadas ao perfil e características dos empreendedores, que poderiam ser respondidas por uma escala Likert com 5 opções, conforme a seguinte graduação: 1 = nunca, 2 = poucas vezes, 3 = muitas vezes, 4 = sempre e 5 = não sei responder, totalizando 39 questões. Essas afirmativas foram desenvolvidas por Silva (2018) e testadas em sua pesquisa.

As afirmativas da Parte II foram desenvolvidas a partir das características empreendedoras propostas por McClelland (1972 *apud* SILVA, 2018), em que o autor agrupa dez principais características dos empreendedores, que são: (1) busca de oportunidade e iniciativa; (2) persistência; (3) comprometimento; (4) exigência de qualidade e eficiência; (5) correr riscos calculados; (6) estabelecimento de metas; (7) busca de informações; (8) planejamento e monitoramento sistemáticos; (9) persuasão e redes de contato; e (10) independência e autoconfiança.

A análise da Parte II do questionário obedeceu ao critério de tabulação proposto por

Silva (2018):

- a) Foi atribuído como fora do perfil ou que não possui características empreendedoras (NP), as questões cujas afirmativas foram respondidas com as opções 1 (nunca), 2 (poucas vezes) e 5 (não sei responder), que neste caso, foi valorado com zero ponto.
- b) Foi atribuído como dentro do perfil empreendedor ou que possui características empreendedoras (P), as afirmações que tiveram respostas com as opções 3 (muitas vezes) e 4 (sempre), que neste caso, foi atribuído o valor de 1,0 ponto.

Em seguida, as questões foram agrupadas de acordo com as características empreendedoras a qual elas representavam. Dessa forma, foi possível tirar a média de pontos em cada característica de cada empreendedora, sendo considerada como possuidora da característica o resultado (R) que fosse maior que 0,5 até 1,0 ponto. E como não possuidor da característica o R que fosse menor igual a 0,5, conforme pode ser observado na Tabela 1 (SILVA, 2018).

Tabela 1: Método de avaliação

Conjunto de características empreendedoras de McClelland	Questões correspondentes			Cálculo Média (R)	Possui Característica (P)	Não possui a Característica (NP)
Busca de oportunidade e iniciativa	Q9	Q15		$(Q9+Q15)/2$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Persistência	Q5	Q14		$(Q5+Q14)/2$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Comprometimento	Q12	Q13		$(Q12+Q13)/2$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Exigência de qualidade e eficiência	Q16			Q16	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Correr riscos calculados	Q1	Q2		$(Q1+Q2)/2$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Estabelecimentos de metas	Q7	Q8	Q10	$(Q7+Q8+Q10)/3$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Busca de informações	Q20	Q21	Q22	$(Q20+Q21+Q22)/3$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Q11	Q17		$(Q11+Q17)/2$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Persuasão e redes de contato	Q18	Q19		$(Q18+Q19)/2$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$
Independência e autoconfiança	Q3	Q4	Q6	$(Q3+Q4+Q6)/3$	$R > 0,5 \leq 1,0$	$R \leq 0,5$

FONTE: Silva (2018, p. 21)

2 O EMPREENDEDORISMO FEMININO

No Brasil, em seu primeiro Código Civil de 1916, com o casamento a mulher perdia sua

capacidade civil plena, cabendo ao marido a autorização para que ela pudesse trabalhar, realizar transações financeiras e fixar residência, esta realidade foi alterada apenas em 1962, com a mudança do Estatuto da Mulher Casada, em que ganharam o direito de possuir o Cadastro de Pessoa Física (CPF). Além disso, a mulher era excluída de todo direito político, conquistando o direito do voto apenas em 1932 (BESTER, 1996; BUONICORE, 2009).

Após esse vasto período de silenciamento, embora com sequelas e escala desigual, o papel da mulher, em contexto social e econômico, vem sendo cada vez mais abrangente. Totalizando 23,8 milhões de empreendedoras no Brasil (IBQP, 2019), o empreendedorismo feminino, indiferente da nacionalidade, se difere em questão de motivação, habilidades empresariais e histórico profissional (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2019) relaciona o Brasil, entre 49 países do mundo, a sétima maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais. As áreas em que mulheres buscam empreender são variadas; brasileiras escolhem atividades econômicas relacionadas aos setores de alimentação, serviços domésticos, comércio varejistas de roupa e serviços de beleza. A participação das mulheres como empreendedoras de empresas ligadas à ciência, engenharia, matemática e tecnologia ainda é tímida (SEBRAE, 2019).

Chavatzia (2018) aponta que as diferenças entre gêneros nesse quesito, nada têm relação com a capacidade intelectual. São construções sociais que começam desde a infância, e são reforçadas na família e na escola que afastam as mulheres dessas áreas. O que resulta em produção e potencial desperdiçados.

Para Sosnowski (2019, *online*) “um dos mais importantes vetores para o empoderamento feminino é o empreendedorismo. A independência financeira, a rede de apoio, a possibilidade de trabalhar com o que gosta fortalecem a causa da mulher em todo o mundo”.

A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão (GRZYBOVSKI; BOSCARIN; MIGOTT, 2002, p.192).

Fernandes *et al.* (2016) apontam que o empreendedorismo oportunizou às mulheres o empoderamento econômico, com ampliação da renda, na independência financeira e na autovalorização.

No cenário atual brasileiro, o empreendedorismo feminino vem ganhando cada vez mais destaque. O Sebrae aderiu à *Carta dos Princípios do Empoderamento Feminino*, movimento

internacional liderado pela Organização das Nações Unidas (ONU), que é composto por políticas que buscam equidade entre homens e mulheres. Em suas sedes acontecem conferências com a agenda no foco do tema (SEBRAE, 2018).

2.1 As características das mulheres empreendedoras

McClelland (1972) foi um dos pioneiros ao buscar identificar a relação entre o empreendedorismo e o processo da estratégia do negócio. Em sua teoria, foram analisados comportamentos, ações e atitudes. E com isso, foi identificado que para possuir sucesso em seu empreendimento, o indivíduo deve utilizar de características comportamentais empreendedoras: três conjuntos de necessidades básicas, sendo elas de poder, planejamento e realização. Para o autor, o empreendedor deve possuir uma motivação diferenciada dos demais; não apenas habilidades específicas.

A fim de canalizar afeições empreendedoras e definir suas características de acordo com o seu perfil, McClelland (1972) define dez atributos comportamentais essenciais aos empreendedores, sendo eles: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; capacidade de correr riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos e; independência e autoconfiança.

Embora, as principais características entre homens e mulheres sejam as mesmas, devido à relação de gênero estruturada nesse meio, mulheres desenvolvem outras habilidades para manter seu negócio, para isso elas buscam desconstruir estereótipos limitadores sociais e culturais, a fim de alcançar autoridade e influência, para quebrar a suposta fragilidade associada à mulher (GIDDENS, 2005).

São atribuídas às mulheres algumas características naturais, como a alta capacidade de persuasão, preocupação com os clientes, colaboradores e fornecedores, essas características contribuem na forma de gerir uma empresa. Além dessas características, a sua capacidade intuitiva, sensibilidade, criatividade, senso de organização, justiça, paciência e resiliência são traços determinantes na gestão feminina em detrimento à gestão masculina (GIDDENS, 2005).

A tendência de um estilo de gestão democrática é mais comum quando um empreendimento é liderado por mulher, como traços positivos existentes no estereótipo feminino, empresas geradas por elas, buscam colaboração, trabalho em equipe e reconhecimento. Esse estilo de liderança promove a lealdade e a boa vontade da equipe. As mulheres são mais intuitivas em tomadas de decisões. (FOURNIER; SMITH, 2006)

As mulheres são destemidas, apaixonadas, dinâmicas e que querem se identificar com

seus empreendimentos, trazendo traços de sua personalidade para ele, quando isso se torna parte de sua vida, é perceptível o ensejo de encontrar sua satisfação pessoal e autonomia profissional financeira (JONATHAN, 2005).

A visão estereotipada descrita sobre características como a bondade e delicadeza feminina, são relacionadas às funções subordinadas e de apoio. Já a masculinidade é definida como controle. Essa visão abala a autoestima da mulher empreendedora, levando-a se questionar se aquele é o lugar ideal para ela. Para tentar se posicionar e possuir autoridade, a mulher gestora/empreendedora precisa ser vista como dotada de traços estereotipados como masculinos, e ainda assim, é alvo de críticas e preconceitos (FOURNIER; SMITH, 2006)

O Quadro 1 resume as características apontadas pelos autores nesta tópico, demonstrando diversos estereótipos de gênero devido ao senso comum das sociedades patriarcais, embora haja diferenças concretas e biológicas entre os dois sexos, a personalidade delas não se limita apenas a sensibilidade ou acolhimento. “É preciso buscar o equilíbrio. Conciliar força e empatia, poder de realização e capacidade de cuidar e amar.” (FURRER, 2018, *online*).

Quadro 1: Características empreendedoras femininas

GIDDENS (2005)	JONATHAN (2005)
<ul style="list-style-type: none">• Alta capacidade de persuasão;• Preocupação com os clientes, colaboradores e fornecedores;• Capacidade intuitiva;• Sensibilidade;• Criatividade;• Senso de organização;• Justiça;• Paciência;• Resiliência.	<ul style="list-style-type: none">• Destemidas;• Apaixonadas;• Dinâmicas;• Traços de personalidade.
	FOURNIER; SMITH (2006) <ul style="list-style-type: none">• Estilo de gestão democrática;• Prezam pela colaboração, trabalho em equipe e reconhecimento;• Intuitivas em tomadas de decisões.

Fonte: Elaboração própria a partir de Fournier; Smith (2009); Jonathan (2005); Giddens (2005).

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

As respondentes foram predominantemente de São Carlos (78,4%), ficando 21,6% respondentes em cidades da região, sendo elas: Araraquara (14,4%), Rio Claro (4,8%) e Ibaté (2,4%).

A coleta de dados aponta que 29,4% (15) das mulheres que responderam ao questionário possuem de 35 a 44 anos. A segunda maior parcela das mulheres 25,5% (13) está na faixa etária de 25 a 34 anos. Nota-se que a maioria das avaliadas possui entre 25 e 44 anos, destaca-se que a participação das mais jovens (18 a 24 anos) quase se equipara às mais velhas (45 a 54 anos), respectivamente, 17,6% e 19,6%.

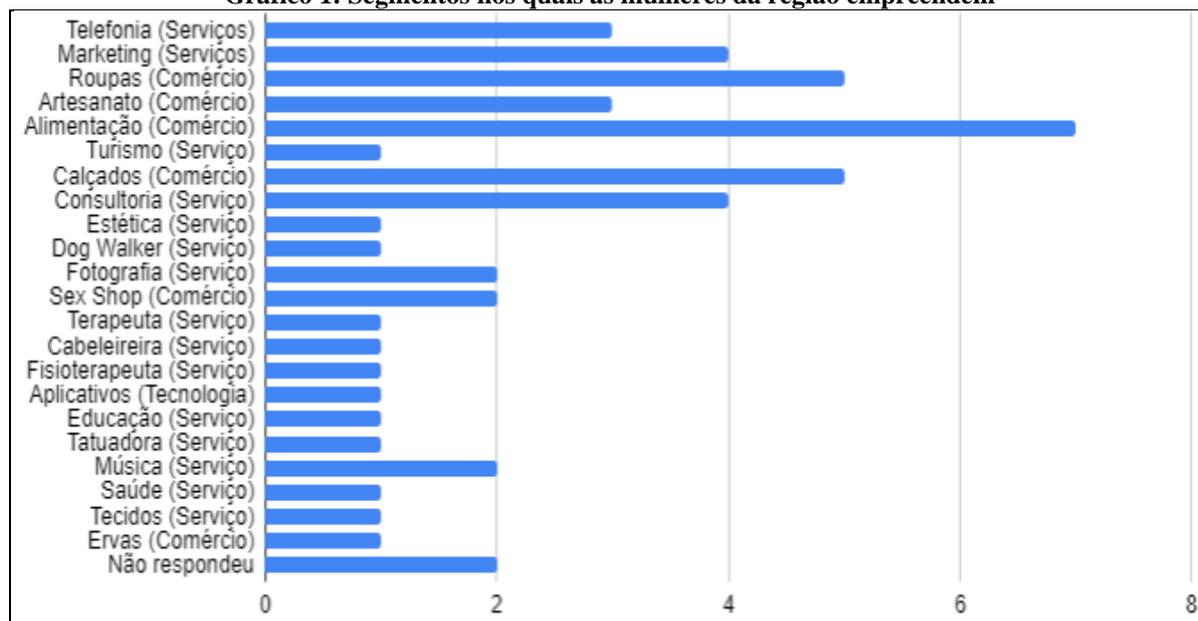
Foi possível avaliar também que mais da metade das empreendedoras, 52,9% (26) são casadas e a segunda maior porcentagem 39,2% (20) é de mulheres solteiras. São mães 56,9% (28) contra 43,1% (22) que não possuem filhos.

A escolaridade das respondentes, também foi um ponto avaliado em que 33,3% (17) possuem ensino superior, seguido de 21,6% (11) com ensino médio e 17,6% (9) com pós-graduação, ou seja, 50,9% (20) das respondentes cursaram o ensino superior, confirmando o ponto que a taxa de escolaridade das mulheres é crescente, inclusive em São Carlos e região, contrastando com a realidade brasileira na qual 51% da população com mais de 25 anos possui, no máximo, o ensino fundamental completo (IBGE, 2019).

Sobre a questão relacionada à renda gerada exclusivamente pelo empreendimento, aponta um equilíbrio entre as faixas de renda. Chama atenção que a maior faixa de renda, mais de 6 salários mínimos (s.m.), é a realidade da minoria das entrevistadas (17,6% - 8). Pela pesquisa as respondentes apresentam a maior concentração dos seus rendimentos na faixa de mais de 1 s.m. a até 3 s.m., correspondendo a 43,2% (22) das respondentes com rendimentos que variam de R\$ 998,00 a R\$ 2.994,00 (valores de 2019).

É possível identificar, de acordo com o Gráfico 1, que as respondentes estão empreendendo predominantemente na área de serviços (49,0 %) e comércio (45,1%). Essa realidade confirma o que Sebrae (2019) disse sobre a minoria das mulheres empreenderem em áreas de tecnologia, pois apenas 9,8% das respondentes estão empreendendo no setor de tecnologia e 2% na indústria.

Gráfico 1: Segmentos nos quais as mulheres da região empreendem



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Em relação aos tipos/categorias de empreendimentos que as respondentes possuem, esses dados reforçam a pesquisa do Sebrae (2019) quando aponta que as mulheres empreendem em setores próximos ao universo feminino, no caso das respondentes os destaques ficam para os setores varejistas de alimentação e moda (roupas e calçados).

Referente ao tempo de existência dos empreendimentos das respondentes, percebe-se que 35,3% (18) possuem entre 1 a 2 anos, o que as enquadram na categoria de empreendedoras iniciais de acordo com o GEM. Já 33,3% (17) possuem mais de 5 anos, sendo consideradas empreendedoras estabelecidas.

Sobre a formalização e enquadramento tributário do empreendimento, 56,9% (29) das respondentes afirmaram possuir o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e 43,1% (22) não possuem. Se enquadraram como Profissionais Autônomas 35,3%, como Microempresa 29,4%, como Microempreendedora Individual 23,5%, como Empresa de Pequeno Porte 5,9% e 5,9% não souberam responder o tipo de enquadramento tributário que seu empreendimento possui.

A maioria das empreendedoras que responderam ao questionário (46,6%) possuem empreendimentos apenas físico, seguido por 40% que possuem empreendimentos físico e virtual. No entanto, em relação à divulgação dos seus produtos/serviços, é realizada em sua grande parte por meio digital nas principais redes: *Facebook* (38,2%), *Instagram* (23,6%) e *Whatsapp* (20,9%).

Com relação à quantidade de postos de trabalho que seus empreendimentos geram,

apenas 14 empregam de 1 a 8 funcionários, ficando a maioria (35) sem possuir funcionários, ou seja, o seu empreendimento apenas gera renda para si própria, o que sugere uma validação da renda apontada pelas respondentes, que ficam entre 1 a 3 salários mínimos.

Entre os objetivos a serem identificados nesta pesquisa, a motivação empreendedora é um deles, foi interessante identificar que a maioria das respondentes (52,9%) sempre quiseram ser empreendedoras e fizeram disso uma opção de carreira, estudando o mercado e buscado uma oportunidade para empreender. A segunda maior motivação apontada por elas (23,5%) foi a dificuldade da recolocação no mercado o que as levou a empreender como alternativa e forma de sobrevivência, essa motivação se enquadra no empreendedorismo por necessidade.

A maternidade aparece como a terceira motivação mais apontada pelas respondentes, pois essas encontraram no empreendedorismo a forma ideal de conciliar a maternidade com a carreira profissional. Motivação por herança e empreendedoras que pretendem fechar seus empreendimentos, caso consigam um emprego formal, ficaram entre as motivações de menor apontamento.

Um dos pontos de investigação na pesquisa é a relação da mulher com as tarefas domésticas *versus* gestão do empreendimento, uma vez que essa situação foi evidenciada no referencial teórico. Com a pesquisa é possível verificar que o maior índice (45,1%), demonstra que as respondentes realizam tarefas domésticas quando chegam do trabalho, mas que possuem ajuda de outros moradores. E 35,3% das respondentes afirmaram que também possuem essa dupla jornada, sendo a única responsável pelas tarefas domésticas.

A principal dificuldade que as respondentes encontram por serem empreendedoras (50,8%) é o acúmulo de atividades laborais e domésticas, o que gera uma cansativa busca para conciliar sua profissão com o lar. A falta de apoio da família/sociedade (18,5%) perfoma entre o segundo maior desafio enfrentado pelas respondentes. O machismo sofrido por elas, ocupa 16,9% das respostas, e os desafios descritos em “Outros”, são compostos por: instabilidade, pré-julgamentos, impostos, preconceitos em relação a idade e a falta de cliente, com 13,8% das respostas.

Com a finalidade de investigar se as respondentes já sofreram alguma discriminação por serem mulheres e empreendedoras, foram colocadas seis opções baseadas no referencial teórico. Foi interessante que 25 respondentes afirmaram não terem sofrido nenhuma discriminação. Entretanto, 26 respondentes (51%), alegaram terem sofrido algum tipo de discriminação, sendo comentários preconceituosos o principal apontado por elas com 21,5%, e os homens os principais atores dessas discriminações (67,6%).

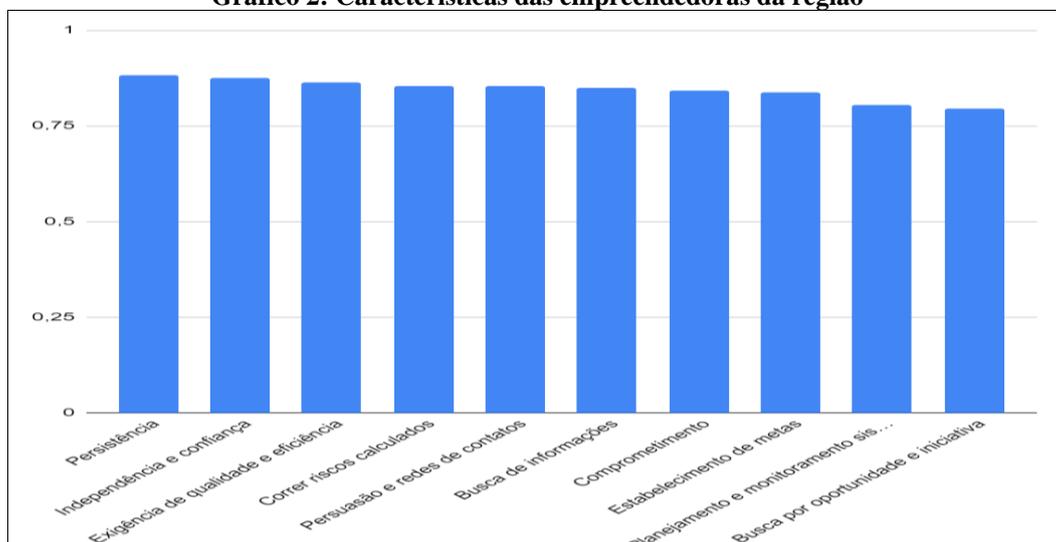
Para que fosse possível avaliar as características das 51 mulheres avaliadas, a segunda

O Perfil E Características Das Mulheres Empreendedoras Da Cidade De São Carlos E Região.

parte do questionário foi composta de 22 afirmações que foram desenvolvidas de acordo com as dez características propostas por McClelland (1972), a qual por meio da escala Likert, foram categorizadas e com base no método aplicado por Silva (2018), foram transformadas em pontuação: muitas vezes e sempre, valendo um ponto; e nunca, poucas vezes e não sei, contabilizando 0 pontos.

As características mais presentes nas empreendedoras de São Carlos e região são, em ordem classificatória: (1) Persistência, (2) Independência e confiança, (3) Exigência de qualidade e eficiência, (4) Correr riscos calculados, (5) Persuasão e redes de contatos, (6) Busca de informações, (7) Comprometimento, (8) Estabelecimento de metas, (9) Planejamento e monitoramento sistemáticos e por fim, (10) Busca por oportunidade e iniciativa, podendo ser observado no Gráfico 2.

Gráfico 2: Características das empreendedoras da região



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

A característica persistência é a mais evidenciada nas empreendedoras com um índice de 0,882352, característica de grande importância, uma vez que se faz necessário, no meio empreendedor, driblar as dificuldades e quebrar as barreiras rumo aos objetivos. Quando uma mulher se coloca nesse meio outras dificuldades são enfrentadas, além das normalmente já conhecidas de gestão de uma empresa. O acúmulo de atividades laborais e domésticas, falta de apoio da família e sociedade e o preconceito, são barreiras a serem superadas pela persistência de fazer acontecer seu sonho o seu projeto empreendedor.

Outro fator curioso é que persistência está muito relacionada ao momento em que ocorreu a coleta de dados por meio de questionário físico. A ida a campo ocorreu na data de 13/01/2020, logo após a forte chuva que causou alagamentos, inundações e perda de diversos materiais e produtos no comércio da cidade. Diante desse contexto de devastação, a persistência

foi um fator de imensurável importância para elas.

O segundo maior índice (0,875816), foi a característica de independência e confiança, que para o autor Dornelas (2015) é uma característica importante desde o planejamento do empreendimento até as tomadas de decisões no futuro com clientes, fornecedores e prestadores de serviços é necessário tomar frente às adversidades e ser confiante em suas escolhas.

A falta de apoio da família/sociedade é o segundo maior índice (18,5%), o qual demonstra os desafios de ser mulher e empreendedora. Com isso a independência e a confiança são fundamentais para o desenvolvimento da atividade empreendedora feminina. Permanecendo fiel a si mesma e possuindo voz ativa, essas mulheres conquistaram seu próprio negócio.

A terceira característica, nomeada como possuir qualidade, eficiência e eficácia (0,862745), é necessária no meio empreendedor seja nos produtos ou no atendimento aos consumidores, de modo que se possam conseguir os melhores resultados com o menor esforço, desperdício e retrabalho possível.

O ponto indicado como correr riscos previamente calculados (0,852941), é uma característica apontada por todos os autores estudados nesta pesquisa, com essa característica é que se detém prudência, cálculo de custos e observação das necessidades dos clientes antes de tomar qualquer decisão. É de suma importância para o(a) empreendedor(a) e a sociedade que os empreendimentos sejam geridos com prudência, calculando-se custos e observando as necessidades dos clientes antes de tomar qualquer decisão.

Estabelecer um *networking* (rede de contatos) e persuasão apontou um índice de 0,84967, ficando em quinto lugar. Essa característica é uma via de mão dupla, pois fornece e recebe informações e indicações valiosas, que podem melhorar seus relacionamentos com os seus clientes, fornecedores e as pessoas envolvidas com o seu empreendimento.

A característica de busca de informações, com índice de 0,84967, ocupa a sexta posição, é basilar para desenvolver o empreendedorismo na prática, manter a competitividade e implementar inovações. Segundo a OCDE (2018), as mulheres brasileiras são as que mais se matriculam em instituições de ensino, entretanto, não somente a educação formal pode acrescentar informações valiosas às empreendedoras como a participação em *workshops*, palestras, cursos, feiras, eventos acadêmicos e profissionais, conselhos de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes ou grupos de empreendedores.

O comprometimento ocupa a posição de sétimo lugar com um índice geral de 0,843137, essa como as demais virtudes é marcante em pessoas com alto nível de realização profissional, se comprometer é essencial no processo empreendedor. Acredita-se que uma das razões

justificáveis desse posicionamento baixo é o acúmulo de tarefas entre o lar e o empreendimento, não podendo se dedicar exclusivamente a este.

Com a oitava posição e um índice geral de 0,836601, o estabelecimento de metas mensuráveis é um ponto a ser melhorado entre as empreendedoras da cidade de São Carlos e região. Essa característica é fundamental para que as empresas delas tenham objetivos factíveis de serem atingidos e meios para concretizá-lo, dessa forma, será possível elas medirem o desempenho de seus empreendimentos.

Em penúltima classificação está a característica de planejamento e monitoramento sistemáticos, com índice geral de 0,80321, este aspecto é decisivo no desempenho da empresa no mercado, pois somente com estratégias e constante controle é possível realizar os ajustes nos objetivos da empresa podendo diminuir e até evitar os efeitos das adversidades em caso de crises.

Com a menor classificação, a característica de busca de oportunidade e iniciativa, com índice geral de 0,794117, é compreensível em um ambiente culturalmente dominado pelo modelo masculino. A falta de iniciativa é mais agravante na hora de tirar os planos do papel, pois nesse momento a ausência de modelos de empreendedoras, falta de apoio dos familiares e amigos, dificuldades com a autoconfiança e aceitação se tornam barreiras a serem superadas pelas empreendedoras.

Segundo os dados da pesquisa pôde-se observar que as características com menor desempenho entre as empreendedoras são relacionadas às habilidades necessárias para a gestão do empreendimento. Pois, o planejamento, estabelecimento de metas, monitoramento de desempenho, controle dos resultados e busca por oportunidades são características decisivas no desempenho do negócio e que devem ser aprimoradas pelas empreendedoras por meio de cursos e capacitações relacionados à gestão empresarial.

Individualmente, foram 11 empreendedoras que obtiveram um índice geral de 1 ponto. Pode-se dizer que elas possuem em comum, em sua maioria, a idade de 35 a 44 anos, são casadas, possuem o ensino superior completo, tem filhos, possuem renda de 6 salários mínimos, atuam na área do comércio, sendo ele físico e virtual com 3 a 5 anos no mercado. Ou seja, o privilégio do ensino superior impacta positivamente no desempenho do seu empreendimento e no desenvolvimento de suas habilidades empreendedoras.

Dentre as que obtiveram o pior desempenho individual, com 21 índices de 0,33 e 0,44 ponto, totalizando 2 empreendedoras, essas possuem em comum apenas a presença de filhos e a renda de mais de 1 e até 2 salários mínimos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

São nítidos os avanços da mulher na área de empreendedorismo brasileiro, segmento este importante para o desenvolvimento e prosperidade de todo um país, não apenas no âmbito econômico, como também no sociocultural. Uma vez que, diversos fatores históricos colocaram em desvantagem o crescimento laboral das mulheres, é de suma importância, em meio a tantos desafios, a imagem feminina como provedora de recursos e geradora de empregos. Essa imagem é essencial não somente para si, como para outras mulheres que não possuem representatividade no meio empreendedor.

O contexto especificamente estudado foi em relação ao perfil e características das mulheres empreendedoras da cidade de São Carlos e região e, de acordo com a maioria das empreendedoras que participaram da pesquisa, pode-se caracterizá-las como mulheres casadas, com filhos, com idade de 35 a 44 anos e com ensino superior.

Seus empreendimentos possuem de 1 a 5 anos, e estão no setor de serviços e comércio, em grande parte nas áreas varejistas de alimentação e moda (roupas e calçados), a maioria possui CNPJ e a renda gerada pelos seus empreendimentos variam de 1 até 3 salários mínimos mensais. A principal motivação para empreenderem foi o desejo antigo de serem empreendedoras e ver o empreendedorismo como opção de carreira. Os maiores desafios que elas enfrentam está no acúmulo de tarefas entre o lar e o empreendimento, a falta de apoio da família e sociedade e o preconceito por serem mulheres e estarem em um território dominado culturalmente por homens.

Dentre as características propostas por McClelland (1972), foi evidenciado que as empreendedoras participantes demonstraram maior desempenho em persistência, independência e confiança e exigência de qualidade e eficiência, pode-se dizer que estas características possuem traços das características empreendedoras femininas citadas por Fournier; Smith (2009); Jonathan (2005); Giddens (2005).

O pior desempenho se refere à característica de busca por oportunidade e iniciativa, acredita-se que o machismo e a falta de apoio da família e sociedade contribuem para pouca iniciativa das mulheres em empreenderem. Seguida por planejamento e monitoramento sistemático e estabelecimento de metas, sendo essas duas últimas características ligadas às habilidades de gestão empresarial.

Com isso foi possível comprovar algumas características levantadas pelos autores no decorrer da pesquisa, infelizmente pôde-se constatar que o preconceito e o machismo ainda são presentes no dia-a-dia dessas mulheres empreendedoras, que elas acabam empreendendo dentro do universo feminino e que, mesmo com escolaridade alta, seus ganhos mensais ainda são

poucos e que seus empreendimentos são típicos da categoria motivacional de necessidade, mesmo a maioria afirmando que empreenderam por opção de carreira, seus empreendimentos não permitem grandes ganhos e nem geram empregos.

REFERÊNCIAS

BATLIWALA, Srilatha. *The meaning of women's empowerment: new concepts from action*. In.: SEN, Gita; GERMAIN, Adrienne; CHEN, Lincoln C. (Eds.). **Population policies reconsidered: health, empowerment and rights**. Boston: Harvard University Press, 1994. p. 127-138.

BESTER, Gisela M. **Direitos políticos das mulheres brasileiras**: aspectos históricos da luta sufrágica e algumas conquistas políticas posteriores. 1996. 193 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas – Especialidade Direito). Centro de Ciências Jurídicas. Curso de Pós-Graduação em Direito. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1996.

BOND, Letycia. **Quatro em cada dez lares são comandados por mulheres em São Paulo**: renda em famílias chefiadas por elas chega a ser 27% menor. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-03/quatro-em-cada-dez-lares-sao-comandados-por-mulheres-em-sao-paulo>. Acesso em: 03 ago. 2020.

BUONICORE, Augusto. **As mulheres e os direitos políticos no Brasil**. Vermelho, São Paulo. 8 mar. 2009. Disponível em: <https://vermelho.org.br/coluna/as-mulheres-e-os-direitos-politicos-no-brasil/>. Acesso em: 26 jan. 2020.

CHAVATZIA, Theophania. **Decifrar o código**: educação de meninas e mulheres em ciências, tecnologia, engenharia e matemática (STEM). Brasília: UNESCO Brasil. 2018. Disponível em: https://ead2.iff.edu.br/pluginfile.php/138994/mod_resource/content/1/Decifrar%20o%20CODIGO.pdf. Acesso em: 26 jan. 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.

DUMINELLI, Meline V.; TOPANOTTI, Marina de B.; YAMAGUCHI, Cristina K. Análise dos estudos sobre o empreendedorismo e o empoderamento feminino. **Revista Contricciones a las Ciencias Sociales [online]**. jan./mar., 2017. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/cccsc/2017/01/empreendedorismo.html>. Acesso em: 07 ago. 2020.

FERNANDES, Taize S.; LOPES, Gisele S. C.; WATANABE, Melissa; YAMAGUCHI, Cristina K.; GODOI, Christiane K. Dimensões do empoderamento feminino: autonomia ou dependência. **Revista Alcance**. vol. 23, n. 3, p. 391-413, jul./set. 2016.

FIA. Fundação Instituto de Administração. **Empreendedorismo Feminino**: o que é, números e principais exemplos. 29 mai. 2020. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 05 ago. 2020.

O Perfil E Características Das Mulheres Empreendedoras Da Cidade De São Carlos E Região.

FOURNIER, Valerie; SMITH, Warren. *Scripting masculinity. Ephemera: Theory & Politics in Organization*, v. 6, n. 2, p.141-162, 2006. Disponível em: <http://www.ephemerajournal.org/contribution/scripting-masculinity>. Acesso em: 1 nov. 2019.

FUNDAÇÃO SEADE. Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados. São Paulo. Disponível em: www.seade.gov.br. Acesso em: 03 ago. 2020.

FURRER, Julia. **De quem é o feminino?** TPM, n. 175 [online.]. 20 jun. 2018. Disponível em: <https://revistatrip.uol.com.br/tpm/o-que-sao-caracteristicas-femininas-o-que-sao-caracteristicas-masculinas>. Acesso em: 9 mar. 2020.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GRZYBOVSKI, Denize; BOSCARIN, Roberta; MIGOTT, Ana M. B. **Estilo Feminino de Gestão em Empresas Familiares Gaúchas**. RAC, v. 6, n. 2, p. 185-207. maio/ago. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v6n2/v6n2a11>. Acesso em: 30 mar. 2019.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça**. 2017. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_chefia_familia.html. Acesso em: 03 ago. 2020.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Brasília: Ipea; IBGE, 2020. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-carlos/panorama>. Acesso em: 18 jan. 2020.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PNAD Contínua: 51% da população com 25 anos ou mais do Brasil possuíam no máximo o ensino fundamental completo**. IBGE, Brasil, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/18992-pnad-continua-2016-51-da-populacao-com-25-anos-ou-mais-do-brasil-possuiam-no-maximo-o-ensino-fundamental-completo>. Acesso em: 18 set. 2019.

IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **Global Entrepreneurship Monitor: Relatório executivo Brasil 2018**. [S. l.], 2019. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em: 31 mai. 2019.

IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **Global Entrepreneurship Monitor: Relatório executivo Brasil 2019**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 20 jul. 2020.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set/dez, 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-73722005000300005&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 31 mai. 2019.

MCCLELLAND, David C. **A Sociedade Competitiva: realização e progresso social**. Rio de

O Perfil E Características Das Mulheres Empreendedoras Da Cidade De São Carlos E Região.

Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MIRANDA, Liliana C. **A percepção da mulher no mercado de trabalho: Emprego, carreira ou Vocação.** 2006. 97 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia e Finanças. Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Administração e Economia, Ibmec, Rio de Janeiro, 2006.

MOTTA, Débora. **Pesquisa analisax a trajetória de inserção das mulheres no ensino superior.** (Apoio a ciência no Rio de Janeiro). FAPERJ – Fundação Carlas Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 28 ago. 2014. Disponível em: <http://www.faperj.br/?id=2748.2.6>. Acesso em: 16 fev. 2020.

OCDE. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Repensando a Garantia de Qualidade para o Ensino Superior no Brasil.** 2019. [S.l.], 2018. Disponível em: http://download.inep.gov.br/acoes_internacionais/ocde/Repensando_a_Garantia_de_Qualidade_para_o_Ensino_Superior_no_Brasil_PT.pdf. Acesso em: 31 mai. 2019.

SCHUMPETER, Joseph A. *The theory of economic development.* Cambridge, MA: Harvard University Press, 1949.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sebrae assina carta de Princípios de Empoderamento das Mulheres.** 09 ago. 2018. Brasília, DF: Agência de Sebrae de Notícias – ASN. 2018. Disponível em: <http://www.df.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/DF/sebrae-assina-carta-de-principios-de-empoderamento-das-mulheres,343fc06dcef15610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 07 ago. 2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-em-preendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 13 ago. 2019.

SILVA, Anderson Gomes da. **Perfil e características empreendedoras dos varejistas de materiais de construção civil dos bairros Jd. Ipanema e Jd. Embaré da cidade de São Carlos-SP.** 2018. 67 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Processos Gerenciais, Instituto Federal de São Paulo, São Carlos, 2018. Disponível em: <https://drive.ifsp.edu.br/s/8TaDrRw11w96yPJ#pdfviewer>. Acesso em: 23 out. 2019.

SOSNOWSKI, Alice Salvo. **Empoderamento feminino e empreendedorismo.** 15 fev. 2019. Disponível em: <https://rme.net.br/2019/02/15/empoderamento-feminino-e-empreendedorismo/>. Acesso em: 07 ago. 2020.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.