

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO RAMO DE ESTÉTICA: Um estudo
realizado na cidade de Nazarezinho -PB.

Francisca Inalina Pedroza Vieira*
Mayara Muniz de Oliveira**
Francisca Rozangêla Lopes de Sousa***

RESUMO

As oportunidades e o desenvolvimento do empreendedorismo foram um diferencial para a sociedade e crescimento do mercado, as novas implementações do empreendedorismo no universo feminino vêm com ações inovadoras e o intuito é de aperfeiçoar e agregar valor as oportunidades, sempre disposto a assumir riscos, enfrentando desafios e responsabilidades. Assim em constante crescimento, o empreendedorismo feminino é reconhecido por atender as necessidades da sociedade, buscando abrir e inovar novos negócios com objetivos a serem alcançados com sucesso, adquirindo a satisfação, a confiança e credibilidade com os seus clientes, mercado e sociedade. Sobre esta perspectiva, esta pesquisa tem como objetivo analisar as principais dificuldades encontradas para as empreendedoras da cidade de Nazarezinho/PB em criarem o seu próprio negócio, bem como as estratégias empregadas para superá-las e ainda compreender como ocorreu o desenvolvimento para a criação do empreendedorismo, procura descrever o perfil das mulheres empreendedoras da cidade e identificar as dificuldades encontradas no processo empreendedor, contudo visa responder sobre as principais problemas para as empreendedoras criarem o seu próprio negócio. A pesquisa em questão trata-se de um estudo uma abordagem qualitativa, os procedimentos podem ser mensurados em gráficos e tabelas, o objeto de estudo utilizado na pesquisa foi o descritivo, procurando descrever o perfil dos empreendedores de uma pequena cidade no sertão da Paraíba, assim foram aplicados 10 questionários aos mesmos. O surgimento de um empreendedor competitivo se dá por meio de estratégias e competências que se disponibilizam a enfrentar riscos com ousadia e estilo, traçando objetivos que diante do aparecimento de novas oportunidades capturam o melhor em busca de investimentos eficazes. As mulheres empreendedoras procuram se envolver ao máximo e serem reconhecidas pelas atividades que são propostas a fazer, mostrando ser uma ferramenta viável para o mercado.

Palavras Chave: Oportunidades, Processo Empreendedor, Dificuldades, Superação

ABSTRACT

The opportunities and the development of entrepreneurship was a difference to society and growth of the market for new entrepreneurship implementations of the female universe comes with innovative actions and in order to improve and add value opportunities, always willing to take risks, facing challenges and responsibilities. So constantly growing, female entrepreneurship and recognized for meeting the needs of society, seeking to open up and innovate new business with goals to be successfully achieved, gaining satisfaction, trust and credibility with its customers, the market and society. On this perspective, this research aims

*Administradora pela São Francisco da Paraíba – FASP. linna_pv@hotmail.com

** Administradora pela UFCG. Mestre em Administração pelo PPGA da UFPB. Professora da UERN – curso de Administração. Mayaramunizoliveira@gmail.com

*** Mestre em Sistemas Agroindustriais pela UFCG. Graduada em Administração pela UFCG. E-mail: rhozeadm@hotmail.com

to analyze the main difficulties encountered in the entrepreneurial city of Nazarezinho / PB in creating their own business as well as the strategies used to overcome them and still understand how development occurred for the creation entrepreneurship, trying to describe the profile of women entrepreneurs of the city and to identify the difficulties encountered in the entrepreneurial process, but aims to answer on the main difficulties for entrepreneurs to create their own business. The research in question it is a study a quantitative approach, the procedures can be measured in numbers, classified and analyzed using statistics, a field of study, the object of study used in the research was descriptive, trying to describe the profile entrepreneurs from a small town in the backlands of Paraíba, so were applied 10 questionnaires to the Same. The emergence of a competitive entrepreneur is through the strategies and skills to make themselves available to take risks with boldness and style, tracing goals before the emergence of new opportunities capture the best and seek effective investments. The enterprising woman seeks to involve the maximum and be recognized by the activities that are proposed to do, being a viable tool for the market.

Keywords: Opportunities, Enterprising Process, Difuculty, Overcoming

1. INTRODUÇÃO

No contexto de globalização desenvolver e implementar formas de negócios tem sido o diferencial para empreendedores, pois as alterações nas oportunidades têm exigindo maior empenho e dedicação das pessoas que pretendem montar seu próprio negócio, então nesta conjunção muitas mulheres tem se destacado pela atitude e postura perante ao mercado, gerando assim uma economia que tem proporcionado agregação de valor para o mercado brasileiro.

O significado do termo empreendedorismo, de acordo com Dolabela (2008), não se trata de um tema novo, existe desde sempre, pois se refere a toda ação inovadora do homem com o intuito de aperfeiçoar suas relações com os outros, bem como com a natureza. Assim desde sempre existiram inovação, criatividade, visão em agregar valor, identificando oportunidades e transformando conhecimentos em novos produtos.

O empreendedorismo feminino vem crescendo bastante, gerando empregos e renda nas regiões em que seus negócios estão localizados. Os empreendedores são reconhecidos como pessoas que atendem as necessidades da sociedade, pois os mesmos buscam sempre abrir os negócios de acordo com que a sociedade necessita e assim melhorar o avanço do mercado. Um dos principais motivos que as mulheres se tornam empreendedoras é procurar sua independência própria, portanto através de sua criatividade vão se desenvolvendo no mercado. Muitas dificuldades são enfrentadas, porem sempre buscam conciliar e assim vão arrumando um tempo para tudo.

De acordo com Lindo (2004) depois dos anos 70, as mulheres vêm se destacando no ramo de empreendedorismo e conquistando seu espaço nos dias atuais, pois com a delicadeza que possuem conseguem se desenvolver e identificar o que realmente o cliente está procurando no mercado. Mesmo com todas as qualidades que as mulheres têm como empreendedoras, elas ainda tendem a enfrentar muitas barreiras para conseguir a aceitação de todos que estão ao seu redor.

Todas as cidades existem pessoas empreendedoras, na cidade de Nazarezinho-PB não é diferente, por isso será analisado o perfil do empreendedor no ramo de estética feminina, onde busca analisar como anda o empreendedorismo na cidade, avaliar a qualidade do investimento e traçar o perfil das empreendedoras. Entretanto para mim como academia foi de bastante importância esse tema, pois sou uma pequena empreendedora e partir desta pesquisa criou se um conhecimento amplo na areia empreendedora.

Frente ao contexto, a questão de pesquisa do presente estudo consiste em: **Quais as principais dificuldades para as empreendedoras criarem o seu próprio negócio?** O objetivo dessa pesquisa consiste em Analisar as principais dificuldades encontradas para as empreendedoras da cidade de Nazarezinho/PB criarem o seu próprio negócio, bem como as estratégias empregadas para superá-las.

Um fato que justifica a escolha das mulheres como sujeito de pesquisa, consiste no fato das mulheres vêm se destacando cada vez mais no mercado de trabalho. Segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) entre os anos de 2001 a 2011 o número de mulheres empreendedoras aumentou 21% enquanto o número de homens empreendedores aumentou 10%. Tais dados mostram o destaque das mulheres no empreendedorismo feminino.

Estes dados comprovam que as mulheres no Brasil vêm ganhando sua independência financeira e conseguindo um espaço muito amplo no mercado de trabalho. Com a maior participação das mulheres no mercado, o campo de empreendedorismo é muito visado e vem crescendo e transformando a economia do País. O intuito deste trabalho é relevante pela contribuição que as empreendedoras trazem para cidade, voltado para o crescimento econômico e social, envolvendo sociedade e qualidade de vida.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

No início da década de 80 surgiu a importância do empreendedorismo, pois a partir dessa época começou o desenvolvimento dos comércios e com isso a economia do país foi crescendo e gerando empregos e lucros, ao tornar-se um empreendedor é preciso ser autoconfiante, é saber liderar e ter consciência dos riscos que poderão surgir. Do mesmo modo é do empreendedorismo que surge a inovação a tecnologia e a visão de crescimento “Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal” (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

Segundo Hisrich e Pters, (2004) afirmam que “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudança na estrutura do negócio e da sociedade” De forma geral vimos que não existe um conceito padrão definido para um empreendedor, porém existem características comuns entre eles que mudam de acordo com o perfil e a personalidade de cada um.

Segundo Dornelas, (2001, p. 37) “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. O autor afirma que a partir da oportunidade se cria ou se inova, com persistência para alcançar o seu objetivo. No decorrer diário dos empreendedores são encontrados vários desafios segundo o autor Luiz Antonio Bernardi afirma que esses são os objetivos que os empreendedores enfrentam.

Figura 1-Desafio Empreendedor



Fonte: Luiz Antonio Bernardi (Empreendedorismo e armadilhas comportamentais - 2015)

Estes desafios são enfrentados pelos empreendedores, pois ocorrem diariamente na vida do mesmo, desde então precisam de sabedoria para lidar com os problemas que encontram a partir do momento em que você toma a decisão de se tornar um empreendedor, diante dos desafios encontrados é preciso que exista persistência, e que não tenha medo de enfrentar os obstáculos que serão vistos no caminho dos empreendedores. Para se tornar um empreendedor é preciso que seja independente e autoconfiante e sempre saber agir de forma certa com os riscos que poderão surgir.

Os empreendedores procuram criar oportunidades, desenvolvendo meios para utilizá-las ao seu favor, eles fazem as coisas acontecerem, se antecipam aos fatos e sabem se organizar para aproveitar as oportunidades. Para Drucker (2008, p. 36) “o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade”.

Dessa forma os empreendedores são pessoas que se diferenciam das outras pois as mesmas têm o espírito inovador, são dedicadas pelo o que fazem e sempre usam da ousadia e buscam conhecimentos para solucionar os problemas encontrados, pois sempre estabelecem metas a serem cumpridas.

2.1.1 Empreendedorismo no Brasil

Com isso eles não sabiam administrar e nem como seguir sua vida de empreendedor, foi diante dessa circunstância que o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) começou a oferecer suporte e ajudar a eles.

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. (DORNELAS, 2005, p.26).

Neste sentido a ajuda destes órgãos foram de bastante relevância para o empreendedorismo, pois a partir deste contexto eles começaram a ganhar espaço e conhecimento e assim expandir o mercado inovador brasileiro. O empreendedorismo no Brasil vem crescendo e com isso o Brasil está se desenvolvendo na economia, portanto a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE) foi de 39,3%. A tabela abaixo mostra comparação entre 2014 e 2015, o aumento foi relacionado ao empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores nascentes.

TABELA 1- Estágio do Empreendedorismo

Estágio do empreendedorismo	Brasil
Empreendedores iniciais	17,2
Empreendedores nascentes	3,7
Empreendedores novos	13,8
Empreendedores estabelecidos	17,5
Taxa total de empreendedores	34,5

Fonte: GEM Brasil 2015

Dessa forma a pesquisa GEM Brasil (2015, p. 8) conclui-se que “os empreendedores nascentes e novos são respectivamente empreendedores iniciais ou estágio inicial e os empreendedores estabelecidos são administradores e proprietários de um negócio tido como consolidado ativo”

A pesquisa GEM foi realizada não apenas para os empreendedores, mas também para os especialistas que relatam as condições de empreender no Brasil. Esta pesquisa chega as seguintes conclusões:

- O empreendedorismo no Brasil está em evolução pelo incentivo ao consumo de massa, apesar do bom nível de emprego e das dificuldades.
- O prestígio e a imagem do empreendedorismo cresce juntos à população.
- Dentre as características dos empreendimentos, encontra-se:
 - a. Atividades de baixo conteúdo tecnológico;
 - b. Poucas barreiras de entrada no ramo;
 - c. Ramos com alto grau de concorrência;
 - d. Atividades exclusivamente voltadas para o mercado interno;
 - e. Empresas geridas pelo proprietário.
- Baixos percentuais de inovação em produtos e serviços.
- Baixo nível de transferência e desenvolvimento tecnológico
- Pouca experiência em lidar com trabalhadores
- Baixa perspectiva de geração de empregos nos próximos cinco anos.

Com a evolução e o desenvolvimento das empresas, o aumento do consumo gera incentivo para as cidades e aumento de emprego e renda, vindo em conjunto com um novo mecanismo a perspectiva de uma nova realidade de como desenvolver e administrar, aproveitando oportunidades e explorando diferenciais, assim o empreendedor aproveita as encontradas no novo setor com agilidade e esperteza sempre buscando agregar valor a estrutura do negócio.

Com características comuns a todos, os empreendedores têm uma forma própria de inovar e promover mudanças, elas se definem de acordo com cada indivíduo acrescentando características em comum entre eles, são visionários sabendo tomar decisões com habilidades que fazem a diferença entre a ideia de algo abstrato para torná-lo concreto, transformando em possíveis realidades novas ideias geradas de produtos que já estejam no mercado.

Os empreendedores sabem explorar ao máximo as oportunidades desejando a independência financeira social e pessoal e o controle dos passos a serem seguidos planejando cada passo do seu negócio aprendendo continuar mente a gerenciar riscos e avaliar os estímulos e chances de sucesso.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Atualmente, o papel da mulher tem sido cada vez mais destacado, pela sua forma de ganhar espaço no mundo dos negócios. A necessidade de obter independência e ter uma situação financeira estável está se tornando a cada dia mais desejado por mulheres que tem um espírito empreendedor e que desejam abrir seu próprio negócio.

Assim quebrando os paradigmas que existe quando falam que as mulheres são de um sexo frágil, mostrando no mundo dos negócios, são rápidas, eficientes e calculistas, desta forma com maior facilidade no mercado por sua resistência e tornando-se verdadeiras empreendedoras de sucesso.

O empreendedorismo vem se desenvolvendo cada dia que passa, através de estudos as empresas surgem por necessidades. O surgimento de uma empresa se dá por meio de um empreendedor, que busca enfrentar os riscos e usar a cima de tudo sua ousadia, o empreendedor vai organizando a sua empresa com seu estilo em relação as características que a empresa necessita.

Para se tornar um empreendedor é necessário que trace os objetivos que a vida enfrenta, pois diante das oportunidades que vão a aparecer é preciso agarrá-las e investir nos conhecimentos propícios. Com isso, o empreendedor é alguém que trabalhe em equipe e tenha habilidades que possa liderar e criar novas oportunidades para o mercado empreendedor é responsável pelo empreendedorismo, para gerar lucro para a organização, e valor e confiança para os clientes.

Cada dia que passa as mulheres vem se desenvolvendo no mercado. As mulheres são capazes de realizar várias tarefas ao decorrer do dia, pois é com suas habilidades que elas têm o dom de lidar com as tarefas domésticas e como também ter o seu próprio negócio.

Entretanto as mulheres antigamente viviam como prisioneiras de suas vidas, pois a mesma eram apenas sendo submissa aos seus maridos. Dessa forma Raposo e Astoni (2007) ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres em reivindicar seus direitos, então depois dessas atitudes tomadas as mulheres passaram a ter mais responsabilidade.

As mulheres começaram e se tornar importante no mundo dos negócios e com isso foi ganhando espaço e confiança, com o jeito natural de ser elas conseguem administrar usando os métodos que todo empreendedor precisa ter, diante de todas as dificuldades que passaram hoje em dia são chamadas de vitoriosas pois nunca desistiram de suas batalhas, usando a determinação lutando pelos seus direitos.

2.2.1 Perfil das Mulheres Empreendedoras

As mulheres estão entrando no mercado como empreendedoras de forma surpreendentes, conseguindo se superar a cada dia e passando por cima dos obstáculos que vão surgindo no decorrer do tempo. Atualmente as empreendedoras são grandes mulheres que sabem o que quer e que não tem medo de buscarem todos os meios possíveis para alcançar os seus objetivos, fazendo o possível para estar no mercado e oferecer o que os consumidores desejam.

As empreendedoras são muito responsáveis, isso sempre as leva a uma melhor produção na realização no seu processo de trabalho, elas procuram se envolver ao máximo para serem reconhecidas pelo seu grau de desempenho em todas as atividades que são designadas a fazer, utilizando sempre de todos os seus conhecimentos disponíveis para alcançar a satisfação de todos que estão ao seu redor (MACHADO, 1999).

As mulheres sempre foram reconhecidas por serem protetoras quando são mães, já no empreendedorismo são reconhecidas por sua essência, e por terem uma visão holística do mercado, assim a tornando um forte empreendedora, onde busca a evolução dos seus empreendimentos, sendo capaz de apresentar os benefícios que seu negócio tem para sociedade e mostrando também comprometimento com o público.

Vem aumentando a cada dia o número de mulheres que estão trabalhando fora de casa, tanto como profissionais liberais, com executivas, mudando o cenário da industrialização no qual as mulheres não precisavam de qualificações e só estavam relacionadas com o casamento e a maternidade (BAHIA, 2002).

As mulheres estão procurando serem menos dependentes e querendo ocupar mais o seu lugar no mercado, usando de suas ferramentas e disposta a enfrentar os obstáculos está sendo cada vez mais comum encontrarmos empreendedoras de sucesso no mercado.

Quando o assunto é empreender não se tem um perfil que descreva quem vai ter sucesso ou não, o sucesso está na forma que cada um vai dirigir o seu empreendimento, normalmente as mulheres se dedicam e se envolve mais com os seus funcionários e clientes assim tornando um ciclo no qual todos são reconhecidos por fazerem a imagem da sua empresa.

2.2.2 A mulher em seu ambiente de trabalho

Hoje em dia é muito importante manter o ambiente de trabalho agradável, para que todos os que se encontra na organização tenha um incentivo e o prazer de estar presente em seu trabalho, assim as mulheres vem transformando o seu ambiente de trabalho em seu lar, fazendo com que todos saibam da sua importância e mostrando que para ter bons resultados é necessário que todos façam a sua parte para que se obtenha a excelência e se adquirir o melhor reconhecimento. Segundo Dolabela (2010, p.111):

Conhecer profundamente o ambiente em que irá empreender é um ponto crucial da viagem e implica as características e necessidades de público-alvo; os concorrentes e as experiências de terceiros; o ciclo de vida do setor; as práticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, financeiros, demográficos, legais.

Pode-se perceber que é de muita importância conhecer o ambiente onde se quer empreender, pois a partir da ciência do negócio já será possível identificar se vai ser viável ou não o seu empreendimento, nota-se que ao analisar onde se quer abrir um negócio, irá conhecer também os pontos fortes e fracos dos demais concorrentes.

As mulheres têm um dom de transformar o seu ambiente de trabalho em um lar, onde todos fazem parte da mesma família e acreditam que quando se unem e ajuda uns aos outros a organização se torna um lugar melhor de se conviver.

Todos que estão presentes nesta organização ou lar, se mantem informado das possíveis decisões que serão tomadas, para que cada um possa dar a sua sugestão, sendo assim todos têm a oportunidade de participar das reuniões e de interagir com os demais membros da organização (GRZYBOVSKI *et. al.*, 2002).

2.3. DIFICULDADES E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

Atualmente as empreendedoras tendem a enfrentar dificuldades quando o assunto é conciliar família e trabalho, pois existem dificuldades que atrapalham o desenvolvimento do seu trabalho, mesmo diante das dificuldades que passam elas sempre buscam resolver todos os problemas cabíveis.

Nos últimos tempos vida profissional e a vida pessoal tornou-se um assunto de suma importância em discursos da comunidade, nos debates políticos, nas relações cotidianas e nas tomadas de decisões, pois passou a ser de extrema relevância manter o equilíbrio para que não houvesse conflitos. É notável que o assunto empreendedorismo feminino vem sendo abordado e estudado, muitos pesquisadores passaram a tentar entender como as mulheres conseguem manter o equilíbrio entre sua família e seu trabalho, sendo assim se tornou motivo de muita importância, pois não se sabe ao certo se é uma técnica ou é um dom que elas têm.

Mcgowan, Redeker, Cooper e Greenan (2012) constataram em sua pesquisa que para muitas mulheres, o prazer experimentado no gerenciamento de sua própria empresa resultante da maior liberdade e flexibilidade é temperado por descontentamento, em função das demandas de tempo entre as necessidades de equilibrar as exigências do negócio e os interesses dos filhos e outros dependentes. Assim, a realidade da experiência empreendedora feminina muitas vezes apresenta aspectos negativos e uma fonte de tensão real. As experiências negativas surgem a partir de questões como os compromissos conflitantes, sentimentos de culpa e as tensões decorrentes de seus pontos de vista e dos outros sobre o papel tradicional das mulheres na sociedade, especialmente seu papel de mãe e cuidadora principal.

O conflito entre o trabalho e a família está presente na vida de quase todas as pessoas que se submetem a trabalhar. Independentemente de serem empreendedoras ou não, quando se optam pela escolha de trabalharem já tendem a enfrentar dificuldades em conseguir conciliar o tempo disponível com a família e com trabalho. De acordo com Mcgowan, Redeker, Cooper e Greenan (2012, p. 53) “o conflito trabalho família envolve o embate entre as atividades tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, tais como o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos, e o empreendimento.

As mulheres normalmente são as mais prejudicadas e chegam a terem duas jornadas de trabalho uma no emprego e outra em casa assim passando a ter uma possível interferência e a aumentar a responsabilidade que elas adquirem (QUENTAL, 2002).

Todas as mulheres que escolhem trabalhar sabem das consequências que essas escolhas podem lhe causar, sendo assim, elas procuram encarar esse desafio usando de todos os seus conhecimentos para conseguir conciliar o trabalho e a sua família, evitando que os seus desafios e metas se tornem grandes problemas

Um ponto a ser observado é que, muitas filhas se espelham em suas mães e querem ser iguais quando crescerem, por terem suas mães como grandes guerreiras passando a ser exemplos de mulheres. Na visão de Dickson (2010, p. 9).

Como características do fenômeno das mulheres empreendedoras, por exemplo, as mulheres inicialmente aprenderam a gerir o dinheiro como gerem os seus orçamentos familiares, em que a única maneira de aumentar o dinheiro disponível ou fazer crescer a poupança é ser mais frugal. Assim, muitas cresceram em seus negócios sem empréstimos.

Sendo assim é de uma percepção muito fácil perceber que as mulheres já nascem com o dom da inteligência emocional sabendo sempre de quais métodos usarem para resolver problemas, sempre calculistas e líderes fazendo com que as pessoas se sintam motivados a executarem determinados trabalhos ao invés de se sentirem obrigados.

2.3.1 Mulheres *versus* Homens no século XXI

Atualmente as mulheres vêm conseguindo ocupar o seu espaço no mercado de trabalho. Hoje é notável que tenham a mesma capacidade e que o no mundo dos negócios as mulheres estão se saindo muito bem, expondo suas características, capacidade e competência ao entrar no mercado.

O empreendedorismo feminino tem a facilidade de se relacionar e a intensidade de se entregar ao seu trabalho é muito apreciado pelo mercado econômico, porem estar bem claro que a maior dificuldade que as mulheres tende a enfrentar é a discriminação de gênero o que torna limitante a participação feminina no mercado.

No II Plano Nacional de Políticas para as mulheres há o princípio da igualdade à diversidade que estabelece: Mulheres e homens são iguais em seus direitos e sobre este princípio se apoiam as políticas de Estado que se propõem a superar as desigualdades de gênero. A promoção da igualdade requer o respeito e atenção à diversidade cultural, étnica, racial, inserção social, de situação econômica e regional, assim como aos diferentes momentos da vida (BRASIL, 2008, p. 7).

Contudo além das dificuldades enfrentadas pelo gênero, as mulheres tiveram um crescimento significativo quando o assunto está voltado para trabalhar fora de casa, assim fazendo com que despertassem o interesse dos pesquisadores em descobrir qual o diferencial como empreendedoras e administradoras e porque tem se destacado dos seus colegas do sexo-masculino. É notável que empreendedores e empreendedoras tenham muito em comum. Contudo já está claro que apesar de terem características e personalidades semelhantes,

existem diferenças notáveis em termos de motivação, habilidades para negócios levadas para o empreendedorismo e o ponto de partida. (HISRICH; PETERS, 2004).

De acordo com Jonathan (2005) as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos. Porém as mulheres vem enfrentado grandes desafios para estarem no mercado e para conseguir a aceitação dos seus concorrentes do sexo oposto, atualmente elas mostraram ter grande competência e que independente do sexo empreender é para todos que tem ideias novas, não tem medo de desafios não se permite ficar estagnado e lutam para adquirir o reconhecimento e a credibilidade.

Margareth Rago (2004, p. 37) afirmar que:

Se a receptividade atual ao feminismo pode ser considerada resultante da invasão do mundo público pelas mulheres, ou melhor, da dissolução das fronteiras simbólicas construídas entre o público e o privado, das pressões do feminismo e da diminuição do medo que causava, assim como da própria mudança da consciência de gênero nas mulheres, pode-se notar que se deve ainda, em parte, à própria falência dos modos masculinos de organizar e gerir a vida social, num mundo marcado pela violência, pela desagregação social, pela atomização do indivíduo e por uma profunda crise nas formas da sociabilidade, incluindo-se as de gênero. Sabe-se que uma grande quantidade de mulheres, nas diferentes classes que constituem a sociedade brasileira, tornou-se chefe de família porque os maridos, companheiros e amantes desertaram, não conseguindo se ressituar interagir na nova ordem familiar descentralizada e deshierarquizada.

De acordo com o relato da autora pode se entender que nos dias atuais as mulheres tem sido induzidas há tomar posições mais firmes e ousadas, para adentra no mercado de trabalho tanto público como privado ganhando assim o seu espaço, apesar de muitos ainda olharem as mulheres como sexo frágil, elas a cada dia tem provado o contrário pois as mesma tem ganhado espaço por competência e credibilidade e como também pela habilidade de conciliação, quando muitas delas administram suas empresas e seus lares.

2.4 A ESTRATEGIA E SUPERACAO FEMININA NA CARREIRA EMPREENDEDORA

O trabalho de empreendedoras contemporâneo dissemina se em um trabalho original, retratando articulações e narrativas de superação em um mundo transitado de valores, identidade e consumo. As mulheres vêm superando os preconceitos e sempre buscando resolver as dificuldades que surgem no seu cotidiano diário, pois as mesmas sempre criam suas estratégias para conciliar a vida profissional com a vida pessoal, além disso, as mulheres buscam sempre fazer um planejamento diário.

Em um mundo de capitalismo onde sujeitos atuam com parâmetros de condutas, comportamentos e atitudes preestabelecidas por classes, o diagnostico de desenvolvimento da

mulher empreendedora produz de maneira única a realidade de diversas plataformas e interpretações da inovação, distribuindo uma nova impressão de que o consumo pode ser feito visando a atender os gostos e interesses individuais, buscando sempre a estabilidade e continuidade empresarial, pretendendo assim legitimar e alcançar um ideal de vida.

A estratégia e o planejamento são amplamente destacados na demanda de mulheres voltadas para o empreendedorismo feminino, pois diminui assim incertezas nas linhas de oportunidades do negócio, que as mesmas vêm realizando com firmeza o trajeto e o comando de novas atividades empresárias nas mais diversas áreas.

Com um caminho estratégico a ser traçado, o horizonte do empreendedorismo traz para o mundo feminino pontos a seu favor, a flexibilidade de trabalho, administrar seu próprio tempo, gerenciar a própria empresa, consignar trabalho e vida familiar e posteriormente com a sociedade em um mundo cada vez mais desenvolvido e capitalista, onde a cada momento se cria novos leques de ofertas e concorrência.

Entretanto, e de acordo com as considerações de Lazzarato (2006),

As sociedades de controle caracterizam-se assim pela multiplicação da oferta de “mundos” (de consumo, de informação, de trabalho e de lazer). Trata-se, porém, de mundos lisos, banais e formatados, porque são mundos da maioria, vazios de toda singularidade. Não se trata, de modo algum, dos mundos dos possíveis, do acontecimento. Diante desses mundos normalizados, nossa “liberdade” é exercida exclusivamente, para escolher dentre os possíveis que outros instituíram e conceberam (2006, p.101).

Concluimos então que tempos atuais e contemporâneos traz para a mulher vários dilemas, no sentido de comprovar que podemos conquistar uma vida nesse mundo real, refletindo na sociedade uma nova versão do sistema político, econômico e social, que por meios de atividades empreendedoras e produtivas geram um processo de consumo, pois caracteriza uma nova etapa da realidade feminina.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em sentido amplo, para Richardson (1989, p. 29) “(...) método em pesquisa significa a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenômenos e métodos na busca do conhecimento com formulação de hipóteses, proposição de problemas coma delimitação e seleção de instrumentos metodológicos.

A elaboração da metodologia irá definir os aspectos gerais que impulsionaram a realização da pesquisa no cenário abordado para os empreendedores femininos da cidade de Nazarezinho-PB.

3.1 ABORDAGEM DA PESQUISA

Esta pesquisa traz uma abordagem qualitativa, os procedimentos podem ser mensurados em números, classificados e analisados, utilizando estatísticas. Roesch (2010, p. 154) “argumenta-se que pesquisa qualitativa e seus métodos de coletas e análise de dados são apropriados para uma fase exploratória da pesquisa”. Assim, buscou-se na abordagem qualitativa um suporte para operacionalizar a presente pesquisa.

3.2 PROCEDIMENTO TÉCNICO

A pesquisa em questão trata-se de um estudo de campo (GIL, 2008). Estudo de campo procura o aprofundamento de uma realidade específica. É basicamente realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do ocorrem naquela. Na visão de Vergara (2015, p. 43) a “pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo” O autor completa ao enfatizar que a aplicação desse tipo de pesquisa ocorre por meio da utilização de questionário, como foi realizado nesse estudo.

3.3 OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo utilizado na pesquisa foi o descritivo, procurando descrever junto aos empreendedores da cidade. Richardson (2005), os estudos desenvolvidos de natureza descritiva podem abordar aspectos amplos da população estudada e investigar/descobrir as características de um fenômeno. Para tanto necessita considerar uma situação específica, um grupo ou indivíduo. Aqui, foram descritos aspectos relacionados ao perfil de mulheres empreendedoras, assim como ocorreu o processo de implementação do negócio e as dificuldades encontradas nessa fase. Descritos de acordo com os dados coletados na fase empírica da pesquisa.

3.4 CENÁRIOS DA PESQUISA

A pesquisa em questão trata-se de um estudo realizado na cidade de Nazarezinho no estado da Paraíba. A população desta pesquisa se constituiu de: empreendedores do ramo de

estética da cidade. A princípio foi apresentada a pesquisa, com título e objetivo geral, para conhecimento do objeto de estudo. Foram aplicados 10 questionários com os empreendedoras da cidade.

3.5 CARACTERIZAÇÕES DO AMBIENTE DE PESQUISA E POPULAÇÃO (SUJEITOS) PESQUISADA

A população ou universo da pesquisa trata-se da totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características, definidas para um determinado estudo. Já a amostra é parte da população ou do universo, que será selecionada de acordo com uma regra ou plano proposto (SILVA; MENEZES, 2001).

A população foi definida devido à quantidade de empreendedoras da cidade, após a identificação de quantos empreendimentos existe na cidade com relação ao total de clientes foi criado uma estimativa formando o tamanho da população, com um público de 3 mil clientes, com confiabilidade de 95% e uma margem de erro de 10% e uma distribuição heterogênea, e os entrevistados: ficaram 10 entrevistados.

3.6 ELABORAÇÃO E APLICAÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O instrumento de pesquisa adotados nesse ensaio foram questionários. De acordo com Vergara (2015, p. 52). “O questionário caracteriza-se por uma série de questões apresentadas ao respondente, por escrito, de forma impressa ou digital”. Seguindo o pensamento de Vergara o questionário aplicado com as mulheres empreendedoras residentes na cidade de Nazarezinho – PB, foi desenvolvido com questões fechadas e abertas.

Instrumento de investigação foi elaborado em dois campos: o primeiro respondendo ao perfil do empreendedor e o segundo perguntas do empreendimento dificuldades na criação do empreendimento. A aplicação do questionário foi feita com base em estudos qualitativos adequados a verificação da percepção do cliente e colaborador dos correspondentes. Os dados foram coletados no mês de outubro de 2016, com os empreendedores da cidade.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Esse trabalho tem como objetivo principal analisar as principais dificuldades encontradas para as empreendedoras da cidade de Nazarezinho/PB criarem o seu próprio negócio, bem como as estratégias empregadas para superá-las. Essa pesquisa obteve o alcance de dez entrevistados.

4.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

No Brasil, a mais recente edição do GEM — Global Entrepreneurship Monitor — mostra que 52,5% dos empreendedores estão na faixa entre 18 e 34 anos, enquanto 43,2% se situam entre 35 e 54. “Existe uma falsa ideia de que as empresas inovadoras surgem exclusivamente na mão dos mais jovens”, afirma Ary Plonsk, presidente da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec). A idade das empreendedoras e de 31 anos, em seguida as mulheres de 41 a 50 anos e em terceiro de 18 a 30 anos, assim não importa o momento da vida que irão começar a empreender, mais sim se estará focado a se dedicar no que realmente deseja trabalhar.

Você pode estar no auge de uma carreira construída passo a passo, confortável na posição que sempre sonhou. Ou começando a faculdade, rabiscando seus planos na última folha do caderno enquanto o professor discursa lá na frente. Pode ser ainda adolescente ou já ter dois filhos — e até mesmo netos. Não importa. Em algum momento da vida você vai querer empreender.

O empreendedor sempre buscar está ligado ao futuro não importa sua idade o que realmente se tem no pensamento, amadurecendo idéias e ligando os seus sonhos e os tornando realidade, sem medo de errar e sempre buscando inovações para entrar no mercado competitivo. A maiorias das empreendedoras responderam que são casadas após se tornarem inovadoras, buscando assim um novo mercado onde deveriam conciliar a vida familiar e o empresariado.

As empreendedoras que participaram da pesquisa foram questionadas em relação ao seu nível de escolaridade, de acordo com a Tabela 2, apenas uma respondente possui ensino fundamental completo, outras 2 possui ensino fundamental incompleto, 3 tem ensino médio completo, e apenas uma possui ensino superior completo, outras 3 ainda estão cursando.

O que pode ser observado é que as mais da metade das participantes da pesquisa (6 pessoas) possui apenas o ensino básico, no entanto não foram relatados se as mesmas enfrentam dificuldades decorrentes do nível escolar. Aqui, torna-se importante destacar que mesmo sendo as mulheres em sua maioria já casadas e donas de seu próprio negócio algumas (3 pessoas) estão cursando ensino superior.

TABELA 2 - Escolaridade do empreendedor.

Escolaridade	Nº de respondentes
--------------	--------------------

Ensino fundamental completo	1
Ensino fundamental incompleto	2
Ensino médio completo	3
Ensino médio incompleto	0
Ensino superior completo	1
Ensino superior incompleto	3
TOTAL	10

Fonte: Elaboração própria, 2016

A tabela 2 acima mostra a escolaridade das informantes em que 1 delas possui apenas ensino fundamental completo, outro ensino superior completo, já fundamental incompleto possui 2, sendo que as demais possuem 3 delas tem ensino médio completo e as outras 3 superior incompleto, hoje as mulheres são bem instruídas, estão preparadas para liderar.

As mulheres vêm superando os preconceitos e sempre buscando resolver as dificuldades que surgem no seu cotidiano diário, pois as mesmas sempre criam suas estratégias para conciliar a vida profissional com a vida pessoal, além disso, as mulheres buscam sempre fazer um planejamento diário, segundo Maximiano (2004).

Por Dickson (2010) como características do fenômeno das mulheres empreendedoras, por exemplo, as mulheres inicialmente aprenderam a gerir o dinheiro como gerem os seus orçamentos familiares, em que a única maneira de aumentar o dinheiro disponível ou fazer crescer a poupança é ser mais frugal. Assim, muitas cresceram em seus negócios sem empréstimos.

O tempo, o cotidiano do dia, as superações estão cada vez mais acelerando o dever de ser bem-sucedido financeiramente no mercado, e questões importantes de como ser um bom empreendedor estão fundamentadas nessas questões, saber conciliar o trabalho familiar e ser dedicado no que se faz, traz consigo melhorias da empresa onde estará inserida a empreendedora, contudo 100% das empreendedoras de Nazarezinho–PB se disseram engajadas nesses pontos.

TABELA 3- Quesitos apresentados no perfil do empreendedor

Quesitos apresentador no perfil do empreendedor	Sim	Não
E persistente ao resolver problemas?	10	0
Você acompanha atualidades do mercado?	10	0
Procurar ter conhecimentos dos desejos do cliente?	10	0
Existe preocupação em relação ao status?	10	0

Tem autoconfiança?	10	0
Você se sente otimista	10	0

Fonte: Elaboração própria, 2016

Na visão de Maximiano (2012, p. 312) “a pessoa que assume riscos ao começar um negócio (empresa) é um empreendedor”. O empreendedor já abre o seu negócio assumindo riscos, é a partir deles que são alcançados seus objetivos. O empreendedor já entra no negócio sabendo que poderá ou não os conquistar.

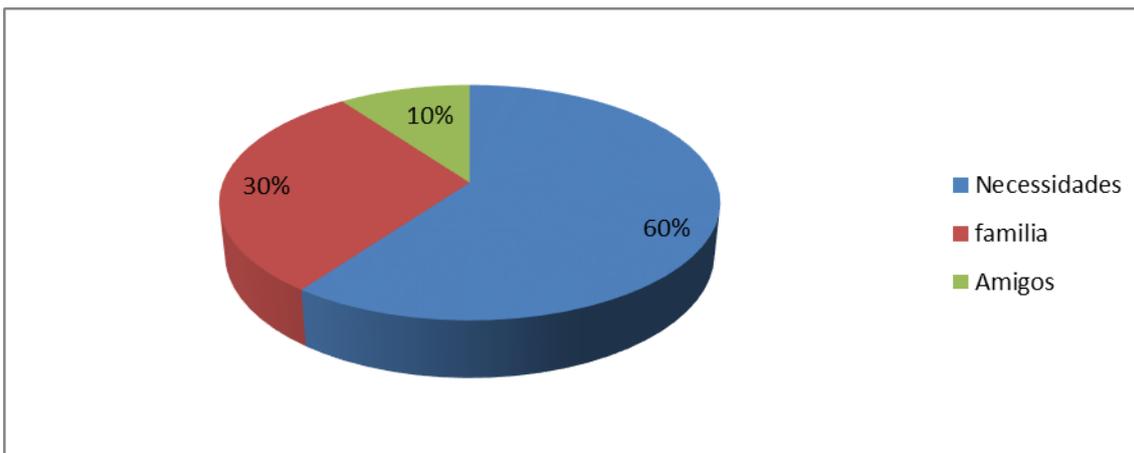
O empreendedor sempre busca aperfeiçoar seu espaço de trabalho e seus negócios com inovações e características diferenciadas, entregando a novas capacidades e competências, tendo um crescimento significativo no mercado, fazendo despertar o interesse de crescer e acompanhar-lo, procurando aumentar seus conhecimentos e auto confiança com o novo modelo de vida que está inserido, entre seis perguntas feitas as empreendedoras de Nazarezinho-PB sobre questões do cotidiano de empreendedores, os mesmos foram unânimes, ou seja 100% responderam que sim a todas as questões, mostrando que as empreendedoras da cidade estão envolvidas nos meandros do cenário do mercado local.

De acordo com Jonathan (2005) as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos. Porém as mulheres vem enfrentado grandes desafios para estarem no mercado e para conseguir a aceitação dos seus concorrentes do sexo oposto, atualmente elas mostraram ter grande competência e que independente do sexo empreender é para todos que tem ideias novas, não tem medo de desafios não se permite ficar estagnado e lutam para adquirir o reconhecimento e a credibilidade.

4.2 EMPREENDIMENTO

Mcgowan, Redeker, Cooper e Greenan (2012) constataram em sua pesquisa que para muitas mulheres, o prazer experimentado no gerenciamento de sua própria empresa resultante da maior liberdade e flexibilidade é temperado por descontentamento, em função das demandas de tempo entre as necessidades de equilibrar as exigências do negócio e os interesses dos filhos e outros dependentes. Assim, a realidade da experiência empreendedora feminina muitas vezes apresenta aspectos negativos e uma fonte de tensão real.

GRÁFICO 1-Surgimento do empreendimento



Fonte: Elaboração própria, 2016

O gráfico mostra que dez por cento (10%) do seu empreendimento surgiu através de amigos, enquanto trinta por cento (30%) das entrevistadas mostra que a família foi o maior incentivo para abrir o seu próprio negocio, enquanto sessenta por centro (60%) delas o fator que mais contribuiu foi as necessidades para elas abrirem o seu próprio negocio.

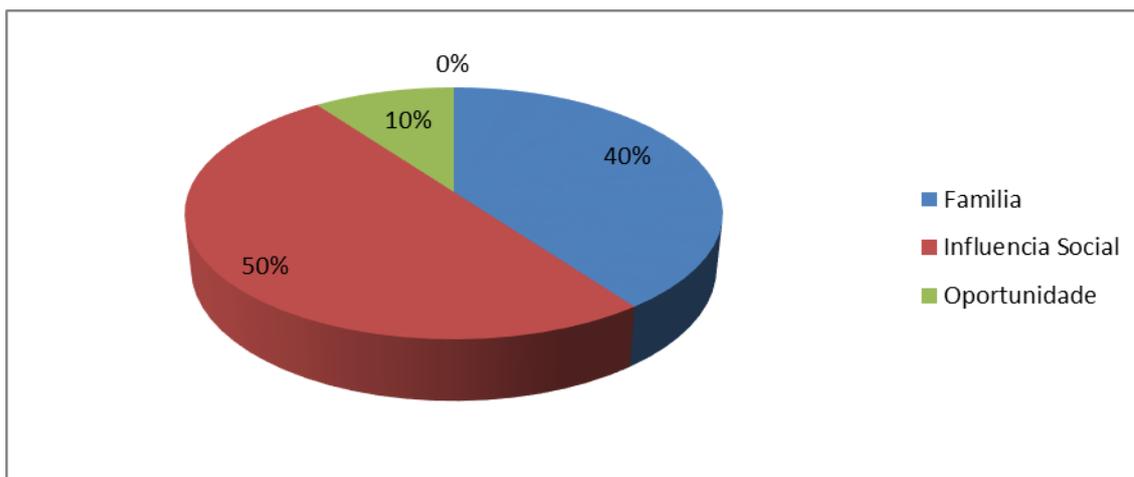
A necessidade é fator de motivação para as mulheres iniciarem o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, esse percentual aumenta para 63% para as mulheres. A maioria dos empreendedores, independentemente de seu estágio e motivação, não teve orientação para a abertura de seus negócios. Contudo, é relevante frisar que os empreendedores por oportunidade demonstram mais interesse em buscar orientações (45,3%) que aqueles que empreendem por necessidade busca novos objetivos. (37,5%) (GEM, 2007, p. 10).

A maioria das entrevistadas afirmou que se tornaram protagonistas por necessidades, necessidades estas que toda e qualquer mulher do cenário atual enfrenta, contudo vemos que em conjunto com as necessidades vem a família outro fator que mostra que a mulher empreendedora busca a identidade empreendedora como desempenho para realização total.

[...] as pessoas que sentem que seu sucesso depende de seus próprios esforços e habilidades têm um foco interno de controle [...] as pessoas que sentem ter a vida controlada muito mais pela sorte ou pelo acaso têm um foco externo de controle. [...]. Todavia, nem todo o empreendedor busca um novo objetivo ou meta em sua vida. (CHIAVENATO, 2005, p.7).

Assim as empreendedoras foram questionadas quanto a motivação para abertura do seu próprio negócio.

GRÁFICO 2-Motivação do negócio.



Fonte: Elaboração própria, 2016

O gráfico apresentado acima mostra o quanto a motivação influencia na vida profissional, as respondentes deste questionário destacam que cinquenta por cento (50%) são motivadas através das influências sociais, já quarenta por cento (40%) delas afirma que a família é o seu maior suporte para seu desenvolvimento profissional, enquanto dez por cento (10%) relatam que as oportunidades são a fonte de motivação, esses dados mostram que as mulheres sempre estão buscando as realizações da vida profissional.

A similaridade do empreendedor social se estabelece através de atos engajados de novas tecnologias do mercado, com objetivos de estabelecer um vínculo entre empresário, sociedade e cliente, priorizando os interesses de todos os envolvidos, tendo como meta a resolução de problemas e melhoria da organização.

A motivação da metade das empreendedoras entrevistadas foi a influência social, assim mostra-se que a sociedade dita parâmetros e influências dos dias atuais.

TABELA 4- Atividades do empreendimento

Atividades relacionadas ao empreendimento	Sim	Não
O empreendimento contratou funcionários?	10	0
Existiu algum incentivo de algum familiar?	10	0
Sente a necessidade do crescimento da empresa?	10	0
Em relação a estrutura da empresa, procura desenvolver melhorias no ambiente de trabalho?	10	0

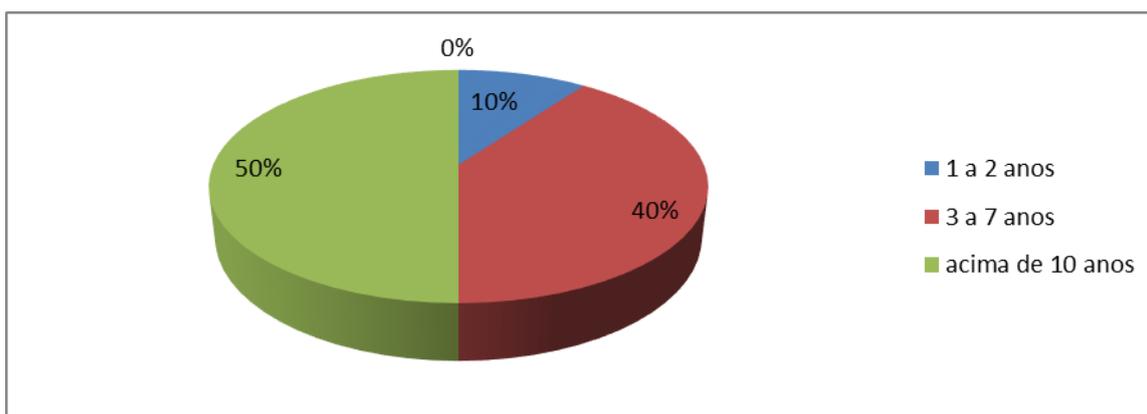
Fonte: Elaboração própria (2016).

Segundo Dolabela (2010, p.111) conhecer profundamente o ambiente em que irá empreender é um ponto crucial da viagem e implica as características e necessidades de público-alvo; os concorrentes e as experiências de terceiros; o ciclo de vida do setor; as práticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, financeiros, demográficos, legais.

O empreendedor luta por causa própria ou um objetivo inserido no empreendimento, seja com incentivos, ou para o fechamento do balancete do mês, o empreendimento trás necessidades diárias e para a mulher empreendedora esses pontos se tornam uma linha a ser traçada com estratégia e planejamento de negócios, questões levantadas sobre o empreendimento as entrevistadas afirmaram que efetuaram a contratação de novos funcionários, estabelecendo emprego e renda para a cidade, ganharam incentivo familiar, o que faz criar uma base firme de todo novo negócio, sentem necessidade de desenvolver o crescimento da empresa, procurando aprimorar melhorias no ambiente de trabalho.

O empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando emprego e prosperidade. Economistas e especialistas americanos são unânimes em dizer que a resposta para a saída da crise continua sendo a mesma: estimular e desenvolver o empreendedorismo em todos os níveis (DORNELAS, 2008, p. 9).

GRÁFICO 3- Tempo de Negocio



Fonte: Elaboração própria (2016).

O empreendedor com o passar dos anos busca inovações em melhorias para seu empreendimento, de acordo com as entrevistadas podemos ver que as empresas têm um tempo de atuação no mercado entre 1 a 2 anos (10%), entre 3 a 7 anos (40%) e acima de dez anos 50%, com isso podemos observar que em sua maioria as empresas estão consolidadas no mercado em que atua.

4.3 DIFICULDADES NA CRIAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

As mulheres enfrentaram várias dificuldades para abrir o seu próprio negocio e as mais destacadas entre elas são as necessidades financeiras pois diante da crise que estamos enfrentando as mesmas sofrem com esta dificuldade. Mesmo diante do que ocorre no seu cenário diário elas não desiste da independência.

Segundo as empreendedoras da cidade de Nazarezinho-PB, A narrativa empreendedora recorre diversas plataformas no cenário econômico atual, na qual a inovação procura ser um processo contínuo e estável, assim os indivíduos que nesta seção estão inseridos enfrentam múltiplos desafios que precisam ser explorados como oportunidades e necessidades do aprendizado crescente, assim sendo os empreendedores correm riscos diários, porém o conhecimento adquirido os colocam a frente de projetos e sonhos. Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

TABELA 5- Dificuldades encontradas

Dificuldades narradas pelas entrevistadas

- ✓ Financeiras
 - ✓ Entrada no mercado de trabalho
 - ✓ Reconhecimento profissional
 - ✓ Conquistar clientes
 - ✓ Encontrar local para o negócio
-

Fonte: Elaboração própria (2016).

Com dificuldades enfrentadas diariamente para manter seu empreendimento, as entrevistadas listaram algumas delas, mostrando que não só no ramo da estética, e sim em qualquer área a estabilidade e o incentivo são peças fundamentais para o crescimento e colocação no mercado, não só um novo negócio mais também um já consolidado, um fator colocado são os incentivos do governo e cooperativas de crédito que por esse meio as mesmas adquiriram e ampliaram seu negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o passar de os anos a definição empreender evoluiu assumindo o processo de criar algo novo, enquanto que a economia mundial passava por mudanças a ideia se reformulava e incluindo conceitos de inovação, aprimoramento e evolução, recebendo riscos financeiros e psíquicos, assim assegurar a independência econômica e pessoal. O empreendedor assegura que “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudança na estrutura do negócio e da sociedade” GEM (2007).

A Globalização tem gerado o crescimento do trabalho feminino em todas as áreas, motivadas pela necessidade de buscar alternativas de complementação da renda familiar e sobretudo a sobrevivência. O empreendedorismo feminino superou índices de crescimento e oportunidades, demonstrando que o mercado brasileiro possibilitou a implementação e investimento em novos segmentos, com medidas de caráter estrutural relacionadas com a educação, desenvolvimento gerencial, econômico e inovador.

Em relação ao estudo realizado é importante destacar que os dados deste estudo se apresentam com finalidade ao que foi explicada, pesquisa realizada na cidade de Nazarezinho no sertão da Paraíba, a população desta pesquisa se constituiu de: empreendedores do ramo de estética da cidade. Considerando que 100% dos empreendedores procurados se disponibilizaram a responder a pesquisa, mostrando então que os mesmos estão interessados em descrever o perfil do empreendedor na cidade.

Na aplicação da pesquisa apresentada o perfil dos empreendedores da idade da maioria das empreendedoras e de 31 a 40 anos, mostrando que não importa o momento da vida que vai empreender, mais sim se estará focado a se dedicar no que realmente deseja trabalhar, a maiorias das empreendedoras responderam que são casadas assim, identificamos que todas conciliam a família com um novo empreendimento, sobre a escolaridade ficou dividido entre ensino médio completo e empreendedores que já ingressaram no ensino superior, destacando que na cidade, as empreendedoras estão aumentando seu nível de escolaridade, quando o assunto tratado foi dedicação, persistência, otimismo e confiança todos foram categóricos em afirmar 100% que sim, estão engajados em aprimorar e aperfeiçoar estas técnicas de estratégia para um novo ou já permanente segmento de mercado

Mulheres ao gerenciar sua própria empresa resultam em maior liberdade e flexibilidade de e aperfeiçoar novas capacidades e competências equilibrando as exigências do novo negócio, em resposta às perguntas sobre o empreendimento as empreendedoras destacaram que entram no mundo de empreender por necessidades implantadas no cenário econômico atual, suas principais motivações são a influência social e familiares.

Com o surgimento de um novo empreendimento, todos acabam sendo afetados positivamente, com a geração de novos empregos, estabelecendo emprego e renda para a cidade e se firmam no mercado buscando as melhores estratégias para o negócio se tornar inovador e lucrativo para empreendedor e sociedade.

Sobre as dificuldades em criar um novo empreendimento às empreendedoras afirmaram que a inovação e um processo em ação continua de motivação para todos os indivíduos que estão inseridos nesse contexto sempre enfrentando múltiplos desafios

almejando novas oportunidades de aprendizado e conhecimento em evolução contínua, contudo as empreendedoras narram dificuldades enfrentadas diariamente, afirmando que o incentivo e o reconhecimento profissional são pilares fundamentais para um empreendimento consolidado.

A mulher empreendedora atual supera preconceitos e dificuldades diariamente, um deles é pela iniciativa de reivindicar sua independência pessoal e financeira, através de atitudes de ascensão a cargos de chefia, assim podemos concluir que a promoção da igualdade e a transformação social propõem superar e compatibilizar a vida familiar com o empreendedorismo feminino. Considera-se que os objetivos dessa pesquisa foram alcançados e encontrados respostas para o problema levantado, comprovadas pelos resultados que se expandem para o objeto pesquisado que compõem a análise do referente estudo.

REFERÊNCIAS

- BAHIA, M.C.A. **Mulheres no comando das organizações: um caso de polícia**. Dissertação de Mestrado em Administração. Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração geral e pública**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- _____. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- _____. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- _____. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- DICKSON apud Carreira ET AL. (2015), p.9. DICKSON, A. **Mulheres no trabalho**. Porto Alegre: Globo, 2010.
- DICKSON, A. **Mulheres no trabalho**. Porto Alegre: Globo, 2010.
- DOLABELA, Fernando. **Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRZYBOVSKI, Denize. **Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6555200200011&script=sci_arttext>. Acesso em: 22 set 2015.
- HISRICH, Robert D; PETERS, Michael, P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- LINDO, M. R. et al. **Conflito vida pessoal vs. vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro**. 28. 2004, Curitiba, PR. Anais eletrônico. Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.
- MACHADO, H. V. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora**. In: Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 23. 1999.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKARTOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MENEZES, Marcelo Costa. **Qual é a melhor idade para empreender?** Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,ERT84092-17161,00.html>>. Acesso em: 05 nov. 2016.

MUNHOZ, Glaucia de Souza. **Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações futuras?** Universidade Estadual de Maringá: Paraná, 2000.

OLIVEIRA, Malu. **Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

QUENTAL, Camila; WETZEL, Ursula. **Equilíbrio trabalho-vida e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras**. In: **EnAPAD**, 26, 2002, Salvador, BA. Anais eletrônico. Rio de Janeiro: ANPAD, 2002. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2002/COR/2002_COR1849.pdf>. Acessado em: 10 set 2016.

RAMOS, R C.; ESCRIVÃO, E F.; AZOLINI Jr.; W. **Pequeno empresário bem sucedido: empreendedor ou administrador?**. Revista ANGRAD, v. 1, n°2, p.68-80 out/dez 2000

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. São Paulo: Globo, v. 276, abr. 2011. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2016.

RUIZ, J. A. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. São Paulo: Atlas, 1976. 168 p.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 14ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.