

Empreendedorismo Feminino: Um Estudo sobre as Motivações e Características das Empreendedoras da CMEG de Toledo – PR

Female Entrepreneurship: A Study about the Motivations and Characteristics of Women Entrepreneurs from CMEG of Toledo - PR

Deise Adriane dos Santos¹, Carla Maria Schmidt², Ivanete Daga Cielo³, Keila Raquel Wenningkamp⁴ e

Fernanda Cristina Sanches Canevesi⁵

^{1,2,3}Universidade Estadual do Oeste do Paraná, UNIOESTE

^{4,5}Universidade Estadual de Maringá, UEM

Como citar: Santos, D. A., Schmidt, C. M., Cielo, I. D., Wenningkamp, K. R. & Sanches-Canevesi, F. C. (2020). Empreendedorismo Feminino: Um Estudo sobre as Motivações e Características das Empreendedoras da CMEG de Toledo – PR. *Connection Scientific Journal*, 3(3), 22-37. <https://doi.org/10.51146/csj.v3i3.28>.

Recebido em: 2020-09-15. **Aceite em:** 2020-11-10. **Publicado em:** 2020-12-18.



Resumo

Este estudo apresenta uma discussão sobre o empreendedorismo feminino, a partir de um olhar para as mulheres que compõem a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios [CMEG] de Toledo-PR. Pesquisas nessa área são relevantes, visto que as mulheres brasileiras vem se apresentando entre as mais empreendedoras do mundo. Dessa forma, objetivou-se nesse estudo: a) entender o papel da CMEG, bem como o perfil, os desafios e as motivações das empreendedoras; b) analisar o comportamento gerencial das mulheres empreendedoras. Esta pesquisa é de caráter qualitativo (análise descritiva dos dados e a entrevista semiestruturada) e quantitativo (aplicação e análise de dados coletados por meio de questionários). A partir desse estudo foi possível estabelecer relações entre os resultados empíricos e a teoria de empreendedorismo. Os principais resultados apontam que as mulheres, em sua maioria, iniciaram seus empreendimentos ainda jovens e em grande parte possuem ensino superior completo. Apontam também que essas mulheres, majoritariamente, empreendem em microempresas do ramo do comércio e que a principal motivação para empreender é a busca pela independência financeira.

Palavras-chave: empreendedoras, gestão, negócios

Abstract

This study shows a discussion about female entrepreneurship, by the perception of the women who compose the Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios (CMEG) of Toledo-PR. Research in this area is relevant because Brazilian women are remarkable as the most entrepreneurial in the world. Thus, this study aims: a) understanding of the CMEG role, as well as the profile, challenges, and motivations of women who are entrepreneurs; b) the managerial behavior of women entrepreneurs analysis. This research was performed under qualitative (descriptive data analysis and semi-structured interview) and quantitative (application and analysis of data collected by questionnaires) methodology. With this study, it was possible to establish relations between the empirical results and the theory of entrepreneurship. The main results show that the majority of women started their enterprises at a young age and several women have completed higher education. Also, these women act in microenterprises in the trade sector and the main motivation for becoming entrepreneurs is the search for economic independence.

Keywords: women entrepreneurs, management, business

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) considera-se empreendedorismo toda e qualquer abertura de negócio, tanto novo, quanto a ampliação de um já existente (GEM, 2018). Por sua vez, o empreendedor, de acordo com (Dornelas, 2008), é o sujeito que assume riscos calculados, sendo aquele que desenvolve percepções e ideias quanto às oportunidades de negócios.

No Brasil, o empreendedorismo ganhou destaque por volta da década de 1990, com a intensificação das atividades do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae] e a partir de uma maior abertura e dinamismo na economia do país (Fernandes, Ferreira, Vasconcelos, & Oliveira, 2016). Mais tarde, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007, e também a Lei do Empreendedor Individual, em 2008 também impulsionaram a abertura de novos empreendimentos (Sanches, Schmidt, Cielo, & Kühn, 2013). A atividade empreendedora modifica o cenário mercadológico, visto que propulsiona o surgimento de negócios que oferecem soluções práticas, rápidas e inovadoras à sociedade (Baggio & Baggio, 2014) definições e compreensões do tema. Trata-se exclusivamente de uma pesquisa bibliográfica. Os resultados referem-se às discussões sobre os conceitos de empreendedorismo, os tipos de empreendedores, as características dos empreendedores (homens).

A ascensão do empreendedorismo permitiu também uma maior inserção das mulheres na constituição de novos empreendimentos. Diversos são os fatores que contribuíram para esse fato, dentre eles destaca-se: a diminuição na taxa de natalidade no Brasil; o grau de escolaridade; as mudanças na estrutura familiar; e fatores culturais referentes a integração da mulher na sociedade brasileira (Sanches *et al.*, 2013). Além disso, conforme apontado no relatório do GEM (2019), as mulheres buscam alternativas para complementar a renda familiar, assumindo muitas vezes o sustento do lar, por meio da abertura de um empreendimento.

De acordo com Fernandes *et al.* (2016), o perfil empreendedor feminino pode ser explicado, em partes, pelo fato de a mulher, na maioria das vezes, apresentar características empreendedoras natas, por exemplo: são intuitivas; possuem visão geral e sistêmica; buscam solucionar problemas com criatividade e inovação; são versáteis; dentre outras.

No Brasil, como forma de fomentar e capacitar os empreendimentos gerados por mulheres, surgiu a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios (CMEG), gerenciada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo [Fecomércio]. Especificamente no estado do Paraná, a CMEG está instalada em 22 municípios, dentre esses o município de Toledo (Fecomércio, 2019).

Diante do exposto e considerando que as brasileiras estão entre as mais empreendedoras do mundo (Sanches *et al.*, 2013), faz-se relevante compreender quais fatores levam as mulheres a empreender. Motivados por essa discussão, esta pesquisa tem como objetivos: a) entender o papel da CMEG, bem como o perfil, os desafios e as motivações das empreendedoras; b) analisar o comportamento gerencial das mulheres empreendedoras.

Assim, esse estudo desenvolveu-se na cidade de Toledo-PR e teve como referência as empreendedoras quem compõem a CMEG do referido município. De acordo com Sanches *et al.* (2013), Toledo apresenta altos índices de empreendedorismo feminino e essa participação no mercado, estimula a competitividade e a geração de emprego e renda na região, o que justifica a escolha do município para esse estudo.

Apesar do crescimento na participação das mulheres nos negócios, a temática de empreendedorismo feminino e seus desdobramentos necessita ser mais estudada e compreendida. Para Castro, Braz & Freitas (2019) estudos sobre empreendedorismo feminino revelam-se importantes, já que a mulher vem assumindo papel fundamental na sociedade, exercendo influência na economia, a partir da geração de empregos e renda. Estudos sobre essa temática são de grande relevância, tendo em vista que melhoram a compreensão acerca dessa maneira de empreender, além de incentivar mais mulheres e também políticas públicas que possam atendê-las (Gomes, Guerra, & Vieira, 2011).

Em termos estruturais, esse artigo apresenta além dessa introdução, mais cinco partes centrais. Na segunda, tem-se a fundamentação teórica que contextualiza o empreendedorismo feminino no Brasil, além de vertentes importantes relacionadas ao tema; na terceira, expõem-se os procedimentos metodológicos utilizados; na quarta, apresenta-se a análise dos resultados e; e, na quinta, realizam-se as principais conclusões, assim como, sugestões para pesquisas futuras. Por fim as referências completam o estudo.

Referencial Teórico

Empreendedorismo Feminino

Nos últimos anos, os números relativos ao empreendedorismo no Brasil aumentaram de forma significativa, sendo que atualmente estima-se que existam 53,5 milhões de brasileiros empreendedores (GEM, 2019) a pesquisa GEM completa 11 anos de publicação e estudo ininterrupto sobre a realidade empreendedora em nosso país, fruto do trabalho incansável da equipe do IBQP. A pesquisa GEM é referência no debate do tema no Brasil e no mundo, constituindo-se em um estudo completo sobre o panorama do empreendedorismo, sendo a única utilizada para análises comparativas, tanto em relação a dados de outros países quanto a indicadores de edições prévias. A crise econômica não abalou o empreendedorismo no Brasil. Em 2010, a Taxa de Atividade Empreendedora (TEA). Esse contexto foi favorecido a partir de diversos fatores, tais como: a origem da legislação tributária diferenciada (que tem como objetivo favorecer os micro e pequenos empreendimentos); o aumento do grau de escolaridade dos empreendedores; o revigoramento do mercado em relação ao consumo interno; além do aumento das demandas e das atividades do Sebrae (Fernandes *et al.*, 2016). Deve-se considerar também o aumento no nível de escolaridade do sexo feminino, que alavanca as possibilidades de explorar a inovação na criação de um negócio próprio; além disso, outro motivo para a criação das empresas por mulheres advém da insatisfação com trabalhos anteriores (Machado, Gazola, & Anez, 2013).

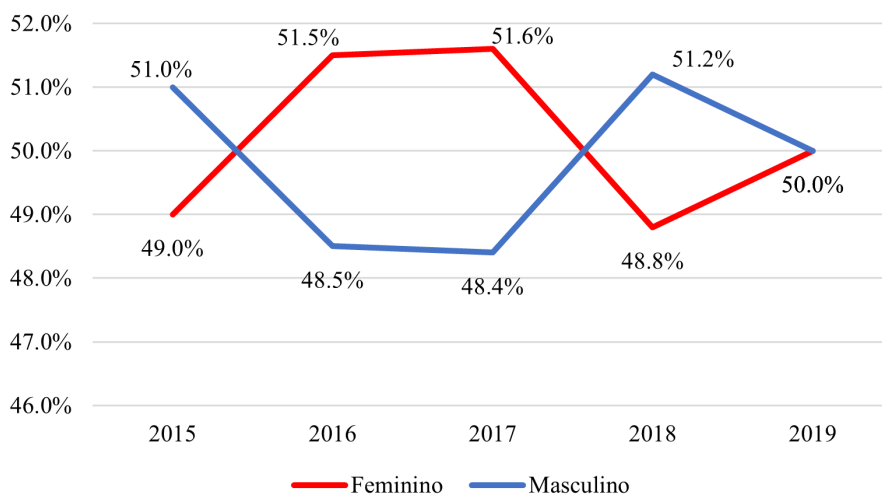
Porém, tratando-se de empreendedorismo feminino é necessário ressaltar que ainda existem desigualdades perante o gênero masculino, o que pode ser confirmado pela dificuldade que as mulheres possuem para conseguir financiamentos ou outro tipo de capital inicial com a intenção de abrir um negócio, além de outros obstáculos como a falta de apoio familiar, pois em grande parte dos casos possuem filhos pequenos e a falta de conhecimento no ramo que pretendem atuar (Machado *et al.*, 2013). Cosso (2014) explica esse contexto, o creditando a circunstâncias de aspectos vastos, como por exemplo a construção histórica dos gêneros, os papéis

sociais com atribuições específicas aos homens e as mulheres e, principalmente às relações de poder existentes entre os gêneros.

Contudo, apesar desses empecilhos históricos e particulares, atualmente, as mulheres estão empreendendo em uma proporção bastante semelhante aos homens, pois em 2019 no Brasil aproximadamente 50% dos empreendimentos iniciais foram abertos por mulheres (GEM, 2019). Conforme afirmam Fernandes *et al.* (2016), as mulheres cada vez mais ganham espaço ao lado dos homens no contexto empreendedor. Especificamente nos últimos cinco anos, dados do GEM (2015, 2016, 2017, 2018, 2019) a pesquisa GEM completa 11 anos de publicação e estudo ininter-rupto sobre a realidade empreendedora em nosso país, fruto do trabalho incansável da equipe do IBQP. A pesquisa GEM é referência no debate do tema no Brasil e no mundo, constituindo-se em um estudo completo sobre o panorama do empreendedorismo, sendo a única utilizada para análises comparativas, tanto em relação a dados de outros países quanto a indicadores de edições prévias. A crise econômica não abalou o empreendedorismo no Brasil. Em 2010, a Taxa de Atividade Empreendedora (TEA referentes ao índice de empreendedores iniciais comprovam que nesse período de análise, as mulheres superaram os homens por dois anos consecutivos (2016 e 2017), conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1

Distribuição Percentual de Empreendedores Iniciais Segundo Gênero (2015 - 2019)



Nota: Elaborado pelos autores com dados do GEM (2019).

A partir dos dados apresentados na Figura 1, pode-se verificar que em dois dos últimos cinco anos, as mulheres registraram uma taxa de empreendedorismo inicial maior com 3 (2016) e 3,2 (2017) pontos percentuais em relação aos homens. Do mesmo modo, destacam-se os índices do ano de 2019, no qual ambos os gêneros apresentaram o mesmo percentual.

Alerta-se para o fato de que a abertura de um negócio, não é fator condicionante da permanência desse no mercado. Prova disso são os índices apresentados pelo GEM (2019), referentes à taxa de empreendedores estabelecidos no mercado, que em 2019 apresentou o percentual de 18,4% para os homens, e de apenas 13,9% para as mulheres. Ou seja, percebe-se que as mulheres de modo geral, tem sido mais ativas nos índices de abertura de empresas, contudo, muitas delas não conseguem dar continuidade no empreendimento.

As Motivações e as Características dos Negócios Femininos

É importante compreender quais são as motivações que levam as mulheres a empreenderem, uma vez que já possuem inúmeras tarefas que ainda são mais voltadas para o sexo feminino, como por exemplo, cuidar dos filhos. A participação feminina na abertura de novos negócios pode estar atribuída a uma série de fatores, tais como: ambição e/ou desejo de ampliar o poder aquisitivo; aumento no valor monetário; anseio em suprir uma expectativa empreendedora; e também à condição da mulher no mundo do trabalho/negócios (Machado et al., 2013). Deve-se considerar também que o aumento do nível escolar do sexo feminino - o qual traz uma possibilidade de explorar a inovação na criação de um negócio próprio - e a insatisfação com trabalhos anteriores são motivos para a criação das empresas por mulheres (H. P. V. Machado *et al.*, 2013). Também Dolabela (2008) destaca o alcance da auto realização ou da realização de um sonho particular, a partir da criação de um empreendimento.

Outro fator importante que deve ser considerado é a criação das leis específicas que favorecem as micro e pequenas empresas em todo o Brasil, o que pode ser um dos fatores importantes para motivar o empreendedorismo, e principalmente nesse caso, o feminino. No estado do Paraná, existe um grande número de micro e pequenas empresas, e elas muitas vezes são responsáveis por boa parte da economia dos municípios, pois geram empregos e renda (Machado *et al.*, 2013). Isso porque o empreendedor não é somente responsável pelo seu empreendimento, mas ele carrega consigo a contribuição para o fomento econômico e social da localidade, seja por meio da inovação, de ideias de sustentabilidade, etc. (Dolabela, 2008). Pode-se considerar que esse contexto é consequência do ato de empreender.

Quanto as características dos empreendimentos das mulheres, mais especificamente, a forma de gerenciamento desses negócios, Machado (1999), afirma que existem quesitos de maior importância para as empreendedoras. Assim, a autora dividiu o comportamento das empreendedoras em quatro aspectos centrais, quais sejam: objetivos, estrutura, estratégia e estilo de liderança, como pode ser observado no Figura 2.

Figura 2

Tendências do comportamento gerencial de mulheres empreendedoras

Objetivos	Estrutura	Estratégia	Estilo de Liderança
*Culturais e sociais	*Ênfase na cooperação	* Inovativa	*Poder compartilhado
*Segurança e satisfação no trabalho	*Baixo grau de formalismo	*Busca de qualidade	*Motivar os outros
*Satisfação dos clientes	*Busca de integração e de boa comunicação	*Busca de sobrevivência e crescimento	*Valorizar o trabalho dos outros
*Responsabilidade social	*Descentralização	*Busca de satisfação geral	*Atenção as diferenças individuais

Nota: Machado (1999).

Por meio da Figura 2 é possível identificar características relevantes no comportamento feminino. Para Machado (1999), os negócios conduzidos por mulheres tendem a ter objetivos claros e divulgados para todos os

membros da empresa, pois dessa forma abrangem a satisfação dos clientes, buscam a responsabilidade social, a segurança e satisfação no trabalho dos funcionários e clientes, assim como propósitos de âmbito social e cultural.

No que tange a Estrutura, a autora ressalta que para as mulheres é importante o entrosamento da equipe. Dessa forma, se destaca o baixo grau de formalismo, a ênfase na cooperação, a busca pela integração, a efetiva comunicação e a descentralização de tarefas. Essa estruturação ocorre buscando-se uma equipe coesa, unida e que atua com eficiência e motivação. Também Sanches *et al.* (2013) relataram que a mulher apresenta, em sua maioria, perfil mais comunicativo e que gosta de interagir com várias pessoas

Já no quesito Estratégia, as mulheres podem ser consideradas como inovativas, considerando questões voltadas a desafios, mudanças de hábitos e maneiras dinâmicas para solução de problemas. Mas, mesmo inovativa não deixa de lado a busca por qualidade, crescimento e satisfação em geral. Ainda para Machado (1999), a procura por índices cada vez maiores de qualidade é uma característica das mulheres empreendedoras.

No estilo de Liderança, a autora ressalta que as mulheres demonstram um foco especial para as pessoas, de modo que apresentam forte habilidade com recursos humanos. Focam-se mais em estruturas descentralizadas, com poder compartilhado, valorizando o trabalho dos outros e dando mais atenção para as diferenças individuais.

Nesse contexto, é interessante destacar o trabalho realizado no Estado do Paraná, por meio do Serviço Social do Comércio do Paraná [SESC] e do Serviço Nacional de aprendizagem Industrial [SENAI] em parceria com a Fecomércio. Esses órgãos, em conjunto, implantaram a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios (CMEG) em 22 municípios do Paraná, entre eles, em Toledo, objeto de investigação deste estudo (Fecomércio, 2019). O intuito desse órgão é o de capacitação das mulheres empreendedoras, para que elas possam desenvolver e gerenciar seus empreendimentos de forma eficaz.

Metodologia

Esta pesquisa, cujos objetivos centrais são compreender o perfil, os desafios, as motivações e o comportamento gerencial das empreendedoras, foi desenvolvida a partir de um estudo de caso realizado na CMEG de Toledo - PR.

Para tanto, a coleta de dados ocorreu por meio de dados primários e secundários. Em relação aos secundários, esses são provenientes do cadastro de empresas ativas na Prefeitura de Toledo em 2017, bem como, da relação de empresas que compõem a CMEG de Toledo – PR, a fim de obter informações para identificar o porte das empresas e também para entender o âmbito de atuação dessa Câmara.

No que tange aos primários, esses envolveram a entrevista semiestruturada e o questionário. A entrevista foi realizada no ano de 2018 com a Vice-Presidente da Câmara da Mulher Empreendedora de Toledo – PR, seguindo um roteiro pré-estabelecido, a fim de entender a caracterização desse órgão e a forma de apoio do mesmo para as empreendedoras. De acordo com Gil (2008, p. 109) a entrevista “é um diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação”.

Por sua vez, os questionários, realizados por meio da plataforma digital Google Formulários, foram encaminhados via e-mail, para as 250 empreendedoras que faziam parte da CMEG de Toledo até o início do ano

de 2018. O questionário possuía ao todo 12 questões, sendo em sua maioria questões fechadas e apenas uma questão aberta. Para Gil (2008), esse instrumento é uma técnica de investigação que possui o propósito de obter informações sobre opiniões, crenças, interesses, situações vivenciadas, entre outros. Sendo assim, é adequado para compreender características e motivações das mulheres empreendedoras investigadas neste estudo.

Do total de 250 questionários enviados, obteve-se um retorno de 134 empreendedoras, o que representou 54% da população de estudo. Nesse sentido, pode-se considerar um erro amostral de 5% e um nível de confiabilidade de 95%.

A análise dos dados foi feita por meio de estatística-descritiva e com a utilização de gráficos para facilitar a visualização e compreensão. Dessa forma, esta pesquisa é de caráter qualitativo, no que tange a coleta e análise dos dados descritivos e da entrevista semiestruturada, e quantitativo ao considerar a aplicação e análise de dados coletados através de questionários.

Análise e Discussão dos Resultados

Este capítulo está dividido em duas seções. Na primeira, busca-se entender os objetivos, atividades e atuação da CMEG, enquanto na segunda são apresentados fatores específicos em relação às características e motivações das mulheres empreendedoras.

O Papel da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios

Apesar da CMEG ser um órgão implantado em diversos municípios do Estado do Paraná, e supervisionado pela Fecomércio, a literatura sobre ela é escassa. Assim, com o intuito de melhor compreender as funcionalidades e formas de colaboração, foi feita uma entrevista semiestruturada com a Vice-Presidente da CMEG, gestão 2016-2018.

Questionada quanto a implantação da Câmara da Mulher em Toledo, a entrevistada explica que “através dos cursos do SEBRAE notou-se uma grande presença do público feminino, o que levou a Fecomércio a começar a pensar mais nessas mulheres e em formas de apoiá-las. Foi aí que começou o trabalho para a instauração da Câmara da Mulher Empreendedora”. Segundo a entrevistada, em Toledo, a CMEG foi implantada em 2004 e até 2019 possui 250 membros, que podem participar das palestras, eventos sociais, cursos e treinamentos ofertados pela entidade. Entre os principais eventos organizados está o jantar de entrega do Prêmio Empresária Destaque e Personalidade de Toledo-PR, que tem como objetivo a homenagem e apresentação da mulher escolhida que representará a CMEG de Toledo na disputa pelo Prêmio Estadual, entregue pela Fecomércio. A disputa acontece entre as 22 cidades que possuem a CMEG. O evento completa a sua 12 edição no ano de 2019.

Um fato interessante quanto as empresas que compõem a Câmara é que o quadro societário desses empreendimentos é exclusivamente feminino, conforme ressalta a Vice-Presidente ao citar que: “Todas as empresas participantes são constituídas apenas por mulheres ou quadro societário feminino”. Essas mulheres podem participar de cursos, palestras e encontros que incentivam o aprimoramento pessoal e profissional da empresária. Além disso, o CMEG desenvolve ações e projetos que atendem às necessidades profissionais e empresariais dessas empreendedoras.

Outro aspecto mencionado foi que a CMEG não possui nenhum vínculo com a Associação Comercial e Empresarial de Toledo (ACIT), sendo um órgão independente e que exerce funções distintas daquele. A Câmara da Mulher auxilia as empreendedoras locais através de reuniões com os membros, além de cursos com diversos temas que podem auxiliar na gestão, inovação e controle dos negócios.

A entrevistada ressaltou que esses cursos não são voltados apenas para o público feminino, mas sim são abertos para a comunidade em geral, ou seja, a intenção é abranger o maior número de mulheres e demais participantes possível.

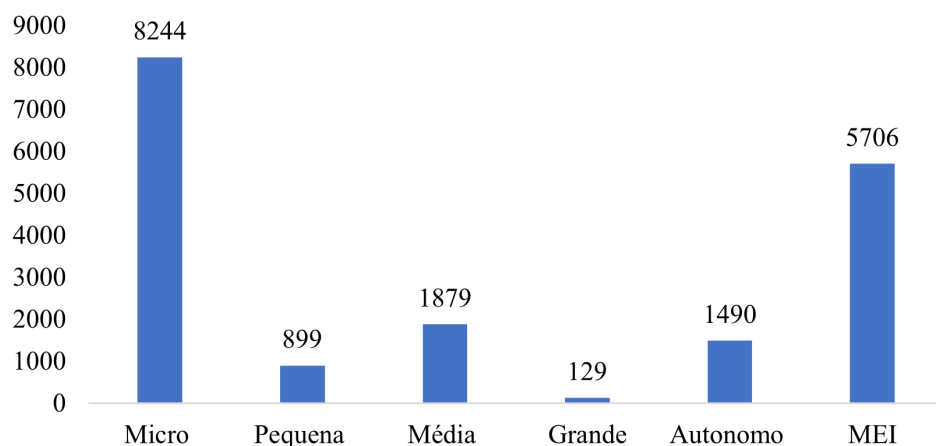
Pelo exposto, compreende-se que a CMEG possui um papel importante para o empreendedorismo feminino no Município de Toledo-PR, sendo um órgão de apoio para essas mulheres, que podem se beneficiar por meio das atividades de competência dessa instituição. Isto é, além de obter conhecimento e agregar valor aos seus produtos e serviços por meio de cursos e demais ações, essas participantes também possuem a oportunidade de trocar ideias, experiências e realizar *networking*, contribuindo assim com melhorias para suas atuações e para o negócio como um todo.

Perfil e Motivação das Empreendedoras

Este tópico apresenta e discute os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário para as mulheres que compõem a CMEG, bem como, resultados advindos dos dados secundários, a partir dos quais foi possível identificar dados significativos sobre o empreendedorismo feminino no Município de Toledo-PR.

Quanto ao ramo de atuação dos empreendimentos que fazem parte da CMEG, pode-se dizer que a maior parte das empreendedoras optou pelo comércio, pois representa 60% das mulheres que responderam à pesquisa. No setor de serviços, a representatividade feminina atingiu 26%, sendo que a indústria foi o setor de menor representatividade, com 7%. Uma das possíveis justificativas para esse maior percentual de empreendedoras no âmbito do comércio pode ser pelo fato de que segundo Machado (1999) e Sanches et al. (2013), a mulher apresenta, em sua maioria, perfil mais comunicativo e que gosta de interagir com várias pessoas e públicos e, dessa forma, entende-se que essa pode ter maior facilidade no ramo de vendas e comércio em geral.

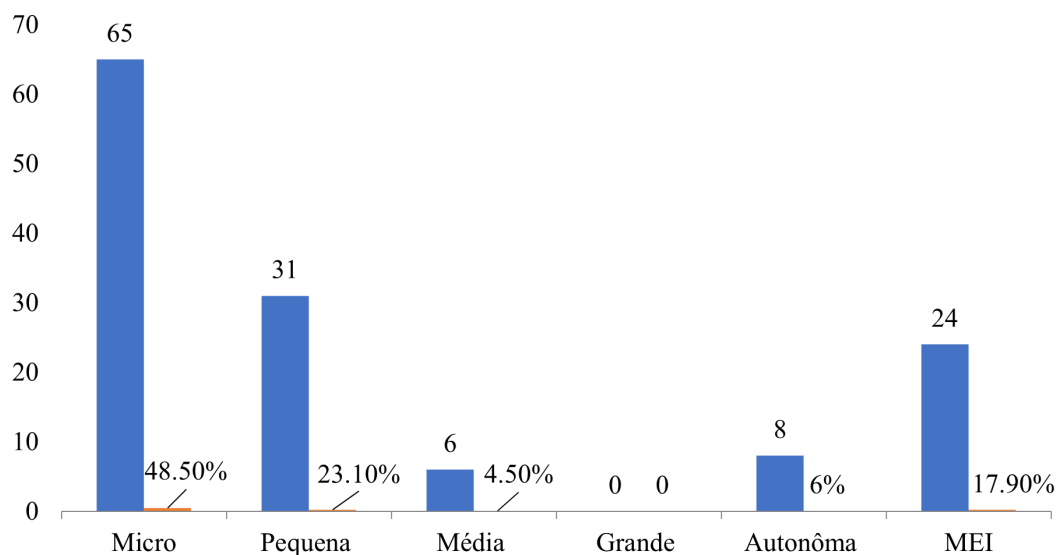
Quanto ao porte das empresas, primeiramente apresenta-se um panorama do Município de Toledo como um todo, conforme o Figura 3.

Figura 3*Porte das Empresas do Município de Toledo – PR*

Nota: Dados da pesquisa (2017).

Ao analisar a Figura 3, é possível identificar que os números mais expressivos representam as Microempresas e os Microempreendedores Individuais (MEI), sendo 8.244 e 5.706, respectivamente, seguidas por 1.879 médias empresas, 899 pequenas, 129 grandes e 1.490 autônomos. Esses números representam o total de 18.347 negócios formalizados no município naquele ano.

Quando comparado com o porte das empresas das empreendedoras estudadas, que compõem a Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios, esse segue a mesma tendência, como demonstra a Figura 4.

Figura 4*Porte das Empresas Participantes da CME*

Nota: Dados da pesquisa (2017).

De um total de 134 empresárias que contribuíram com essa pesquisa, 65 são proprietárias de microempresas (48,5%); 31 de pequenas empresas (23,1%); 6 de empresas de médio porte (4,5%); 8 são autônomas (6%); e, 24 são microempreendedoras individuais (17,9%). Importante destacar que não houve registro de

propriedade de grandes empresas. Esse fato pode ter ligação com a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, a qual fomentou a criação e a formalização de empresas dessa natureza (Sanches *et al.*, 2013).

No que tange as dificuldades encontradas para empreender, a questão do investimento inicial é uma das principais, conforme apontado pelo GEM (2019), sendo que esse fator também apresentou indicadores altos no presente estudo. Das 134 empresárias que responderam ao questionário, 59 (32%) relatam que o capital para obter um financiamento foi o principal obstáculo para abrirem o negócio, ficando atrás somente da falta de conhecimento na área (61 empresárias - 33%). Ainda em relação aos desafios, os seguintes fatores também apresentaram números relevantes: falta de apoio familiar (52 - 28%) e preconceito dos fornecedores com o sexo feminino (3 - 2%).

Contudo, é importante ressaltar que, apesar dessas dificuldades, 37% das empreendedoras tem seu empreendimento consolidado no mercado há mais de 11 anos e 10% há aproximadamente 4 anos.

Partindo para o perfil das empreendedoras, quanto a idade e grau de escolaridade, inicialmente percebe-se que a maior parte das empresárias, quando abriu o negócio, possuía entre 24 e 29 anos, conforme apresenta a Figura 5.

Figura 5

Idade e nível de escolaridade das mulheres empresárias da CMEG

Idade com que abriu a empresa	Un.	Nível de escolaridade atual	Un.
De 18 a 23 anos	17	Ensino Fundamental Incompleto	2
De 24 a 29 anos	47	Ensino Fundamental Completo	6
De 30 a 35 anos	41	Ensino médio incompleto	5
De 36 a 41 anos	17	Ensino médio completo	31
De 42 a 47 anos	10	Ensino Superior Incompleto	5
De 48 a 53 anos	2	Ensino Superior completo	53

Nota: Dados da Pesquisa (2017).

No que tange a escolaridade, a maioria das mulheres (63%) possui ensino superior completo, seguido pela pós-graduação, o que remete ao entendimento que essas empreendedoras buscam por aperfeiçoamento e uma mudança cultural, aspecto importante e salientado por Sanches *et al.* (2013) e Machado *et al.* (2013).

Na sequência, a questão aberta do questionário permitia que as investigadas relatassem as suas motivações para empreender. Nesse aspecto, vários fatores mostraram-se relevantes. O principal foi a questão da independência financeira (43 mulheres), sendo isto tanto para seu sustento próprio e da família e, ainda, para obter poder aquisitivo. Tal resultado está em consonância com o estudo de Machado *et al.* (2013).

Outros fatores mencionados foram o crescimento pessoal e a oferta de serviços de qualidade aos clientes (ambos com 26 respostas). O primeiro quesito foi justificado para fins de reconhecimento, liberdade, inovação e superação, e, ainda, para oferecer qualidade de vida, preservação de meio ambiente e desenvolvimento de pessoal. Já o segundo para suprir a falta de variedade de produtos e serviços ou, também, para oferecer atendimento de qualidade. Ademais, nove mulheres relataram que empreender já era um sonho ou uma visão incorporada na

faculdade. As outras respostas foram: descontentamento com trabalhos ou chefes anteriores (6); preocupação com o futuro (3); e, continuidade ao negócio da família (3). Esses resultados, em sua maioria, já haviam sido relatados como importantes também por Dolabela (2008) e Machado *et al.* (2013).

Na sequência, foram investigados aspectos voltados para as tendências do comportamento gerencial das mulheres empreendedoras, baseado na teoria de Machado (1999). Nessas questões, cada entrevistada pode selecionar apenas um fator, o que melhor se enquadra com o seu empreendimento. Os resultados podem ser visualizados na Figura 6.

Figura 6

Tendências do Comportamento Gerencial das Mulheres Empreendedoras da CMEG

Fatores	Quantidade	%
Objetivos		
Satisfação dos clientes	99	73,9%
Segurança e satisfação no trabalho	14	10,4%
Responsabilidade social	5	3,7%
Culturais e sociais	2	1,5%
Lucratividade	2	1,5%
Outros	12	9%
Estrutura		
Busca de integração e eficaz comunicação	63	47,0%
Baixo grau de formalismo	28	20,9%
Ênfase na cooperação	27	20,1%
Descentralização	9	6,7%
Centralizado	4	3,0%
Outros	3	2,3%
Estratégia		
Busca de qualidade	61	45,5%
Busca de satisfação geral	37	27,6%
Inovação	20	14,9%
Busca de sobrevivência e crescimento	15	11,2%
Outros	1	0,8%
Estilo de liderança		
Atenção as diferenças individuais	39	29,1%
Valorização do trabalho dos outros	35	26,1%
Poder compartilhado	28	20,9%
Motivar os outros	28	20,9%
Outros	4	3,0%

Nota: Dados da pesquisa.

De acordo com o apresentado, quanto aos objetivos, as mulheres investigadas possuem maior foco e atenção para a satisfação dos clientes (73,9%), ou seja, fazer com que os compradores finais fiquem satisfeitos com o produto comprado e/ou serviço prestado. Em segunda posição, a segurança e satisfação no trabalho (10,4%), objetivando mais pelo bem-estar dos funcionários. Esse resultado está de acordo com Machado (1999), que ressalva o foco feminino nesses dois quesitos de satisfação dos clientes e segurança e satisfação no trabalho. Destaque aqui para as outras opções acrescentadas pelas mulheres como, por exemplo, empreendedorismo, sustentabilidade, satisfação pessoal e profissional e sustento próprio.

No que tange a estrutura, nota-se que a busca por integração e eficaz comunicação é o fator de maior importância (47%), já que é mais presente no perfil feminino a intermediação de fatores e a busca pela integralização da equipe, para que assim surjam melhores resultados. Na segunda posição, tem-se o fator de baixo grau de formalismo (20,9%), o que pode ser entendido em função da maioria dos empreendimentos (já apresentado anteriormente) serem microempresas, cujo tamanho e características estruturais podem impactar em estilos com menor grau de formalidade. Na terceira posição, tem-se a ênfase na cooperação (20,1%), a qual pode-se ser compreendida se considerar que os municípios da Microrregião de Toledo/PR, desde sua colonização, surgiram por meio de modelos que visam e fomentam a colaboração e o associativismo (Alves, Cruz, Lima, & Piffer, 2013). Os fatores de maior relevância no quesito estrutura confirmam que para as mulheres é importante o entrosamento da equipe, com ênfase na atuação coesa, eficiente e motivada, o que vem ao encontro do ressaltado por Machado (1999).

No fator estratégia, a busca por qualidade obteve maior destaque (45,5%). Isso indica a preocupação feminina na oferta de produtos e serviços qualificados. Pode-se perceber também que a estratégia está diretamente ligada aos objetivos, já que esse também apresentou a maior pontuação no quesito satisfação dos clientes. Observa-se em segundo lugar, a busca por satisfação geral (27,6%), pertinente ao perfil feminino que apresenta uma preocupação desde a segurança e satisfação de seus funcionários até os clientes. Destaque nesse caso também para a estratégia pelas empresas que se caracterizam como inovativas, sejam pelos seus produtos ou serviços ou pela sua forma de gerenciamento, o que de forma geral confirma apontamentos de Fernandes et al. (2016), que ressaltam como características das mulheres: intuição, visão geral e sistêmica, solução de problemas com criatividade e inovação, são versáteis, etc.

No que tange ao estilo de liderança, esse foi o fator que mais ficou fracionado, talvez pelo fato das opções tratarem diretamente do perfil feminino como acolhedor, flexível e mais aberto. O quesito selecionado por mais empreendedoras foi a atenção às diferenças individuais (29,1%) seguido por valorizar o trabalho dos outros (26,1%) e depois poder compartilhado e motivar os outros (ambos com 20,9%). Fatores esses que Machado (1999) confirma serem próprios do perfil feminino, uma vez que as mulheres demonstram foco especial para as pessoas.

De modo geral, é possível estabelecer relações dos resultados obtidos por essas quatro questões diretamente com a teoria de Machado (1999), que aponta que os empreendimentos femininos buscam objetivos claros e que sejam disseminados para todos, por meio de uma comunicação eficaz, busca por qualidade como uma

característica forte presente nas mulheres empreendedoras e a habilidade feminina para tratar com os recursos humanos valorizando o trabalho dos outros e dando atenção para as diferenças individuais.

Considerações Finais

Este estudo direcionou olhar para a compreensão das características das empreendedoras da CMEG de Toledo e de seus negócios, bem como para as suas motivações e desafios no tocante ao ato de empreender. Pode-se perceber que as empreendedoras, em sua maioria, iniciaram seus empreendimentos ainda jovens e que possuem ensino superior completo. Ademais, a maior parte dos empreendimentos está no mercado há mais de uma década, e são do ramo do comércio, destacando-se as microempresas. No que tange às motivações das mulheres para empreenderem, pode-se inferir que estão voltadas em grande parte à independência financeira, seguido por reconhecimento pessoal, oferta de qualidade para os clientes, sonho de empreender e crescimento profissional. Os maiores desafios se referem a falta de conhecimento na área de atuação e a obtenção do capital inicial para abertura do negócio.

Pelo exposto, acredita-se que esta pesquisa apresenta contribuições aos gestores da CMEG de Toledo, que poderão se utilizar dos resultados para desenvolver ações e políticas incentivadoras, voltadas especificamente para negócios gerenciados por mulheres. O estudo possibilita que outras mulheres conheçam e reflitam sobre a possibilidade de abertura de um negócio próprio como uma oportunidade de trabalho e realização profissional.

Ademais, foi possível estabelecer relações dos resultados com a teoria de Machado (1999), que aponta que os empreendimentos femininos buscam objetivos claros e transparentes, além da busca por qualidade e do trabalho compartilhado como características centrais.

Por fim, recomenda-se que sejam realizadas pesquisas voltadas sobre a representatividade do empreendedorismo feminino em diferentes regiões do estado e país, buscando os principais benefícios e dificuldades encontrados pelas mulheres para empreender.

Referências

- Alves, L. R., Cruz, L. B., Lima, J. F. de, & Piffer, M. (2013). O Capital Social na Microrregião de Toledo-PR – 1985/2009. *Desenvolvimento em Questão*, 11(22), 139-17. jan./abr. <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2013.22.139-172>
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos E Definições. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 1(1), 25–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>
- Castro, J. C. da S., Braz, A. de F. B., & Freitas, D. M. de. (2019). Empreendedorismo feminino: um estudo de caso realizado na câmara da mulher empreendedora de Viçosa-MG. *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, 8(8), 515–542, mar. Recuperado de <https://bit.ly/2U1NUcd>
- Cosso, E. (2014). *Perfil de Empreendedoras Femininas: Estudo de Caso do Núcleo das Mulheres Empreendedoras da Associação Comercial e Industrial de Santo André – SP*. (Dissertação de Mestrado, Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo). Recuperado de <http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/71/1/EstherCosso.pdf>
- Dolabela, F. (2008). *O Segredo de Luísa*. Rio de Janeiro: Editora Sextante.
- Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2019). Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios. Recuperado 5 de fevereiro de 2019, de <http://www.fecomerciopr.com.br/atuacao/camara-da-mulher/>
- Fernandes, V. D. C., Ferreira, M. G. X., Vasconcelos, A. C. van H., & Oliveira, M. F. de. (2016). Empreendedorismo Feminino: um estudo de caso em uma indústria alimentícia na cidade de Uberlândia – MG. In *IX Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas* (p. 1–15). Passo Fundo/RS: EGEPE. Recuperado de <https://egepe.org.br/anais/arquivos/edicaoatual/Artigo80.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (2015). Empreendedorismo no Brasil - 2015. Relatório Executivo GEM. Recuperado 6 de fevereiro de 2019, de <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AF-GEM-Nacional-BAIXA.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (2016). Empreendedorismo no Brasil - 2016. Relatório Executivo GEM. Recuperado 6 de fevereiro de 2019, de <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AF-GEM-Nacional-BAIXA.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (2017). Empreendedorismo no Brasil - 2017. Relatório Executivo GEM. Recuperado 6 de fevereiro de 2019, de <https://ibqp.org.br/PDF GEM/Empreendedorismo no BRASIL 2017.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (2018). Empreendedorismo no Brasil - 2018. Relatório Executivo GEM. Recuperado 6 de fevereiro de 2019, de <https://ibqp.org.br/PDF GEM/Livro Empreendedorismo no Brasil - web compactado.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (2019). Empreendedorismo no Brasil - 2019. Relatório Executivo GEM. Recuperado 6 de fevereiro de 2020, de <https://ibqp.org.br/PDF GEM/Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil 2019.pdf>

- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (6º ed). São Paulo: Atlas.
- Gomes, D. T., Guerra, P. V., & Vieira, B. N. (2011). O Desafio do Empreendedorismo Feminino. In *XXXV Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração* (p. 1–17). Rio de Janeiro: ANPAD. Recuperado de <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>
- Machado, H. P. V., Gazola, S., & Anez, M. E. M. (2013). Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. *Revista de Administração Mackenzie*, 14(5), 177–200, set./out. <https://doi.org/10.1590/s1678-69712013000500007>
- Machado, H. V. (1999). Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In *XXIII Encontro Da Associação Nacional De Pós-Graduação Em Administração*. Foz do Iguaçu/PR: ANPAD. Recuperado de <https://docplayer.com.br/8909543-Tendencias-do-comportamento-gerencial-da-mulher-empreendedora.html>
- Sanches, F. C., Schmidt, C. M., Cielo, I. D., & Kühn, M. K. S. (2013). Empreendedorismo Feminino: Um Estudo sobre sua Representatividade no Município de Toledo – Paraná. *Revista de Gestão e Secretariado*, 04(02), 134–150, jul./dez. <https://doi.org/10.7769/gesec.v4i2.178>
-