



RELISE

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO MUNICÍPIO DE CÁCERES: MOTIVAÇÕES QUE LEVAM AS MULHERES A EMPREENDER¹

*FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE MUNICIPALITY OF CÁCERES:
MOTIVATIONS THAT LEAD WOMEN TO UNDERTAKE*

Marina Afonso Barbosa Pereira²

Julio Cezar de Lara³

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo identificar as motivações das mulheres ao se tornarem empreendedoras no município de Cáceres em Mato Grosso. O estudo foi realizado através de um questionário online e caracterizada como uma pesquisa exploratória com abordagem quali-quantitativa. A população se constituiu a partir de uma lista de mulheres empreendedoras cadastradas na Associação Comercial e Empresarial de Cáceres. A amostra contemplava no mês de junho de 2021 56 empreendedoras e no mês de março de 2022 43 empreendedoras. A análise das informações coletadas foi submetida a estatística descritiva. Com base nos elementos analisados foi percebido que a maioria das empreendedoras são acima de 40 anos, casadas e com filhos. No que se refere às motivações, as mulheres afirmaram que se tornaram empreendedora por oportunidade, necessidade e a busca pela independência financeira. Os dados também permitiram que identificássemos que a maioria das empreendedoras tem o desejo de que seu negócio se transforme em algo maior, que desejam ser realizadas financeiramente e passem mais tempo com a família.

Palavras-chave: empreender, motivação, mulher, realização.

ABSTRACT

This research aims to identify the motivations that lead women to become entrepreneurs in the municipality of Cáceres, Mato Grosso. The study was carried out through an online questionnaire and is characterized as an exploratory research with a qualitative and quantitative approach. The population consisted of a list of women entrepreneurs registered with the Commercial and Business

¹ Recebido em 05/07/2024. Aprovado em 30/08/2024. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.15848652

² Universidade do Estado de Mato Grosso. marina.pereira@unemat.br

³ Universidade do Estado de Mato Grosso. juliocezar.lara@unemat.br



RELISE

186

Association of Cáceres. The sample included 56 entrepreneurs in June 2021 and 43 in March 2022. The analysis of the collected data was subjected to descriptive statistics. Based on the analyzed elements, it was found that most entrepreneurs are over 40 years old, married, and have children. Regarding motivations, the women stated that they became entrepreneurs due to opportunity, necessity, and the pursuit of financial independence. The data also allowed us to identify that most entrepreneurs wish for their business to become something bigger, to achieve financial fulfillment, and to spend more time with their families.

Keywords: entrepreneurship, motivation, women, fulfillment.

INTRODUÇÃO

As mulheres que estão cada vez mais sendo influenciadas em ter seu próprio negócio juntamente com o desejo de obter independência financeira vem crescendo expressivamente no Brasil. O empreendedorismo feminino tem mostrado a força da mulher em seus vários aspectos e principalmente em lidar com múltiplos papéis em que são capazes de solucionar. A iniciativa de empreender um novo negócio ocorre em decorrência de inúmeros fatores que geram interesse em ser empreendedora. De acordo com Chiavenato (2021), o empreendedor é aquela pessoa que disponibiliza da capacidade de iniciar ou promover uma ideia de negócio ou objetivos individuais onde é necessário enfrentar situações decisivas e responsáveis buscando sempre trazer novidades para o seu negócio, solucionando as lacunas em prol da sociedade.

Segundo Dornelas (2020, p.75), “cada vez mais as mulheres estão envolvidas em novos negócios e liderando equipes, seja em pequenas ou em grandes empresas”, o que vem fortalecendo o papel da mulher na sociedade tem tomado grandes proporções devido ao anseio de ganhar representatividade e conquistar seu espaço no mundo empresarial.

O desenvolvimento desta pesquisa se deu no sentido de colaborar com a temática do empreendedorismo em especial com as mulheres empreendedoras que vêm se apropriando como forma de satisfazer suas necessidades e realização pessoal obtendo empoderamento feminino. A



RELISE

importância desta pesquisa remete em conhecer a realidade das mulheres no cenário empreendedor, os desafios que enfrentam diariamente para permanecer no mercado. É fundamental mostrar para a sociedade e o público feminino o quanto é necessário apoiar e incentivar o empreendedorismo local focado em mulheres, que em tempos atuais nota-se um crescimento de mulheres empreendedoras buscando seu espaço e méritos para alcançar seus objetivos.

Diante do exposto a pesquisa visa responder o seguinte questionamento: quais as motivações que levam as mulheres a assumirem o papel de empreendedora no município de Cáceres-MT?

O objetivo geral desta pesquisa é identificar as motivações que levam as mulheres a assumirem o papel de empreendedoras no município de Cáceres no Mato Grosso. Os objetivos específicos são: a) Investigar os motivos que levaram a se tornarem empreendedoras; b) Relatar as percepções das mulheres sobre os aspectos econômicos e sociais de se tornarem uma empreendedora e c) Verificar quais tipos de empreendimentos são mais desenvolvidos pelas mulheres cacerenses.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo

Existem vários autores que escrevem a respeito do empreendedorismo entre eles destaca-se Dornelas. De acordo com Dornelas (2018), o termo empreendedorismo tem como surgimento da palavra francesa “*entrepreneur*”, que possui o conceito de pessoas que se arriscam e criam negócios.

Strobino e Teixeira (2013) evidenciam que os conceitos introdutórios a respeito do empreendedorismo traziam em si somente sobre questões econômicas, no entanto com o tempo o conceito abrangeu um contexto social de forma que qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor. Para Hisrich,



RELISE

Peters e Sheperd (2014, p.26), “o empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões”. Além dos aspectos econômicos, o cenário empreendedor remete as pessoas à socialização e construção de valores diante da sociedade.

Salim e Silva (2010) conceituam o empreendedorismo como uma oportunidade, ou seja, são oportunidades que as pessoas percebem ao seu redor, momentos únicos para começar a empreender diferente daquela pessoa que realiza negócios por necessidade e que necessitam abrir um negócio por uma questão de sobrevivência principalmente quando existir o desemprego. A seguir alguns apontamentos relacionados ao empreendedorismo que motivam por necessidade e oportunidade no quadro 1.

Quadro 1- Características de Empreendedores

Necessidade	Oportunidade
Falta de acesso a oportunidades de trabalho formal como empregado	Decisão deliberada e/ou planejada
Necessidade de recursos financeiros mínimos para arcar com as demandas da sobrevivência	Ideia, descoberta, inovação
Carência de conhecimento explícito	Busca sistemática (querer ganhar dinheiro e se realizar financeiramente)
Demissão e desemprego	Desejo de autonomia.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2019)

O fato é que o empreendedorismo gera nas pessoas o desejo de mudança de vida, ir em busca de algo que agregue em si e em prol de outras pessoas. Sob o ponto de vista de Leite (2012), é necessário que haja estímulos em prol da cidadania empreendedora, por meio do apoio às pessoas que tenham habilidades para empreender, e que possam utilizar suas ideias e seus talentos para colocar em prática sua criatividade e iniciativa, relacionando o produto com o conhecimento concomitante com a atividade empreendedora e estar sempre em busca de melhorias para a organização e seus produtos oferecidos, ainda que chegue um tempo que não serão mais utilizados.



RELISE

Neste mesmo sentido os empreendedores dos micros e pequenos negócios sempre contribuem para a geração de renda e valores, não são pessoas que visam apenas números, mas sim em demonstrar elementos que colaborem com o desenvolvimento social da comunidade.

Empreendedorismo feminino

Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) afirmam que o processo de empreender implica em vários desafios e problemas que surgem diante de um empreendedor. Dornelas (2020) explica que quando tratamos de gênero, as mulheres encaram diversas situações complicadas ao decidir empreender, no entanto o empreendedorismo traz a força da mulher brasileira incorporando diversas funções que são capazes de administrar no momento de criar e gerenciar uma organização. Pesquisas apontam que o número de mulheres empreendedoras no Brasil é de aproximadamente metade de iniciativas em determinado empreendimento e internacionalmente elas estão crescendo e atuando em atividades empresariais (DORNELAS, 2020).

Segundo Barbosa *et al* (2011, p.124), “o negócio próprio é algo com que as empreendedoras se identificam ao qual se dedicam com paixão e que lhes possibilita criar e afirmar seus próprios valores”. As mulheres têm buscado de todas as formas a criação e inovação de novas atividades empreendedoras. Machado *et al* (2003) ressaltam que se tratando de empreender existem fatores que facilitam a inserção das mulheres no ramo empresarial além de outras questões que agregam valor na sua vida pessoal e que vai muito além dos quesitos econômicos.

De acordo com Jonathan (2005), a importância das mulheres nas empresas, liderando e empreendendo, possui um papel fundamental no âmbito social e inclusivo, pois desta forma é possível contribuir empregando e gerando renda para o crescimento da sociedade. A autora destaca que é muito



RELISE

satisfatório para as empreendedoras serem dona do seu próprio negócio o que lhes traz possibilidades de autonomia e conquista de seus objetivos proporcionando também ideias inovadoras na formação de princípios e metas individuais.

Segundo Teixeira e Bomfim (2016). mesmo quando as mulheres decidem não abandonar seus objetivos profissionais para cuidar da família, independente da contribuição de outras pessoas, os afazeres domésticos recaem sobre sua responsabilidade e assim lhes cabe a função de administrar o seu lar. Nitidamente as mulheres possuem características que fortalecem para o melhor desempenho do seu papel empreendedor diante de situações desfavoráveis.

De acordo com o SEBRAE (2021), as mulheres estão cada vez mais procurando assumir o seu ofício diante da sociedade e se incluindo em novos setores de trabalho, inclusive ganhando espaço no mundo empresarial onde antes era predominado pelo público masculino. Ressalta-se ainda que como empreendedoras existem muitas barreiras para enfrentar principalmente diante do cenário atual onde um número expressivo delas sofreram perdas econômicas causados pelo novo coronavírus. Segundo dados do Sebrae (2021, p.1):

As mulheres donas de pequenas empresas demitiram menos e contrataram mais que os homens no último mês de fevereiro. Esse é o resultado de um levantamento feito pelo Sebrae junto a 6.228 empresários e empresárias de todo o país. A pesquisa, realizada entre os dias 25 de fevereiro e 1º de março de 2021 mostra que as mulheres empreendedoras chegaram a esse resultado mesmo recorrendo menos a empréstimos junto ao setor financeiro.

GEM (2020) relata que no ano de 2019 os homens ainda lideravam o percentual maior no empreendedorismo em relação as mulheres. O número de empreendedores do sexo masculino foi de 18,4% no que diz respeito ao público feminino apresentou 13,9%, entretanto não há particularidades divergentes entre ambos os sexos na hora de empreender. Ainda segundo o relatório, entre o estágio inicial e o estabelecido a taxa de desistência do negócio é maior entre



RELISE

as mulheres empreendedoras do que a dos homens, pois existem fatores relacionados que a sobrecarregam, principalmente o contexto familiar.

Da Silva *et al* (2019) relatam que cada vez mais as mulheres estão se inserindo no mundo empreendedor, mas os desafios que este ambiente traz podem ser capazes de impactar negativamente vindo a reduzir o rendimento crescente e assim diminuindo o alcance dos seus objetivos. Os autores afirmam que os estudos sobre empreendedorismo feminino vêm crescendo e buscando compreender como ocorre a atuação das mulheres no mercado de trabalho e no campo empreendedor. Essas diversas pesquisas demonstram várias vertentes abordadas bem como as motivações e os principais desafios que enfrentam ao se lançarem como mulheres de negócios e no mercado trabalhista.

Silveira e Gouvêa (2007) destacam que conforme o crescimento das mulheres empreendedoras, o número de pesquisas vem sendo cada vez mais exploradas. Apesar desta ampliação de produção com rigor científico seja consideravelmente relevante, de certa forma os estudos sobre empreendedorismo feminino julgam-se pequeno. Ainda de acordo com as autoras, cada mulher de forma individual tem sobre si responsabilidades com suas ocupações empreendedoras sabendo que são capazes de sobressair com habilidades em harmonizar o trabalho com a família, mesmo que sintam as consequências em lidar com sobrecargas de exercer múltiplas tarefas.

Cramer *et al* (2012) evidenciam que as mulheres empreendedoras são conscientes que ao se tornar empreendedoras irão ter que também se dedicar à família. As mulheres de negócios enfrentam dificuldades em obter apoio familiar, por não darem confiança em que elas possuem competências de governar e gerenciar seu próprio empreendimento.

A pesquisa de Da Silva, Mainardes e Lasso (2016) constatou que as mulheres estão em constante crescimento no cenário empreendedor e encontram dificuldades na aquisição de apoio financeiro. Entretanto utilizam



RELISE

seus próprios recursos financeiros em prol do seu negócio. Observou-se ainda que de acordo com suas atividades antigas foi possível administrar com segurança seu empreendimento. O estudo evidenciou a dificuldade das empresárias em gerenciar a empresa em relação a marketing, finanças e tecnologia e demonstrou a necessidade de aperfeiçoamento nessas áreas.

METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa aplicou-se o método de pesquisa qualitativa e quantitativa sendo exploratória de levantamento. Já quanto ao objeto de estudo foram as mulheres empreendedoras de qualquer ramo de empreendimento que atuem no município de Cáceres. No que diz a respeito à população, as mulheres empreendedoras, foi feito um levantamento juntamente com Associação Comercial Empresarial de Cáceres (ACEC).

A pesquisa foi iniciada no ano de 2021 como foco de estudo as motivações das mulheres empreendedoras seguindo até o ano de 2022. Durante este período foram aplicados duas vezes o mesmo questionário ao grupo de empreendedoras. O objetivo foi coletar dados para elaboração de um comparativo entre os períodos de pesquisa. A coleta se deu no início no ano de 2021 e foi reaplicada no início do ano de 2022 com intuito de verificar que mudanças houve em relação as motivações empreendedoras. Foi elaborado um questionário online na plataforma *Google Forms* com 16 questões objetivas. A escolha do questionário, instrumento de coleta utilizado nesta pesquisa, levou em consideração o que Lakatos e Marconi (2021, p.107) relatam: “questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.



RELISE

Para a realização desta pesquisa e o processamento dos dados aplicou-se o método de estatística descritiva que é uma etapa inicial da análise de dados, com objetivo de descrever os dados observados (Paula, 2019).

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta sessão serão apresentados os dados coletados com as mulheres empreendedoras de Cáceres. Destaca-se que houve uma análise comparativa entre os anos de 2021 e 2022 buscando evidenciar o que mudou nesse período na visão das empreendedoras femininas.

Na tabela 1, quando se refere ao ano de 2021 percebeu-se que 59% das respondentes são mulheres com idade acima de 40 anos, ou seja, maduras acerca do cenário empreendedor, levando em consideração que o mercado de trabalho dificulta a inserção do público feminino no mercado de trabalho com idade avançada. Ainda na tabela 1, mas observando o ano de 2022 as mulheres empreendedoras acima de 40 anos ainda continuam em um percentual alto, ou seja, de 45%, seguindo em segundo lugar com 28% o público de 30 a 35 anos.

Tabela 1. Idade das empreendedoras pesquisadas

Idade	Em 2021	Em 2022
18 a 23	0	16%
24 a 29	11%	11%
30 a 35	30%	28%
Acima de 40	59%	45%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Considerando as análises dos dados do ano de 2021 é possível identificar que 59% dos respondentes são casadas, sendo notável que essas empreendedoras tenham que conciliar o ambiente familiar em conjunto com suas atividades empreendedoras. Já em 2022 a maioria das respondentes também são mulheres casadas (55%), podendo verificar o número pequeno de mulheres solteiras de 17%.



RELISE

194

Tabela 2. Estado civil das empreendedoras pesquisadas

Estado Civil	Em 2021	Em 2022
Solteira	11%	17%
Casada	59%	55%
União estável	18%	11%
Divorciada	6%	0
Separada	0	0
Outros	6%	17%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Segundo a pesquisa de Strobino e Teixeira (2013), o número de mulheres casadas tem um índice maior no empreendedorismo e estas mulheres se esforçam para diminuir e amenizar os conflitos no ambiente familiar por terem decidido ser donas do próprio negócio. Os autores destacam que estas empreendedoras tentam controlar suas emoções a fim de conciliar o ambiente de trabalho e o familiar, buscando o equilíbrio dos problemas.

O período de 2021, exposto na tabela 3, apontou que o número de mulheres que possuem ensino superior é bem significativo, pois revela o interesse feminino em se qualificar. O ano de 2022 reflete um indicativo também maior de empreendedoras que possuem graduação em andamento devido a novas respondentes neste período.

Tabela 3. Formação escolar das empreendedoras

Formação Escolar	Em 2021	Em 2022
Ensino fundamental incompleto	0	11%
Ensino fundamental completo	6%	0
Ensino médio incompleto	18%	6%
Ensino médio completo	0	17%
Ensino superior incompleto	17%	44%
Ensino superior completo	59%	22%

Fonte: Elaborado pelos autores.

A pesquisa de Da Silva, Mainardes e Lasso (2016) contribui com os dados coletados, pois também constatou que a maioria das mulheres empreendedoras de meia idade possuem o ensino superior completo.

Ao analisar a tabela 4 percebe-se que em 2022 houve um percentual significativo (28%) de mulheres que abriram um negócio próprio. Considerando que estávamos passando por uma pandemia do Coronavírus no Brasil, percebe-



RELISE

se que estas mulheres estão dispostas a encarar o novo normal em uma nova perspectiva. Mas a maioria das empreendedoras, tanto no ano de 2021 (53%) como no ano de 2022 (39%) possuem seu empreendimento aberto há mais de 6 anos.

Tabela 4. Tempo do empreendimento das empreendedoras

Tempo do Empreendimento	Em 2021	Em 2022
Menos de 1 ano	6%	28%
1 a 3 anos	17%	22%
4 a 6 anos	24%	11%
Acima de 6 anos	53%	39%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Sobre o tempo de empreendimento verificamos que a pesquisa de Sanches *et al* (2013) revela que existem perspectivas que favorecem práticas empreendedoras, o que de certa forma motiva no âmbito adequado em um cenário econômico para o público feminino. O que pode explicar o percentual maior de empreendedoras no ano de 2022 com novos negócios.

No aspecto que trata sobre filhos, em ambos os anos expostos na tabela 5 foi possível analisar que a maioria das mulheres possuem 2 filhos ou mais. Isso evidencia o esforço dobrado que as mulheres têm para gerir um empreendimento e ainda lidar com ambiente familiar.

Tabela 5. Quantidade de filhos das empreendedoras

Quantidade de filhos	Em 2021	Em 2022
Nenhum	12%	11%
1	23%	11%
2	36%	44%
3	23%	17%
Acima de 3	6%	17%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Strobino e Teixeira (2013) afirmam que as mulheres necessitam compartilhar o cuidado com os filhos com os maridos, pessoas familiares próximas e inclusive cuidadores de crianças e transferir afazeres domésticos com funcionários do lar. O fato é que ser mulher empreendedora demanda equilíbrio entre várias funções para que seja possível um bom rendimento entre suas tarefas diárias. Ou seja, as mulheres estão todos os dias driblando com seu



RELISE

papel de gerenciar sua casa e família tal como se tornar uma mulher de negócios capaz de superar os desafios do dia a dia, pois estão cada vez mais se tornando independentes.

Motivações para empreender

Em relação à motivação para empreender, verificamos que em 2021 houve um resultado de 29% das mulheres dizendo que a motivação foi a satisfação pessoal, seguido por 24% delas respondendo que é pela oportunidade e pela independência financeira. No entanto, em 2022, os resultados se alteraram já que 44% das mulheres responderam que foi por necessidade em se tornar uma mulher de negócios e em segundo com 22% das mulheres respondendo que foi pela oportunidade de abrir um negócio.

Tabela 6. O que motivou a empreender

Motivação do Empreendimento	Em 2021	Em 2022
Oportunidade	24%	22%
Necessidade	18%	44%
Empresa familiar	6%	0
Satisfação pessoal	29%	17%
Independência financeira	24%	17%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Estudos de Da Silva e Guimarães (2018), que analisaram o perfil das mulheres empreendedoras no ramo da beleza e estética, afirmaram que a maior parte das pesquisadas empreendem por oportunidade. Explicitaram ainda que buscaram pelo empreendedorismo como forma de independência, administrar seu próprio tempo de acordo com sua disponibilidade, atingir seus objetivos e por outro lado harmonizar os conflitos familiares e ambiente de trabalho.

Na tabela 7 questionou-se sobre os fatores que levaram a empreender. Os dados constataam que no ano de 2021 houve um percentual de 65% das mulheres informando que o fator principal foi realização profissional e pessoal, sendo em segundo lugar (29%) a resposta foi de existir a possibilidade de passar maior tempo com a família. Já no ano de 2022 houve alterações, pois 45% das



RELISE

empreendedoras declararam que iniciaram no empreendedorismo para passar mais tempo com a família. O fator de realização profissional e pessoal assim como o fator de buscar melhores condições de trabalho, obtiveram o percentual de 22%.

Tabela 7. Fatores que levaram a empreender

Fatores que levaram a empreender	Em 2021	Em 2022
Não possuir melhores condições de trabalho	6%	22%
Resistência dos empregadores em contratar mulheres	0	11%
Realização profissional e pessoal	65%	22%
Maior tempo com a família	29%	45%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Teixeira e Bomfim (2016) explicam que mesmo quando as mulheres decidem não abandonar seus objetivos profissionais elas necessitam cuidar da família. Logo os fatores demonstrados na tabela 7 podem ser compreendidos se aceitarmos, por exemplo, que ao administrar seu próprio negócio é possível ter flexibilidade em dias e horários e conseqüentemente cuidar e dedicar mais tempo a família.

Nos dados da tabela 8, referente ao ano de 2021, percebeu-se que 41% das mulheres possuem algumas vezes dificuldades em conciliar o trabalho com a família. Mas que 35% das mulheres nunca possuíram esta dificuldade. Interpretando o ano de 2022 percebe-se que 55% das respondentes relataram raramente ter dificuldades em lidar com ambiente familiar e o trabalho. Em segundo lugar a opção algumas vezes ficou com 22% das mulheres informaram que eventualmente lidam com relações familiares e suas ocupações.

Tabela 8. Dificuldades em conciliar trabalho-família

Dificuldades em conciliar trabalho-família	Em 2021	Em 2022
Nunca	35%	6%
Raramente	18%	55%
Algumas vezes	41%	22%
A maioria das vezes	0	11%
Sempre	6%	6%

Fonte: Elaborado pelos autores.



RELISE

Para Strobino e Teixeira (2013), sempre existirão conflitos na vida de um ser humano e constantemente faz parte até o fim da nossa vida. Cabe a cada um administrar os conflitos diante das improváveis situações e driblar os problemas e transformá-los em possibilidades positivas, diante dos fatos que são inevitáveis no dia a dia e principalmente é necessário bom senso nas adversidades entre trabalho-família.

A tabela 9, no que se referente ao ano de 2021, explicita que 59% das mulheres empreendedoras sempre se dedicam a sua família, e 41% na maioria das vezes. Isso demonstra o quanto elas se importam em oferecer e participar ativamente das dinâmicas familiares. Já no ano de 2022, os dados apontam para uma queda da disposição de tempo com a família, onde 50% afirmaram que sempre dispõe de tempo para família, e 39% garantem que a maioria das vezes reservam esse tempo, subindo o percentual de algumas vezes para 11%.

Tabela 9. Tempo que se dedica a família

Tempo que se dedica família	Em 2021	Em 2022
Nunca	0	0
Raramente	0	0
Algumas vezes	0	11%
A maioria das vezes	41%	39%
Sempre	59%	50%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Barbosa *et al* (2011) destacam em sua pesquisa, envolvendo casos múltiplos com empreendedoras no município de Aracaju, que um dos maiores causadores de dificuldades entre ambiente de trabalho e familiar é a dedicação do tempo para a família. Os autores perceberam que para as empresárias equilibrar o trabalho e a maternidade exige um pouco mais de esforço pelo fato em que se doam por mais de dez horas em seu próprio empreendimento.

Na tabela 10 os dados ponderam sobre se as mulheres idealizaram que seu empreendimento seja o melhor do ramo do município. No ano de 2021, houve 35% das respondentes acreditando que na maioria das vezes e sempre poderiam ser o melhor empreendimento. As demais empreendedoras



RELISE

expressaram com 24% para algumas vezes e 6% que raramente almejavam alcançar ser o melhor empreendimento. Percebe-se que em 2021 não houve nenhuma empreendedora que nunca imaginou ser a melhor empreendedora.

Comparando os dados de 2021 com o de 2022, percebe-se que o percentual de empreendedoras que sempre idealizam ser as melhores cai para 22%, e as empreendedoras que idealizam na maioria das vezes também cai para 33%, aumentando o percentual de algumas vezes para 28% e raramente 11%. Também em 2022 já aparecem 6% de empreendedoras que nunca idealizam ter seu empreendimento como o melhor do município.

Tabela 10. Idealização do melhor empreendimento

Idealização do melhor empreendimento	Em 2021	Em 2022
Nunca	0	6%
Raramente	6%	11%
Algumas vezes	24%	28%
A maioria das vezes	35%	33%
Sempre	35%	22%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Silveira e Gouvêa (2008) realizaram uma pesquisa com uma Associação Empresarial de Santa Catarina, onde as empreendedoras afirmaram que se consideram ser empresárias prósperas. Indicam que o êxito de seus negócios se deve a suma dedicação e ao aprendizado que projetam na empresa. Revelam que os resultados positivos transferem realização, euforia e a consolidação de projetos.

O estudo ainda mostra que a maior parte delas presumem que sua organização alcance as melhores conquistas. Demonstram que não é fácil lidar com as mudanças que sempre ocorrem no mundo empresarial brasileiro, porém estão satisfeitas em contribuir com geração de renda para colaboradores e auto independência são os principais fatores que consideram positivos para seu empreendimento.

De acordo com a tabela 11, observando os dados do ano de 2021, houve 53% das respondentes afirmando que existiu dificuldades por falta de capital,



RELISE

outras 17% justificaram a existência de dificuldades por não ter o conhecimento adequado no momento de empreender. Outras empreendedoras apontaram que a dificuldade foi ter o público distante (12%) e falta de organização (12%) existindo ainda respondentes que acreditam que as dificuldades foi sobre devido a preconceito de gênero (6%).

Ainda sobre os dados da tabela 11, mas agora analisando os dados do período de 2022, observa-se que 44% das respondentes disseram que tiveram dificuldades relacionadas ao conhecimento adequado na hora de empreender e 39% apontando o capital como a principal dificuldade para iniciar o empreendimento.

Tabela 11. Dificuldades encontradas no início do empreendimento

Dificuldades no início do empreendimento	Em 2021	Em 2022
Capital	53%	39%
Preconceito de gênero	6%	6%
Público distante	12%	11%
Conhecimento adequado sobre empreendimento	17%	44%
Falta de organização	12%	0

Fonte: Elaborado pelos autores.

Estudos de casos executados por Teixeira e Bomfim (2016), com quatro agências de viagens que são gerenciadas por mulheres do município de Aracaju, encontrou-se similaridade com estes dados sobre dificuldades em adquirir crédito e soluções financeiras a fim de aplicar na sua empresa. Nesse contexto apontaram também juros abusivos na hora de obter empréstimos, mencionaram ainda que não houve discriminação pela direção dos bancos por serem mulheres.

Apresenta-se na tabela 12, no ano de 2021, que 35% das empreendedoras responderam que o resultado de se tornarem empreendedoras foi a aceitação no mercado do seu produto. Já no mesmo ano, 29% afirmaram que o resultado obtido ao se tornar empreendedora foi a realização pessoal. O lucro esperado e permanência do projeto, em 2021, foi o resultado esperado para apenas 18% das empreendedoras.



RELISE

Já no ano de 2022, os percentuais mudaram pois 33% das empreendedoras informaram realização pessoal como principal resultado satisfatório, em segundo lugar 28% alegaram que tiveram aceitação no mercado resultante do seu negócio. Quanto ao lucro esperado apenas 22% entenderam que este foi o melhor resultado obtido.

Tabela 12. Resultados obtidos ao se tornar empreendedora

Resultados obtidos ao se tornar empreendedora	Em 2021	Em 2022
Empreendimento aceito	0	11%
Lucro esperado	18%	22%
Permanência do projeto	18%	6%
Aceitação no mercado	35%	28%
Realização pessoal	29%	33%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme Dornelas (2009), o empreendedor tem que assumir riscos e aceitar o que vai ocorrer em seus primeiros anos de trabalho. Logo, nem sempre o que se espera irá se encontrar. Esta pesquisa demonstra isto, a distribuição entre os resultados obtidos ao se tornarem empreendedoras, nem sempre sendo somente o lucro esperado ou a realização pessoal.

Considerando o crescimento do empreendedorismo feminino, a tabela 13, no ano de 2021 demonstra que 82% das mulheres acreditam que o público feminino está mais independente devido às oportunidades e direitos que elas conquistaram. Já no período de 2022, permaneceu com a maioria (61%) das respondentes confirmando que as mulheres estão mais independentes por causa da vastidão de possibilidades que o empreendedorismo oferece.

Tabela 13. Motivos que acreditam no crescimento do empreendedorismo feminino

Descrição dos Motivos	Em 2021	Em 2022
Falta de emprego ofertado no mercado	6%	11%
As mulheres estão mais independentes	82%	61%
Por inovação abertura de mercado de trabalho para a mulher	6%	6%
Por existir mais condições favoráveis para a mulher	0	22%
Outros	6%	0

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados estão em concordância com a pesquisa de Da Silva e Guimarães (2018), que realizaram uma pesquisa com empreendedoras no



RELISE

202

segmento de beleza e estética no município de Floriano-PI. A pesquisa de Da Silva e Guimarães (2018) demonstra que a maioria das entrevistadas confirmaram que empreenderam por oportunidade, destacando a busca do empreendedorismo como forma de independência, liberdade em determinar seu próprio tempo para as atividades, atingir seus objetivos traçados e ajustar o ambiente familiar com o trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as respostas das mulheres empreendedoras cadastradas na Associação Empresarial de Cáceres (ACEC) nos anos de 2021 e 2022, esta pesquisa procurou identificar quais as motivações as levaram a empreender no município de Cáceres, Mato Grosso, e com os dados levantados e uma busca fundamentada em teorias sobre empreendedorismo foi possível compreender os labores femininos ao se tornarem empreendedoras.

Quanto ao perfil das mulheres foi possível identificar que a maioria delas possui companheiro, tem filhos e realizam múltiplas tarefas, equilibrando o fato de ser empreendedoras e donas de casa e realizando uma dupla jornada, no trabalho comercial e no trabalho doméstico.

Já sobre as principais motivações que as levaram a empreender destaca-se os aspectos de oportunidade de abertura de um negócio, necessidade de empreender e o desejo de possuir independência financeira o que revela que as mulheres buscam a cada dia crescer financeiramente e contribuir como uma fonte de renda para sua família.

As análises salientam que as mulheres que buscam realização pessoal se tornam empoderadas e determinadas para irem conquistar seu espaço como mulher e mostrar que tem grande potencial e capacidade para gerenciar um empreendimento e assim percebe-se que as motivações envolvem muito mais



RELISE

do que posição financeira, mas sim o valor que seu empreendimento é capaz de agregar na vida de seus clientes e principalmente na sua independência.

Nos dois anos pesquisados, os dados destacaram a busca real das mulheres em se tornarem empreendedoras, pois elas acreditam que é possível gerenciar e comandar um negócio buscando fazer o melhor para ter o controle da sua vida financeira e ainda proporcionar conforto para suas famílias. A inserção na área empreendedora parece refletir o anseio das mulheres em possuir autonomia e autorrealização pessoal sendo destaque nesta pesquisa como os principais fatores destacados por elas para se tornarem empreendedoras.

Dessa forma, pode-se concluir que a presente pesquisa apresentou as principais motivações das mulheres para empreender no município de Cáceres no Mato Grosso e contribuiu com a discussão sobre empreendedorismo feminino. No entanto é preciso que temática continue sendo pesquisada para que novos estudos possam evidenciar de forma mais abrangente o empreendedorismo feminino.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

BARBOSA, Felipe Carvalhal; CARVALHO, Camila Fontes de; SIMÕES, Gessica Maria de Matos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: Estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju-Sergipe. **Revista da Micro e Pequena empresa**, v. 5, n. 2, p. 124-141, 2011.

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



RELISE

204

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

CRAMER, Luciane; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves; ANDRADE, Áuria Lucia S.; BRITO, Mozar José de. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **Revista REGEPE - Entrepreneurship and Small Business Journal**, v. 1, n. 1, jan/abr. 2012.

DA SILVA, Mariana Santos; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

DA SILVA, Pablo Marlon Medeiros; EL-AOUAR, Walid Abbas; DA SILVA, Arthur William Pereira; CASTRO, Ahiram Brunni Cartaxo Brunni Cartaxo de; SOUSA, Juliana Carvalho de. A resiliência no empreendedorismo feminino. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 34, jan-abr, 2019

DA SILVA, Amanda Suênya de Brito; GUIMARÃES, Jairo de Carvalho. Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 12, n. 2, p. 53-71, 2018.

DORNELAS, José. **Dicas essenciais de empreendedorismo**. São Paulo: Empreende, 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo para visionários, desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. 2 ed. São Paulo: Empreende, 2019.

DORNELAS, José. **Introdução ao empreendedorismo**. São Paulo: Empreende, 2018.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Curitiba: IBQP, 2020.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, v. 10, p. 373-382, 2005.



RELISE

205

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de Pesquisa**. Grupo GEN, 2021.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

MACHADO, Hilka Vier; ST-CYR, Louise; MIONE, Anne; ALVES, Marcia Cristina Moita. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, 2003.

PAULA, Tainah. **Estatística Descritiva**. CAPSCS. UERJ, 2019. Disponível em: <<http://www.capcs.uerj.br/estatística-descritiva/>>. Acesso em 14/06/2022.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao Empreendedorismo**: Grupo GEN, 2010.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Portal SEBRAE**. Disponível em < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> >. Acesso em 14/06/2021.

SILVEIRA, Amélia; GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Kuhn de. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 7, n. 3, jul/set. 2008.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicascos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 49, p. 59-76, 2013.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.