



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA / UFPB

Centro de Ciências Sociais Aplicadas/ CCSA

Departamento de Administração/ DA

**A CONCILIAÇÃO DAS ATIVIDADES PESSOAIS E EMPRESARIAIS,
POR PARTE DAS EMPREENDEDORAS DO COMÉRCIO VAREJISTA
DE BIJUTERIAS EM JOÃO PESSOA**

THAMYRES MESQUITA DE CASTRO

João Pessoa

Outubro/2017

THAMYRES MESQUITA DE CASTRO

**A CONCILIAÇÃO DAS ATIVIDADES PESSOAIS E EMPRESARIAIS,
POR PARTE DAS EMPREENDEDORAS DO COMÉRCIO VAREJISTA
DE BIJUTERIAS EM JOÃO PESSOA**

Artigo apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba/ UFPB.

Professor Orientador: Dr. Rosivaldo de Lima Lucena

João Pessoa

Outubro/2017

Folha de Aprovação

THAMYRES MESQUITA DE CASTRO

**A CONCILIAÇÃO DAS ATIVIDADES PESSOAIS E EMPRESARIAIS, POR PARTE
DAS EMPREENDEDORAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE BIJUTERIAS EM
JOÃO PESSOA.**

Artigo aprovado em: ___/___/____.

Banca examinadora

Profº: Rosivaldo de Lima Lucena (Doutor)

Orientador

Examinadora

A CONCILIAÇÃO DAS ATIVIDADES PESSOAIS E EMPRESARIAIS, POR PARTE DAS EMPREENDEDORAS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE BIJUTERIAS EM JOÃO PESSOA.

RESUMO

Pesquisas com mulheres empreendedoras estão em crescimento nos últimos anos como as de Vale; Serafin; Teodósio (2011) e a de Alperstedt; Ferreira; Serafin,(2014), as quais abordam a maior participação feminina em diversos setores da sociedade e à importância desse tema no contexto social. O presente estudo teve como objetivo geral compreender como as mulheres empreendedoras do comércio varejista de bijuterias na cidade de João Pessoa conciliam suas atividades pessoais e profissionais. A pesquisa exploratória foi desenvolvida a partir do método qualitativo com empresárias do comércio varejista de bijuterias em João Pessoa, caracterizando inicialmente o perfil pessoal e profissional de cinco mulheres as quais possuíam um tempo de atuação nesse segmento igual a dois anos ou mais. A principal motivação para o estudo foram questionamentos relacionados ao cotidiano da mulher empreendedora, a qual precisa conciliar os diversos papéis sociais com a decisão de gerir um negócio próprio e para compreender essa realidade foram realizadas entrevistas, as quais possibilitaram ouvir diversos relatos relacionados às conquistas, desafios e oportunidades encontradas na decisão de empreender. A partir dos resultados obtidos foi possível concluir que, apesar das empresárias considerarem seu dia a dia bastante corrido elas evidenciam um alto grau de satisfação na atividade empreendedora, a qual foi identificada a partir de aspectos citados como: maior flexibilidade de horários, autonomia e possibilidade de desenvolver a criatividade.

Palavras chaves: Empreendedorismo, mulheres empreendedoras.

1. Introdução

A partir da grande difusão do tema Empreendedorismo no Brasil, das profundas mudanças econômicas e das relações de trabalho é crescente o interesse no tema desse estudo, que buscou compreender o contexto no qual a mulher empreendedora está inserida. Atualmente há uma maior preocupação com a criação de pequenas empresas duradoura seja por parte do governo ou pelas entidades de classe. Por esse motivo termo Empreendedorismo tornou-se bastante difundido o que propiciou uma queda no número de falências empresariais (DORNELAS, 2016).

A atividade empreendedora possui as etapas e ferramentas de apoio independentes de qualquer gênero, mas muito se tem abordado sobre o empreendedorismo feminino devido a uma crescente participação da mulher nesse setor, o que possibilita diferentes tipos de iniciativas e ações de formação dedicadas a esse aspecto (DORNELAS, 2016).

A presente pesquisa teve como finalidade responder a seguinte questão: Como as mulheres empreendedoras do comércio varejista de bijuterias na cidade de João Pessoa, conseguem equilibrar suas atividades pessoais e profissionais? O objetivo geral foi compreender como as mulheres empreendedoras do comércio varejista de bijuterias na cidade de João Pessoa conciliam suas atividades pessoais e profissionais.

Em relação aos objetivos específicos estes se voltaram: a) Traçar o perfil destas empreendedoras; b) descrever a atividade profissional delas e c) identificar quais os desafios enfrentados, pelas empreendedoras aqui estudadas, na gestão do negócio a partir das diversas demandas do cotidiano feminino.

Além do exposto, esse artigo também aborda a questão da geração de renda para o gênero feminino, quanto em relação ao desenvolvimento das habilidades das mulheres com o objetivo de um maior aperfeiçoamento na condução desses empreendimentos constituídos por mulheres, pois para Dewes (2005, p 09) “os pequenos negócios, e particularmente os novos, se destacam na economia não apenas pela capacidade de geração de empregos, mas também pela sua competitividade e capacidade de inovar”.

Por isso, ser empreendedor é ter a capacidade de se destacar através da visão de novas oportunidades no mercado, mas também envolve diversos aspectos da vida do indivíduo que decide se inserir em um novo empreendimento ou desenvolver melhorias no ambiente no qual atua profissionalmente como ressalta (DORNELAS, 2016, p.10):

(...) o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Com uma maior participação feminina em diversos setores da sociedade e consequentemente na atividade empreendedora, é importante identificar quais foram às influências fundamentais nesse contexto, pois em um período anterior elas estavam voltadas para a produção de bens e serviços exclusivamente familiares e por isso suas atividades eram baseadas em laços fortes o que difere dos homens, que muitas vezes estavam dedicados a funções externas como a gestão do Estado, a guerra e a ciência e dessa forma desenvolveram maiores relações externas consideradas laços fracos (VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011).

A partir dos dados do GEM (2015), a condução de negócios por mulheres tem grande relevância social e econômica e de acordo com JONATHAN; SILVA (2007), são nas micro, pequenas e médias empresas que estão concentrados os empreendedores no Brasil dos quais cerca de 44% são de empreendedoras com negócios já estabelecidos, mas apesar dos números as pesquisas mais aprofundadas sobre o tema ainda são escassas.

Atualmente o gênero feminino empreende em diversos seguimentos como afirma Boas; Diehl (2012), através dos dados de uma pesquisa realizada em 2011 pelo Sebrae de São Paulo “(...) As empreendedoras individuais estão à frente de 2% de obras de alvenaria, 10% na reparação e manutenção de equipamentos, 46% de bares e de minimercados e armazéns. Possuem 56% das lanchonetes e 75% do comércio varejista em geral (...)”.

Já em relação ao mercado paraibano a pesquisa realizada pelo Sebrae sobre o Perfil do Microempreendedor Individual (2017), destaca que o estado possui 77% de microempreendedores que se declaram em atividade e afirma que: “as mulheres são maioria entre os microempreendedores individuais da indústria (55%), serviços (52%) e comércio (51%). Em compensação, os homens são quase a totalidade dos MEI da construção civil (93%) e constituem considerável maioria dos microempreendedores da agropecuária (82%). A partir desses dados é possível perceber a relevância desse tema na cidade de João Pessoa, devido ao crescimento no número de microempreendedoras.

Porém, apesar dos dados apresentados serem favoráveis, estudos relacionados ao tema e publicações nacionais realizadas por mulheres nesse aspecto ainda são mínimas, sendo essa a justificativa para o desenvolvimento desse estudo. Essa disparidade é citada por Boas; Diehl (2012) em relação ao desequilíbrio existente entre a importância e o reconhecimento do papel feminino, que também está presente em outras áreas como na política, nos cargos de comando das empresas e na sociedade em geral.

Por esse motivo esse estudo tem o intuito de incentivar estudos nessa área com a finalidade de preencher as lacunas ainda existentes relacionadas ao empreendedorismo feminino e a compreensão do contexto, no qual a mulher que decide empreender está inserida, para assim perceber como as influências externas e internas são capazes de garantir o êxito em um setor bastante competitivo como é o caso do empreendedorismo no setor do varejo.

2. Fundamentação Teórica

Essa seção aborda a fundamentação teórica que dá embasamento a esta pesquisa e está dividido nas seguintes seções: descrição da atividade empreendedora, perfil da mulher empreendedora e desafios para conciliar a vida pessoal e profissional.

2.1 Descrição da Atividade Empreendedora

O empreendedorismo é identificado como um fenômeno capaz de impulsionar o desenvolvimento econômico, visto que está diretamente relacionado à criação de novas empresas e a geração de empregos (MONTEIRO, 2014), por esse motivo é possível considerar o empreendedor como um importante agente de mudança social.

Como ressalta Dornelas (2016), a atividade empreendedora é formada por um conjunto de pessoas e processos envolvidos com a finalidade de transformar ideias em oportunidades, ou seja, aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes, como em empresas já constituídas, porém o termo empreendedorismo nesse artigo está relacionado basicamente à criação, propriedade e condução de um negócio.

O indivíduo empreendedor possui três características fundamentais que estão sempre presentes: Iniciativa para criar o próprio negócio e paixão pelo que faz; utilização de recursos disponíveis de forma criativa e aceitação em assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar (DORNELAS, 2016), fatores que serão evidenciados a partir dos relatos obtidos na pesquisa.

A atividade empreendedora feminina de acordo com a pesquisa GEM (2015) é significativa, pois quando se considera o setor formal e o informal o número de mulheres vem crescendo a cada ano e a análise da experiência relacionada ao cotidiano destas será o foco desse estudo.

A constituição de um negócio próprio pode ocorrer de forma voluntária ou involuntária, no caso da involuntária está muitas vezes relacionada às pessoas que não encontram oportunidades mercado de trabalho formal devido à reestruturação das corporações nos últimos anos e conseqüentemente um maior número de pessoas em situação de desemprego (FILION, 2000).

Porém, o número de empreendedores voluntários, ou seja, aqueles que desejam ser empreendedor por vislumbrar uma oportunidade lucrativa, vêm crescendo devido a diversos fatores: como busca de crescimento profissional, visão de mercado promissor e uma melhor formação acadêmica e profissional na qual as mulheres estão cada vez mais presentes, pois além da formação, as informações da área empreendedora proporciona negócios mais bem planejados (FILION, 2000).

O varejo de acordo com Mattar (2011, p.01) “consiste nas atividades de negócio envolvidas na venda de qualquer produto ou prestação de qualquer serviço a consumidores finais, para utilização ou consumo pessoal, familiar ou residencial.” E a partir disso é possível observar o quanto esse setor depende das relações entre fornecedor e comprador e como o que já foi mencionado anteriormente por Vale; Serafim; Teodósio(2011), em relação a importância que as mulheres dão as relações, justifica o interesse do gênero feminino por esse segmento e esse perfil será melhor abordado na próxima seção.

2.2 Perfil da Mulher Empreendedora

A partir da crescente participação feminina na área do empreendedorismo, muitos estudos estão sendo desenvolvidos sobre o perfil da mulher empreendedora e questionamentos voltados a compreender se há características específicas do gênero feminino sobre a forma de gerenciar. Além disso, destaca que fatores como persistência e capacidade de influenciar os outros estão presentes nos resultado obtido em diversas pesquisas na área e que às mulheres costumam considerar suas ações como as principais responsáveis por definir seus destinos muito mais que o contexto ou situação que se encontram. (MACHADO, 1999 *apud* ZAMPIER; TAKAHASHI; TEIXEIRA 2011)

A partir das análises realizadas alguns valores também estão inclusos nesse perfil empreendedor feminino, classificados como valores terminais (saúde, autor respeito, segurança familiar, liberdade e senso de realização) e valores instrumentais (honestidade, responsabilidade, independência, ambição e capacidade. Já em termos de características gerais os estudos abordam a mulher empreendedora com um perfil específico: bom nível educacional apesar de pouco conhecimento gerencial, predomínio de pais empreendedores,

que poderiam ter servido de modelos e faixa etária predominante entre 31 e 50 anos de idade ((MACHADO, 1999 *apud* ZAMPIER; TAKAHASHI; TEIXEIRA 2011)

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2016, o setor de serviços demonstrou uma grande relevância na capacidade de gerar empregos formais no país e também como uma área na qual as mulheres mais inovam e têm maior potencial de crescimento, mas outro setor que possui uma relevância considerável é o do comércio varejista que de acordo com o levantamento do IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade) do mesmo ano concluiu que 33% dos casos, as mulheres preferem atividades ligadas ao comércio varejista; 20% investem em alimentação; e 12% apostam na indústria de transformação.

De acordo com o GEM (2016) apesar dessa participação expressiva das mulheres, as quais estão conseguindo criar novos negócios na mesma proporção que os homens, elas enfrentam maiores dificuldades para prosperar em seus empreendimentos devido a fatores como: preconceito de gênero, barreiras para se inserir no mundo dos negócios por está mais associado aos homens, maior dificuldade de financiamento e maiores desafios para conciliar demandas da família e do empreendimento.

A sociedade atual está mais aberta à ideia da mulher empreendedora se comparada a configurações sociais anteriores, porém ainda em determinadas situações a mulher na área dos negócios ainda represente um paradigma que precisa ser quebrado, porém é relevante observar que a eleição de uma mulher para Presidente da República em 2010 representa uma aceitabilidade maior da mulher como gestora de grandes negócios. (CARREIRA; *et. al.* 2015)

A partir dos dados apresentados é possível identificar o perfil dessas mulheres, que estão cada vez mais se integrando a área do empreendedorismo e conseqüente expandindo sua participação em diversos setores, pois ainda é possível considerar que o setor com a maior predominância da participação feminina é o de serviço, porém é visível o crescimento do interesse por parte das mulheres em investir no comércio varejista e conseqüentemente no comércio de bijuterias, o qual foi objeto de estudo desse artigo.

2.3 Desafios para Conciliar Vida Pessoal e Profissional

O ingresso da mulher no mercado de trabalho causou profundas transformações sociais, porém fez surgir um aspecto de disparidade no ambiente profissional, que é a diferença de espaço e oportunidades mais reduzidas em cargos mais altos nas empresas em relação aos homens e uma diferença salarial em média de 30% até os dias atuais, porém esses desafios podem ser considerados como um combustível extra para que elas possam criar novas possibilidades profissionais, o que ocorre muitas vezes através do empreendedorismo (BOAS; DIEHL, 2012).

De acordo com o GEM(2016), o número de mulheres em relação ao de homens é maior na área do empreendedorismo, sendo 48,5% para homens e 51,5% para mulheres, porém é destacado que apesar do crescimento em relação aos números a dificuldade de iniciar um negócio é bem maior por parte do gênero feminino, fato que pode ser justificado por diversos fatores como questões econômicas, sociais e culturais. Por esse motivo o debate sobre o empreendedorismo feminino vai muito além de uma atividade que tenha por objetivo destacar uma atividade que venha complementar a renda familiar e sim uma transformação nas expectativas pessoais e nas relações familiares (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIN, 2014).

O aspecto central desse estudo é analisar o conflito que existe entre as demandas familiares e profissionais, no contexto da mulher que decide optar por ter o próprio negócio. De acordo com Strobino e Teixeira (2014), a principal causa dessa divergência é o fator tempo e um atenuante para isso, de acordo com os resultados obtidos, seria um maior controle emocional, o que serviu como um parâmetro para analisar os dados nesse artigo.

Como ressaltam Teixeira; Bonfin *apud* Shelton (2016), a atenuação ou eliminação do conflito trabalho-família é considerado um aspecto importante para o crescimento do negócio e ressalta que a autora identificou três estratégias básicas de gestão trabalho e família. A primeira seria a eliminação do conflito que implica não constituir família ou empresa, a segunda estratégia seria a redução do conflito, ou seja, constituir uma família pequena e utilizar terceiros para a realização das tarefas e por fim a terceira estratégia seria o compartilhamento do conflito, ou seja, delegar funções para outros membros da família ou para outros profissionais.

As **diversas demandas no cotidiano feminino como ser mãe, dona-de-casa, esposa e empreendedora** pode ser considerado um fator de estresse, porém de acordo com Silveira; Gouvêa(2008) as mulheres acreditam que empreender oferece vantagens como por exemplo, uma maior liberdade, independência financeira, realização e a satisfação que a atividade proporciona.

Para Gartner *apud* Silveira, Gouvêa (2008), os estudos relacionados à área do empreendedorismo feminino podem ser classificados em quatro dimensões estratégicas: Individual, Ambiente, Organização e Processo, os quais fazem referencia aos desafios enfrentados pelas empreendedoras durante a gestão da própria empresa.

Quadro 3: Dimensões estratégicas destacadas nos estudos relacionados aos desafios presentes no empreendedorismo feminino.

<p>Dimensão individual</p>	<p>Aborda o aspecto desafiador para as mulheres, as quais se sentem mais capacitadas e motivadas a realizar um empreendimento quando se percebem possuidoras do conhecimento e habilidades necessárias ao negócio.</p>
<p>Dimensão ambiente</p>	<p>Está relacionada aos estudos que destacam as disparidades existentes no campo do empreendedorismo em função do gênero, sendo este um desafio, pois a partir de estereótipos criados socialmente estes dificultam muitas vezes o acesso aos recursos financeiros o que limita de forma intensa o desempenho das empresas constituídas pelas mulheres.</p>
<p>Dimensão organização</p>	<p>Ressalta que as estratégias utilizadas pelas mulheres impactam diretamente no desempenho das organizações, pois para ela é fundamental o relacionamento que possuem com os colaboradores, pois valorizam as relações, além disso, possuem consciência em relação aos custos e benefícios do crescimento da empresa e por esse motivo buscam tomar decisões equilibradas.</p>

Dimensão processo	Nessa dimensão os estudos abordam que no caso das mulheres a constituição de uma empresa não ocorre de forma linear, como comumente, segundo estudos da área, acontece com os homens a partir de ações definidas como: identificação de uma oportunidade de mercado, a definição dos objetivos, a obtenção de recursos, a comercialização de produtos ou serviços e a estruturação da empresa, já as mulheres possuem uma forma própria de interagir nos negócios e durante o processo de constituição da empresa
--------------------------	---

Fonte: Gartner *apud* Silveira, Gouvêa (2008)

A partir dessas informações é possível perceber como ressalta Parasuraman e Simmers, (2001) *apud* Quental; Wetzel 2002, que existe uma **diferença entre a quantidade de tempo e energia que são despendidas por parte de homens e mulheres** em relação as demanda do trabalho e família, pois no caso dos homens há um papel socialmente previsto em este ser o responsável pelo “pão de cada dia” e por esse motivo tende a se envolver bem mais com o trabalho do que as mulheres que possuem maiores responsabilidades em casa.

Além disso, destaca que as empreendedoras experimentam dificuldades e problemas que limitam seu desempenho econômico e o sentimento pessoal de satisfação, devido muitas vezes não conseguir conciliar de forma eficiente as demandas de seus diferentes papéis. Por esse motivo como elas **possuem um comprometimento maior com a família** e muitas vezes não estão dispostas a diminuir esse envolvimento o conflito entre a dedicação a atividade profissional e a familiar se torna latente. (PARASURAMAN E SIMMERS, 2001 *apud* QUENTAL; WETZEL 2002).

Portanto, para compreender esses desafios no cotidiano das mulheres empreendedoras do comércio varejista de bijuterias em João Pessoa, será descrita a metodologia que foi utilizada e a análise dos dados realizada a partir de um comparativo com a fundamentação teórica presente nesse artigo.

3. Procedimentos Metodológicos

Nessa seção serão apresentados os métodos utilizados nesse artigo em relação à coleta dos dados necessários para atender aos objetivos dessa pesquisa. Para Gehardt; Silveira (2009, p.12) método “é o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para realizar uma pesquisa ou estudo, ou para se fazer ciência”.

3.1 Tipo de Pesquisa

A presente pesquisa teve um caráter exploratório e com direcionamento qualitativo no qual Gehardt; Silveira (2009) evidencia que o foco não está em uma representatividade numérica, mas na busca de uma compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Além disso, tem por finalidade explicar o porquê das coisas mas não há uma quantificação e não há provas de fato, pois os dados são não numéricos e estão sujeitos a interpretações em diferentes abordagens.

A partir do desdobramento desse estudo buscaremos através da experiência profissional vivida pelas empreendedoras do comércio varejista de bijuterias em João Pessoa ,identificar como estas conciliam suas atividades pessoais e profissionais e conseqüentemente perceber o grau de satisfação nesse contexto.

3.2 Natureza da Pesquisa

Nesse artigo a pesquisa pode ser considerada básica, pois de acordo com Gehardt; Silveira(2009, p.35) “Objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista”, ou seja, esse estudo tem como finalidade identificar os fatores que contribuem para a existência de um determinado fenômeno.

Portanto, esse estudo buscou analisar como as empreendedoras do segmento de bijuterias conseguem conciliar suas atividades pessoais e profissionais, a partir das diversas demandas na qual a mulher na atualidade está inserida e a partir disso compreender o impacto que esse contexto exerce no gênero feminino.

3.3 Sujeito da Pesquisa

A amostra que participou dessa pesquisa de campo, diz respeito a cinco empresárias em atividade no ramo do comércio varejista de bijuterias as quais atuam de maneira formal e informal na cidade de João Pessoa com dois anos de atuação ou mais.

3.4 Nível da Análise

Sendo o objetivo geral desse artigo, compreender como as mulheres empreendedoras do comércio varejista de bijuterias na cidade de João Pessoa conciliam suas atividades pessoais e profissionais, o nível da análise foi o individual, sendo assim com as proprietárias de empreendimentos nesse segmento.

3.5 Estratégias para Operacionalização da Pesquisa

Tendo como finalidade a realização dos objetivos definidos nesse artigo, as estratégias que foram adotadas são as seguintes:

3.5.1 História Oral como Metodologia da Pesquisa

A história oral como destaca Freitas (2006, p.18) “é um método de pesquisa que utiliza a técnica da entrevista e outros procedimentos articulados entre si, no registro de narrativas da experiência humana”, ou seja, a coleta de dados é feita a partir de entrevistas para uma posterior análise do depoimento dado anteriormente.

De acordo com Amado e Ferreira (1998) entre as décadas de 70 e 80 do século passado ocorreu uma revalorização da pesquisa qualitativa e dessa forma um resgate na importância das experiências individuais.

Freitas (2006) destaca que as entrevistas têm por objetivo esclarecer ou elucidar algum ponto de vista dos envolvidos em determinado contexto e denomina que a Moderna História Oral é aquela que se baseia em depoimentos pessoais orais, utilizando para a técnica um gravador e estratégias relacionadas a questões éticas desse método.

4. Análise e Interpretação dos Resultados

O presente estudo, teve como entrevistadas, cinco empresárias do segmento de bijuterias na cidade de João Pessoa-PB, e sendo este de caráter exploratório a amostra foi definida a partir dos critérios como: disponibilidade e acessibilidade das entrevistadas, além disso foi definido que as empresárias possuíssem um tempo de atuação igual a dois anos ou mais, para assim identificar uma rotina já estabelecida como empreendedora.

De acordo com Gehardt; Silveira (2009), a pesquisa qualitativa diferentemente da quantitativa, a qual necessita utilizar as fórmulas e a aplicação de uma porcentagem X ao número total da população (universo) para calcular a amostra, não possui uma delimitação rígida sobre esse aspecto.

As entrevistas realizadas objetivaram compreender como as mulheres empreendedoras desse segmento (comércio varejista de bijuterias), conciliam suas atividades pessoais e profissionais e através da análise dos relatos, foi possível traçar o perfil das empreendedoras, observar como acontece a atividade profissional delas e identificar os maiores desafios na gestão do negócio a partir das diversas demandas cotidianas.

A pesquisa foi realizada no período de agosto a outubro de 2017 e para manter a identidade das entrevistadas preservada foram adotadas as letras A, B, C, D e E na apresentação dos resultados.

4.1 Resultados relativos ao primeiro objetivo específico (traçar o perfil das empreendedoras).

Quadro 1: Dados pessoais das empreendedoras estudadas

Entrevistada	Idade	Naturalidade	Estado civil	Grau de escolaridade	Filhos
A	58	Mato Grosso	Casada	Superior completo	2
B	25	Paraíba	Solteira	Superior incompleto	0
C	21	Paraíba	Solteira	Superior completo	0
D	21	Paraíba	Solteira	Superior incompleto	0
E	37	Rio Grande do Sul	Casada	Superior completo	1

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

O Quadro 1 tem o propósito de destacar o perfil de cada empreendedora entrevistada de acordo com aspectos como: idade, naturalidade, estado civil, grau de escolaridade e filhos e dessa forma traçar o perfil das empreendedoras estudadas.

De acordo com o Quadro 1 é possível identificar que a entrevistada A possui 58 anos, mato grossense, casada e graduada, porém é relevante frisar que as idades predominantes das empresárias estão dos 20 aos 39 anos o que difere dos resultados obtidos por Zampier; Takahashi; Teixeira (2011), na qual a faixa etária predominante estava entre as idades de 31 a 50 anos o que evidencia o ingresso no empreendedorismo cada vez mais cedo e isso pode ser explicado por um maior incentivo e acesso a informações, além da possibilidade de desenvolver diversos formatos de empresa, como por exemplo, através de recursos digitais.

O bom nível educacional continua presente, pois a maioria possui o superior completo. Além disso, foi possível observar que a formação acadêmica entre as entrevistadas são das mais diversas áreas, pois, a entrevistada A é graduada em administração, a

entrevistada C é enfermeira e a D é psicóloga.

Esse aspecto do curso superior foi percebido como relevante, devido a importância dada pelas empresárias a questão da formação acadêmica, pois consideravam que esta é capaz de permitir uma maior qualificação para assim conseguir criar e gerir um negócio próprio com êxito.

A partir dos dados obtidos observei que independentemente do curso no qual se formaram, todas buscaram se qualificar e isso confirma o que foi destacado por Silveira; Gouvêa(2008) em relação ao alto índice de mulheres empreendedoras com um grau educacional elevado, revelando dessa forma o crescimento do empreendedorismo por oportunidade, no qual o indivíduo se prepara através de cursos e capacitações e faz uma análise do mercado antes de abrir um negócio.

Na amostra pesquisada é possível perceber um perfil de jovens empreendedoras que buscam inicialmente a carreira profissional para posteriormente constituir família, pensamento que foi confirmado através dos relatos feitos nas entrevistas e a partir disso foi possível observar que a percepção sobre as demandas no ambiente familiar são maiores para a mulher e por esse motivo elas estão adiando a constituição da família como uma estratégia para conciliar com o desejo pela independência financeira.

4.2 Resultados Relativos ao Segundo Objetivo Específico (descrever a atividade profissional das empreendedoras)

Quadro 2: Dados profissionais das empreendedoras entrevistadas

Entrevistada	Tempo de mercado	Natureza Jurídica	Ano de fundação	Nº de sócios	Nº de funcionários	Horas trabalhadas por dia
A	10 anos	Formal	2007	1	1	8 a 10
B	2 anos	Informal	2015	0	0	4 a 5 horas
C	2 anos	Formal	2015	1	1	8 horas
D	3 anos	Informal	2014	0	0	6 horas
E	2 anos	Informal	2015	0	0	7 a 8 horas

Fonte: Pesquisa de Campo (2017)

O Quadro 2 descreve os dados das empreendedoras, referente a atividade profissional das mesmas, no qual é possível verificar o tempo de atuação no segmento de bijuterias, a natureza do negócio (formal ou informal), o número de sócios e funcionários e o tempo dedicado a atividade com a finalidade de evidenciar o perfil profissional de cada uma das entrevistadas.

A partir do relato feito pelas empreendedoras algumas características em comum foram observadas como: persistência, determinação nos objetivos e ter um bom conhecimento interpessoal para o sucesso do negócio. Isso vem a confirmar o pensamento de Dornelas (2016) sobre os principais aspectos da atividade empreendedora que são: iniciativa para criar e paixão pelo que faz com a utilização dos recursos disponíveis e isso foi confirmado pelas mulheres questionadas, a respeito do que seria fundamental para quem está iniciando nessa atividade, como exemplifica a entrevistada A:

“É ele tem que gostar primeira coisa, tem que ter perseverança porque nenhum comércio começa e sobe de uma hora pra outra,

você tem que ter né, perseverança, você tem que ter persistência, você tem que ter qualidade, bom atendimento, tudo isso ajuda.”

Esse pensamento confirma o que Marcelo Cesana *apud* Dornelas (2016), destaca sobre a importância do empreendedor de sucesso gostar da área na qual atua, pois considera que assim é capaz de proporcionar qualidade aos clientes.

Além disso, é relevante observar que a entrevistada A possui dez anos de atuação na área e percebi que esse tempo um dos fatores fundamentais para a ênfase dada por ela, na questão da persistência e no gostar da atividade, para consequentemente garantir a continuidade do negócio. A entrevistada B também confirma esse pensamento:

“Gostar do negócio é preciso, não só determinante, mas eu acho que é preciso eu acho que tudo né? Todo tipo de empreendedorismo que você for fazer, que você for colocar eu acho que você tem que gostar do que você faz, seja qualquer coisa, até a sua profissão mesmo para conseguir transmitir para as pessoas o que você quer de fato...”

A empresária A iniciou a atividade empreendedora no Estado de Mato Grosso, no qual abriu uma loja com a ajuda financeira do esposo e anteriormente era funcionária pública, mas sempre desejou ter o próprio negócio na área de bijuterias, isso evidencia o que Fillion (2000) destaca sobre o crescimento no número de empreendedores voluntários a partir de diversos fatores como visão de mercado e uma melhor formação acadêmica para a criação de negócios mais estruturados.

A entrevistada A já produziu algumas peças de bijuterias, mas posteriormente passou apenas a revender, pois para realizar a fabricação própria seria necessária uma dedicação muito maior de tempo e de criatividade para se manter atualizada com as tendências que esse mercado exige.

“Eu sempre gostei de trabalhar nesse ramo e já aconteceu de fazer algumas peças, não que seja assim o que mais goste de fazer, prefiro apenas vender então decidi sair do trabalho e passar a revender bijuterias. A primeira empresa no Mato Grosso foi meu marido que montou e essa em João Pessoa eu vendi um carro pra montar...”

A loja em João Pessoa possui seis meses de fundação e segundo a empresária A, houve um crescimento no negócio após a entrada em uma franquia com origem no Rio Grande do Sul, pois de acordo com ela isso reduziu o preço e melhorou a qualidade das peças, além de está sempre atualizada com a moda, pois a franquia envia coleções de acordo com a estação a partir do que está sendo mais procurado, como destaca a empresária A:

“Eu acho assim que com a franquia ajudou muito, porque as mercadorias se tornaram mais baratas né? Assim também pra população em si, a qualidade melhorou muito, porque antes não era franquia então a quantidade de peças era menor e não tinha como está sempre atualizada...”

A empresária A ressalta que seus principais atributos para o sucesso da empresa estão diretamente vinculados a relação que possui com os clientes o que está em conformidade com o pensamento de Boas; Diehl (2015) o qual evidencia a importância dada pelas mulheres as relações que estas possuem com clientes, funcionários e fornecedores.

Já a empresária B iniciou no segmento de bijuterias de maneira informal através do uso das redes sociais e sua motivação para ser empresária foi o desejo de ter uma renda e ao mesmo tempo conciliar com a sua formação em Psicologia. A empresária B explica como funciona a empresa:

“ Funciona assim, tá lá online aí, por exemplo, se alguém quer “ a eu quero isso’ aí eu vou lá deixar, mas as vezes as pessoas dizem assim: Ah! Eu gostaria de olhar então eu vou e levo as coisas para essas pessoas, mas aí eu vou e busco um horário que seja bom pra mim pra eles por conta dos estudos e tudo mais...”

A atuação da empresária B nesse segmento iniciou em setembro de 2015 e o recurso inicial do negócio foi disponibilizado pela família, que de acordo com ela a influência familiar foi um fator de inspiração para ingressar no comércio, pois seus pais já possuíam um empreendimento e isso concorda com os resultados obtidos por Zampier; Takahashi; Teixeira (2011) quando destaca o predomínio de pais empreendedores que poderiam ter servido de modelo e também por Jonathan (2007) o qual ressalta a influência de pais empreendedores na decisão de ter o próprio negócio. A empresária B comenta:

“Quando eu morava no interior nós tínhamos uma locadora de DVD, então por um bom tempo, coisa de 12 a 15 anos eles possuíam esse comércio então a gente sempre foi muito voltado pra isso, pra comércio, apesar deles serem professores e tudo, hoje eles são aposentados, mas a gente sempre foi voltado para o comércio, eu e minhas irmãs e elas também tem as coisas delas uma é com artesanato e maquiagem e a outra é com a produção só de colar...”

A empresária C atua no segmento de bijuterias há dois anos de maneira formal, mas inicialmente revendia as peças para conhecidos e posteriormente abriu uma loja física. A decisão de empreender veio devido ao fato dela estar desempregada, ou seja, iniciou na atividade por necessidade apesar de já gostar desse segmento antes. Possui um sócio que é seu noivo e costuma delegar algumas atividades para ele e assim atender outras demandas o que confirma o citado por Teixeira; Bonfin *apud* Shelton (2016), como uma das estratégias utilizadas pelas mulheres com a finalidade de atenuar o conflito existente entre trabalho-família A empresária C explica como iniciou a empresa:

“Foi por estar desempregada, aí surgiu a oportunidade, mas sempre gostei de bijuterias e começou primeiro informal, em casa aí depois foi se expandindo e sou sócia com meu noivo, nós já moramos juntos então nosso trabalho é aqui na loja e o investimento inicial foi dos dois...”

A empresária D iniciou nesse segmento com o objetivo de obter uma renda extra e assim conseguir a independência financeira confirmando assim os resultados obtidos por Silveira; Gouvêa(2008) o qual comenta que a decisão de empreender está relacionada a busca de uma maior liberdade, independência financeira, realização e satisfação, pois a empresária D atua em uma empresa familiar e também como *digital influence*, então a partir disso percebeu que trabalhar com bijuterias seria uma oportunidade de mercado.

A empresa é online e suas vendas são na sua maioria pelo *stagram*, atualmente também começou atuar com semijoias, mas destaca que as bijuterias tem bastante aceitação como relata a empresária D:

“Comecei a faculdade agora aí tá bem corrido para atender as clientes, de bijuterias por que tem que ter um tempo para fazer aí por esse motivo decidi trabalhar também com semijoias, mas estou sempre postando e quando elas pedem marco um horário que fique bom.”

A empresária E atua como representante de uma franquia de bijuterias com sede no Rio Grande do Sul, e iniciou nesse segmento há dois anos, anteriormente trabalhava em uma empresa privada e decidiu empreender, pois viu na franquia uma oportunidade de mercado, pois se sentiu segura devido ao suporte oferecido pela empresa, o que vem a confirmar o citado por Silveira; Gouvêa(2008) quando destaca que as mulheres se sentem mais motivadas a iniciar um negócio quando possuem o conhecimento e habilidades necessárias.

Além disso, ela considera esse apoio como um diferencial em seu empreendimento e destaca que a franquia sempre oferece treinamentos, pois de acordo com ela as peças são de uma qualidade diferenciada, porém considera que o maior desafio enfrentado é o fato de não possuir loja física e conseqüentemente haver uma necessidade de ir em busca do cliente como enfatiza a empresária E:

“A aceitação é boa sim, é boa, mas como tudo que é trabalho pra vender pelo fato de não ter loja física, a gente tem que correr atrás do cliente, nenhum cliente vem bater na nossa porta pedir é a gente que tem que ir atrás e oferecer.”

4.3 Resultados Relativos ao Terceiro Objetivo Específico (identificar quais os desafios enfrentados na gestão do negócio a partir das diversas demandas do cotidiano feminino).

No que se referem aos principais desafios encontrados, muitos deles estão relacionados à questão da **delegação de atividades**, pois de acordo com a entrevistada A, apesar do apoio do marido e filho ela prefere muitas vezes realizar ao pedir ajuda o que torna o cotidiano bem mais corrido e isso vem ao encontro do que Quental; Wetzel (2002) destaca em relação às dificuldades em conciliar de forma eficiente às demandas de seus diferentes papéis, como comenta a empresária A:

“Eles me ajudam, mas muitas vezes gosto de eu mesma resolver, principalmente quando é para atender as clientes, porque sei mais o gosto delas e por isso fico o dia todo na loja, além disso, tem que tá vendo o que os clientes querem, mas é bom que quando preciso eles ficam.”

Apesar da dedicação a empresa na maior parte do dia a empresária A enfatiza que o fato de ser empreendedora é bom, pois consegue programar as demandas de forma mais flexível e confirma o pensamento de Wetzel; Quental (2002) quando afirma que: “a contribuição da flexibilidade de horário para o equilíbrio entre vida profissional e pessoal se da devido ao fato de que, sendo as donas dos negócios suas próprias chefas elas possuem a liberdade de estruturar seu dia de trabalho de acordo com suas preferências”.

Em relação à empresária B o empreendedorismo foi o caminho encontrado por ela para conciliar a demanda da formação acadêmica com a necessidade de uma renda, porém a entrevistada comenta sobre os desafios que encontra nas **relações com as clientes**, as quais muitas vezes não gostam quando ela não as atende no horário escolhido e que não consideram as outras atividades da empresária.

Isso vem a confirmar o que Strobino & Teixeira (2014) fala sobre as empreendedoras, pois para elas as fronteiras são raras entre o trabalho, a vida pessoal ou o ambiente familiar e não há uma delimitação de forma bem definida o que incentiva o conflito entre a vida profissional, familiar e pessoal o que é vivenciado pela empresária B que afirma:

“Nem sempre é fácil conciliar, às vezes as pessoas elas, eu acho né? Não tenho certeza, mas eu acho que elas ficam chateadas em relação a isso, aí dizem ah! eu posso tal dia, mas tu não pode , porque as vezes imprevistos acontece né? Eu tento compreender quando acontece de lá, mas não sei exatamente se existe uma compreensão da parte delas.”

A empresária C iniciou a carreira como empreendedora a partir da necessidade, pois estava desempregada e viu a possibilidade de ter o próprio negócio como uma forma de obter uma renda e ao mesmo tempo permitir uma maior flexibilidade de horários para concluir a sua graduação em enfermagem, área na qual ela pretende atuar e ao mesmo tempo continuar com o negócio como explica:

“Costumo ficar o dia todo aqui na loja, mas sempre revezo com meu noivo quando preciso sair, ele é sócio também então decidimos tudo juntos e isso é bom porque tem as obrigações de casa que também tem que fazer, aí facilita quando ele fica e também quero conseguir trabalhar como enfermeira pra ter uma renda extra e não ta tirando muito da loja para gastos pessoais e poder investir mais.”

A entrevistada C relata que o seu dia a dia é bem corrido, pois além de ficar na loja precisa se dedicar as atividades de casa, mas consegue da conta e delega algumas atividades da empresa para o noivo e isso evidencia a utilização de uma das estratégias destacadas por Teixeira; Bonfin(2016) usadas pelas empreendedoras que é, delegar funções para outros membros da família para a atenuação do conflito trabalho-família, pois de acordo com entrevistada C seu noivo ajuda a resolver tudo que for necessário, pois não possui funcionários.

O apoio dele é considerado bastante relevante para essa empresária e evidencia a **necessidade do apoio familiar**, o qual é citado por Wetzel; Quental (2002) sobre a importância do companheiro para mulher empreendedora principalmente em relação ao apoio

emocional, mesmo que muitas vezes esse apoio só seja concedido de forma financeira, a empresária C explica sua rotina:

“Pra conciliar tem que se virar nos trinta, por que tem que resolver todas as obrigações de casa e da loja, mas é bom que ele me ajuda em tudo aí consigo da conta. É bem corrido porque fico na loja quase o dia todo, mas agora tá melhor porque terminei meu curso.”

A partir do exposto identifiquei que o apoio familiar é considerado muito relevante, não apenas para essa entrevistada, pois todas citaram que as responsabilidades do negócio muitas vezes são compartilhadas e consideram que o incentivo do companheiro um fator motivador na decisão de continuar e investir na empresa.

Em relação à empresária D a possibilidade de trabalhar com bijuterias permitiu garantir uma renda e conciliar com a faculdade, além disso, como já atuava com divulgação na Internet percebeu que trabalhar nesse segmento seria uma oportunidade e está revendendo semijoias devido à **falta de tempo**, isso evidencia o que Gouvêa apud Gartner (2008) enfatiza em relação aos estudos na área relacionados à dimensão Processo, pois a constituição da empresa no caso das mulheres não acontece de forma linear, mas possuem uma forma própria de interagir com o negócio a partir da adaptação de seu cotidiano. A empresária D explica as mudanças que foram necessárias na empresa:

“Eu decidi iniciar com semijóias dessa marca, porque é um segmento que já tem nome e né? Porque eu comecei com as bijuterias, mas estava sem tempo para fazer as peças por causa da faculdade, aí resolvi mesmo passar a vender semijoias.”

Percebi que tanto a empresária A como a E iniciaram na atividade a partir da fabricação própria das peças, porém isso foi alterado devido o fator tempo o qual muitas vezes reflete a necessidade das mulheres buscarem atividades que permitam equilibrar com a família e isso é bem mais evidente por parte do gênero feminino, pois o homem consegue se dedicar de forma mais inteira ao negócio, devido a sua responsabilidade no ambiente familiar ainda ser bem menor a partir da construção social, que apesar das mudanças atuais esse cenário ainda é presente.

A empresária E decidiu empreender, devido a uma maior flexibilidades de horário pois, possui um filho e considera que é bem mais fácil **conciliar as demandas do negócio com a da família**, ao invés de trabalhar em uma empresa privada, porém apesar dessa maior comodidade a empresária relata que chega a trabalhar em média dez horas por dia, como confirmar o relato da empresária E:

“Isso eu sempre vou conciliando, assim como mãe né, esposa e empreendedora e é bem mais fácil do que trabalhar com horário fixo, apesar de necessitar de uma dedicação muito maior porque só se consegue cliente se divulgar.”

Outro aspecto destacado pela entrevistada E é o fato de que ser mulher tem algumas vantagens na decisão de ter o próprio negócio, pois considera que esta possui uma percepção maior para entender o cliente principalmente nesse segmento na qual a imagem que deseja

passar é sem dúvida determinante para o sucesso do empreendimento.

5. Conclusão

A partir do que foi apresentado e dos dados obtidos é possível considerar que atualmente a decisão de ser uma empreendedora vai muito além do que conseguir uma renda ou ter um êxito financeiro, pois está ligada a aspectos sociais a partir da influência familiar, emocionais quando estas buscam a auto realização, na busca de desenvolver atividades as quais possuem afinidade e comportamentais, no momento o qual percebem que ser proprietária de uma empresa possibilita conciliar tempo e dedicação para outros papeis que a mulher desempenha na sociedade.

De acordo com os resultados obtidos foi possível verificar que em todos os relatos feitos pelas empresárias os desafios em relação a gestão do tempo estavam presentes sejam por vários aspectos como família, dedicação a formação acadêmica, necessidade de uma maior separação entre a empresa e vida pessoal, porém todas comentaram o quanto se sentem realizadas como empresárias, pois percebem que os benefícios dessa atividade são bem maiores, como por exemplo uma maior flexibilização da rotina e a possibilidade de se dedicar a família sendo sem dúvida esse um aspecto muito importante para mulher.

Porém, apesar das muitas possibilidades que essa escolha proporciona é sem dúvida um caminho desafiador, pois necessita muitas vezes de apoio financeiro e principalmente emocional para que elas se sintam seguras em persistir apesar das barreiras iniciais que sempre aparecem quando se desenvolve algo novo, como a necessidade de recursos sejam eles financeiros ou de tempo e o desenvolvimento de habilidades e conhecimento na área de atuação, além de fatores externos como crises econômicas, tributação, preço de fornecedores entre outros.

Por esse motivo o desenvolvimento de novos estudos sobre o empreendedorismo feminino, os quais abordem aspectos no qual a mulher que decide empreender está inserida é sem dúvida uma grande contribuição para apoiar-las a partir da ênfase nesse tema possibilitando que a sociedade dê a devida relevância e possibilite oportunidades de forma mais igualitária, percebendo que as estruturas familiares e as instituições sociais devem ser uma incentivadora para as mulheres que desejam essa escolha profissional.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIN, Maurício Custódio 2014.

BOAS, Andréa Villas; DIEHL, Bruna Villas Boas. **Elas empreendedoras**. Ed. Andréa Villas Boas, São Paulo, 2012.

CARREIRA, D.; AJAMIL, M; MOREIRA T. **A Liderança Feminina no século 21**. São Paulo: Cortes,2001.

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**, Rio de Janeiro, Elsevier,6ª ed, 2016.

FILION, L. J. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. Revista de Administração. São Paulo, v. 7, n.3, p 2-7, jul/set, 2000.

FREITAS, Sônia Maria de. **História Oral: Possibilidades e procedimentos/ Sôni Maria de Freitas**. 2. ed. São Paulo: Humanitas, 2006.

GEHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa- Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS**. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

JONATHAN, Eva G.; SILVA, Taissa M. R. da. **Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822007000100011&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em 15/09/2017.

MATTAR, Fauze Najib. **Administração de varejo**, Rio de Janeiro, 2011.

MONTEIRO, M. J. V. **Efeito do empreendedorismo no desemprego em Portugal**. Dissertação (Mestrado em Economia)– Universidade Trás-os-Montes e Alto, VilaReal. 2014.

SILVEIRA, Amélia; GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzka de. **Empreendedorismo Feminino: Mulheres Gerentes de Empresas**. Belo Horizonte, 2008.

STROBINO, Maria Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba**,2014. Disponível em <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0080210716303387>>. Acesso em 01/09/2017.

TEIXEIRA,Rivanda Meira; BONFIM, 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**. 2016. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S198261252016000100044&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em 10/09/2017.

VALE, Glaucia Maria Vasconcelos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa.**Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes?** Disponível em <[http://www.anpad.org.HYPERLINK"http://www.anpad.org.br/rac"/br/rac](http://www.anpad.org.HYPERLINK)>. Acesso em 30/08/2017.

ZAMPIER, Maria Aparecida; TAKAHASHI, Adriana Roseli Wunsch; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **Intraempreendedorismo feminino e desenvolvimento de competências empreendedoras:** Um estudo de Caso com Professoras de programas de mestrado e doutorado em administração de Curitiba-PR. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/P.1984-6606.2011v11n25p34/2341>> . Acesso em 20/09/2017.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M578a Mesquita de Castro, Thamyres.

A conciliação das atividades pessoais e empresariais, por parte das empreendedoras do comércio varejista de bijuterias em João Pessoa / Thamyres Mesquita de Castro. – João Pessoa, 2017.
21f.: il.

Orientador(a): Prof^o Dr. Rosivaldo de Lima Lucena.
Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres. 3. Empreendedoras. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)