

# Lugar de Mulher é Onde ela Quiser: o empreendedorismo social e o empoderamento feminino.

**Empreendedorismo e inovação (produtos, processos e negócios de caráter social, empresarial e/ou tecnológico).**

André Carlos da Silva Rodrigues  
Msc. Marcilene Pereira da Silva (orientadora)  
**Faculdade Internacional da Paraíba**  
Ciências Contábeis, FPB e [www.fpb.edu.br](http://www.fpb.edu.br)

## Introdução

As mulheres foram historicamente invisibilizadas em diversos contextos, incluindo o familiar e o mercado de trabalho. No entanto, ao longo da história, elas têm buscado mudanças em sua realidade. Evidências históricas indicam que as mulheres muitas vezes eram excluídas e não reconhecidas como agentes históricos, o que resultava na sua invisibilidade em áreas como economia, política, social, cultura e discurso (Melo, 2015, P. 47). O empoderamento feminino tem ganhado destaque, tanto na academia como em organizações internacionais (Silva, 2020), e o empreendedorismo social surge como uma alternativa para empoderar as mulheres, oferecendo oportunidades onde antes eram negligenciadas, como na gestão bem-sucedida de negócios, abrindo caminho para o crescimento de outras mulheres.

## Objetivos

Objetivo Geral

- Analisar como o empreendedorismo social tem contribuído para o empoderamento de mulheres.

Objetivos Específicos:

- Identificar como o empreendedorismo social tem mudado a realidade social de mulheres;
- Verificar como o empreendedorismo social tem contribuído para o empoderamento feminino.

## Metodologia

Pesquisa exploratória e descritiva, onde foi aplicado um questionário estruturado com 42 mulheres empreendedoras no Estado da Paraíba.

## Resultados

A maioria das respondentes, mulheres empreendedoras, está na faixa etária de 36 a 45 anos (28,6%) e de 46 a 55 anos (26,2%). Apenas 16,7% das participantes possuem Ensino Superior, sugerindo que o grau de escolaridade não influencia na decisão de empreender. A maioria tem Ensino Médio (61,9%), e 21,4% têm escolaridade no nível Fundamental.

Praticamente todas as respondentes são mães, a maioria com 3 a 5 filhos (45,2%), seguido por 42,9% com 1 a 2 filhos, enquanto 11,9% não são mães.

Quando questionadas sobre os fatores que influenciaram sua decisão de empreender, 54,76% responderam que sim, enquanto 45,24% discordaram.

As principais motivações para montar o negócio foram a identificação de oportunidades de negócio (mais relatada) e o desejo de ter o próprio negócio.

A maioria das respondentes acredita que a vida pessoal/doméstica afeta a carreira empreendedora (81%), com 19% discordando.

As maiores dificuldades para a sobrevivência do negócio incluem a dificuldade de conciliar trabalho/casa (22,22%) e a sobrecarga de tarefas/múltiplas responsabilidades (18,05%).

Os dados revelam que a iniciativa de empreender melhorou a qualidade de vida para 90,5% das participantes. A maioria acredita que empreender lhes trouxe mais autonomia e empoderamento (88,1%).

## Conclusões

Empoderamento, como definido por Lisboa (2000), significa que indivíduos e comunidades ganham autonomia para tomar decisões em suas vidas. O empreendedorismo é um campo em crescimento, oferecendo oportunidades econômicas e vantagens para as mulheres, incluindo empoderamento, igualdade e qualidade de vida.

Este estudo buscou entender como o empreendedorismo feminino contribui para o empoderamento. Foi observado que o empreendedorismo social tem impacto positivo na realidade das mulheres, melhorando sua qualidade de vida e autonomia. As mulheres empreendedoras relataram ganhos em ambas as áreas, demonstrando que o empreendedorismo as capacita a melhorar seu bem-estar e autonomia.

## Bibliografia

ALUKO, Yetunde (2015). Patriarch and property rights among Yoruba Women in Nigeria. *Feminist Economics*, 21 (3): 1-26.

AZEVEDO, Laercio Prates de. (2015) As distintas percepções sobre o empreendedorismo social. Dissertação de Mestrado em Gestão Empresarial, apresentada à Fundação Getúlio Vargas (Orientador: Prof. Dr. Mario Couto Soares).

GUPTA, Kamla; YESUDIAN, Princy. (2006) Evidence of women's empowerment in India: a study of social-spatial disparities. *Geo Journal*, 65 (4): 365-380.

MELO, Ana Ávila. A invisibilidade feminina: uma longa narrativa. In: *Seminário A Arqueologia em Portugal sob o Signo da Mulher entre a sombra e a catedral*. Coimbra: 2015, p. 45. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.14195/1647-8657\\_54\\_3](http://dx.doi.org/10.14195/1647-8657_54_3) Acesso em: 16. 05. 2017.

SEBRAE (S/d). Empreendedorismo social: organizações que ajudam a transformar o país, publicado em [www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/cursos\\_eventos/empreendedorismosocial-organizações-que-ajudam-a-transformar-o-país](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/cursos_eventos/empreendedorismosocial-organizações-que-ajudam-a-transformar-o-país). Disponibilidade: 22/03/2017.

Yin, R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre, RS: Bookman.

Apoio Financeiro: **PROCIÊNCIA 2022/2.**

