

LUGAR DE MULHER É ONDE ELA QUISER: O EMPREENDEDORISMO SOCIAL E O EMPODERAMENTO FEMININO

André Carlos da Silva Rodrigues¹; Msc. Marcilene Pereira da Silva² (orientadora)

RESUMO:

O presente estudo tem como objetivo compreender como o empreendedorismo feminino influencia o desenvolvimento socioeconômico das mulheres, contribuindo para o empoderamento feminino. Os objetivos incluem a compreensão de como o empreendedorismo social tem impactado a vida cotidiana das mulheres e a avaliação de sua influência no empoderamento feminino. Para isso, realizou-se um levantamento bibliográfico sobre o tema, que permitiu a compreensão dos conceitos de empreendedorismo social, empreendedorismo feminino e empoderamento. A metodologia utilizada neste trabalho é a exploratória, que incluiu entrevistas com questionários para obtenção de dados relevantes. Os resultados obtidos mostram que o empreendedorismo tem possibilitado às mulheres empreendedoras modificar seu meio socioeconômico, tornando-as mais empoderadas, autônomas e capazes de conduzir suas vidas.

INTRODUÇÃO:

As mulheres foram invisibilizadas por muito tempo, seja no ambiente familiar, no mercado de trabalho e em outros contextos. No entanto, ao longo da história, as mulheres têm buscado promover mudanças em suas realidades. Conforme destacado por Melo (2015, p. 47), há diversas evidências históricas que demonstram como as mulheres eram acudadas ou simplesmente não eram tratadas como agentes históricos. Essa ausência faz parte do papel forçado da invisibilidade feminina nos diversos âmbitos da sociedade, incluindo economia, política, social, cultura e simbólica/discursiva.

Na tentativa de mudar essa realidade, as iniciativas voltadas ao empoderamento feminino vêm ganhando cada vez mais visibilidade, seja no ambiente de trabalho, nas instituições de ensino ou por meio das ações das organizações internacionais (Silva, 2020). Nesse contexto, o empreendedorismo social emerge como uma alternativa para empoderar mulheres e proporcionar-lhes oportunidades de participar em áreas onde antes eram negligenciadas, como a ocupação de cargos de coordenação e gerência de negócios bem-sucedidos, criando assim novas oportunidades para o crescimento de outras mulheres.

Diante desse cenário, a pesquisa se justifica tanto do ponto de vista acadêmico, como fonte de ampliação da base teórica existente, quanto do ponto de vista social, permitindo o acompanhamento do trabalho desenvolvido por mulheres empreendedoras sociais e como essa nova realidade tem contribuído para a manutenção do empoderamento feminino, o desenvolvimento social de outras mulheres e o entorno onde ocorrem suas atuações. Com base nesses pressupostos, o

1- André Carlos da Silva Rodrigues, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, drezinho.tb@gmail.com

2- Mestra Marcilene Pereira da Silva, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, marcilene.pereira@animaeducacao.com.br



trabalho tem como objetivo analisar como o empreendedorismo social tem contribuído para o empoderamento das mulheres.

Para alcançar esse objetivo, foram estabelecidos objetivos específicos: identificar como o empreendedorismo social tem modificado a realidade social das mulheres e avaliar como o empreendedorismo social tem contribuído para o empoderamento feminino.

PALAVRAS-CHAVE:

Empreendedorismo feminino, Empoderamento, Empreendedorismo social.

MÉTODO:

A pesquisa consiste na observação de fatos e fenômenos à medida que ocorrem espontaneamente, na coleta de dados relacionados a eles e no registro de variáveis que se presume serem relevantes para sua análise (Lakatos; Marconi, 2010). Seu objetivo, conforme Silva (2008), é a produção de novos conhecimentos por meio da utilização de procedimentos científicos, bem como a contestação, refutação ou apresentação de alternativas para uma situação dada.

A pesquisa é tipificada como exploratória e descritiva. De acordo com Gil (2002, p. 41), as pesquisas exploratórias têm o objetivo de proporcionar uma maior familiaridade com o problema, com o intuito de torná-lo mais explícito ou de construir hipóteses, o que inclui o levantamento bibliográfico e entrevistas. Por outro lado, de acordo com Silva & Menezes (2000, p. 21), a pesquisa descritiva busca descrever as características de uma população ou fenômeno específico, bem como estabelecer relações entre variáveis. Isso envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionários e observação sistemática.

RESULTADOS E DISCUSSÕES:

Nota-se que a maioria das respondentes, mulheres empreendedoras, encontra-se na faixa etária de 36 a 45 anos, representando 28,6%, e na faixa etária de 46 a 55 anos, com 26,2%.

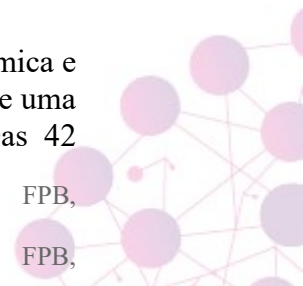
Vale destacar que apenas 16,7% das respondentes, ou seja, 7 das 42 participantes da pesquisa, possuem Ensino Superior, evidenciando que o grau de escolaridade não influencia na decisão de empreender um negócio. Verifica-se também que 61,9% das empreendedoras têm Ensino Médio, e 21,4% possuem escolaridade no nível Fundamental.

Percebe-se na amostra que praticamente todas as respondentes são mães, com a grande maioria tendo de 3 a 5 filhos, o que equivale a 45,2% (dependentes ou enteados), ou seja, 19 das 42 participantes da pesquisa. Em seguida, com um percentual não muito distante, 42,9% possuem de 1 a 2 filhos, enquanto 11,9% das empreendedoras relataram que não são mães.

Ao indagar sobre os fatores como pessoas do seu convívio, sua formação acadêmica e sua criação, influenciaram na decisão de ter um negócio, identifica-se que houve uma pequena diferença entre as afirmações e discordâncias a essa pergunta. Das 42

1- André Carlos da Silva Rodrigues, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, drezinho.tb@gmail.com

2- Mestra Marcilene Pereira da Silva, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, marcilene.pereira@animaeducacao.com.br



empreendedoras, 23 responderam que sim, correspondendo a 54,76%, enquanto 45,24% discordaram.

Ao serem indagadas sobre as motivações que as levaram a montar seu negócio, verifica-se que a identificação de uma oportunidade de negócio é a mais relatada pelas respondentes da amostra (N=45), sendo a segunda motivação mais referida pelas empreendedoras o desejo de ter o próprio negócio (N=18).

Ao investigar se a vida pessoal/doméstica impacta a carreira empreendedora e vice-versa, identifica-se que a grande maioria afirmou que sim, representando um total de 81% das 45 respondentes, sendo que 34 afirmaram e 8 discordaram, o que representa apenas 19% das mulheres.

Ao investigar as maiores dificuldades para a sobrevivência do negócio por parte das mulheres, identifica-se que, dentre as múltiplas opções distintas, a dificuldade de conciliar trabalho/casa é a mais referida, representando 22,22%, seguida pela sobrecarga de tarefas/múltiplas responsabilidades, com 18,05%.

De acordo com os dados obtidos, identifica-se que a iniciativa de empreender foi um fator para que as mulheres percebessem uma melhoria em sua qualidade de vida, apontada em 90,5% da amostra.

Conforme se pode constatar, a maioria das empreendedoras da amostra acredita que a iniciativa de empreender lhes trouxe mais autonomia e empoderamento, identificado em 88,1% dos casos.

CONCLUSÕES:

Segundo Lisboa (2000), empoderamento significa que os indivíduos e as comunidades conquistam voz e vez, ou seja, têm autonomia e a capacidade de fazer suas próprias escolhas culturais, políticas e econômicas, além de participar nas decisões que os afetam.

Outro campo de destaque em que a presença feminina vem se expandindo e se tornando cada vez mais perceptível é o empreendedorismo, que implica no ato de iniciar um negócio lucrativo identificando oportunidades, gerando renda e promovendo o desenvolvimento socioeconômico. São inúmeras as vantagens e benefícios proporcionados para as mulheres, incluindo o empoderamento feminino, que promove a força feminina na sociedade, a igualdade, a qualidade de vida, o bem-estar e a capacidade de atuar de forma independente.

Diante do exposto, este trabalho acadêmico buscou identificar as contribuições que o empreendedorismo feminino tem proporcionado para o empoderamento feminino. No que se refere ao objetivo específico de avaliar como o empreendedorismo social tem modificado a realidade social das mulheres, foi possível identificar que ele tem influenciado, conforme a pesquisa da amostra estudada.

Relativamente ao objetivo específico de verificar como o empreendedorismo social tem contribuído para o empoderamento feminino, identificou-se que a atividade tem contribuído para o empoderamento feminino, melhorando a qualidade de vida e a autonomia das mulheres entrevistadas. Observou-se que as mulheres empreendedoras relataram que sim em ambos os casos.

Diante disso, o estudo respondeu à questão de pesquisa, cumprindo os objetivos pretendidos, demonstrando que o empreendedorismo tem possibilitado às mulheres

1- André Carlos da Silva Rodrigues, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, drezinho.tb@gmail.com

2- Mestra Marcilene Pereira da Silva, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, marcilene.pereira@animaeducacao.com.br



empreendedoras modificar seu meio socioeconômico, tornando-as mais empoderadas e proporcionando maior autonomia e capacidade para conduzir suas vidas.

REFERÊNCIAS:

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).

BOLTON, W. The university on enterprise development. Paris: Columbus, 1997.

FENELON, Beatriz. Mulheres empreendedoras no mercado de trabalho: dificuldades e motivações. Goiás, 2020. TCC.

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

HUMBERT, A. L.; BRINDLEY, C. Challenging the concept of risk in relation to women's entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, v.30, n.1, p. 2-25, 2015

JANSSEN, Nina. A importância do empreendedorismo para o crescimento econômico e suas barreiras no Brasil. Porto Alegre 2020

LEAL, Adriana Pinheiro. A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico no Brasil. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, ano 03, v. 1, n. 8, p. 115-135, Agosto de 201

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 cátedra*. Coimbra: 2015, p. 45. Disponível em: http://dx.doi.org/10.14195/1647-8657_54_3 Acesso em: 16. 05. 2017.

OTTO, Igor Montenegro Celestino; VIEIRA, Jeferson de Castro. Empreendedorismo no Brasil: resultados das políticas públicas para pequenos negócios. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 11, p.84279-84298, nov. 2020.

SILVA, Pablo Marlon Medeiros et al. A Resiliência No Empreendedorismo Feminino. **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade** v.13, n.34, p. 2629-2649 | Janeiro/Abril – 2019 ISSN 1980 -5756 | DOI: 10.21171/ges.v1 3i34.234623

FOMENTO

O trabalho teve a concessão de Bolsa pelo Programa Institucional “Prociência 2022.2”.

- 1- André Carlos da Silva Rodrigues, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, drezinho.tb@gmail.com
- 2- Mestra Marcilene Pereira da Silva, Faculdade Internacional da Paraíba – FPB, marcilene.pereira@animaeducacao.com.br

