

Área temática: Empreendedorismo e inovação

O uso de depoimentos pessoais na pesquisa sobre empreendedorismo feminino

AUTORES

SUELY PERCINIO MOREIRA SILVA

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
sueल्पercinio@gmail.com

ANTONIO CARLOS GIL

Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS
acgil@uol.com.br

Resumo

A maioria dos estudos sobre empreendedorismo feminino é constituída por censos e levantamentos, que, embora muito úteis para identificar características sociais e econômicas das mulheres, não possibilitam a compreensão do fenômeno a partir da própria experiência vivida pelas empreendedoras. Daí a proposta de realização da presente pesquisa que tem como objetivos: 1) verificar como as mulheres percebem a atividade empreendedora; 2) identificar dificuldades com que as mulheres se deparam na condução de seu negócio; 3) verificar como as mulheres conciliam a atividade empreendedora com a atividade doméstica; e 4) discutir a utilização de depoimentos pessoais na investigação relativa ao empreendedorismo feminino. Os dados foram obtidos mediante depoimentos de dez empreendedoras da Região da Grande São Paulo. Os dados obtidos mostram: 1) como o desejo de independência é fundamental na motivação para empreender; 2) como a conciliação com as atividades domésticas e o cuidado com os filhos por si só constitui elemento motivador para as mulheres; 3) como as principais dificuldades encontradas estão na busca por financiamento e na desconfiança decorrente do fato de ser mulher; 4) como a escolaridade constitui importante fator em relação à segurança; e 5) como determinação, maturidade e autoestima são fatores que transparecem nas mulheres empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Depoimentos pessoais. Dificuldades para empreender.

Abstract

Most studies of female entrepreneurship are censuses and surveys, which, although very useful in identifying social and economic characteristics of women, do not allow the comprehension of the phenomenon itself from the lived experience of entrepreneurs. Hence the proposal to carry out this research that aims to: 1) assess how women perceive entrepreneurial activity, 2) identify difficulties that women face in conducting their business, 3) ascertain how women reconcile entrepreneurial activity with domestic activity, and 4)

discussing the use of personal testimonies in research concerning female entrepreneurship. Data were collected through interviews of ten entrepreneurs in the Region of Grande Sao Paulo. The data show: 1) as the desire for independence is fundamental in motivation to undertake; 2) how to reconcile with household chores and the care of children in itself is motivating factor for women, 3) as the main difficulties encountered are searching for funding and distrust stemming from being female, 4) how the school is an important factor in relation to safety, and 5) as determination, maturity and self-esteem are factors that are apparent in women entrepreneurs.

Keywords: Female entrepreneurship. Personal testimonies. Difficult to undertake.

1 Introdução

Verifica-se ao longo das duas últimas décadas notável incremento de estudos que tem como objeto o empreendedorismo. No âmbito dos cursos de pós-graduação em Administração são constituídas linhas de pesquisa que abrigam projetos destinados ao estudo do empreendedorismo em seus múltiplos aspectos. Nos eventos destinados a divulgar a produção científica em Administração vem sendo gradativamente incluída a área de empreendedorismo para submissão de trabalhos. Nos cursos de graduação em Administração, por sua vez, vêm se tornando cada vez mais freqüentes trabalhos de conclusão de curso e de iniciação científica que tem como objeto o empreendedorismo.

As pesquisas sobre empreendedorismo dirigem-se a grupos cada vez mais específicos. Registram-se trabalhos que tem como objeto múltiplas manifestações de empreendedorismo, tais como: empreendedorismo indígena, empreendedorismo em comunidades rurais, empreendedorismo em comunidades de pescadores, empreendedorismo de artesãos, empreendedorismo entre portadores de necessidades especiais, empreendedorismo cooperativista, empreendedorismo entre afro-descendentes e empreendedorismo entre latino-americanos (NOVAES, GIL, 2008).

Dentre os grupos que têm sido mais investigados, está o constituído pelas mulheres. Esse interesse decorre da maior presença da mulher no mundo do trabalho. De fato, as mulheres vêm ingressando no mercado de trabalho de diferentes formas, como trabalhadoras assalariadas em empresas privadas e repartições públicas, como trabalhadoras informais e também como empreendedoras, abrindo negócios de variados portes. Mas, embora nossa legislação estabeleça a igualdade de direitos entre homens e mulheres, estas se deparam com maiores dificuldades para empreender.

Este quadro está a exigir a realização de pesquisas capazes de lançar luzes acerca da mulher que decide empreender. Pesquisas que esclareçam acerca da maneira como as mulheres vivenciam a atividade empreendedora. Que identifiquem suas aspirações e temores. Que esclareçam as dificuldades com que estas se deparam para abrir seu próprio negócio. Que indiquem como buscam se capacitar para desempenhar as novas tarefas. Que mostrem como conciliam sua atividade profissional com a atividade doméstica.

A resposta a essas questões envolve não apenas a definição de objetivos relacionados ao conhecimento dos fatos relacionados à atividade empreendedora das mulheres, mas também acerca dos procedimentos a serem adotados para conhecê-los “do lado de dentro”, ou seja, segundo a perspectiva das próprias mulheres. Na maioria das pesquisas sobre empreendedorismo feminino os dados são obtidos mediante entrevistas estruturadas, questionários e formulários, técnicas adequadas para a obtenção de conhecimentos acerca do comportamento ou das crenças das mulheres, mas insuficientes para a compreensão do fenômeno empreendedor do ponto de vista das próprias mulheres. Assim, sugere-se a adoção de procedimentos adotados para a obtenção de dados segundo a perspectiva das próprias mulheres, como a observação participante, a entrevista não diretiva, a entrevista fenomenológica e as histórias de vida.

2 Problema e objetivos

Um procedimento que se mostra adequado para o estudo do empreendedorismo feminino é o constituído pelos depoimentos pessoais. Trata-se de uma técnica que já tem um longo histórico de utilização no campo das ciências humanas, mas ainda pouco utilizada no estudo do empreendedorismo. Daí a formulação do problema: Qual o valor dos depoimentos pessoais nos estudos sobre empreendedorismo feminino?

Assim, foi desenvolvida a presente pesquisa, que é orientada tanto por objetivos voltados ao conhecimento de aspectos do comportamento empreendedor feminino quanto de cunho metodológico, relativo à técnica dos depoimentos pessoais.

São, pois, objetivos desta pesquisa: 1) Verificar como as mulheres percebem a atividade empreendedora; 2) Identificar dificuldades com que as mulheres se deparam na condução de seu negócio; 3) Verificar como as mulheres conciliam a atividade empreendedora com a atividade doméstica; e 4) Discutir a utilização de depoimentos pessoais na investigação relativa ao empreendedorismo feminino.

3 Revisão bibliográfica

3.1 O uso de narrativas na pesquisa social

As narrativas constituem uma das principais formas adotadas pelas pessoas para organizar sua compreensão do mundo. É mediante o relato de histórias que elas dão sentido a suas experiências passadas e compartilham suas experiências com a de outras pessoas. Mediante a análise de seus tópicos, conteúdos, estilo e contexto, obtêm-se a compreensão do significado dos eventos fundamentais em suas vidas ou comunidades e dos contextos culturais em que vivem (GIBBS, 2009).

As primeiras experiências de utilização de narrativas como técnica de coleta de dados aparecem na década de 1930, na Escola de Chicago. Seu uso, no entanto, tornou-se menos intenso a partir da década de 1950, em virtude do prestígio dos métodos quantitativos. Mas foi justamente nessa década que pesquisadores brasileiros iniciam a discussão acerca de seu emprego na pesquisa social (BASTIDE, 1953; FERNANDES, GATTAZ, 1954). Sua aplicação, no entanto, foi bem reduzida nas décadas seguintes. Os primeiros trabalhos utilizando narrativas para pesquisar o fenômeno empreendedor no Brasil só aparecem na primeira década do século XX (BARROS, FIÚSA, IPIRANGA, 2005; GOUVEIA, 2006; NOVAES, GIL, 2008; SÁ, MELLO, 2009).

Embora ainda sejam pouco utilizadas, as narrativas são muito importantes no estudo do empreendedorismo, bem como de muitos outros fenômenos sociais. Elas possibilitam aprender a cultura “do lado de dentro”, pois se colocam no ponto de intersecção das relações entre o que é exterior e o que é interior ao indivíduo (CAMARGO, 1984). Embora o pesquisador formule as questões e elabore o roteiro temático, é o próprio narrador que decide o que narrar (QUEIROZ, 1988). Trata-se de técnica adequada para conferir sentido à noção de processo. (HAGUETTE, 1987). Gibbs (2009) sintetiza os benefícios obtidos com essa técnica: 1) dá evidências para o argumento geral, 2) personifica a generalização, 3) possibilita situar a experiência num quadro temporal, 4) funciona como evidência de aspectos da biografia, e 5) tem força dramática e retórica.

3.2 Depoimentos pessoais no estudo do empreendedorismo

O conceito de narrativa refere-se a todos os procedimentos constituídos por relatos de experiências e eventos que refletem a dimensão pessoal e o ponto de vista dos sujeitos da pesquisa. Existem várias formas de narrativas. As mais comuns são a história de vida e os depoimentos pessoais. A história de vida é constituída pelo relato de um narrador sobre sua existência através do tempo, tentando reconstruir os acontecimentos significativos (QUEIROZ, 1987). Os depoimentos pessoais são constituídos por relatos que se concentram num período reduzido de tempo. Assim, a grande diferença entre história de vida e depoimento pessoal está na maneira de agir do pesquisador. Nas histórias de vida o pesquisador estimula o informante a falar e evita interrompê-lo. Já nos depoimentos, a conversação é de certa forma dirigida pelo pesquisador.

Dessas estratégias, a dos depoimentos pessoais é a que mais se aplica nos estudos do empreendedorismo. A história de vida geralmente demanda tempo, precisa ser conduzida de forma tal que o relator sinta-se à vontade para tratar exaustivamente dos mais diversos eventos pelos quais tenha passado ao longo de sua vida. Já os depoimentos pessoais, por se concentrarem num período reduzido de tempo permitem o aprofundamento de detalhes a respeito desse período.

Com depoimentos também se torna mais fácil ampliar a amostra, com vistas à saturação de dados. Como o pesquisador pode estar interessado em ampliar o conhecimento relativo a alguma categoria específica que tenha emergido dos dados, poderá, então, agregar novos relatos aos já existentes. Como estes relatos podem se referir a um aspecto específico do processo, o tempo para obtenção dos dados tende a ser menor.

O uso de depoimentos pessoais e de histórias de vida tem recebido críticas, por se referirem ao particular, dificultando a generalização. Mas, por mais particulares que sejam, são sempre relatos de práticas sociais, das formas com que o indivíduo se insere e atua no mundo e no grupo do qual ele faz parte (BERTAUX, 1980). Embora seja necessário considerar que de modo geral os propósitos dos pesquisadores que se valem de depoimentos pessoais não ultrapassam o da construção de teorias substantivas, que se referem a um contexto específico (GLASER, STRAUSS).

3.4 Diferenças entre os sexos

Embora não haja evidência científica acerca da superioridade do homem em relação à mulher, é preciso considerar a existência de diferenças em relação a determinadas habilidades. Os homens, historicamente, por terem de enfrentar os perigos da natureza, precisaram ser mais fortes fisicamente, enquanto as mulheres, por ficarem mais recolhidas, desenvolveram mais a linguagem e a capacidade persuasiva para lidar com seus companheiros mais fortes. Assim, os homens tendem a lidar melhor com objetos mais concretos, enquanto as mulheres tendem a responder de forma mais imediata aos estímulos sensoriais, e ter mais facilidade para se comunicar e se relacionar (MOIR; JESSEL, 1993; SABATINI, 2000).

Homens e mulheres possuem características que são semelhantes e inerentes a qualquer empreendedor, mas também possuem elementos que os diferenciam em termos de gestão. Para Pelisson et al (2001), não são significativas as diferenças entre empreendedores e empreendedoras. Estas, quando existem, referem-se a características de estilo administrativo.

Homens apresentam menor tendência a consultar outras pessoas para tomadas de decisões. Observar normas e regulamentos internos, por outro lado, é fundamental na opinião dos homens, mas não tão importante para mulheres. Os homens, por fim, indicam maior valorização do planejamento em comparação com as mulheres. Para Hisrich e Peters (2004), o que faz diferença entre homens e mulheres são a motivação, as habilidades empresariais e o histórico profissional. Homens buscam investidores, empréstimos bancários, empréstimos pessoais além de recursos pessoais e familiares. Já as mulheres contam, em sua maioria, apenas com seus bens e economias pessoais, o que evidencia o problema de obtenção de financiamento e linha de créditos para as empreendedoras.

Levantamento feito entre empreendedores de oficinas mecânicas e empreendedoras de creches (LINDO, 2004) contribui para corroborar essas construções teóricas, pois identifica nas mulheres uma postura de liderança transformacional, em que prevalece o carisma, a motivação baseada na inspiração, o estímulo intelectual e a consideração ao ser humano. Elas não descuidam da hierarquia; promovem, no entanto, um relacionamento mais pessoal entre superiores e subordinados e também aceitam ouvir opiniões dos funcionários quando da tomada de decisões.

3.5 Dificuldades com que se deparam as mulheres empreendedoras

São muitas as dificuldades encontradas pelas mulheres ao empreender, tanto no que diz respeito à família, filhos, administração do lar, como também no reconhecimento em seu meio de negócio. Para Jonathan e Silva (2007), a trajetória das empreendedoras é marcada pela busca de realização pessoal, pois constata-se que as mulheres sentem mais satisfação do que culpa ao construir um projeto de vida centralizado no exercício do empreendedorismo. As mulheres, em geral, necessitam do apoio da família para o seu desenvolvimento profissional, especialmente se decidirem empreender. Lindo et al. (2004) constata-se que as empreendedoras buscam, além de equilibrar a relação família-trabalho, encontrar nos filhos e na família uma motivação especial para a continuidade dos seus negócios. Isto acontece não apenas com mulheres casadas e com filhos, mas também com solteiras que valorizam o tempo disponível para cuidar de si e dos familiares.

Tanto mulheres empreendedoras proprietárias como as que empreendem em seu meio profissional, encontram mais dificuldades que os homens em relação a aspectos como: acesso a tecnologia, acesso aos mercados, acesso ao crédito, custo capital financiado, legislação discriminatória, preconceitos, acesso à formação e treinamento, assédio sexual, dificuldade e acesso à informação (UNESCAP, 2005).

3.6 Empreendedorismo e gênero no Brasil

O empreendedorismo feminino do Brasil é o sexto mais atuante do mundo. Já o empreendedorismo masculino brasileiro, fica bem abaixo, ocupando a 13ª posição do ranking mundial. Em 2007, as brasileiras representaram 52% dos empreendedores adultos (18 a 64 anos), contra uma participação de apenas 29% em 2001 (PASSOS, 2008). Com base nesses dados, Marcelo Neri (SEBRAE, 2008) afirma estar ocorrendo no Brasil uma revolução feminina no meio da pobreza.

A necessidade é o principal fator de motivação para a mulher iniciar o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção aumenta para 63%

para as mulheres. Esses dados indicam a tendência de que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, ou ainda porque nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família (PASSOS, 2008).

Além do crescimento de micros e pequenas empresas, inicialmente geridas exclusivamente por homens, nota-se a inserção da mulher no mercado de trabalho, não só como empregada, mas também como empregadora. Dos novos negócios que surgem, a maioria está sendo comandado por mulheres, denotando que estas têm desempenhado um papel importante para a sociedade e para a economia brasileira. Isso nos leva a observar que a característica da força de trabalho está se alterando (GOMES, 2006).

4 Metodologia

O presente estudo é de caráter exploratório, tendo como propósito, por um lado, ampliar a compreensão acerca da experiência das mulheres que decidem empreender e, por outro lado, possibilitar a discussão acerca da aplicabilidade de depoimentos pessoais em pesquisas sobre o empreendedorismo feminino.

Para proporcionar a contextualização do problema, procedeu-se a revisão bibliográfica, que abrangeu relatórios de pesquisa referentes ao empreendedorismo feminino. Para obtenção dos dados de natureza empírica foram obtidos depoimentos de dez empreendedoras residentes na Região da Grande São Paulo durante o ano de 2009. A seleção da amostra deu-se pelo processo de “casos intensivos” (PATTON, 1990), em que os casos indicam intensa manifestação do fenômeno, mas sem serem casos extremos. O tamanho da amostra não foi definido antecipadamente, mas adotou-se o critério da “saturação teórica (GLASER, STRAUSS, 1967).

O processo de análise seguiu as etapas de redução, exibição e conclusão/verificação (MILES E HUBERMAN, 1994). A redução envolveu a seleção, simplificação e a organização dos dados de acordo com os temas e padrões definidos nos objetivos. A exibição foi elaborada mediante a seleção de textos para permitir a análise das informações. Nesta etapa foram definidas categorias adicionais, além das construídas na etapa anterior. Na conclusão considerou-se o significado dos dados, suas regularidades e padrões.

5 Análise e discussão dos dados

Os dados são aqui apresentados e discutidos em três blocos, segundo as grandes categorias identificadas. O primeiro refere-se à motivação que as mulheres têm para empreender; o segundo, às dificuldades percebidas para abrir e manter o negócio; o terceiro, por fim, da satisfação que o empreendimento proporciona à mulher.

5.1 Motivação para empreender

São inúmeras as razões que levam a mulher a tornar-se empreendedora. Muitas vezes o mercado de trabalho não lhes dá a oportunidade que esperam. Estar submissa a um patrão e a horários, por sua vez remete a uma sensação de falta de liberdade individual. Assim o desejo de independência é muito forte na determinação da razão para empreender.

Sempre trabalhei com concorrência, eu não tinha horário, nem sábado nem domingo, de madrugada, gostei deste negócio e resolvi ficar por que eu sou dona do meu nariz. Eu gosto deste trabalho, eu não voltaria para minha área, por que aqui eu não tenho patrão. Se eu quiser fechar no feriado eu fecho, se não quiser fico aberto até mais tarde [...]. Eu faço meus horários (Dalva, Proprietária de banca de jornal).

Amo o que o faço e financeiramente dá para viver. Eu faria tudo de novo. Sou empreendedora porque gosto de liderar, eu não nasci para que ninguém mandasse em mim (Maria Luiza, Proprietária de floricultura).

Eu me sinto bem porque quando vem o retorno daquilo que faço, pra mim é muito bom porque eu sinto que as pessoas confiam em mim. (Maria de Fátima, Proprietária de um café em faculdade).

Eu estou fazendo o que eu gosto. É uma sujeira que Deus me livre... Minha cozinha depois que acabo eu tenho que lavar tudo[...]. Tudo fica um horror...é trabalhoso.. é porqueira... mas eu amo fazer isso...(Olivia Marli, Produz trufas).

Abri o negócio porque sempre gostei de vender como complemento de renda. Sempre trabalhei, e achava que o salário era pouco e sempre complementava a renda com venda[...]. Eu pensava sempre que um dia eu seria dona do meu próprio negócio (Rosangela, Proprietária de loja de roupas infantis).

Mesmo com a facilidade de conciliar a vida profissional com os afazeres domésticos e dar atenção à família e à vida pessoal na condição de empregada, um fator que se mostra mais importante é a possibilidade de manipular os horários com vistas à conciliação do trabalho com a casa:

Têm altos e baixos, mas consigo conciliar bem a minha vida com marido, filho, funcionários e parte social. Dificuldades todos nós temos, mas nada impede de ir para frente (Maria Luiza, Proprietária de floricultura).

Não há dificuldades em conciliar os afazeres domésticos e os do empreendimento. É corrido, mas dou conta de tudo, trabalho muito, mas me sinto realizada, não tenho problema com a família por que faço meus horários. (Elza, Doceira).

Nem sempre a vontade de empreender é suficiente para fazer com que a mulher se dedique a seu próprio negócio. Como as limitações são muitas, algumas mulheres dão preferência a postergar essa pretensão:

Saí de um emprego de 17 anos porque não gosto de pensar em desistir na minha vida, do meu sonho. Meu sonho sempre foi trabalhar com crianças. Acho que o que faço é uma missão. Se eu fosse olhar pra tudo que vivi, pela família, pelas dificuldades que passo, para minha filha, ligar todas as dificuldades, eu automaticamente já teria largado tudo. Mas eu acredito numa vitória. Preciso mostrar aos outros que é possível vencer, e preciso provar isso pra mim, pra minha filha e pra minha família. Eu não vim pra perder, eu vim pra vencer (Evelise, Proprietária de escola de educação infantil).

Embora a disposição para empreender se associe à própria satisfação com a abertura do próprio negócio, também pode aparecer em decorrência de mudanças na vida profissional dos maridos. O desemprego é um fator muito lembrado pelas mulheres, que num primeiro momento podem pensar em trabalhar temporariamente para auxiliar na provisão de bens, mas que pode se tornar importante elemento propulsor do empreendedorismo feminino:

Meu esposo também perdeu emprego e a gente precisava achar alguma coisa para pagar as contas, então resolvemos comprar a banca de jornal. No decorrer do tempo aconteceu a oportunidade de voltar para a área, ele voltou a trabalhar como engenheiro e eu como sempre trabalhei com concorrência, eu não tinha horário, nem sábado nem domingo, de madrugada, gostei deste negócio e resolvi ficar (Dalva, Proprietária de banca de jornal).

Quando meu marido saiu da empresa eu comecei a fazer com mais frequência fazia bingo pra ajudar e quando foi necessário pagar a faculdade de minha filha, o jeito foi por a mão na massa, ficamos dez meses sem pagar a faculdade (Olivia Marli, Produz trufas).

Tenho três filhas e um filho, a mais velha com 14, a segunda tem 1, a terceira tem 9 e o menino tem seis. Em 99 ele se aposentou e depois que ele se aposentou, nasceram mais dois filhos [...]. Então o que fazer; ele só com a aposentadoria; eu tinha que fazer alguma coisa. (Elza, Doceira).

Quando eu trabalhava e meu marido estava empregado era uma coisa. Mas quando ele perdeu o emprego[...]. Embora no momento a gente não teria problema algum e ele poderia conseguir um novo emprego,.mas aí a gente começou a ver que poderíamos fazer alguma coisa diferente [...] Foi por medo de passar necessidade [...]. A gente não queria mudar a situação e a estrutura que tínhamos e quando apareceu a oportunidade de colocar a cantina aqui. Achei tudo de bom, resolvemos tentar, mudar e fazer alguma coisa diferente. (Maria de Fátima, Proprietária de um café em faculdade).

5.2 Dificuldades para empreender

Um dos entraves quando da criação de um negócio novo por mulheres é o capital inicial a ser investido e o acesso ao crédito. Tradicionalmente mulheres não estão habituadas a negociar com bancos. Assim, tendem a se tornar pouco conhecidas dos gerentes e não dispõem das habilidades necessárias para esta tarefa, já que não conhecem o funcionamento e as regras das instituições financeiras. O aprendizado financeiro das mulheres passa a se dar, portanto, com o contato direto nos bancos.

Eu recorri a uma ajuda de meu pai, mas graças a Deus, eu sei que para outros isso é difícil, mas eu recebi ajuda de terceiro. Isso foi bom, mas eu pretendo por tudo no papel, tudo o que investi, porque eu quero receber isso tudo de volta. Não sei quanto tempo vai demorar, sei que vai demorar (Karina, Dentista, Proprietária de consultório dentário).

Financeiramente é uma tragédia. Tem muitos altos e baixos. Inicialmente tem muito que investir. A principio usei alguma coisa que guardei e o que eu tinha, que ganhei, por um bom tempo dá pra manter com o dinheiro investido. Depois é necessário reformular, reformar. Aí tive que recorrer ao banco, pedi ajuda a terceiros. É muita dificuldade, mas está sendo sanada com o tempo. Aí tem muitas taxas, é complicado, o ideal é entrar com um estabelecimento seu, local seu, pagar aluguel é complicado, financeiramente é muito complicado. Leva-se um bom tempo pra ganhar credibilidade. (Evelise, Proprietária de Escola de Educação Infantil).

Comprava a matéria prima necessária com recursos próprios de pouquinho em pouquinho... Hoje o próprio negócio dá possibilidades de adquirir toda a matéria prima necessária para atender aos pedidos. (Elza, Doceira).

No começo senti uma dificuldade muito grande porque tinha muita conta para pagar e o que entrava era muito pouco perto do que tinha para pagar e no primeiro ano quase que tivemos que colocar dinheiro do bolso, no inicio eu não trabalhava e meu marido tinha perdido o emprego ai nos começamos com o capital dele. Era pouco, mas dava para fazer; tínhamos para fazer, para comprar equipamentos. A gente dividiu em algumas vezes. A gente teve muita dificuldade no começo (Fátima, Proprietária de um café em faculdade).

Como mulher eu sinto o peso de tantas responsabilidades que é em casa com o marido, os três filhos, administrar a casa, administrar todo mundo na escola, administrar o negócio, sair pra fazer compras [...]. Tem hora que eu me sinto muito cansada, bate um negócio ruim, tem hora que tenho vontade de chorar, explodir, sair correndo, enfim (Rosangela, Proprietária de lojinha de roupas infantis).

Com os filhos, que eram pequenos no começo, foi difícil. Eu trazia eles para cá e eles aprenderam a respeitar o trabalho com os cachorros e aprenderam a amar e respeitar os animaizinhos, andar na rua que é perigoso e doloroso e também a questão financeira é difícil porque temos muitos concorrentes em volta. (Maria Elvira, Proprietária de pet shop).

A maior dificuldade com que se deparam as mulheres para empreender é provavelmente conciliar as atividades empresariais com as atividades domésticas.

Para administrar o meu negocio e conciliar com a família, é uma loucura. Eu determino horários para minha vida. Quando estou aqui eu sou só a empreendedora. Saindo daqui eu estipulo um horário para minha filha, e depois para minha mãe e para mim. Aos sábados eu venho para cá para organizar tudo, à tarde fico com a família e à noite, se tenho oportunidade, vou me divertir. Aos domingos o dia é só meu. Eventualmente soluciono problemas de minha filha. É difícil, mas dá certo (Evelise, Proprietária de Escola de Educação Infantil).

Mas antes disso eu tinha outro negocio..e ai era difícil Eles eram bem menores e eu tinha que fazer tudo: levar pra escola, buscar, dar almoço e eu trabalhava no horário que eles estavam na escola. Eu estava trabalhando, no horário que eles estavam fazendo qualquer outra atividade eu estava trabalhando. É muito mais difícil quando você tem os filhos pequenos [...]porque você tem que estar ali, fazendo tudo,mas a gente não deve desistir (Fátima, Proprietária de um café na faculdade).

Eu como empreendedora eu me sinto realizada, eu concilio muito fácil, minha casa, meus filhos, meu marido, meus funcionários, dá pra levar, é inexplicável como eu gosto e sei fazer. (Maria Elvira, Proprietária de pet shop).

Essa alta disposição para conciliar a atividade empreendedora com os afazeres domésticos constitui o principal ingrediente daquela revolução feminina de que fala Neri (SEBRAE, 2008). As mulheres, na busca de sustento aos filhos, buscam empréstimos, abrem pequenos negócios e contribuem para levar à frente o empreendedorismo feminino.Mas também relatam a descrença em virtude do fato de se ser mulher:

A maior dificuldade que temos é que as pessoas não acreditam em você, até conseguir esta credibilidade, demora um bom tempo. Ai há outras dificuldades quando você é nova no negocio. As pessoas não te conhecem e dificultam as coisas porque você não é conhecida no mercado, cobram mais caro a mercadoria. Nos bancos é difícil, os fornecedores, os professores que são meus funcionários também não acreditam que tenho experiência e não respeitam (Evelise, Proprietária de Escola de Educação Infantil).

Só a parte financeira, de banco, que é difícil e banco não ajuda em nada. Eu já tive si, dificuldade há cinco anos atrás. Se você não tiver suporte, pé no chão, saber comprar e saber vender, negociar, pagar, a despesa fixa é alta, o aluguel. Em geral fornecedores, que na maioria são homens não acreditam na gente e acham que não somos capazes (Maria Elvira, Proprietária de pet shop).

Eu acho que hoje a mulher é muito sobrecarregada. A mulher se sobrecarregou. Na minha opinião a mulher se subdividiu para poder trabalhar fora de casa. A mulher ficou com todos os encargos de casa além do serviço (Rosangela, Proprietária de lojinha de roupas infantis).

Lindo et al. (2004) constatam que as empreendedoras buscam, além de equilibrar a relação família-trabalho, encontrar nos filhos e na família uma motivação especial para a continuidade dos seus negócios. Isto acontece não apenas com mulheres casadas e com filhos, mas também com solteiras que valorizam o tempo disponível para cuidar de si e dos familiares.

5.3 Sensações proporcionadas pela condição de empreendedora

Percebe-se com base nos depoimentos que ter o seu negócio proporciona uma satisfação que vai bem além do fato de poder trabalhar no que gosta:

Eu sempre gostei de administrar as coisas, eu estou adorando essa idéia de administrar. Antes eu só pensava em atender e agora eu tenho que administrar, tenho que pensar em tudo, pagar contas, me preocupar com monte de coisas, eu gosto disso, vale à pena. Nada como ter seu próprio negócio, ser dona de seu nariz e fazer as coisas do seu jeito, tudo que eu via errado eu faço agora do meu jeito (Karina, Dentista, Proprietária de consultório dentário).

Eu sempre fui muito lutadora acreditando que um dia eu teria meu próprio negocio, então eu nunca estava contente, eu queria e falava que eu vou lutar para um dia ter um capital para abrir meu próprio negócio. Vale a pena, eu me realizo. Sempre minha renda foi maior que a do meu marido, sou profissionalmente realizada, e sou independente do meu marido para tudo. (Rosangela - Proprietária de lojinha de roupas infantis).

A inserção da mulher na condição de empreendedora tende a proporcionar a sensação de igualdade em relação ao homem. O que pode implicar a necessidade de preparação psicológica para a assunção da nova condição.

O que se diz é que a mulher não serve para ter um negocio, serve para limpar a casa, passar roupas, limpar bumbum de neném, mas não serve para ter um comercio, não é respeitada, não serve para ser dona de um negocio. Ela é vista apenas como mulher. Senti isso uma vez no banco, quando foi me dado atendimento especial pela minha aparência. Não pelo conteúdo ou pelo que eu possa oferecer à Humanidade, apenas pela beleza, não pela minha capacidade. O homem acha que a mulher não tem direito e nem condições para conseguir o que quer. E isso é triste (Evelise, Proprietária de escola de educação infantil).

Mas quando a mulher se vê com o seu próprio negocio é que se sente valorizada enquanto mulher, chegando a se sentir superior ao homem. É o que se depreende do depoimento da dentista que conseguiu abrir o seu próprio consultório:

Nunca deixei esse negocio do fato de eu ser mulher atrapalhar a possibilidade de eu conseguir as coisas. Tenho atitudes de correr atrás das coisas. Eu não deixo nada me abalar, nem o preconceito por ser mulher. Não deixo nenhum homem me fazer pensar que porque eu sou mulher eu não consigo as coisas que quero. A mulher tem muito mais força que o homem, porque ele não consegue administrar o negocio, a família, etc. como a mulher faz. (Karina, Dentista, Proprietária de consultório dentário).

Os depoimentos também indicam que a mulher tende a assumir uma condição de maior segurança.

Não sou empreendedora de coração, sou empreendedora de oportunidade. Hoje sou uma gestora de negocio e faria o mesmo tipo de administração em qualquer outro negocio [...] Hoje sou micro-empresária e tenho objetivo de ampliar o meu negocio no futuro. Ganho bem, faço exatamente o que gosto, administro o dinheiro que ganho, tenho uma visão do que está acontecendo no mundo e no mercado (Rosana, proprietária de salão de depilação).

Não tenho problemas com concorrentes, nem com fornecedores, nem com fregueses, acho que por ser mulher em muitas coisas o atendimento é melhor até... Não tenho funcionários, eu cuido de tudo por que gosto de estar à frente das coisas e a par de tudo que acontece (Dalva, proprietária de banca de jornal).

Sou empreendedora porque gosto de liderar, eu não nasci para que ninguém mandasse em mim (Maria Luiza, proprietária de floricultura).

A escolaridade constitui fator importante para conferir segurança à mulher:

Eu faria tudo de novo por que eu tenho muita capacidade, eu estudei e tenho muita coisa para oferecer (Evelise, Proprietária de escola de educação infantil).

Eu precisava criar segurança, precisava estudar mais, precisava saber como é saber obedecer aos outros pra depois saber mandar... (Karina, Dentista, Proprietária de consultório dentário).

A sensação de realização é importante para manter a motivação para continuar empreendendo:

Mas vale a pena, por mais dificuldade que passo, é muito bom, eu me sinto bem, me sinto em paz, porque sei que vou ter uma vitória, cresço como pessoa e me realizo, especialmente quando lido com as crianças, eu lido com bebes, crianças até cinco anos, e tenho retorno sobre o que faço me sinto realizada mesmo não tendo dinheiro no bolso (Evelise, Proprietária de escola de educação infantil).

Formar a minha filha era a coisa mais importante de minha vida, eu tinha meu trabalho, tinha meu dinheiro. No último ano de faculdade de minha filha eu paguei as mensalidades religiosamente em dia, com a venda dos chocolates e meu dinheirinho. Comprei um conjunto de anel de formatura com pingente e brinco de rubi maravilhoso. Mande fazer, não foi barato, paguei a festa de formatura, paguei a roupa da formatura, eu me senti realizadíssima (Olivia Marli, Produz trufas).

Assim, fazendo doces e bolachinhas, eu consigo ajudar meu marido, eu mesmo saio vendendo e colocando meus doces nos pontos de venda, estou muito satisfeita e faria tudo de novo se fosse necessário (Elza, Doceira).

6 Conclusão

Os estudos voltados à compreensão do significado do empreendedorismo feminino no Brasil indicam que estes são constituídos em sua grande maioria por censos e levantamentos por amostragem. Estes estudos têm possibilitado a compreensão da evolução do processo empreendedor e até mesmo identificar a revolução que está se dando no meio da pobreza. Mas para a ampliação da compreensão do significado dessa revolução, torna-se necessário investigar o fenômeno empreendedorismo feminino do ponto de vista das atoras. Daí a importância de estudos fundamentados em depoimentos de mulheres empreendedoras.

O presente estudo - embora de caráter exploratório – permitiu, graças à utilização de depoimentos pessoais, desvelar ou realçar alguns fatores importantes nesse processo. Como o desejo de independência é fundamental na motivação para empreender. Como a conciliação com as atividades domésticas e o cuidado com os filhos por si só constitui elemento motivador. Como as principais dificuldades encontradas estão na busca por financiamento e na desconfiança encontrada por ser mulher. Como a escolaridade constitui importante fator em prol da segurança. E como a determinação, a maturidade e a autoestima são características que se evidenciam nas mulheres empreendedoras.

Cabe, no entanto, considerar as limitações de procedimento ainda sem tradição no campo do empreendedorismo para evitar vieses nas pesquisas. Assim, recomenda-se a definição prévia do modelo de pesquisa com vistas a orientar o processo de coleta e análise dos resultados. Os depoimentos pessoais sejam utilizados em pesquisas com diferentes orientações metodológicas. Sua maior eficácia, no entanto, manifesta-se em investigações fenomenológicas, etnográficas ou orientadas para a grounded theory. À medida que se adota uma dessas perspectivas, define-se a pesquisa como interpretativista. Assim, estabelece-se que os resultados conduzirão à compreensão do fenômeno pelo lado de dentro, ou seja, sob a perspectiva dos próprios depoentes.

REFERÊNCIAS

BARROS, F.S.O.; FIÚSA, J.L.A.; IPIRANGA, A.S.R O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. *Organização e Sociedade*, v. 12, n. 33, abr/jun. de 2005.

BASTIDE, R. Introdução a dois estudos sobre a técnica das histórias de vida. In: *Sociologia*, v. 15, n. 1, março de 1953.

BERTAUX, D. L'Approche Biographique: La validité methodologique, ses potentialities. In: *Cahiers Internationaux de Sociologie*, volume LXIX, Nouvelle Série, 27ème année, jui-déc. 1980, Presses Universitaires de France, Paris

CAMARGO, A. Os usos da história oral e da história de vida: trabalhando com elites políticas. *Dados - Revista de Ciências Sociais*. Rio de Janeiro, v.27, n.1, p.5-28. 1984.

FERNANDES, F.; GATTAZ, R. A história de vida na investigação sociológica: a seleção dos sujeitos e suas implicações. In: *Sociologia* v. 18, n. 2. 1955.

GIBBS, G. *Análise de dados qualitativos*. Porto Alegre: Artmed. 2009.

GLASER, B.G., STRAUSS, A.L. *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine, 1967.

GOMES, A. F. *Mulheres empreendedoras*. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2006.

GOUVEIA, T.B. *A demanda empreendedora e o trabalho imaterial na construção da subjetividade do "empreendedor"*. Dissertação de Mestrado (Administração) – Universidade

Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Administração. Programa de Pós-Graduação em Administração, 2006.

HAGUETTE, T.M.F. *Metodologias qualitativas em sociologia*. Petrópolis: Vozes, 1987.

HISRICH, R.D.; PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, E.G.; SILVA, T.M.R. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. In: *Psicologia e Sociedade*, v. 19, n. 1, jan/abr. 2007.

LINDO, M. R. Empreendedorismo, estilo de liderança e diferenças quanto ao gênero. In: 3ª. CIELA – CONFERENCIA DE INVESTIGAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO NA AMERICA LATINA – PUCRJ – nov 2004.

LINDO, M.R.; CARDOSO, P.M.; RODRIGUES, M.E.; SANTOS, U.W.B. Conflito vida pessoal versus vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28. Curitiba, 2004. Anais... Curitiba: ANPAD, 2004

MILES, M. B.; HUBERMAN, A. M. *Qualitative data analysis*, 2. ed. London: Sage

MOIR, A.; JESSEL, D. B. *Sex*. New York: Dell Books 1993.

NOVAES, M.B.C., GIL, A.C.; A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*, v. 10, n. 1, 2009.

PASSOS, C.A.K. et al. *Empreendedorismo no Brasil*. Curitiba: IBQP, 2008.

PATTON, M.Q. *Qualitative evaluation and research methods*. 2.ed. London: Sage, Publications. 1994.

PELISSON, C.L.A.A. et al. Comportamento Gerencial, Gênero e Empreendedorismo. In: ENCONTRO NACIONAL DE ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 15, Campinas, 2001. Anais... Campinas: ANPAD 2001

QUEIROZ, M.I.P. Relatos orais: do “indivisível” ao “divisível”. In: *Ciência e cultura*. São Paulo: n. 3, v. 39, mar., 1987.

SÁ, M.G.; MELLO, S.C.B.. Aprendendo com as narrativas num estudo sobre reflexividade e articulação empreendedora. In: *Revista Administração. Pública* v.43 n 1. Rio de Janeiro Jan./Fev. 2009.

SEBRAE Incentivar os pequenos negócios ajudará a reduzir pobreza. Brasília: Agência SEBRAE de Notícias 19 mar. 2008. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?noticia=7067901&canal=207>>. Acesso em 28 jun. 2009.

UNESCAP. Developing women entrepreneurs in South Asia: issues, initiatives and experiences. UNESCAP.Trade and Investment Division: Bangkok, 2005. Disponível em: <http://www.unescap.org/tid/publication/indpub2401.asp><http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-studies/entrepreneurs-young-women-minorities.htm>. Acesso em 3 jun. 2009.