

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO CARLOS MARCELLA
PORTO LIMA TATAYE CRISTILLA RAMOS DOS SANTOS**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO:
CONHECENDO A REALIDADE DE UMA JOVEM EMPREENDEDORA**

São Carlos 2021

MARCELLA PORTO LIMA TATAYE CRISTILLA RAMOS DOS SANTOS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO:
CONHECENDO A REALIDADE DE UMA JOVEM EMPREENDEDORA**

Monografia apresentada ao Curso de Tecnologia em
Gestão Empresarial da Faculdade de São Carlos do
Centro Paula Souza como requisito parcial à obtenção
do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial

Orientadora: Profa. Dra. Ana Teresa Colenci Trevelin

São Carlos 2021

Lima, Marcella Porto; Santos, Tataye Cristilla Ramos.

Empreendedorismo Feminino: conhecendo a realidade de uma jovem empreendedora/Marcella Porto Lima; Tataye Cristilla Ramos dos Santos. - São Carlos, 2021.f.: 49.

Monografia (graduação) - Faculdade de Tecnologia de São Carlos, 2021.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Teresa Colenci Trevelin.

Banca examinadora:

1. Mulher brasileira. 2. Mercado de trabalho. 3. Empreendedorismo feminino. I. Empreendedorismo Feminino: conhecendo a realidade de uma jovem empreendedora.

MARCELLA PORTO LIMA TATAYE CRISTILLA RAMOS DOS SANTOS

**EMPREENDEDORISMO FEMININO:
CONHECENDO A REALIDADE DE UMA JOVEM EMPREENDEDORA**

São Carlos, (dia da defesa) de junho de 2021.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Teresa Colenci Trevelin **Instituição:**
Fatec São Carlos

Prof. Nome do Professor **Instituição:**

Prof. Nome do Professor **Instituição:**

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter nos dado saúde e força para superar as dificuldades.

A Faculdade de Tecnologia de São Carlos, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbramos um horizonte superior.

Aos nossos pais e irmãs, que nos incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a nossa ausência enquanto nos dedicávamos à realização deste trabalho.

A nossa Orientadora Profa. Dra. Ana Teresa Colenci Trevelin, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da nossa formação, o nosso muito obrigada.

Não crie limites para si mesmo. Você deve ir tão longe quanto sua mente permitir.

O que você mais quer pode ser conquistado.

Mary Kay Ash.

RESUMO

Na atualidade, várias contingências cercam a inserção das mulheres no mercado de trabalho e, em todo mundo cresce o interesse pela análise das características e consequências do trabalho feminino, em especial sobre o empreendedorismo cujas pesquisas tem aumentado gradativamente. Este trabalho voltou às atenções para a análise do empreendedor em geral, mas com a ênfase no empreendedorismo feminino nos dias atuais. O objetivo deste trabalho foi o de investigar a realidade das mulheres empreendedoras no Brasil e analisar o que fez com que elas se tornassem proprietárias de seu próprio negócio, bem como os desafios que são enfrentados no cotidiano. A elaboração deste trabalho baseia-se no uso de ferramentas da pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Para a coleta de dados foram utilizados artigos científicos, revistas, livros para analisar o conceito de empreendedores e uma entrevista semiestruturada de caráter exploratório para compreender a realidade de uma jovem empreendedora do município de São Carlos – SP. Por meio do estudo realizado, foi possível compreender que mesmo diante das dificuldades há empreendedoras que conseguem se sobressair com sucesso, como é o caso da empreendedora entrevistada, que demonstrou que empreender é uma maneira gratificante de realização profissional. Pesquisas futuras apontam para avaliar os índices de empreendedorismo

feminino neste ramo na cidade de São Carlos – SP, a fim de comparar com os números da média nacional, possibilitando avaliar se o município está abaixo, na média ou acima destes índices.

Palavras-chave: Mulher brasileira. Mercado de trabalho. Empreendedorismo feminino.

ABSTRACT

Nowadays, several contingencies surround the insertion of women in the labor market and, worldwide, interest is growing in the analysis of the characteristics and consequences of women's work, especially on entrepreneurship whose research has gradually increased. This work returned to the attention for the analysis of the entrepreneur in general, but with the emphasis on female entrepreneurship today. The objective of this work was to investigate the reality of women entrepreneurs in Brazil and analyze what caused them to become owners of their own business, as well as the challenges that are faced in everyday life. The elaboration of this work is based on the use of tools of bibliographic research and case study. For data collection, scientific articles, journals, books were used to analyze the concept of entrepreneurs and a semi-structured interview of exploratory character to understand the reality of a young entrepreneur from the municipality of São Carlos - SP. Through the study conducted, it was possible to understand that even in the face of difficulties there are entrepreneurs who can emerge successfully, as is the case of the entrepreneur interviewed, who demonstrated that entrepreneurship is a rewarding way of professional achievement. Future research points to the evaluative rates of female entrepreneurship in this branch in the city of São Carlos - SP, in order to compare with the numbers of the national average, making it possible to evaluate whether the municipality is below, on average or above these indexes.

Keywords: Brazilian woman. Job market. Female entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - As 7 principais características de um empreendedor de sucesso	20
Figura 2 - Obra de Arte "Minha mãe e as mães do meu bairro"	26

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução das (em %) de empreendedorismo segundo o estágio do empreendedorismo (inicial, estabelecido e total) - Brasil - 2002:2019	17
Gráfico 2 - Taxas específicas (em %) e estimativas de empreendedorismo segundo no sexo - Brasil – 2019	23

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Taxa (em %) e estimativa (em unidades) de potenciais empreendedores no Brasil	
---	--

.....	18
Tabela 2- Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio	19
Tabela 3- Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial segundo o sexo em economias selecionadas	25
Tabela 4- Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo	27
SUMÁRIO	

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 Objetivos	11
1.2 Justificativa	11
1.3 Organização do trabalho	12
2. EMPREENDEDORISMO: COMPREENDENDO SUAS CARACTERÍSTICAS	13
3. EMPREENDEDORISMO FEMININO	18
4. MÉTODO DE PESQUISA	27
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA	29
5.1 – Percurso da tomada de decisão para se tornar empreendedora e caracterização do empreendimento	29
5.2 – Dificuldades para contratação de profissionais	30
5.3 – Mudança da ideia inicial e os planos para o futuro do empreendimento	31
5.4 – Análise dos concorrentes no ramo da estética	32
5.5 – Empreendedorismo feminino e vida pessoal	33
5.6 – Desafios encontrados para se tornar empreendedora	33
5.7 – A Pandemia de Covid19 e seus reflexos para a empreendedora	34
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38
APÊNDICES	43
APÊNDICE A - Entrevista com a empreendedora	43

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade, com as mudanças trazidas por um mundo globalizado, cresce o interesse pela análise das características e consequências do trabalho feminino. Trevelin (2007) salienta que mudanças no contexto geopolítico e socioeconômico repercutem diretamente nos modelos de gestão organizacional e impactam a estrutura produtiva, as relações capital-trabalho e alteram as tradicionais conceituações de emprego e renda, criando demandas totalmente novas de perfil profissional.

Neste sentido, este trabalho de conclusão de curso pretende provocar discussões e reflexões sobre a forma de inserção das mulheres no mundo do trabalho constituída pelo empreendedorismo feminino.

Ramos e Valdisser (2019) apontam que o economista Francês J.B Say foi um dos pioneiros a conceder uma definição para a palavra empreendedorismo, ele define que empreendedor é aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produção mais baixo para um setor de produtividade mais elevado e de maiores rendimentos.

Outro ponto relevante com relação ao empreendedorismo é que a pessoa que se dispõe a ser empreendedora ela não arrisca apenas o seu futuro, mas também o de todos aqueles que estão à sua volta, que trabalham para o seu sucesso e dependem de suas atitudes e decisões. Dornelas (2001) explica que o empreendedorismo significa empreender, resolver problemas ou situações complicadas, é um termo muito usado no âmbito profissional e um conceito que vem sendo muito estudado no Brasil e no mundo inteiro, desde meados da década de 1990.

As mulheres empreendedoras, geralmente, tem um perfil criativo e entrar neste “mundo empreendedor” não é uma tarefa fácil. Grande parte das mulheres que decidem criar um negócio o fazem por necessidade, seja por ser elas as chefes das famílias, pela oportunidade de ter horários mais flexíveis ou também pela dificuldade de inserção no mercado de trabalho.

Neste sentido, diversas empreendedoras lidam com a dupla jornada de trabalho, ou seja, cuidam do negócio, da casa e em muitos casos dos filhos. Além disso, muitas lidam com o medo de falhar e a dificuldade de não serem levadas a sério no mundo empreendedor, porque apesar da sociedade encarar de forma positiva o empreendedorismo, ainda existe um preconceito com relação à mulher e, muitas vezes apenas o homem é considerado capaz de empreender.

De acordo com Machado e Nassif (2014), mulheres empreendedoras constroem oportunidades ou criam artefatos, fazendo uso de seus próprios recursos e da interação com

outras pessoas para criar acordos e transformando seus recursos em novos meios e objetivos para alcançar suas metas.

Muitos pesquisadores vêm discutindo o papel das mulheres à frente de pequenas empresas, pois consideram que elas representam metade da população mundial e que têm uma grande participação na população economicamente ativa. Essas duas razões associadas ao fato de que as pequenas e médias empresas constituem uma fonte importante de empregos, inovação e desenvolvimento econômico têm estimulado vários países a fomentar o empreendedorismo feminino. (GOMES et al., 2005, p. 2).

Diante deste cenário, a pesquisa sobre a temática empreendedorismo feminino despertou a vontade de compreender a realidade dessas mulheres empreendedoras no Brasil, para tanto, além da pesquisa nos materiais bibliográficos para a coleta de dados, optou-se também por realizar um estudo de caso com uma jovem empreendedora da cidade de São Carlos que atua no ramo da estética e é sócia de uma clínica que realiza diversos procedimentos voltados para a beleza e bem-estar das pessoas, ela se disponibilizou em responder uma entrevista sobre sua experiência como empreendedora. A partir deste contato, foi possível visualizar as dificuldades enfrentadas por mulheres que possuem seu próprio negócio, os seus momentos de sucesso e também a forma como lidam com suas frustrações neste ramo de trabalho.

1.1 Objetivos

O objetivo deste trabalho foi analisar a realidade das mulheres empreendedoras no Brasil, os motivos pela escolha profissional e os desafios enfrentados ao longo de sua trajetória como empreendedoras e fazer um estudo de caso com uma mulher empreendedora da cidade de São Carlos

1.2 Justificativa

A temática empreendedorismo feminino está em evidência, Natividade (2009) associa esta evidência aos novos desafios que circundam a participação da mulher de forma ativa na economia por meio de seu trabalho.

A criação de pequenas empresas por mulheres está sendo importante econômica e socialmente para muitos países. De acordo com pesquisas, as mulheres respondem por 42% das empresas brasileiras ficando, inclusive, acima da média internacional de 39,9%. (GOMES et al., 2005, p. 1).

Diante de um aumento de empreendimentos que são organizados por mulheres, tornase necessário conhecer sua importância no cenário econômico, e primordialmente as razões que as mulheres têm para empreender e ainda revelar uma parcela das particularidades do empreendedorismo feminino, buscando destacar a trajetória da mulher no mercado de trabalho, setores de empreendimento, gestão feminina e as consequências para a sociedade desde movimento.

1.3 Organização do trabalho

O presente trabalho foi dividido em quatro partes que assinalam o percurso feito para chegar à compreensão da realidade das empreendedoras femininas no Brasil, bem como os motivos que levam a esta escolha profissional e os desafios que são enfrentados.

Desse modo, na primeira parte foi apresentado um estudo sobre o empreendedorismo como um todo, as características de pessoas que tem o perfil empreendedor e os percentuais brasileiros de empreendedores. Após essa discussão inicial sobre o tema, uma discussão voltada para o empreendedorismo feminino.

Na sequência foi realizada uma explicação sobre o caminho metodológico adotado para o desenvolvimento da pesquisa. Isso é importante para facilitar a compreensão do leitor sobre o percurso adotado para o desenvolvimento do estudo de caso. E, por fim, os resultados alcançados com a entrevista realizada, as reflexões sobre a realidade de mulheres empreendedoras embaçadas em autores que discutem a temática, as referências e materiais que embasaram este estudo.

2. EMPREENDEDORISMO: COMPREENDENDO SUAS CARACTERÍSTICAS

Antes de tratar mais diretamente sobre o empreendedorismo feminino, foco deste trabalho, é importante esclarecer o que é empreendedorismo como um todo.

O vocábulo empreendedorismo é derivado da palavra *imprehendere*, do latim e corresponde a "empreender" de acordo com o Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis online. Barreto (1998) ao realizar uma discussão sobre expressão "empreendedorismo" afirma que essa tem sua origem a partir da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa que, por sua vez, é composta pela palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*, expressão que foi utilizada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o indivíduo que assumia riscos. Embora a palavra tenha quase três séculos de existência, a origem do empreendedorismo se perde no tempo.

Para os economistas, os empreendedores são essenciais para o processo de desenvolvimento econômico, pois levam em conta o modelo societário atual. O empreendedorismo é um dos temas centrais quando mencionamos a Sociedade do Conhecimento e ao se falar neste modelo de sociedade devemos compreender está “Como uma construção política e ideológica se desenvolveu das mãos da globalização neoliberal, cuja principal meta foi acelerar a instauração de um mercado mundial aberto e “autorregulado”.” (BURCH, 2005, p. 2).

São consideradas empreendedoras as pessoas que geram ou aproveitam oportunidades diversas na sociedade e desenvolvem uma atividade econômica organizada com valores para si e para a sociedade. Nesse sentido, Silva et al. (2012) considera que há nessas pessoas um perfil comportamentalista, que facilita a obtenção de sucesso quando têm a iniciativa para começar um empreendimento.

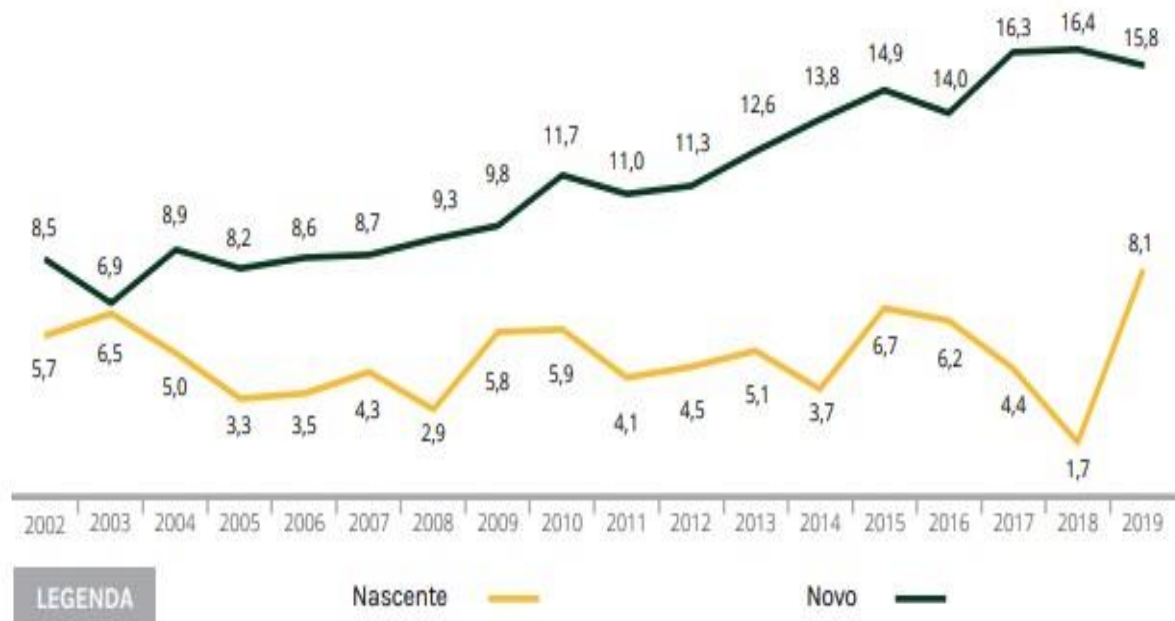
Diversos autores consideram o povo brasileiro como potenciais empreendedores e a cultura do empreendedor espontâneo está onipresente, ou seja, “Ele só precisa de estímulo, como uma flor precisa do sol e um pouco de água para brotar na primavera.” (Baggio; Baggio, 2015, p. 26).

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) responsável por estudos sobre o comportamento das pessoas em relação à criação e gerenciamento de novos negócios e no Brasil é coordenado pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Apontou que em

2019 o país atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial, considerada a maior marca até agora e o segundo melhor patamar total de empreendedores (38,7% da população adulta, entre 18 e 64 anos) desde 2002, primeiro ano da série histórica desta variável.

Conforme o Gráfico 1 o empreendedorismo nascente em 2019 alcançou o maior valor histórico, sendo 1,4 pontos percentual superior ao patamar máximo registrado nos estudos anteriores.

Gráfico 1 - Evolução das (em %) de empreendedorismo segundo o estágio do empreendedorismo (inicial, estabelecido e total) - Brasil - 2002:2019



Fonte: GEM, 2019, p. 29

O crescimento apontado no gráfico, de acordo com os dados levantados pelo GEM (2019) se deve ao momento social e econômico do país em 2019, no qual se observou uma retomada da economia e do otimismo no meio empresarial e financeiro. O país estava vivenciando um aumento gradual do consumo incentivado pela baixa inflação, redução da taxa básica de juros (SELIC) e a utilização dos valores sacados das contas do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Também, observou-se o crescimento de investimentos no mercado de ações, com o Ibovespa batendo sucessivos recordes positivos, ultrapassando 117 mil pontos no ano.

Outro ponto estudado pelo GEM (2019) foi a identificação de potenciais empreendedores, ou seja, as pessoas adultas de dezoito a sessenta e quatro anos que não são empreendedoras e expressam o desejo de começar um novo negócio nos próximos três anos. A Tabela 1 abaixo traz os dados pesquisados:

Tabela 1 - Taxa (em %) e estimativa (em unidades) de potenciais empreendedores no Brasil

Potenciais empreendedores	2017	2018	2019
Taxa (% da população de 18 a 64 anos NÃO empreendedora)	15,3	26,0	30,2
Estimativa (número de pessoas)	13.124.553	22.092.889	25.545.666

Fonte: GEM, 2019, p. 36.

De acordo com uma notícia publicada no site Pequenas Empresas & Grandes Negócios (2020) no ano de 2020 o Brasil deve atingir o maior patamar de empreendedores iniciais nos últimos vinte anos, superando as marcas já registradas pelo GEM, com aproximadamente vinte e cinco por cento da população adulta envolvida na abertura de um novo negócio ou com um negócio com até três anos de atividade. Esta pesquisa aponta que o aumento de empreendedores se deve, principalmente, ao período de recessão que estamos vivendo no país, causado pelo avanço da pandemia do novo coronavírus, que têm impulsionado as pessoas a buscarem o empreendedorismo como uma alternativa de renda.

Outro ponto importante é a motivação para a atividade empreendedora que se divide em: oportunidade ou necessidade. Atualmente, pode-se perceber que as motivações que fazem as pessoas tornarem-se empreendedoras vão além da realização de seu sonho pessoal e provimento de renda, estes buscam, em grande parte dos casos, atuar como agentes de transformação e de criação de riqueza para a sociedade.

Algumas mudanças significativas foram incorporadas na pesquisa GEM com a população adulta de 2019, não mais restringindo as opções de respostas às categorias por necessidade e oportunidade e incluindo questões capazes de captar essas múltiplas motivações. Nessa nova abordagem, foram apresentadas aos entrevistados quatro afirmações sobre as razões de iniciar o negócio: “para ganhar a vida porque os empregos são escassos”, “para fazer diferença no mundo”, “para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta” e “para continuar uma tradição familiar”. (GEM, 2019, p. 56).

A Tabela 2 apresentada abaixo traz os dados dos empreendedores iniciais segundo suas motivações:

Tabela 2- Percentual dos empreendedores iniciais segundo as motivações para começar um novo negócio

Motivações	% dos empreendedores		
	Nascentes	Novos	Iniciais
Mais de uma motivação	79,8	66,0	70,8
Apenas uma motivação	20,2	34,0	29,2
Total	100,0	100,0	100,0

Típos de motivação ¹	Nascentes	Novos	Iniciais
Para continuar uma tradição familiar	30,4	25,2	26,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	45,6	32,4	36,9
Para fazer diferença no mundo	65,3	44,7	51,4
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,7	88,4	88,4

Fonte: GEM, 2019, p. 57.

Como se nota, falar a respeito de empreendedorismo é tratar da figura do empreendedor e sobre os resultados que este traz para a sociedade, por meio de suas atividades econômicas e estes empreendedores sejam do sexo masculino ou feminino, geralmente, apresentam características atitudinais semelhantes no que se refere ao perfil para empreender.

A Figura 1 a seguir descreve as principais características de um empreendedor de sucesso:

Figura 1 - As 7 principais características de um empreendedor de sucesso

1. Iniciativa
Iniciativa é a primeira das características de um empreendedor de sucesso. Ninguém resolve montar um negócio se estiver acomodado na atual situação profissional. É preciso estar atento às oportunidades e agarrá-las assim que perceber que tem capacidade para isso. Não basta ter boa intenção, é preciso agir e fazer as coisas acontecerem.

2. Persistência
Já dissemos, mas não custa repetir: montar uma empresa não é fácil. Os obstáculos são muitos e surgem de todos os lados, como dos clientes, dos fornecedores, da concorrência, e, inclusive, do próprio empreendedor. Muitas vezes um erro ou fracasso contém lições valiosas para realinhar seus planos, mesmo que exijam ainda mais esforço. Nunca desista no primeiro tropeço.

3. Planejamento
O plano de negócio é a etapa inicial da abertura de uma empresa e esse planejamento, no entanto, não para nesse primeiro momento. O empreendedor precisa estar constantemente monitorando e analisando os resultados de seu negócio. Assim, pode desenvolver planos de ações para corrigir erros e, também, potencializar os acertos.

4. Autoconfiança
Você se acha o cara? Pois saiba que entre as características de um empreendedor está a crença inabalável nas próprias capacidades. Isso não significa, evidentemente, que o empreendedor estará certo 100% do tempo. No entanto, se tiver conhecimento profundo de seu negócio, saberá extrair as informações necessárias para tomar as decisões corretas e liderar a equipe para o sucesso.

5. Liderança
A menos que seja um MEI, o empreendedor terá uma equipe de trabalho a gerir. A figura do chefe que comanda o negócio de forma autoritária e lidera pelo medo está totalmente ultrapassada. O líder moderno é um exemplo para seus colaboradores, motivando-os, ouvindo-os e delegando tarefas importantes, podendo assim exigir, em troca, o comprometimento necessário por parte deles.

6. Coragem
Quem mata um leão por dia precisa ser corajoso – e entre as características de um empreendedor deve estar a coragem de enfrentar riscos. Caso esteja informado de seu negócio e seu mercado, o empreendedor não deve ter medo de fracassar na tomada de decisão. O sucesso, por sua vez, só vem para quem age.

7. Eficiência
É preciso investir para abrir uma empresa, é claro, mas os recursos de um pequeno empreendimento costumam ser escassos. Dessa forma, é preciso usar o dinheiro disponível com inteligência, estudando a melhor forma de aplicá-lo. O desperdício é um dos grandes inimigos de um negócio incipiente, e saber evitá-lo é uma característica do empreendedor.

SEBRAE
Serviço de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas
Santa Catarina

Fonte: SEBRAE, s.d.

Com base na observação da figura, podemos compreender que o empreendedor além de se informar previamente sobre o produto ou serviço que oferece e fazer uma análise do mercado

em que pretende atuar, deve ter a iniciativa de investir no projeto mesmo que pareça difícil ou arriscado, buscando oferecer algo de qualidade mesmo que encontre dificuldade devido a limitação de recursos ou mão-de-obra qualificada.

Outro ponto é a persistência porque o caminho do empreendedorismo nem sempre é fácil e obstáculos podem surgir, mas, desistir não é uma atitude de um empreendedor que almeja o sucesso. Se erros surgirem no caminho ou metas não forem cumpridas, é preciso reavaliar as falhas e trabalhar para que elas sejam uma possibilidade de êxito no futuro. Ser líder também é um ponto importante para ser um empreendedor de sucesso, por isso, ter/desenvolver habilidades de gestão são fundamentais, assim como as demais características.

A partir desta breve explanação conclui-se que os empreendedores “(...) não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento.” (CHIAVENATO, 2007, p.18).

3. EMPREENDEDORISMO FEMININO

A sociedade contemporânea está mais aberta a figura da mulher empreendedora se comparada às configurações sociais anteriores. Para mostrar essa feminização do empreendedorismo e também do mercado de trabalho é necessário listar alguns fatores históricos que impulsionaram e justificaram o caminho percorrido pelas mulheres.

No decorrer da história a partir de mudanças na sociedade, a mulher passou a assumir tarefas que não se configuram apenas no ambiente familiar e doméstico, costumeiras até então. Porém, a sociedade usou, por muito tempo, como argumento as diferenças biológicas para justificar o tratamento diferenciado oferecido para homens e mulheres, mas é preciso considerar que "O funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas." (OLIVEIRA, 1997, p. 11).

A Revolução Industrial trouxe mudanças lentas para este quadro, porque o número de mulheres empregadas aumentou significativamente e está passou a atuar no trabalho fabril quando o aumento da produtividade era necessário, mas apesar desta necessidade da mulher mais atuante, tanto a jornada de trabalho quanto os salários eram muito desiguais.

No século XIX iniciaram-se algumas reivindicações sobre direitos trabalhistas, igualdade de jornada de trabalho, dentre outros. Com a crescente industrialização, as mulheres empregam-se como assalariadas nas indústrias e oficinas, mas sem abandonar seus lares e suas funções, começam a sim a ter uma dupla jornada. (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 3)

No século XX com a Primeira e Segunda Guerra Mundial, períodos compreendidos de 1914 à 1918 e 1939 à 1945, respectivamente, com a ausência de homens para trabalhar, porque muitos foram enviados para o combate e outros ficaram mortos/feridos tornou-se necessária a contratação das mulheres para funções que antes eram exclusivamente destinadas aos homens. Com isso, "As mulheres ganharam mais espaço no mercado de trabalho. Nesse período nascem os primeiros movimentos feministas. As mulheres começaram uma luta mais organizada por seus direitos e pela igualdade de oportunidades no trabalho." (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 3).

No Brasil, a partir dos anos 70, a mulher ingressou de maneira mais precisa no mercado de trabalho, surgindo neste momento os movimentos sindicais e feministas no país. Na década de 1980, as mulheres ganharam mais visibilidade dentro dos movimentos sindicais, a partir da

criação da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única dos Trabalhadores (CUT).

Ao mencionarmos a Legislação Brasileira, a igualdade de gênero foi discutida na Constituição Federal de 1988 no artigo 5º inciso primeiro, o qual diz que “Homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição.” (BRASIL, 1988, p. 1), ou seja, todas as pessoas, independentemente de seu gênero, devem ter os mesmos direitos, oportunidades, responsabilidades e obrigações.

Estas mudanças e quebras de tabus sobre as mulheres são importantes para que elas conquistem cada vez mais seu espaço não apenas no mercado de trabalho, mas, na sociedade como um todo. “A inserção da mulher na atividade empreendedora, assim como em outras posições no mercado de trabalho, vem crescendo ao longo dos anos, mas as mulheres partem de uma base mais modesta de empreendedores estabelecidos.” (GEM, 2019, p. 41).

O Brasil conta, atualmente, com um grande número de empreendedores, mas, é válido ressaltar que de acordo com a pesquisa realizada pelo GEM (2019) no Brasil, praticamente não existiu diferença entre homens e mulheres no estágio de empreendedorismo inicial.

Por sua vez, no estágio estabelecido, os homens foram mais ativos do que as mulheres – a taxa dos empreendedores estabelecidos do sexo masculino foi de 18,4%, enquanto a do feminino foi de 13,9%, com uma diferença de 4,5 pontos percentuais. Em termos absolutos, estima-se a existência de quase três milhões de homens a mais do que mulheres no empreendedorismo estabelecido. (GEM, 2019, p. 42).

Esse tem sido um retrato constante no país ao longo dos anos, ou seja, proporções semelhantes de empreendedores iniciais entre a população masculina e feminina, e um percentual maior de homens à frente de negócios já consolidados.

O Gráfico 2 abaixo apresenta as taxas e estimativas de empreendedorismo segundo o sexo:

Gráfico 2- Taxas específicas (em %) e estimativas de empreendedorismo segundo no sexo - Brasil – 2019



Fonte: GEM, 2019, p. 41.

Apesar do empreendedorismo feminino apresentar um total de taxas menores do que as dos homens, a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 25,8 milhões, muito próxima dos 28,7 milhões de homens.

Esse diferença de empreendedores homens e mulheres se deve a uma série de fatores

No passado, a atuação maior de homens na atividade empreendedora pode ter contribuído para a criação de um estoque de empreendedores estabelecidos com forte presença masculina. (...) Na passagem dos empreendedores do estágio inicial para o estabelecido, parece haver um nível maior de abandono de mulheres do que de homens. Isto, por sua vez, pode estar associado aos seguintes fatores: negócios femininos menos longevos. Estes empreendimentos podem enfrentar maiores desafios e obstáculos. Neste ponto, deve-se destacar, por exemplo, uma concentração maior de mulheres em atividades como “serviços domésticos”, em que a concorrência tende a ser muito alta; considerando o tipo de motivação, no caso das mulheres, verificou-se, no passado, uma participação maior de empreendedoras por necessidade, quando comparado aos homens. Nesse caso, aparentemente, parte das mulheres busca o empreendedorismo como algo provisório, em momentos de piora da renda familiar, mas abandona posteriormente a atividade empreendedora quando há uma melhora da renda familiar; outros aspectos socioculturais, como o maior envolvimento das mulheres com as obrigações domésticas. Conforme os dados do IBGE¹¹, em 2018 no Brasil a taxa de realização de afazeres domésticos e/ou cuidado de pessoas entre as mulheres foi de 93% enquanto entre os homens foi de 80,4%. O tempo em que as mulheres dedicaram a essas atividades por semana foi em média de 21,3 horas, aproximadamente o dobro do que os homens gastaram (10,9 horas). Mesmo trabalhando fora, as mulheres cumpriam em média 8,2 horas a mais com essas atividades que os homens também ocupados. (GEM, 2019, p. 42).

Outro ponto analisado pelo GEM (2019) no tocante do empreendedorismo feminino, é pontuado que, de um modo geral, as intenções empreendedoras das mulheres são mais baixas em países de alta renda, em parte porque elas possuam muitas oportunidades de emprego, além do empreendedorismo.

A Tabela 3 apresentada a seguir traz as taxas específicas de empreendedorismo oferecendo um comparativo entre os países.

Tabela 3- Taxas específicas (em %) de empreendedorismo inicial segundo o sexo em economias selecionadas

Economias	Masculino	Feminino	Razão ²	TEA
Brasil	23,5	23,1	1,0	23,3
África do Sul	11,4	10,2	1,1	10,8
Alemanha	9,5	5,7	1,7	7,6
Austrália	12,3	8,8	1,4	10,5
China	9,4	7,9	1,2	8,7
Estados Unidos	18,3	16,6	1,1	17,4
Índia	17,1	12,7	1,3	15,0
México	13,6	12,4	1,1	13,0

Fonte: GEM, 2019, p. 42.

“A questão da criação e condução de firmas por mulheres brasileiras possui grande relevância social e econômica no âmbito das micro, pequenas e médias empresas.” (JONATHAN; SILVA, 2007, p. 77). Mas, muitas mulheres são motivadas a empreender pela dificuldade de empregar-se ou em função dos cuidados necessários com outros membros da família, o que muitas vezes leva a mulher a desenvolver o trabalho “(...) em suas próprias residências, configurando o espaço do lar em *home office*, pois esse formato permite conciliar os dois afazeres.” (NATIVIDADE, 2009. p. 240).

Em grande parte dos casos a mulher acaba exercendo uma dupla jornada de trabalho: no negócio que empreende e em geral no próprio lar, ajustando com os cuidados com filhos, caso os tiver. Segundo Gomes et al. (2005), a mulher que trabalha fora tem uma grande dificuldade de conciliar trabalho e família e essa dificuldade não costuma se apresentar para o universo masculino na mesma frequência.

A obra de arte apresentada a seguir, intitulada "Minha mãe e as mães do meu bairro" de Anujath Sindhu Vinaylal que circulou nas redes sociais no final do ano de 2020, nos faz compreender o quanto essa dupla jornada é exaustiva, porque além das atividades desenvolvidas no empreendimento, as mulheres desempenham tarefas domésticas que muitas vezes não são valorizadas.

Figura 2- Obra de Arte "Minha mãe e as mães do meu bairro"



Fonte: Revista Crescer, 2020.

“Considerando uma forte participação feminina nesse contexto de empreendimentos orientados por sobrevivência, observa-se o dilema da mulher brasileira, na elaboração da sua vida profissional e familiar.” (NATIVIDADE, 2009, p. 241).

Pesquisas realizadas pela Fundação Instituto de Administração apontam que as dificuldades das mulheres empreender são várias: o faturamento de empresas abertas por mulheres é menor do que de homens e um dos fatores que influencia nesse resultado é a carga horária de trabalho, porque as mulheres acabam se dedicando cerca de dezoito por cento menos que os homens devido ao acúmulo das tarefas do lar com as profissionais (GEM, 2019). Embora ainda tenhamos uma grande dificuldade para as mulheres se manterem como empreendedoras e exista uma desigualdade entre o gênero masculino e feminino, a mulher vem aos poucos conquistando seu espaço de maneira eficaz.

Com base nos dados discutidos na pesquisa GEM (2019), criou-se a Tabela 4 com um comparativo entre os ramos em que homens e mulheres empreendem:

Tabela 4- Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo

Atividade Empreendedora			
Atividade Masculina	Porcentagem (%)	Atividade Feminina	Porcentagem (%)
Serviços especializados para construção	11,0	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros, etc.)	13,7
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,7
Manutenção e reparos de veículos automotores	7,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,1
Obras de acabamento	3,7	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	8,5
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,4	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	7,5
Transporte rodoviário de táxi	3,2		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2,9		
Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	2,7		
Transporte rodoviário de carga	2,6		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,5		
Serviços ambulantes de alimentação	2,4		
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2,2		
Outras atividades	47,8	Outras atividades	49,5

Fonte: própria autoria.

Jonathan (2011), considera que a participação da mulher brasileira no empreendedorismo cresceu de forma considerável e vem indicando o grande potencial econômico da classe feminina e sua valiosa contribuição para o desenvolvimento do País através de suas estratégias empreendedoras.

O aumento das mulheres que estão atuando no mercado de trabalho vem crescendo a cada dia e isto mostra que a classe feminina está buscando capacitação e reconhecimento pelos esforços de anos que não foram reconhecidos pela sociedade.

As mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso na área de serviços, por exemplo. Nesse setor essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades, etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador. (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 5).

Seguindo esta tendência mundial de crescimento do empreendedorismo feminino o Sebrae (2019) criou o projeto Sebrae DELAS que tem por objetivo estimular mulheres a empreender, gerar negócios e transformar suas realidades. Visa também fomentar práticas empresariais para tornar os negócios liderados por mulheres mais competitivos, bem como promover a sensibilização e a articulação de atores estratégicos relacionados ao tema empreendedorismo feminino. Este projeto tem como estratégias a disseminação da cultura empreendedora, a promoção da competitividade empresarial de pequenos negócios geridos por mulheres, a geração de inteligência competitiva para apoiar na tomada de decisões e a criação e o fortalecimento da rede de apoio ao empreendedorismo feminino.

Outras iniciativas para apoiar as mulheres empreendedoras foram sendo criadas à medida que se passa a valorizar essa inserção da mulher no ramo do empreendedorismo, um exemplo disso é o Programa Fatec mulher empreendedora nascente: do lar para a gestão de negócios. Trevelin (2019) desenvolveu, inicialmente, um projeto piloto de capacitação com três empreendedoras nascentes e a partir disso criou o Programa de Capacitação Continuada, oferecido de forma presencial e a distância que têm como objetivo promover o potencial em mulheres interessadas em novos empreendimentos produtivos, sua atualização em gestão de novos negócios, oferecer elementos para o melhor entendimento do processo administrativo, em suas especificidades de formação, além de contribuir para o aperfeiçoamento de suas competências gerais e específicas,

de suas atitudes e de suas habilidades, no que se refere aos estilos de liderança e perfis de aprendizagem e de personalidade.

A Organização das Nações Unidas (ONU) destaca como um dos seus objetivos para o Desenvolvimento Sustentável alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas. O incentivo ao empreendedorismo feminino pode ser um dos meios para atingir esse objetivo, pois orienta que “realizar reformas para dar às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso a propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, serviços financeiros, herança e os recursos naturais, de acordo com as leis nacionais.” (ONU, 2020).

Considerando os diversos aspectos com relação ao empreendedorismo feminino, é possível constatar que o trabalho feminino é algo relativamente recente e não foi algo simples para as mulheres conseguirem ganhar o seu próprio dinheiro, obter independência e ainda ter sua competência reconhecida. Atualmente não há dúvidas sobre a capacidade intelectual feminina, sendo este um progresso para a sociedade, além disso, o empreendedorismo feminino atua na geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando a realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro.

4. MÉTODO DE PESQUISA

Para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso que teve por finalidade analisar a realidade das mulheres empreendedoras no Brasil, os motivos pela escolha profissional e os desafios enfrentados como empreendedora, inicialmente, utilizou-se das ferramentas de pesquisa bibliográfica para ajudar a compreender as características do empreendedorismo como um todo e também os estudos voltados para o empreendedorismo feminino, foco central da pesquisa. Usou-se artigos científicos, revistas e websites confiáveis da internet que relatam trajetórias sobre mulheres empreendedoras e os seus perfis.

Gil (1999) define que a pesquisa bibliográfica é aquela desenvolvida com base em materiais já elaborados, principalmente livros e artigos científicos, assim os dados são coletados a partir de pesquisas já realizadas.

Além deste levantamento bibliográfico, optou-se por realizar um estudo de caso com uma jovem empreendedora, sócia em uma clínica de estética e bem estar do município de São Carlos. No entender de Godoy (1995) o estudo de caso visa ao exame detalhado de um ambiente, de um sujeito ou de uma situação em particular. Amplamente usado em estudos de administração, tem se tornado a modalidade preferida daqueles que procuram saber como e por que certos fenômenos acontecem ou dos que se dedicam a analisar eventos os quais a possibilidade de controle é reduzida ou quando os fenômenos analisados são atuais e só fazem sentido dentro de um contexto específico.

Realizou-se, para isso, um primeiro contato com a participante por telefone convidando-a à participar da pesquisa sobre sua experiência como empreendedora feminina, ela foi muito receptiva e concordou em participar.

O instrumento de coleta de dados consistiu em uma entrevista semiestruturada de caráter exploratória, com o intuito de verificar a trajetória de vida da empreendedora, bem como uma análise abordando as principais dificuldades e obstáculos encontrados e as táticas utilizadas para superá-las. De acordo com Marconi e Lakatos (2007, p. 94), a entrevista nada mais é que o “encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto” e ao realizá-la de maneira semiestruturada a pessoa que está realizando a entrevista, acompanha um roteiro antecipadamente estabelecido, contudo, ele ainda pode

adaptar as perguntas à determinada situação, podendo inverter a ordem ou formar novas perguntas, tendo livre-arbítrio para ampliar cada situação em qualquer direção. O que permite explorar mais amplamente uma questão (MARCONI; LAKATOS, 2007).

A entrevista foi gravada com o consentimento da participante e em seguida transcrita, visando captar o universo de significações contidos em seu discurso e as informações foram cruzadas a fim de analisar as teorias com a realidade.

A seção seguinte apresenta o material que emergiu desta análise e que foi organizado em categorias dentro de cada um dos temas que foram tratados durante a entrevista.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA

Neste capítulo são descritos os dados obtidos na entrevista, os resultados relatados decorrem da análise com base nos elementos levantados por meio da pesquisa bibliográfica.

5.1 – Percurso da tomada de decisão para se tornar empreendedora e caracterização do empreendimento

A entrevistada possui formação inicial em Fisioterapia, mestrado em Gestão Clínica e pós-Graduação em Dermatofuncional, tem trinta e dois anos de idade. Ela relatou que sempre pensou na possibilidade de possuir sua própria clínica de estética, mas tinha receio de realizar um investimento financeiro e não obter os resultados esperados. Este receio, segundo ela era por não possuir experiência alguma como empreendedora.

Depois de alguns anos formada e atuando em outras clínicas com uma carga de trabalho excessiva por um baixo salário, ela se deu conta que para crescer profissionalmente como desejava, teria que abrir seu próprio negócio. Desidério (2015), considera que não é uma tarefa fácil ser empreendedor no Brasil. Abandonar um emprego com carteira assinada ou abandonar um emprego, por exemplo, no serviço público, com o objetivo de empreender é uma das grandes dúvidas desse profissional, especialmente em épocas de crise política e/ou econômica. Mesmo diante dessa insegurança em empreender, ela e a sócia que haviam se conhecido em 2011 e trabalhavam juntas, decidiram abrir a clínica. Pode-se notar que essa motivação se deu pela vontade de ter o próprio negócio e também pela insatisfação em atuar em locais nos quais não estavam de acordo com os procedimentos realizavam.

A motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas. As pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. Como o trabalho está voltado

para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam. (CHIAVENATO, 2007, p. 174).

A abertura da empresa ocorreu em outubro de 2015 e esta passou a oferecer serviços na área de estética e bem estar. Os procedimentos realizados são: tratamentos faciais, corporais, depilação a laser, pós operatório de cirurgias plásticas e massagens relaxantes.

Outro ponto levantado durante a entrevista é sobre o apoio de familiares para abertura da clínica, ela afirmou que apoio financeiro não houve, apenas no que diz respeito a montagem estrutural, tais como fazer reparos, pinturas, instalações, entre outros.

É possível perceber um profundo envolvimento da entrevistada com sua empresa, isso ficou evidenciado tanto por sua significativa participação acionaria no empreendimento (50% de participação), quanto pelo elevado número de horas dedicadas a empresa e trabalhos desenvolvidos. Segundo informado, ela atua em todos os setores clínica, além dos procedimentos estéticos, atua na parte financeira, marketing e controle de estoque. Um fator que foi possível perceber é que a empreendedora gosta do ramo em que atua, isso segundo Amorim e Batista (2012) é algo favorável porque eles defendem a ideia que quando a mulher parte de algo que lhe é comum e fácil, sua possibilidade de acerto aumenta. Existe um ditado popular que diz “faça o que você gosta, para nunca mais ter que trabalhar”. Assim empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor. Quando a atividade escolhida é um hobby, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de sucesso.

A empreendedora quando indagada se buscou ajuda do Sebrae para abrir seu empreendimento, informou que inicialmente não, inclusive utilizou a expressão “Fomos com a cara e a coragem”, mas com o crescimento de seu negócio foi percebendo que precisava de ajuda para administrá-lo e buscou esta ajuda na instituição e lá ela realizou um curso que a auxiliou a controlar toda a parte financeira e inclusive deu sugestões de marketing e gestão.

5.2 – Dificuldades para contratação de profissionais

Um dos conflitos apontados pela empreendedora no setor em que atua é a contratação de profissionais qualificados para trabalhar na clínica. De acordo com as informações o mercado oferece uma grande quantidade de cursos sem qualidade e muitas pessoas acreditam que vão realizar uma formação rápida, geralmente em apenas um final de semana e que estarão capacitadas para atuar com estética.

A falta de mão de obra qualificada no Brasil é vista como um dos principais empecilhos de curto e longo prazo para a escalada do crescimento econômico. Dentre as explicações para o fenômeno, encontram-se críticas que creditam o problema ao modelo político educacional brasileiro, relacionando de forma direta educação e produtividade de uma empresa. (Reis; Noronha, 2014, p. 1)

A funcionária que está trabalhando atualmente na clínica, começou a exercer as atividades ainda quando era estagiária e isso facilitou para que ela se adequasse ao método de trabalho que ela e a sócia acreditam.

A empreendedora destacou também que muitas pessoas consideram o ramo da estética como algo simples, mas, não é o que ocorre na prática. A oferta de uma gama de produtos e equipamentos variados faz com que muitas pessoas não saibam diferenciar o que é bom e ruim. Para atuar, ela ressalta que é necessário muito estudo e possuir conhecimentos em diversas áreas.

5.3 – Mudança da ideia inicial e os planos para o futuro do empreendimento

Outro ponto discutido durante a entrevista foi a mudança com relação a ideia inicial do empreendimento e ela considera que sua forma de trabalhar se alterou bastante. No início, ela e a sócia trabalhavam com franquias de estética, ou seja, seguiam o mesmo padrão de atendimento para todos os clientes, com pacotes e tratamentos prontos. Com o tempo, começaram a perceber que este não era o objetivo das pessoas quando buscavam um tratamento estético, elas desejavam ter um atendimento individualizado com protocolos que se enquadrassem a sua realidade.

Essa mudança de olhar sobre os clientes, buscando ter um olhar mais humano que considere tanto a saúde física e mental das pessoas atendidas foi fundamental para que a clínica fosse conquistando seu espaço no mercado.

A profissional se descreve como uma pessoa que está em constante mudança, se adaptando sempre a novas tendências, afirmando que existe uma intensa necessidade de inovação e que não gosta da mesmice, o que a leva por diversas vezes a participar de cursos, seminários, palestras, entre outros, a fim de trazer a seus clientes novidades de mercado, seja em aparelhos ou produtos na área de estética. Essas afirmações reforçam as características apontadas por Schumpeter (1982), onde o autor caracteriza o indivíduo empreendedor como um profissional que modifica a ordem econômica atual, com o intuito de introduzir novos produtos e serviços, novas formas de organização ou pela forma de novo uso de recursos e materiais.

Com relação aos planos para o futuro ela diz que pretende que seu negócio cresça cada vez mais, para que ela possa trabalhar e se dedicar apenas no atendimento de procedimentos dos quais é especialista, sem ter que perder tempo atuando em outras áreas como, por exemplo, na resolução de questões financeiras e de marketing. Futuramente ela espera conseguir contratar uma pessoa para atuar nestas áreas para ela consiga também reduzir um pouco de sua carga horária de trabalho, que atualmente é intensa.

5.4 – Análise dos concorrentes no ramo da estética

De acordo com a empreendedora ela está monitorando seus concorrentes frequentemente, porque isso fornece a ela um parâmetro de como pode melhorar os procedimentos que são desenvolvidos em sua clínica. Segundo informado, caso ela veja algum procedimento que ainda não realiza, busca conhecer e analisar se é válido oferecer ou não a seus clientes.

Os preços são outro ponto que sempre é analisado, ela busca sempre saber se seus valores estão dentro da média de mercado, fator que favorece para que ela possa conquistar mais pessoas.

Rodrigues (2014) entrevista à revista Negócio Efetivo afirma que identificar a concorrência é uma das atividades do planejamento de marketing. Para ele conhecer as forças e fraquezas dos seus concorrentes para definir as estratégias futuras e ter uma vantagem competitiva diante deles é fundamental. Mas, não basta apenas saber os dados do mercado e quem é o concorrente, para isso de fato represente uma vantagem competitiva é preciso que assim como é praticado pela empreendedora que seja feita uma análise detalhada não apenas dos preços, mas, dos prós e contras do serviço novo que será oferecido.

5.5 – Empreendedorismo feminino e vida pessoal

A entrevistada relatou que aprendeu a lidar melhor com essa questão de conciliar sua vida pessoal e profissional. Mas, que tem uma rotina de trabalho bem corrida, porque a clínica está em crescimento e por fazer quase todas as atividades que são necessárias para o bom funcionamento da mesma se sente sobrecarregada.

Sendo assim além de empreender as mulheres de hoje, mantém as tarefas tradicionais: ser mãe, esposa e dona de casa, tendo então uma jornada dupla. Mulheres motivadas para empreender, em função dos cuidados necessários a família, muitas vezes empreendem em sua própria residência, pois assim conciliam os dois afazeres. (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 11).

Diante das diferentes solicitações profissionais, familiares e pessoais, a empreendedora mostrou que exerce bem sua capacidade de administrar seu negócio, apesar do cansaço. A multiplicidade de papéis tende a ser considerada uma característica do universo feminino, levando ao reconhecimento de um talento nas mulheres para fazer e pensar várias atividades simultaneamente. No entanto, o acúmulo de tarefas – públicas e privadas – rotulado de “dupla jornada” é, frequentemente, considerado causa ou origem de conflitos e desgastes (JONATHAN; SILVA, 2007, p. 2).

5.6 – Desafios encontrados para se tornar empreendedora

A empreendedora apesar de afirmar que sempre teve a intenção de abrir a própria empresa, ressalta que a insegurança foi um dos maiores obstáculos que teve que enfrentar para alcançar seus objetivos. Em sua fala ela diz que considera que as mulheres são muito cobradas e sofrem com o medo de que algo pode não dar certo em seu negócio. Além desta cobrança imposta pela sociedade, destaca que se cobra muito para que seu negócio dê certo e que faz questão de mostrar para todas as mulheres que elas são capazes de serem profissionais de sucesso.

De acordo com suas afirmações as mulheres são fruto de uma sociedade machista, na qual não era possível a ter sucesso profissional. Poderiam até trabalhar fora do ambiente doméstico, mas sustentar a casa era uma prerrogativa apenas masculina e caso o trabalho da mulher não desse certo ou se ela tivesse filhos a solução sempre foi parar de trabalhar. Proni e Proni (2018)

salientam que as mulheres enfrentam alguns obstáculos sociais e também problemas culturais que podem afetar o desenvolvimento de seu papel de líderes. Existem, ainda, pessoas que acham que as mulheres não possuem capacidades para tomar decisões e costumam compará-las aos homens, colocando-as em situação de inferioridade no que se refere ao quesito clareza e equidade na tomada de decisões.

Para a entrevista seu sucesso é fruto de muito trabalho e dedicação, considera que o aumento no número de clientes atendidos e a aquisição de equipamentos como indicativos de que tudo está dando certo apesar das dificuldades enfrentadas.

5.7 – A Pandemia de Covid19 e seus reflexos para a empreendedora

A empreendedora quando questionada sobre as dificuldades que está enfrentando atualmente, destacou a Pandemia como um fator que prejudicou muito seu empreendimento. Como se sabe, atualmente, o mundo vivencia uma situação jamais imaginada de medos e incertezas decorrentes da Pandemia causada pelo novo coronavírus, também conhecido como Covid-19, vírus que causa infecções assintomáticas e doenças respiratórias agudas graves, dentre outras enfermidades.

A adoção de uma série de medidas para evitar a disseminação do vírus foram adotadas em todo o país, além do isolamento social, o uso de máscaras e higienização das mãos e produtos. Uma das iniciativas para conter a disseminação do vírus foi a instauração da quarentena e neste período não era permitido que a clínica ficasse aberta, no ano de 2020 ela precisou ficar fechada por três meses e cerca de quatro meses em 2021.

O Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE) analisou 2,8 milhões de empresas em funcionamento na primeira quinzena de julho de 2020 no Brasil e constatou que 44,8% das empresas foram afetadas de forma negativa pela pandemia. Em relação ao porte das empresas impactadas, as pequenas sofreram mais (44,9%), enquanto as intermediárias e as grandes ficaram próximas, com 39,1% e 39,2% respectivamente. (IBGE, 2020).

De acordo com uma pesquisa publicada pela Revista Exame (2020) em parceria com o Sebrae as empreendedoras foram mais afetadas porque com o isolamento social, porque essas receberam uma carga de trabalho extra. Dentro de casa, precisaram muitas vezes equilibrar a educação dos filhos, a alimentação da família, a limpeza doméstica e o seu próprio negócio.

Além disso, cerca de 52% das empreendedoras tiveram que fechar seus negócios (algumas temporariamente e outras definitivamente).

Segundo a empreendedora o que a ajudou para conseguir manter seu negócio neste período e poder aos poucos retomar suas atividades foi uma reserva financeira emergencial que possuía, mas, ela ressalta que neste momento estão tentando se reerguer do impacto que a pandemia causou e que espera que não seja necessário a adoção de medidas mais restritivas que a impeça de trabalhar.

A necessidade de buscar novas maneiras de fazer as coisas é a palavra de ordem neste momento, entretanto, os impactos derivados desta pandemia ampliam o conceito de adaptabilidade e vêm exigindo isso em diversas áreas, como nos negócios, na educação, no desenvolvimento das pesquisas científicas, no modo como os consumidores se comportam, decidem e são forçados a se adaptar ao contexto atual.

Não há como se contestar a importância das atividades empreendedoras para a economia, seja local ou global. O papel desempenhado pelos empreendedores, empresários, colaboradores, tomadores de decisão e formuladores de políticas públicas, bem como suas capacidades de analisar, adaptar-se e antever situações complexas, tornam-se ímpares e altamente desejáveis. Porque “Eventos inesperados e incontroláveis sempre serão uma ameaça às atividades econômicas e empreendedoras em qualquer mercado.” (MACHADO; NASSIF, 2014, p. 9).

Por meio da entrevista foi possível perceber que a organização financeira da empreendedora foi fundamental para a manutenção de seu negócio. Bem como o planejamento, capacidade e velocidade de adaptação, criatividade e inventividade constituem-se como competências desejáveis para o empreendedor neste período que estamos vivendo e também para os dias futuros.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo tornou-se nos últimos anos um marco da evolução econômica das micro e pequenas empresas no Brasil, ele influenciou as pessoas que são consideradas como visionárias a serem donas do seu próprio negócio e realizarem o seu sonho. “Porque empreender é isso, refere-se a pessoas que começam tudo por um sonho, sonho este que muitas vezes é adiado pelo fato da incerteza que do mercado econômico.” (RAMOS; VALDISSER, 2019, p. 37).

Este estudo teve como objetivo, analisar a realidade de mulheres empreendedoras no Brasil, os motivos que levam a esta escolha profissional e os principais desafios enfrentados por elas ao longo de sua trajetória. Para o alcance desse objetivo foi realizada uma pesquisa bibliográfica a partir da leitura de livros, artigos científicos e notícias que abordam a temática, além disso, com o propósito de coletar dados foi realizada uma entrevista com uma jovem empreendedora. O empreendedorismo está relacionado à capacidade das pessoas em enxergar a chance de criação de alguma coisa nova, inédita e também a capacidade de descobrir uma oportunidade para expandir um novo mercado, utilizar uma nova matéria-prima ou aprimorar um meio de produção. (BARON; SHANE, 2007).

No Brasil, a média da população adulta brasileira empreendedora (entre 18 e 64 anos), em 2019, foi de 38,7%, representando, aproximadamente 53 milhões de brasileiros adultos que realizam alguma atividade voltada para esta área, sendo neste grupo 41,9% homens e 37% mulheres. Apesar deste número expressivo de mulheres empreendedoras, são diversos os desafios enfrentados pelas empreendedoras brasileiras para abrir o seu próprio negócio, que vão desde dificuldades burocráticas, falta de mão de obra qualificada para atuar em alguns setores, até a dificuldade para conciliar a rotina de trabalho e pessoal e os medos de entrar algo inserto.

Contudo, existem aquelas empreendedoras que apesar das dificuldades, conseguem se sobressair com sucesso. Como é o caso, do estudo apresentado referente a uma empresa do ramo da estética da cidade de São Carlos- SP, apresentada neste trabalho, haja visto que o processo de empreender nasceu pela necessidade e pela oportunidade encontrada. A entrevistada demonstrou que empreender é uma maneira gratificante de realização e uma forma de contribuir para o bem estar das pessoas, colocando sempre suas necessidades em primeiro lugar.

Como limitações deste estudo, lista-se a dificuldade encontrada para a obtenção de mais dados com outras empreendedoras do mesmo ramo, que não possuíam tempo suficiente para participar da pesquisa. Em relação à sugestão de pesquisas futuras, aconselha-se que seja realizada uma pesquisa para avaliar os índices de empreendedorismo feminino neste ramo na cidade de São Carlos – SP, a fim de comparar com os números da média nacional, possibilitando avaliar se o município está abaixo, na média ou acima destes índices.

REFERÊNCIAS

- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento. **Revista Uniesp**, 2012. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 1998.
- BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.
- BRASIL deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020. **Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**, 10 de jun. de 2020. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2020/06/brasil-deve-atingir-marca-historicade-empreendedorismo-em-2020.html>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.
- BURCH, Sally. Sociedade da Informação/Sociedade do conhecimento. C&F Editions, 2005. Disponível em: <<https://dcc.ufrj.br/~jonathan/compsoc/Sally%20Burch.pdf>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2020.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007

DIA do empreendedorismo feminino: na crise, é preciso celebrar as mulheres. **Revista Exame**, 19 de nov., 2020. Disponível em: <<https://exame.com/pme/dia-doempreendedorismo-feminino-na-crise-e-preciso-celebrar-as-mulheres/>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

EDUCAÇÃO e comportamento. **Revista crescer**, 23 de out. de 2020. Disponível em: <<https://revistacrescer.globo.com/Educacao-Comportamento/noticia/2020/10/menino-fazdesenho-para-homenagear-trabalho-nao-remunerado-exercido-pelas-mulheres-e-ganhareconhecimento-do-governo.html>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

EMPREENDEDORISMO. *In*: Dicionário Brasileiro de Língua Portuguesa Michaelis. Melhoramentos, 2020. Disponível em:<<http://michaelis.uol.com.br/modernoportugues/busca/portugues-brasileiro/>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2019**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2020**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/gem/noticias/>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

GOMES, Almiralva Ferraz; SANTANA, Wesley Gusmão Piau; SILVA, Jovino Moreira. Mulheres Empreendedoras: Desafios e Competências. **Revista Cyta**, Buenos Aires, v. 4, Ed.24, 2005. Disponível em: <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999

GODOY, Arilda S., **Introdução a pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas, v. 35, n. 2, Mar./Abr. 1995.

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

IBGE. **Indicadores empresas**. Disponível em: < <https://covid19.ibge.gov.br/pulsoempresa/>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

JONATHAN, Eva G.; SILVA, Taissa MR da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicol. Soc.**, Porto Alegre, v. 19, n. 1, pág. 77-84, abril de 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010271822007000100011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**: Rio de Janeiro, v. 1, n. 23, p. 4-25, 28 out. 2011.

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652011000100005>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. J. Réplica - Empreendedores: Reflexões sobre Concepções Históricas e Contemporâneas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 892-899, dez. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/19827849rac201412441>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2007.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n.1, p. 231 - 256, fev. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003476122009000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

OLIVEIRA, Malu. **Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

PRONI, Thaíssa da Rocha Weishaupt; PRONI, Marcelo Weishaupt. Discriminação de gênero em grandes empresas no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, n. 1, p. 121, maio/ago. 2018. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v26n1/18069584-ref-26-01-e41780.pdf>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

RAMOS, Karla de Sousa; VALDISSER, Cassio Raimundo. Das dificuldades ao sucesso: os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. **Revista GETEC - Gestão, Tecnologia e Ciências**, v. 8, n. 20, p. 23 – 40, 2019. Disponível em: <<http://fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/article/view/1611/1075#>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

REIS, Cícero Thiago Dantas; NORONHA, Nelson Matos de. Mão de obra qualificada - gargalo produtivo. **RELEM - Revista Eletrônica Mutações**, agosto/dezembro, 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufam.edu.br/article>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

RODRIGUES, Cido. A importância de conhecer a concorrência. **Revista Negócio Efetivo**, 01 de abril de 2014. Disponível em: <<https://negocioefetivo.com.br/importancia-de-conhecerconcorrencia>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

SEBRAE. **Sebrae Delas**. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/go/sebraeaz/mulher-denegocios,5c7549b99534c610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

SEBRAE. **As 7 principais características de um empreendedor de sucesso**. Disponível em: < https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/infograficos/7-caracteristicas-empendedor-desucesso_post/>. Acesso em: 11 de dezembro de 2020.

SILVA, Itiel Moraes da; CHAGAS, Ana Clara Cavalcante das; VIEIRA, Samara Siqueira. Características de empreendedorismo internacional no processo de internacionalização: um estudo de caso na empresa Mendes & Amerino. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, v. 7, 2012. Disponível em: < <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=557557878007>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2020.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TREVELIN, A. T. C. **A relação professor aluno estudada sob a ótica dos estilos de aprendizagem**: análise em uma Faculdade de Tecnologia - Fatec. Tese doutorado, Universidade de São Paulo, 2007

_____. Mulheres empreendedoras em ambientes de coworking: análise dos estilos de aprendizagem e dos perfis de liderança e proposta de um programa de capacitação. **Revista Estilos de aprendizagem**, v. 12, n. 24, 2019. Disponível em: <<http://www.revistaestilosdeaprendizaje.com/>>. Acesso em: 27 de maio de 2021.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Entrevista com a empreendedora

Questão 1) Quando você decidiu se tornar empreendedora? Por que?

Resposta: Sempre pensei na possibilidade de ter a minha própria clínica, porém sempre tive medo de investir e não dar certo simplesmente pelo fato de não ter experiência alguma como empreendedora. Porém depois de alguns anos já formada e trabalhando para outras clínicas percebi que para crescer profissionalmente teria que trabalhar por conta própria, pois trabalhando para outras clínicas eu acabava trabalhando muito e ganhando pouco, então em 2015 tomei a decisão e abri a clínica junto com uma sócia.

Questão 2) Qual sua idade? Formação?

Resposta: Tenho 32 anos e sou fisioterapeuta, também tenho mestrado em Gestão Clínica e pós-Graduação em Dermatofuncional.

Questão 3) Você teve apoio de alguém para abrir a clínica?

Resposta: Apoio financeiro não, mas tivemos apoio dos familiares no que diz respeito a montagem estrutural mesmo, fazer reparos, pinturas, instalações, etc.

Questão 4) Qual a história da clínica?

Resposta: Eu e minha sócia nos conhecemos logo que eu que formei em 2011 e trabalhamos juntas em outras duas clínicas, sempre conversávamos sobre essa vontade de abrir o nosso próprio espaço e também da nossa insatisfação em ter que seguir protocolos no qual não acreditávamos, até que no início de 2015 voltamos a falar no assunto e decidimos tentar juntas abrir a nossa clínica. Então começamos a procurar imóvel para alugar, comprar equipamentos, decidir quais procedimentos a clínica iria oferecer, etc. Então em outubro de 2015 inauguramos e estamos até hoje com a clínica funcionando.

Questão 5) Quais procedimentos são realizados na clínica?

Resposta: A clínica oferece serviços na área da estética e bem estar. Minha sócia é Biomédica Estética e eu sou Fisioterapeuta Dermatofuncional. Fazemos tratamentos faciais, corporais, depilação a laser, pós operatório de cirurgia plástica, massagens relaxantes.

Questão 6) Em qual setor da clínica você atua?

Resposta: Em todos (risos). Além dos procedimentos estéticos, acabo fazendo a parte financeira, marketing, controle de estoque. Temos uma funcionária que trabalha apenas nos atendimentos e todo o restante sou eu e minha sócia que fazemos.

Questão 7) Você chegou buscar ajuda do Sebrae ou alguma outra instituição?

Resposta: No início não! Fomos com a cara e a coragem mesmo, mas depois percebi que precisávamos melhorar e começar a fazer as coisas da maneira correta pois a clínica estava crescendo. Então fiz um curso no Sebrae que me ajudou a controlar toda a parte financeira, me deu muitas dicas de marketing e gestão.

Questão 8) Você encontra dificuldades para encontrar profissionais qualificados para atuar na clínica?

Resposta: Sim, hoje existem muitos curso sem qualidade no mercado e muitas pessoas que acreditam que vão fazer um curso em um final de semana e estarão prontos para atender. Nossa funcionária começou conosco como estagiária, o que foi muito legal para nós, pois conseguimos contribuir para a sua formação e também ela acabou aprendendo e se envolvendo com a maneira que eu e minha sócia trabalhamos. Essa área da estética parece simples, mas não é!! Hoje temos que estar muito atentas ao que realmente é bom ou não, tanto aos cursos que vamos fazer, aos produtos e equipamentos que vamos comprar, pois o comercio está lotado de produtos que prestam e que principalmente que não prestam. Temos que conhecer de anatomia, fisiologia, cosmetologia, intercorrências e muito mais, coisas que não serão ensinadas e aprendidas em um final de semana ou um mês.

Questão 9) O que mudou da sua ideia inicial, quando abriu a clínica, até hoje?

Resposta: Acho que a maneira como trabalhamos mudou bastante. Tanto eu como a minha sócia trabalhávamos em franquias de estética, então de início acabamos seguindo o mesmo padrão de atendimento, com pacotes e tratamentos prontos que serviam para qualquer pessoa. Com o passar do tempo fomos percebendo que as pessoas não queriam isso, elas precisavam de

um atendimento mais individualizado, no qual nós tentamos entender o contexto dela e montar um protocolo específico para ela, para a realidade dela. Acho que esse trabalho de tentar entender o cliente foi o que mais mudou, tentamos sempre ter um olhar mais humano e levar sempre em consideração a saúde física e mental dele. Começamos a perceber que não adiantaria vendermos por exemplo, tantas sessões disso e daquilo se o dia a dia do cliente não permitia que ele fizesse uma atividade física, uma alimentação balanceada, se os seus hormônios, vitaminas estivessem todos alterados... e ter essa visão mais individual nos ajudou inclusive a ter melhores resultados nos tratamentos. Então o que realmente mudou foi a forma de ver o cliente!

Questão 10) Como você analisa seus concorrentes?

Resposta: Estou sempre de olho neles, pois isso me dá um parâmetro do que posso melhorar dentro da minha clínica. Sempre procuro saber os procedimentos que eles realizam, pois se caso tenha algum que a minha clínica não oferece, buscamos conhecer para saber se é válido oferecermos também ou não. Os preços e qualidade dos serviços oferecidos, procuramos sempre estar de olho para sabermos se os nossos preços estão dentro do mercado.

Questão 11) Quais os seus planos para o futuro?

Resposta: Quero fazer a clínica crescer cada vez mais, para que eu posso trabalhar e me dedicar apenas atendendo os procedimentos no qual sou especialista e gosto, sem ter que perder tanto tempo fazendo outras coisas no qual por questões financeiras ainda não posso delegar para outras pessoas, como exemplo, contratar um empresa que faça o marketing, uma pessoa especialista em vendas. E também reduzir um pouco minha carga horária de trabalho, que hoje é intensa.

Questão 12) Você encontra dificuldades em empreender e conciliar está atividade com sua vida pessoal? Se sim, quais?

Resposta: Hoje eu já acostumei e aprendi a lidar melhor com isso. Mas como a clínica ainda está em crescimento e como eu já mencionei eu acabo fazendo quase tudo, me sinto sobrecarregada as vezes. Tem finais de semana que gostaria apenas de descansar, ou sair para resolver coisas pessoais, mas acabo deixando de lado para resolver coisas da clínica, seja pensar

em uma publicação, levar toalhas limpas para lá, ir ao banco ou comprar matérias que acabaram, sempre tem alguma coisa para resolver.

Questão 13) Quais os desafios que você encontrou para se tornar uma empreendedora feminina?

Resposta: Acho que insegurança da minha parte mesmo, acredito que nós mulheres nos cobramos demais e sofremos com o medo daquilo que pode ou não dar certo. Viemos de um passado em que as mulheres não eram destinadas a ter sucesso profissional, até poderiam trabalhar fora, mas sustentar a casa era trabalho apenas para o homem, se o nosso trabalho não desse certo, tudo bem, se tivesse filho era só parar de trabalhar, ou seja, uma sociedade machista. E eu me cobro muito por isso, faço questão de mostrar que nós mulheres somos capazes de sermos profissionais de sucesso e acho que isso acaba se tornando um peso implícito no dia a dia, pois acabo não me permitindo errar e se isso acontece fico sempre muito frustrada.

Questão 14) Quais as dificuldades você está enfrentando atualmente?

Resposta: Eu considero que a maior dificuldade está sendo enfrentar a crise causada pela Pandemia de Covid19 que prejudicou muito a clínica. Ficamos três meses fechadas em 2020 e uns 4 meses em 2021, por trabalharmos com a parte estética a clínica não podia funcionar, estamos voltando a atender normalmente agora (seguindo todas as normas, é claro). O que nos ajudou foi que tínhamos uma reserva de emergência que nos manteve até agora, porém nesse momento estamos tentando nos reerguer do impacto que a pandemia nos causou.