



## ANÁLISE DO PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DO RAMO DE VESTUÁRIO NA CIDADE DE SANTA TEREZA DO OESTE PR

OLIVEIRA, Samira Beatriz de<sup>1</sup>  
MENNA BERRETO, Aline Cristina<sup>2</sup>  
GUARESKI, Andreia H. Pasini<sup>3</sup>

### RESUMO

As mulheres têm uma visão mais ampla e conseguem acumular várias responsabilidades (lar, marido, filhos, trabalho), enquanto que os homens têm a visão mais focada e não conseguem fazer mais de uma tarefa por vez. As mulheres empreendedoras optam por uma alternativa que expressa à valorização combinada de ambos. Assim, têm como meta atingir um equilíbrio entre a vida profissional e a pessoal, utilizando diferentes estratégias para lidar com as demandas do negócio e da família. Algumas características, tipicamente femininas, fazem a diferença. Além de usarem muito o lado sensitivo, as mulheres tem facilidade de relacionamento com clientes e comunidades. Esta pesquisa ira retratar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras da cidade de Santa Tereza do Oeste – Pr.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo, perfil, mulheres.

### ANALYSIS PROFILE WOMEN'S CLOTHING INDUSTRY OF ENTREPRENEURS IN SANTA TEREZA DO OESTE PR CITY

### ABSTRACT

Women have a broader vision and can accumulate multiple responsibilities (home, husband, children, work), while men have a more focused vision and can not do more than one task at a time. Women entrepreneurs opt for an alternative that expresses the combined value of both. So, aim to achieve a balance between professional and personal using different strategies to cope with the demands of business and family. Some features, typically feminine, make a difference. Plus much use the sensitive side, women have ease of relationship with customers and communities. This research will portray the difficulties faced by women entrepreneurs in the city of Santa Tereza do Oeste PR.

<sup>1</sup> Samira Beatriz de Oliveira sami\_high\_school@hotmail.com

<sup>2</sup> Aline Cristina Menna Barreto amennabarreto@hotmail.com

<sup>3</sup> Andreia Helena Pasini Guareski andreiahpasini@hotmail.com

**KEY-WORDS:** Entrepreneurship, profile, women.

## 1. INTRODUÇÃO

Nessa pesquisa ressaltamos o perfil das mulheres empreendedoras que obtiveram sucesso no ramo de vestuário na cidade de Santa Tereza do Oeste no Paraná, assim como descobrimos quais foram os desafios e os principais motivos que as levaram a se tornar empreendedoras.

Atualmente segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a cidade de Santa Tereza do Oeste possui uma população estimada em 10.509 habitantes e para atender as necessidades da população o comercio na cidade esta aumentando cada vez mais.

Nos dias de hoje encontramos cada vez mais mulheres empreendendo em ramos diversificados tais como: vestuário, cosméticos, estética, consultoria entre outros. Muitos autores falam sobre feminilização global e nesse trabalho iremos descobrir o motivo que esta levando as mulheres a abrirem seu próprio negócio.

Iremos analisar o perfil das mulheres empreendedoras de Santa Tereza do Oeste no Paraná, quais são as dificuldades encontradas por elas nesse percurso, se houve algum tipo de renuncia em suas vidas, se precisaram fazer escolhas como negócios e família.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo o site Exame “as mulheres ainda não são a maioria entre os empresários brasileiros, mas o número de empreendedoras cresceu 21,4% no período de dez anos. A participação dos homens à frente dos micro e pequenos negócios, por sua vez, subiram 9,8% no mesmo período. De cada dez empresas em atividade no Brasil, três são comandadas pela força feminina”.

O site Exame ainda cita algumas das “características das mulheres empreendedoras”: as empreendedoras, geralmente, dão mais atenção aos clientes; as mulheres investem mais em capacitação.

A proporção de empresárias com, no mínimo, Ensino Médio completo, é quase o dobro do percentual de homens com a mesma escolaridade; proporcionalmente, as mulheres procuram mais o atendimento do SEBRAE e estão sempre em busca de mais informação e orientação; normalmente, as mulheres conciliam melhor suas atividades pessoais e

profissionais; as mulheres buscam o empreendedorismo para ter maior flexibilidade de horários; as empreendedoras são, geralmente, mais detalhistas, sensíveis e intuitivas, características que podem contribuir para a gestão do negócio; as mulheres empreendedoras conseguem aliar as características de coragem, iniciativa e determinação, com a sensibilidade, intuição e cooperação.

Para MACHADO et al., 2003, muitas causas levam as mulheres a se tornarem empreendedoras, muitos deles seriam a vontade de se realizar e ser independente, as complicações com o crescimento profissional, o surgimento de uma oportunidade no mercado ou também um modo de facilitar a conciliação entre trabalho e família. Existe também o fato de que muitas mulheres fazem parte de famílias de empreendedores, portanto possuem uma facilidade maior em ascenderem no mercado de trabalho, como se fosse uma vocação ou algo que está no sangue. (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2010)

A carga de afazeres domésticos e o trabalho fora é o grande causador de atritos, conforme JABLONSKI, 1996 E ROCHA - COUTINHO, 2003. Por esse motivo, muitas mulheres no intuito de tentar conciliar trabalhado e vida doméstica acabam tendo essa inclinação a iniciar seu próprio negócio. Muitas vezes, algumas dessas mulheres acabam se enganando com a ilusão de que ser dona do próprio negócio ajudaria a melhorar a sua rotina e seus horários porque dependendo a sua empresa poderá requer muito mais tempo e dedicação.

Para LINEAN 2000, é muito importante que o apoio dos familiares seja incondicional, pois, a falta de apoio pode causar um sério obstáculo na rotina dessas mulheres e no desenvolvimento da atividade.

Percebeu-se que várias são as dificuldades encontradas por essas mulheres, mas não podemos esquecer também da concessão de crédito que algumas dessas empreendedoras necessitam no início para abrir sua empresa ou até mesmo durante a caminhada. Muitas instituições financeiras fazem muitas exigências para conceder crédito as mulheres, solicitando até mesmo garantias complementares, como aponta LAGES, 2005; MACHADO, 2001. Na maioria dos casos, essas mulheres não são vistas como independentes e sim, como dependentes dos cônjuges ou até mesmo outros familiares.

As mulheres sempre tentaram imitar os homens, ou seja, usar princípios masculinos, imitar o modo de fazer dos homens, mas todo esse processo ficou para trás segundo IVAN PADILLA, 2008, depois de anos de luta as mulheres passaram a confiar no próprio potencial e percebendo que são capazes de comandar e produzir.

“Todo histórico que temos das mulheres que fizeram carreira, o modelo delas sempre foi um homem. Por isso, muitas vezes elas assumem formas de liderança que não são os aspectos em que, de fato, a mulher pode contribuir, diferenciando dos homens e agregando valor”. (FORD, 2000 p. 22)

Pesquisas apontam que as mulheres são mais detalhistas analisando as consequências dos atos praticados por elas quando se trata de tomar medidas definitivas. As mulheres dão mais valor ao convívio com os funcionários da empresa, pois, acreditam que é necessário o comprometimento das pessoas empresa (SILVEIRA 2008; GOMES 2004).

### 3. METODOLOGIA

O método utilizado está de acordo com a finalidade da pesquisa. Nesse estudo procurou-se conhecer o perfil das mulheres empreendedoras no ramo de vestuário na cidade de Santa Tereza do Oeste no estado do Paraná, foi aplicado um questionário onde se solicitou a idade das entrevistadas, o estado civil, se possuem filhos, grau de escolaridade, o que as levou a serem empreendedoras, quais as dificuldades enfrentadas por elas, se houveram renúncias, há quanto tempo cada uma delas está no mercado de trabalho, se fariam algo diferente da época em que abriram a empresa, se houve algum arrependimento em ter aberto a empresa, se na opinião delas, as mulheres encontram mais dificuldade de acesso ao mercado, se houvessem a oportunidade de abrir uma nova empresa o que elas fariam e por último, se sofreram preconceitos.

Foram adotados os métodos de pesquisa descritiva, pois salientam o estudo das características de um grupo e também o método de pesquisa qualitativa no que diz respeito as técnicas de entrevista através de questionário para coleta de dados e como técnica de comunicação. Segundo Richardson, 1989, o método qualitativo não emprega dados estatísticos, não utiliza medir ou listar, contar classes ou grupos.

Os critérios utilizados para a pesquisa e aplicação do questionário foram mulheres que fossem inscritas no cadastro nacional de pessoa jurídica, o CNPJ, proprietárias de empresas de vestuário feminino na cidade de Santa Tereza do Oeste.

### 4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Para nossa análise foi aplicado um questionário com treze questões para sete empreendedoras com CNPJ em nome de mulheres, 14% delas tem entre 18 e 20 anos, outras

14% entre 21 e 23, 14% entre 27 e 29 e 57% tem 30 anos ou mais. Das sete, o estado civil de três delas é solteiro, uma é união estável e as outras são casadas. Perguntamos também se elas têm filhos, três delas não possuem nenhum e quatro tem entre 1 a 2 filhos.

Na pergunta seguinte que era o motivo de ter aberto a empresa 71% delas responderam conforme o que o autor MACHADO et al., 2003 disse que era para ter independência financeira, juntamente com a vontade de trabalhar no comércio. 14% foram devido a faculdade que estavam cursando, neste caso, administração e outros 14% foram devido aos pais que sempre trabalharam por conta própria seguindo a ideia do ZAMPIER; TAKAHASHI, 2010 que diz que “existe também o fato de que muitas mulheres fazem parte de famílias de empreendedores, portanto possuem uma facilidade maior em ascenderem no mercado de trabalho, como se fosse uma vocação ou algo que está no sangue” então cresceram com o instinto para os negócios próprios e no caso escolheram o comercio no ramo de vestuário.

Para abrir o negócio duas delas tiveram que largar uma oportunidade boa de emprego, uma teve que mudar de cidade e as outras não tiveram que renunciar a nada para abrir a empresa. As maiores dificuldades que elas tiveram foi a escolha do local para abrir o negócio e o capital inicial, pois, seguindo a ideia de LAGES, 2005; MACHADO, 2001 “muitas instituições financeiras fazem muitas exigências para conceder credito as mulheres, solicitando até mesmo garantias complementares” que é a burocracia para conseguir um empréstimo para terem um capital inicial. Uma das questões que abordamos no questionário foi se elas acham que as mulheres tem mais dificuldade em abrir uma empresa, a maioria disse que não acha que isso ainda acontece nos dias de hoje mas algumas ainda acreditam que os outros acham as mulheres imaturas para abrir um próprio negócio, principalmente as duas mais novas pois pela idade as pessoas não dão muita credibilidade.

Em relação ao tempo de empresa no mercado uma está a um ano meio, outra a dois anos, três delas estão a mais de 5 anos e as outras duas estão a mais de dez anos. Perguntamos o que elas fariam diferente se fossem abrir a empresa hoje, tivemos respostas viárias entre, não venderia fiado, teria uma reserva de caixa maior, investiria em um diferencial e em mais divulgação, uma delas disse que faria uma pesquisa melhor de fornecedores a analisaria antes de efetuar a compra de produtos.

Apesar de algumas burocracias e dificuldades nenhuma delas se arrepende de abrir uma empresa própria e todas tem interesse em abrir outras empresas tanto no mesmo ramo quanto em ramos diferenciados como alimentício e estético.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desta pesquisa foi possível mapear as mulheres empreendedoras, proprietárias de lojas no ramo de vestuário na cidade de Santa Tereza do Oeste. Após a pesquisa conseguimos atingir com plena satisfação nosso objetivo que era descobrir e traçar o perfil dessas empreendedoras, como é a vida dessas mulheres e o que elas possuem em comum, como se tornaram proprietárias de seu próprio negócio, o que as motivou, assim como as dificuldades enfrentadas por elas.

Foram encontradas sete lojas, todas as proprietárias estavam presentes e durante nossa visita foram muito receptivas e dispostas a colaborar com nosso estudo. A aplicação do questionário como método de entrevista foi fundamental para concluirmos a avaliação.

Atualmente existem muitos autores que escrevem sobre as dificuldades encontradas pelas mulheres no mercado de trabalho, mas ainda não é o bastante e apesar de reconhecerem que elas possuem certas características que se enquadram melhor para lidar com algumas situações no mercado, como afirma MACHADO, 2002, as mulheres possuem habilidades diferentes dos homens, tais como o encorajamento as outras pessoas, motivação, valorização, assim como o processo decisório e estilo de liderança. Contudo, em nossa entrevista algumas delas acreditam que ainda existe preconceito, acreditam serem vistas como “imaturas” para serem proprietárias de empresas, talvez pela pouca idade como relatam duas de nossas entrevistadas ou inexperiência financeira, como afirma GOMES (2004) E OLIVEIRA E SOUZA NETO (2010) quando existe um risco financeiro existe também uma tendência mais conservadora verso as mulheres.

Não temos dúvidas, cada vez mais as mulheres estão fazendo parte do processo e tomando seu espaço, seja ela mãe de família, solteira, casada, é necessário ter vontade e perseverança, pois a capacidade e o potencial existe, o sucesso das mulheres como gestoras é comprovado, mas ainda se faz necessário evoluir nesse tema, se faz necessário a quebra de muitos tabus e a extinção de muitos preconceitos.

## REFERÊNCIAS

Exame, Empreendedorismo feminino. Disponível em:  
<<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/empreendedorismo-feminino-aumenta-mais-de-20>>  
acesso em 23 de maio de 2015.

Exame, O que significa ser empreendedor. Disponível em:  
<<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-significa-ser-empendedor>> acesso em 23 de  
maio de 2015.

Sebrae, Ser empreendedor. Disponível em:  
<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/O-que-%C3%A9-ser-empendedor>>  
acesso em 23 de maio de 2015.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor das mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista, Bahia. Revista Alcance – UNIVALI – v.11, n.2 p, 207 – 226, maio/ago. 2004.

JABLONSKI, B. (1996). Papeis conjugais: conflito e transição. Relação amorosa, casamento, separação e terapia de casal. Coletâneas da ANPEPP, 1, 113-123.

LINEHAN, M. Senior Femal International Managers. Great Britain: Ashgate, 2000.

MACHADO, H. V. Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Florianópolis: UFSC, 2002. 187 p.

MACHADO, H. P. V. Empreendedorismo, gêneros e políticas públicas. ANAIS DO II EGEPE, Londrina, PR, Nov. 2001, p. 378 -393.