

DIMENSÕES DO EMPODERAMENTO FEMININO: AUTONOMIA OU DEPENDÊNCIA?

DIMENSIONS OF EMPOWERMENT OF WOMEN: AUTONOMY OR RELIANCE

DIMENSIONES DEL EMPODERAMIENTO FEMENINO: ¿AUTONOMÍA O DEPENDENCIA?

TAIZE DOS SANTOS FERNANDES

Graduanda

Universidade do Extremo Sul Catarinense – Brasil
tais_lyne@yahoo.com.br

GISELE SILVEIRA COELHO LOPES

Doutoranda

Universidade do Extremo Sul Catarinense – Brasil
giselelopes@unescc.net

MELISSA WATANABE

Doutora

Universidade do Extremo Sul Catarinense – Brasil
melissawatanabe@unescc.net

CRISTINA KEIKO YAMAGUCHI

Doutora

Universidade do Extremo Sul Catarinense – Brasil
criskyamaguchi@gmail.com

CHRISTIANE KLEINUBING GODOI

Doutora

Universidade do Vale do Itajaí – Brasil
chriskg@univali.br

Submetido em: 02/02/2016

Aprovado em: 19/07/2016

Doi: [alcance.v23n3.p391-413](https://doi.org/10.15603/alcance.v23n3.p391-413)

RESUMO

Este estudo objetiva compreender as manifestações das dimensões do empoderamento entre mulheres empreendedoras do município de Forquilha, SC. O empreendedorismo e o empoderamento feminino constituem os temas centrais contextualizados teoricamente neste trabalho. Para alcançar o objetivo proposto, esta pesquisa se caracteriza como descritiva, qualitativa e com amostragem não probabilística por acessibilidade. A técnica de coleta dos dados foi a entrevista qualitativa com roteiro semiestruturado elaborado com base nas dimensões do empoderamento alinhadas à iniciativa empreendedora para abrir o próprio negócio, aplicada a 15 mulheres lojistas. Os resultados evidenciaram que o empreendedorismo oportunizou às entrevistadas o empoderamento econômico, tendo em vista que as afirmações se concentraram na ampliação da renda, na independência financeira e na autovalorização. Nas dimensões psicológica, educacional, política e familiar as entrevistadas demonstraram certo grau de dependência de outras pessoas, insegurança na tomada de decisão e direcionamento do próprio negócio.

Palavras-chave: Empoderamento. Empreendedorismo. Gênero.

ABSTRACT

This study aims to understand the dimensions of empowerment among women entrepreneurs in the municipality of Forquilha, Santa Catarina. Entrepreneurship and women's empowerment are the central themes theoretically contextualized in this work. This research is characterized as descriptive and qualitative, with non-probability sampling by accessibility. The data collection technique was a qualitative interview with a semistructured script, prepared based on the dimensions of empowerment aligned with the entrepreneurial initiative to open their own business, applied to 15 women owners of retail stores. The results showed that entrepreneurship provided an opportunity for economic empowerment for the interviewees, based on statements that focused on the expansion of income, financial independence, and self-worth. In the psychological, educational, political and family dimensions, the interviewees demonstrated a degree of dependence on others, and insecurity in decision-making and the direction of the business.

Keywords: Empowerment. Entrepreneurship. Gender.

RESUMEN

Este estudio tiene el objetivo de comprender las manifestaciones de las dimensiones del empoderamiento entre mujeres emprendedoras del municipio de Forquilha, SC. El emprendedorismo y el empoderamiento femenino constituyen los temas centrales contextualizados teóricamente en este trabajo. Para alcanzar el objetivo propuesto, este estudio se caracteriza como descriptivo, cualitativo y con muestreo no probabilístico por accesibilidad. La técnica para recoger los datos fue la entrevista cualitativa con una guía semiestructurada elaborada con base en las dimensiones del empoderamiento alineadas a la iniciativa emprendedora para abrir el propio negocio, aplicada a 15 mujeres comerciantes. Los resultados mostraron que el emprendedorismo dio oportunidad a las entrevistadas para un empoderamiento económico, considerando que las afirmaciones se concentraron en la ampliación de los ingresos, en la independencia financiera y en la autovalorización. En las dimensiones psicológica, educacional, política y familiar las entrevistadas demostraron cierto grado de dependencia de otras personas, inseguridad en la toma de decisiones y dirección del propio negocio.

Palabras clave: Empoderamiento. Emprendedorismo. Género.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está relacionado com o progresso econômico que é justificado pela inovação e pela difusão de novos produtos e serviços (VENKATARAMAN, 1997). Dada a importância do ato de empreender, as mulheres se posicionaram nos últimos anos como força motriz para o crescimento e o desenvolvimento econômico de vários países emergentes ao redor do mundo (HOLMÉN; MIN; SAARELAINEN, 2011), tendo em vista as mudanças culturais que modificaram a participação feminina na sociedade e no mercado de trabalho. As novas configurações mercadológicas têm exigido mais competência e conhecimento especializado em algumas áreas, ao emergir novas demandas para liderar, pensar e realizar um trabalho de alta qualidade. É neste contexto que o perfil de liderança das mulheres tem sido oportuno no cenário de constantes transformações e valores distintos aos modelos tradicionais de mercado (COUGHLIN; THOMAS, 2002).

O termo empreendedor é derivado da palavra francesa *entrepreneur*, que significa o indivíduo que assume riscos (FERREIRA; GIMENEZ; AUGUSTO, 2014). No Brasil, o empreendedorismo surgiu em meados dos anos de 1990 a partir da influência da globalização e do efeito do capitalismo. Nesta época o ato de empreender era restrito ao gênero masculino, que ao longo do tempo, a mulher emerge como protagonista da sua independência a partir da abertura do próprio empreendimento. Apesar das dificuldades, a atuação feminina no mercado de trabalho foi se consolidando nas últimas décadas como alternativa de sobrevivência para completar a renda familiar e ampliar a participação na economia (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013).

Embora o empreendedorismo feminino tenha evoluído gradativamente, é possível afirmar que este fenômeno tem ganhado espaço não apenas no Brasil, mas em todo o mundo. Um dos desdobramentos deste fato é que o estudo de mulheres empreendedoras se tornou um tópico de pesquisas presentes em conferências internacionais (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013). No contexto brasileiro, o empreendedorismo feminino se destacou por três décadas, o que significou estudos relacionados à relação feminina com o trabalho e família (ARRUDA, 1996; TEIXEIRA; BOMFIM, 2016), a trajetória profissional das empreendedoras (NORONHA;

VOLPATO, 2006; DREHER; MORO, 2010; LEMOS JÚNIOR; SANTINI; SILVEIRA, 2015), a relação entre gêneros e a ascensão profissional das mulheres (OLIVEIRA; GAIO; BONACIN, 2008; VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011; CRAMER et al., 2012) e a influência do empoderamento feminino no trabalho (SOUZA et al., 2012; JONATHAN, 2011; GOLVÊA; SILVEIRA; MACHADO et al., 2003; ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Se o ato de empreender oportuniza novos espaços no contexto econômico, é possível dizer que o fato de as mulheres assumirem um papel importante como protagonistas do exercício profissional eleva seu potencial de empoderamento na conquista de autonomia e direito de decidirem o melhor para si. Neste sentido, empoderar significa alcançar a emancipação, o controle e a busca do poder social ou político, além do controle da própria vida (DEERE; LÉON, 2002).

No âmbito científico, a mulher tem sido foco de pesquisa, sendo evidenciada com participação relevante na economia como empreendedora. Os temas de maior destaque nas pesquisas brasileiras são as representações femininas na ação empreendedora (CRAMER et al., 2012), as compreensões do empreendedorismo e o exercício do papel desempenhado tanto por homens e mulheres em organizações (MACHADO et al., 2003; GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2014), os desafios da mulher empreendedora e os cargos de poder (JONATHAN, 2011), o crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil (NATIVIDADE, 2009), as relações de gênero e ascensão feminina no ambiente organizacional (OLIVEIRA; GAIO; BONACIM, 2009), o empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família (STROBINO; TEIXEIRA, 2014), o empreendedorismo feminino e o estilo de gestão feminina (BARBOSA et al., 2011).

Partindo deste pressuposto e pelo aumento da participação da mulher no desenvolvimento socioeconômico de um país, este estudo objetiva *compreender as manifestações das dimensões do empoderamento entre mulheres empreendedoras do município de Forquilha, SC.*

2. O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Com base nos dados do anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas (SEBRAE, 2014) na década de 2002 a 2012 no Brasil, as mulheres aumentaram a sua participação no mercado devido ao crescimento da economia que oportunizou a abertura de micro e pequenos empreendimentos, embora a participação como assalariadas ainda representou maior proporção. Jonathan (2011) concluiu em seus estudos que os motivos que levaram as mulheres a empreenderem não foram apenas os aspectos relacionados à sobrevivência, mas devido à insatisfação com a liderança masculina no campo profissional e pessoal, com vistas à ampliação da satisfação pessoal e da autonomia na tomada de decisão. Machado et al. (2003), ao estudarem o processo de criação de empresas por mulheres no Brasil, Canadá e França, concluíram que o principal motivo para a criação do próprio negócio das mulheres pesquisadas estava relacionado à realização pessoal.

A melhora no grau de instrução das mulheres e as mudanças na estrutura familiar têm ampliado a participação feminina na economia. No trabalho de Machado et al. (2003), a economia pessoal constituiu a principal fonte de recursos das mulheres brasileiras e canadenses. O grau de instrução foi fator decisivo para que tivessem a iniciativa de abrirem o próprio negócio. Para os autores, talvez as políticas públicas possam ter contribuído para que o acesso à instrução feminina tenha melhorado. Neste cenário, novos valores sociais começam a fazer parte do cotidiano das famílias e da sociedade, em que o número de filhos é reduzido significativamente (GEM, 2014). Na realidade, a introdução da mão de obra feminina no mercado de trabalho desperta uma série de discussões que relacionam a interação entre homens e mulheres no comportamento empresarial, a ocupação da mulher em cargos de poder e o empreendedorismo feminino como novidade no contexto econômico contemporâneo (CRAMER et al., 2012).

Nesta esteira, embora as características empreendedoras entre os gêneros geralmente se apresentem muito semelhantes, as mulheres diferem em relação à motivação, às habilidades e o histórico profissional. Em relação à motivação para iniciar um negócio, os homens são motivados por ganhos financeiros, autorrealização e autonomia, enquanto para as mulheres o *status* é um fator de motivação adicional significativo (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013). Vale ressaltar que no mercado de trabalho as mulheres em seus empreendimentos desejam manter uma relação saudável com a família *versus* o negócio. Esta preferência requer um autocontrole na vida profissional e familiar. Por meio deste equilíbrio, há indícios que a mulher tem certa destreza em desempenhar diversos papéis na sociedade. O resultado disto proporciona alacridade para as mulheres pela capacidade de solucionar seus problemas e conseguir se adaptar aos desafios existentes (JONATHAN, 2011). Na vida familiar e nos negócios, as mulheres, quando iniciam um novo empreendimento, precisam estar preparadas

para lidar com eventuais preconceitos (CRAMER et al., 2012). O apoio afetivo e social familiar influencia muito nos empreendimentos femininos. Muitas vezes, pela falta de suporte dos cônjuges, algumas mulheres enfrentam amplo desafio para conciliar o trabalho com as responsabilidades da família (BARBOSA et al., 2011).

É possível afirmar que ao longo do tempo o empreendedorismo feminino supera questões de diferenciação de gênero entre homens e mulheres, embora ainda existam barreiras que restrinjam a ascensão feminina no ambiente de trabalho e na criação de novos negócios. A dificuldade existente se caracteriza pelas limitações em termos de amplitude e composição, pois as mulheres recorrem aos laços mais próximos para obter informações e suporte (VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011). Hisrich e Peters (2004) nesta questão destacam que há uma diferença entre os gêneros quanto à capacidade de empreender, apesar de ambos terem um forte interesse e experiência na área de atuação do seu empreendimento. Os homens aproveitam a experiência do seu trabalho anterior para aplicação no seu negócio atual, com isso tornam seu empreendimento um *hobby* para sua vida. Já as mulheres não aproveitam a ocupação anterior por motivos de frustração, e com isso acabam partindo para um negócio novo, agindo com mais entusiasmo e dinamismo.

Em síntese, as mulheres prosperaram na conquista do seu espaço na sociedade, e isto provém da consciência do papel social que desempenham, apesar de suas limitações que lhes são impostas culturalmente. Essas limitações caracterizadas pela desigualdade social e pelos conflitos trabalho-família não impediram avançarem nas suas trajetórias profissionais. Isso significa que a mulher em sua evolução profissional e social contribuiu para o desenvolvimento da economia e melhora no seu posicionamento no mercado de trabalho, em decorrência da formação educacional e grau de escolaridade maior em relação ao gênero masculino, mudanças na estrutura familiar com a redução do número de filhos e novos valores inerentes à inclusão da classe feminina na sociedade brasileira (GEM, 2014).

3. AS DIMENSÕES DO EMPODERAMENTO

A palavra empoderamento originou-se do vocábulo inglês *empowerment*, cujo termo foi utilizado inicialmente em países de língua inglesa, sobretudo nos EUA. O significado é quase sinônimo de autonomia, que se refere à capacidade do indivíduo e/ou grupos poderem decidir sobre as questões que lhes dizem respeito. O conceito tem raízes na reforma protestante, desde as lutas pelos direitos sociais do movimento feminista, principalmente nos países desenvolvidos por volta dos séculos XX (BAQUERO, 2012).

Kleba e Wendausen (2009) sustentam que no Brasil há dois sentidos de empoderamento, sendo o primeiro ao processo de mobilizações e práticas que objetivam promover e impulsionar grupos e comunidades na melhoria de suas condições de vida para aumentar a autonomia. E o outro refere-se às ações destinadas para promover a integração dos excluídos e carentes de bens elementares à sobrevivência e aos serviços públicos por meio de projetos de ações de cunho assistencial. A definição da palavra empoderamento aborda exatamente o encorajamento, uma vez que o termo implica atribuir poderes a alguém, transferir poderes de decisão a funcionários individuais e a equipes, ao visar à potencialização do comprometimento dos mesmos com os resultados organizacionais. Seguindo a mesma linha, entende-se que a utilização do conceito empoderamento para as organizações serve como instrumento de maior controle para os grupos e/ou líderes, os quais condicionariam a distribuição de poder aos interesses de seus grupos corporativos.

Luttrell et al. (2009) apontam que as dimensões do empoderamento são manifestações e ações para o fortalecimento do gênero feminino. Neste sentido, ao atentar para a literatura é possível destacar algumas dimensões contextualizadas aleatoriamente nos trabalhos de Arruda (1996), Malhotra (2002), Deere e León, (2002), Lisboa (2007), Costa (2008) e Melo e Lopes (2012).

Quadro 1: As dimensões do Empowerment feminino.

Categorias	Caraterísticas
Econômica	Mulheres ganham participação por meios de rendas próprias para produção familiar e controle sobre os ativos produtivos e bens;
Psicológica	Mulheres apresentam a necessidade de crescer e se desenvolver por meio da autoconfiança e motivação, autoestima, bem-estar, senso de aceitação dos direitos
Sociocultural/ Educação	Grupos de indivíduos capazes de desafiar concepções culturais agregando valor familiar
Políticas e grupal	Engajamento com posição de autoridade por parte dos grupos.
Familiar	Envolvimento na capacidade de proteção e apoio à família

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Arruda (1996), Malhotra (2002), Deere e León, (2002), Lisboa (2007), Costa (2008), Melo e Lopes (2012).

a) Dimensão Econômica:

A participação econômica favorece principalmente as mulheres para o mercado de trabalho nos cargos e nas rendas de forma igualitária ao gênero masculino. Diz respeito à qualidade do envolvimento econômico da mulher (MELO; LOPES, 2012). Para Costa (2008), além de propiciar o acesso da mulher no mercado de trabalho, traz a independência econômica, influenciando no empoderamento psicológico. Para Malhotra (2002), nesta dimensão, o empoderamento da mulher possibilita ter o controle aos recursos da família e proporciona o acesso ao crédito e ao emprego.

b) Dimensão psicológica:

A dimensão psicológica por sua vez se origina da capacidade da consciência dos indivíduos de apresentarem força com necessidade de crescer e se desenvolver por meio da autoconfiança e motivação. Está relacionada ao poder pessoal, cuja capacidade das pessoas de avançarem na conquista da autonomia e emancipação (LISBOA, 2007) é perceptível na autoestima do indivíduo, bem-estar, senso de aceitação dos direitos (MALHOTRA, 2002).

c) Dimensão política e de grupo:

O empoderamento se expressa na busca pelo poder social, que se torna evidente quando as pessoas conquistam o controle da própria vida, dos projetos, das escolhas e da capacidade de agir e se socializar (DEERE; LÉON, 2002). Quando as mulheres possuem o poder de decisão e sabem como agir em níveis micro e macro da sociedade, tendem a se envolver nas relações e nas ideologias sobre gênero e direitos na sociedade (COSTA, 2008).

d) Dimensão Familiar:

Na dimensão familiar o empoderamento feminino desafia as relações existentes entre homens e mulheres. Trata-se da atuação de cada um dentro da família, na capacidade de acesso a recursos e vantagens na vida profissional e participação econômica (MELO; LOPES, 2012). Na visão de Malhotra (2002), a mulher pode fazer suas tomadas de decisões tanto em relação ao aumento de membros na família quanto às decisões domésticas. O papel da mulher na relação empresa e família está condicionado pela própria situação da mulher que sofreu não poucas vicissitudes ao longo dos anos, pois era sempre relegada como plano secundário desde os tempos romanos (ARRUDA, 1996).

e) Dimensão sociocultural ou educacional:

Malhotra (2002) evidencia que nesta dimensão as mulheres possuem liberdade de movimento, acesso aos espaços sociais e participações em grupos, redes sociais e mudanças nas normas religiosas. Por meio da educação, as mulheres têm acesso à aquisição de novos valores e ao relacionamento com outros indivíduos. No nível relacional, a educação é um pré-requisito essencial para o empoderamento das mulheres na sociedade, pois age de uma forma para emancipar com o saber e as habilidades que geram autoconfiança (DEERE; LÉON, 2002).

4 METODOLOGIA

Este estudo objetiva compreender as manifestações das dimensões do empoderamento nas mulheres empreendedoras do município de Forquilha, SC. Para a realização desta pesquisa, primeiramente as pesquisadoras buscaram informações junto à Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) para identificar o número de estabelecimentos com CNPJ inscritos por mulheres. Forquilha, SC, segundo dados do IBGE (2010), possui uma média de 22.548 habitantes, destes, 11.241 são mulheres. Com base nos dados disponibilizados pela CDL (2015), há 42 empreendimentos com CNPJ cadastrados por mulheres, número significativo dada a proporção relacionada ao número de habitantes.

Para alcançar o objetivo proposto, esta pesquisa foi realizada com amostragem não probabilística por acessibilidade. Após a identificação da população-alvo, foi necessário visitar os estabelecimentos e apresentar uma carta convite para as proprietárias afim de aceitarem ou não participar da pesquisa. O instrumento de coleta dos dados foi um roteiro semiestruturado elaborado com base nas dimensões do empoderamento identificadas nos trabalhos de Arruda (1996), Malhotra (2002), Deere e Léon, (2002), Lisboa (2007), Costa (2008) e Melo e Lopes (2012) alinhadas à iniciativa empreendedora para abrir o próprio negócio. O método de coleta de dados foi a entrevista qualitativa com roteiro semiestruturado, gravadas, com duração média de 45 minutos cada. Com as autorizações assinadas, os pesquisadores visitaram os empreendimentos de acordo com as datas previamente agendadas para a realização das entrevistas. Dos 42 empreendimentos visitados, 15 aceitaram participar da pesquisa. O Quadro 2 apresenta a estrutura do instrumento de coleta dos dados.

Quadro 2: Questões norteadoras do roteiro semiestruturado.

Categorias	Questões
Perfil socioeconômico	Idade, estado civil, grau de instrução, filiação, idade que iniciou no mercado de trabalho.
Dimensões do empoderamento feminino a partir das razões que levaram a criar o próprio negócio	<ul style="list-style-type: none"> a) Dimensão Econômica: fatores que impulsionaram a abertura do empreendimento; participação econômica na família; b) Dimensão Psicológica (motivação/ autoconfiança): significado de bem-estar e sucesso profissional; definição de sonho/objetivo profissional; avaliação dos desafios da atividade empreendedora; c) Dimensão Educacional: influência do grau de instrução no desempenho empreendedor; d) Dimensão política (autonomia): senso de liberdade para empreender; nível de autoconfiança para comandar o negócio; características empreendedoras; e) Dimensão do ambiente familiar: reconhecimento familiar e apoio; conciliação das responsabilidades do lar com a função empreendedora; participação nas decisões dos projetos familiares e no negócio.

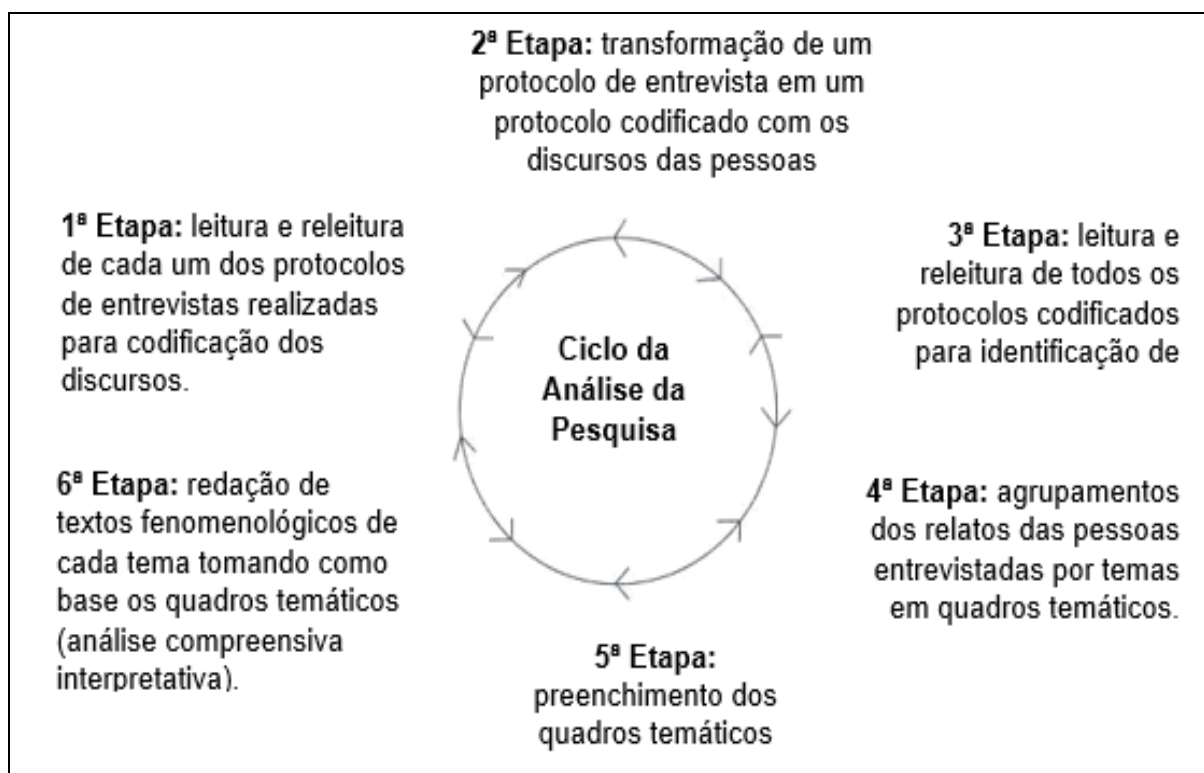
Fonte: Elaborado pelos pesquisadores à luz de Arruda (1996), Malhotra (2002), Deere e Léon, (2002), Lisboa (2007), Costa (2008) e Melo e Lopes (2012).

Insta observar que o conteúdo apresentado no Quadro 1 serviu para nortear o diálogo entre os pesquisadores e as entrevistadas. No decorrer das entrevistas muitas destas questões foram surgindo no sentido de entender como a prática empreendedora influenciava no empoderamento das mulheres entrevistadas.

Após o processo de coleta dos dados, as entrevistas foram ouvidas e transcritas literalmente, conforme sugere Silva (2010). Todas as entrevistas foram geradas em protocolos que serviram para a posterior análise dos relatos das entrevistadas. Considerada uma pesquisa de caráter qualitativo, o processo de análise da pesquisa

seguiu a proposta analítica dos dados sugerido por Silva (2010) referente ao ciclo de compreensão e interpretação dos fenômenos, conforme segue:

Figura 1: Ciclo de compreensão e interpretação dos dados pesquisa.



Fonte: Silva (2010).

Com base nas orientações metodológicas de Silva (2010), as entrevistas foram codificadas em E I, E II, E III (...) como forma de garantir o anonimato das participantes da pesquisa. Os números acompanhados da identificação das entrevistadas referem-se às linhas em que estão transcritas as falas nos protocolos das entrevistas.

3.1 Perfil das Entrevistadas

Quadro 3: Perfil das entrevistadas.

Entrevistadas	Ano Nascimento	Idade	Estado Civil	Filiação (nº de filhos)	Grau de Instrução
E I	1969	46	Casada	-	Ensino médio Completo
E II	1972	43	Casada	2	Técnica de Administração
E III	1985	30	Casada	1	Técnica em Enfermagem
E IV	1995	20	Solteira	-	Superior Incompleto
E V	1991	24	Solteira	-	Ensino médio Completo
E VI	1986	29	Casada	1	Ensino médio Completo
E VII	1989	26	Casada	1	Ensino médio Completo

E VIII	1964	51	Divorciada	2	Ensino médio Completo
E IX	1978	37	Casada	2	Pós-Graduação em Educação
E X	1980	35	Casada	2	Ensino Superior em Modas
E XI	1980	35	Casada	1	Ensino Superior em Processos Gerenciais
E XII	1975	40	Casada	3	Ensino médio Completo
E XIII	1964	51	Casada	1	Ensino médio Completo
E XIV	1959	56	Viúva	2	Ensino médio Completo
E XV	1965	50	Divorciada	3	Ensino médio Completo

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Ao todo foram 15 mulheres lojistas entrevistadas. São jovens com uma variação de idade entre 20 a 56 anos. No que se refere ao estado civil, houve uma predominância na modalidade de casadas (10/dez). Em relação ao grau de escolaridade, predominou o ensino médio completo.

Foi possível perceber que as entrevistadas iniciaram suas experiências no mercado de trabalho desde muito cedo. A função que exerciam no início da carreira foi desde atuação na agricultura, atendentes e vendedoras, costureira, babá até empregada doméstica. Do total das entrevistadas, 3 (três) iniciaram suas atividades com 10 anos de idade, 6 (seis) começaram a trabalhar entre os 10 anos a 15 anos e 6 (seis) a partir dos 16 anos.

Esses resultados esclarecem que a entrada no mercado de trabalho ocorreu por necessidade de ter a própria renda ou até mesmo para ajudar no orçamento familiar. A entrevistada EXV destaca: “[...] eu comecei já vendendo coisas dos 7 anos até 12 anos. Trabalhava fora e ajudava em casa com os pais. Antes eu cuidava das crianças do meu tio e depois fui trabalhar com restaurante, fazia sobremesas e lavava pratos, depois fui monitora por 8 anos [...]”. [Grifo nosso] (E XV.164).

5 RESULTADOS

Nesta seção serão apresentadas as dimensões do empoderamento feminino a partir das razões que levaram as entrevistadas abrirem o próprio negócio. As dimensões do empoderamento estão alinhadas com base nos trabalhos dos autores Arruda (1996), Malhotra (2002), Deere e Léon, (2002), Lisboa (2007), Costa (2008) e Melo e Lopes (2012), dentre as quais são: econômica, psicológicas, educacional, política e familiar.

a) Dimensão econômica

A dimensão econômica está relacionada ao poder financeiro que as mulheres obtêm devido à iniciativa de ter um negócio próprio. Está relacionado à emancipação financeira e influência pessoal no âmbito da família (MELO; LOPES, 2012). Para compreender melhor as razões pelas quais as entrevistadas vislumbraram a abertura do próprio negócio, foi oportuno questionar sobre os aspectos determinantes desta iniciativa. O Quadro 4 apresenta a análise estrutural das descrições das entrevistadas referente ao questionamento.

Ao observar as asserções no discurso das entrevistadas, foi possível identificar 2 (dois) grupos de significados. O primeiro grupo abriu o próprio negócio para a realização de um sonho e o segundo pela necessidade de ajudar no orçamento familiar.

Ficou evidenciado que todas apresentaram a palavra luta como atributo essencial para a concretização do sonho de vida, conforme confirma a entrevistada EII.192, “[...] foi na raça pra começar e na vontade de tentar um negócio [...]”. Nas asserções destacadas pelas entrevistadas que abriram o próprio negócio pela necessidade de ajudarem no orçamento familiar, é oportuno destacar o discurso da entrevistada EXIII.248, que menciona: “[...] desde solteira eu sempre vendia alguma coisa e nunca pensei que um dia eu fosse ter uma loja. Foi mais por necessidade [...] não tive apoio de banco, só do meu esposo... e tudo a gente fez foi na cara e na coragem. [grifo nosso]. Esse discurso remete a importância do apoio financeiro do cônjuge para a abertura do negócio.

Quadro 4: Análise estrutural das descrições sobre os fatores que impulsionaram para a abertura do empreendimento

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
No ano de 1991, iniciei minhas atividades [...] não procurei nada... <u>acreditei no meu sonho e fui à luta.</u> [...] <u>Quando iniciei era praticamente a única loja do centro de Forquilha</u> que tinha esse segmento de moda, até então as lojas anteriores que tinham eram mais populares de mercadorias [...]. [Grifo nosso] (E I. 181).	Foi em busca da realização de seus sonhos.	Fatores que impulsionaram para a abertura do empreendimento.	EI.181, EII.190, EIII.195, EIV.197, EVI.201, EVII.216, EIX.226, EX.230, EXII.243, EXV.256.	Tinham como foco a realização de um sonho.
[...] <u>na necessidade,</u> porque <u>tinha que sustentar meus filhos e dar uma boa educação...</u> pois eram pequenos, tive que pagar os estudos pra eles na faculdade e também ajudar eles como ajudei a minha filha a comprar um apartamento, pensando no futuro deles [Grifo nosso] (EVIII).	Por necessidade.		EV.205, EVIII.220, EXI.239, EXIII.247 e EXIV.253.	Pela necessidade de ajudar no orçamento familiar.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

O planejamento e a mensuração dos riscos de longe foram considerados na abertura dos empreendimentos destas mulheres. É perceptível nas falas o entusiasmo de melhorar a condição de vida e oportunizar aos filhos o acesso a benéficas financeiras, como boa escola, moradia e conforto com vistas a um futuro melhor para a família, conforme afirma a entrevistada EVIII.222, “[...] pagar os estudos pra eles na faculdade e também ajudar eles como ajudei a minha filha a comprar um apartamento, pensando no futuro deles”. No Quadro 5 é apresentada a análise estrutural do discurso das entrevistadas, quando questionadas sobre os reflexos na vida pessoal ao ter o próprio negócio.

Quadro 5: Análise estrutural da dimensão econômica (reflexos na vida pessoal ao ter o próprio negócio) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
[...] porque queria ter meu dinheiro e me valorizar como mulher [...] (EXI)	Além do desejo de ter sua renda queriam se valorizar como mulheres	Reflexos na vida pessoal ao ter o próprio negócio	EI.333, EII.346, EIII.353, EIV.357, EV.361, EVI.365, EVII.367, EVIII.373, EIX.376, EX.380, EXI.385, EXII.390, EXIII.394, EXIV.400, E XV.406.	Independência financeira e autovalorização

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

As asserções articuladas no discurso das entrevistadas remetem o desejo de abrir o próprio negócio pelo desejo de ter a própria renda. Para elas, o fato de conquistar a independência financeira denota certo grau de valorização pessoal. Estas afirmações estão em consonância com a literatura (MELO; LOPES, 2012) em que estas mulheres buscam a autovalorização como pressuposto de autonomia e valorização do próprio gênero.

b) Dimensão psicológica:

O poder psicológico origina-se da consciência individual da força e da transmissão da autoconfiança do indivíduo para outras pessoas. É possível dizer que o poder pessoal é muito importante para a igualdade dos gêneros. No empoderamento feminino, o poder torna o incremento da capacidade de as mulheres avançarem na conquista da autonomia e da emancipação na sociedade (LISBOA, 2007). Nesta dimensão estão relacionados os aspectos como bem-estar, sucesso profissional, objetivo de vida e avaliação dos desafios da atividade empreendedora. Neste sentido, foi questionado às entrevistadas sobre o significado de bem-estar. As asserções referentes a este questionamento estão apresentadas no Quadro 6.

Quadro 6: Análise estrutural dimensão psicológica (bem-estar) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
Bem-estar é <u>dormir com a consciência tranquila de que alguma maneira até naquele dia ali eu fiz o que tinha que fazer e se eu não conseguir fazer</u> , é porque não deu pra mim fazer...ter a tranquilidade de saber que o que eu puder fazer eu fiz [Grifo nosso] (EII.725).	Estar bem com a família e no trabalho; Consciência tranquila nos negócios; Ter as horas de lazer.	Bem-estar	EI, EII, EIII EIV, EVII, EVIII, EIX, EX, EXII, EXIII, EXIV e EXV.	Consciência tranquila nos negócios, ter paz consigo mesma na vida.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Para as entrevistadas, a questão bem-estar está relacionada em estar bem com a família e o trabalho, ter horas de lazer, realização de ter o negócio bem organizado, manter as contas em dia e principalmente os clientes gostarem dos produtos e do atendimento prestado. Para elas, todos esses fatores proporcionam uma tranquilidade para os negócios e para si mesmas.

O Quadro 7 apresenta o significado de sucesso profissional para as entrevistadas. O sucesso profissional envolve para as entrevistadas a família unida, a fé, tempo para a saúde e lazer. Para Jonathan (2011), o sucesso profissional para mulheres está entre o equilíbrio da vida profissional e familiar, pois significa que conseguem desempenhar seus diversos papéis na sociedade com mais facilidade do que os próprios homens. Essas evidências remetem que os vínculos familiares ainda permeiam nos alicerces da vida profissional destas mulheres.

Quadro 7: Análise estrutural dimensão psicológica (sucesso profissional) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
Eu ainda quero mais pra frente, <u>além da família</u> , filhos, loja, <u>quero um conceito de saúde, fazer academia, pilates...</u> de <u>ter tempo e conciliar</u> , porque soma muito, esta junção de corpo e alma, é o que ao logo do tempo vou conciliar ...[Grifo nosso] (EIX.904). Ser reconhecida pelo esforço que fiz, mas se tiver uma situação financeira melhor, ajuda muito, e <u>manter o negócio</u> . [Grifo nosso] (EVIII.901).	Estar bem com a família e saúde e fazer algo que te faz feliz na vida	Sucesso profissional	EI.869, EVI.893, EVIII.901, EIX.904, EX.909, EXI.912, EXIII.923 e EXV.933.	O reconhecimento profissional e o conjunto de tudo, família e trabalho.
Manter o negócio em pé... no dia que a gente tá hoje... e <u>manter o negócio em pé pra mim e funcionando já é um grande sucesso...</u> na crise que estamos hoje [Grifo nosso] (EIII.882).	O negócio se manter com próprios recursos.		EII.872, EIII.882, EIV.886, EV.890, EVII.896, EXII.915, EXIV.930,	Ter uma boa carteira de clientes e clientes satisfeitos.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

O fato de já estarem atuando profissionalmente fora do eixo familiar, ainda os laços de família são as forças propulsoras para entusiasmar e motivar na condução do empreendimento, conforme afirma a entrevistada EVIII.901: “Ser reconhecida pelo esforço que fiz, mas se tiver uma situação financeira melhor, ajuda muito, e manter o negócio” [Grifo nosso]. Outras entrevistadas remetem o sucesso profissional ao desempenho do empreendimento. É possível perceber certa racionalidade quanto à importância da sustentabilidade do negócio para alcançar o sucesso, é o que afirma a entrevistada EIV.886: [...] sucesso é conseguir deixar a loja em dia todo dia, ter aquela clientela, entrar bastante gente pra poder conseguir vender tudo certinho, para conquistar clientes. [grifo nosso].

O Quadro 8 destaca qual é a definição de sonho/objetivo profissional para as entrevistadas. Nesta categoria as entrevistadas destacaram que o objetivo pessoal é a tranquilidade financeira, a contribuição na realização dos sonhos dos filhos e família e principalmente em manter o negócio e a carteira cheia de cliente. A entrevistada EIII.809 foi uma exceção, pois apresentou uma visão mais ousada ao afirmar que, além de manter o empreendimento, deseja abrir filiais.

É perceptível nas falas das entrevistadas uma forte ligação com a família. Se por um lado a abertura do negócio foi para muitas a realização de um sonho, por outro elas ainda apresentam comportamentos de provedora dos sonhos da família. As afirmações do tipo “ajudar meus filhos”; “contribuir nos custos dos estudos dos filhos” são comuns nos discursos das entrevistadas.

Quadro 8: Análise estrutural dimensão psicológica (definição de sonho/objetivo profissional) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
Acho que <u>ter o negócio, procurar sempre trazer as coisas diferentes dos outros, pra poder seguir</u> e o que eu faço aqui é uma consequência vamos dizer, do futuro, e o que eu vou colher no futuro daqui 3 ou 4, 5 anos é a busca dessa tranquilidade... aqui ou em outro lugar tem que trabalhar [Grifo nosso] (EII.803)	A busca da tranquilidade financeira	Definição de sonho/objetivo profissional	EII.803, EV.820, EVI., EXIII.852	Focam na situação financeira tranquila no negócio, ampliação do negócio.
Se <u>mantiver na loja, e continuar ajudando meus filhos, até mesmo porque hoje sou divorciada, tenho que batalhar</u> [Grifo nosso] (EVIII.834)	Ter a casa própria e filhos; Ajudar na realização dos sonhos dos filhos.		EV.820, EVIII.834 e EXV.862	Trabalhar para um futuro melhor para os filhos.
Meu objetivo no momento é <u>ficar com a loja e se manter e que melhore o movimento</u> , pensar positivo, mesmo em momentos de crise. O problema é que a mídia coloca na cabeça do povo esta tal crise” [Grifo nosso] (EXI.845)	Desejam manter o negócio e ter seu tempo para lazer		EIV.814, EXI.845, EXII.849 e a EXIV.858	Manter o negócio no mercado.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Frente a esses pressupostos, o Quadro 9 apresenta a avaliação dos desafios da atividade empreendedora.

Quadro 9: Análise estrutural dimensão psicológica (avaliação dos desafios da atividade empreendedora) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
A dificuldade, claro que inicialmente é a <u>loja ser reconhecida</u> , hoje tem apenas 2 anos, no início a loja não fica bem visível. E saber os clientes que <u>aqui tem o presente que ele precisa</u> , isto leva tempo... <i>isso gera dificuldade</i> , hoje a loja tem uma cartela de clientes bem grande né e isto já muito gratificante [Grifo nosso] (EIX.999).	Buscar o reconhecimento da loja no mercado e identificar o que os clientes precisam.	Avaliação dos desafios da atividade empreendedora	EV.977, EIX.999, EX.1005, EXII.1016 e EXIII.1020.	A loja ser reconhecida no mercado; dificuldades de alavancar o negócio no início.

A inadimplência, se não fosse isso, seria uma benção, este ano mesmo tá muito difícil... mas graças a Deus hoje neste ponto comercial que a loja tá, é muito melhor do que o outro ponto que trabalhava antes do outro lado da ponte” [Grifo nosso] (EXI)	Inadimplência.		EII.957, EIII.964, EIV.970, EVI.984, EVIII.994, EXI.1011 e EXV.1033.	Inadimplência; Carga tributária.
Um das principais dificuldades que tivemos foi achar funcionários eficientes, pois o funcionário não adianta só ganhar bem, tem que ter qualificação e hoje tá tudo mais difícil, esta é a dificuldade também de hoje né... até temos funcionários qualificados, mas são poucos. Acho que quando tu quer uma coisa, você consegue [Grifo nosso] (EXIV).	Encontrar funcionários qualificados.		EI.942, EVII.988, EXIV.1026,	Dificuldade de encontrar pessoas qualificadas no mercado.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Diante dos aspectos supracitados, é possível perceber que os desafios mais evidentes foram a inadimplência, a gestão de pessoas (pessoas qualificadas), a fiscalização e a carga tributária. É importante evidenciar que as empresárias não apresentaram desafios relacionados a elas em si, mas deram destaques a fatores externos ao empreendimento.

c) Dimensão educacional:

O objetivo desta dimensão é compreender como as empreendedoras investiram na qualificação profissional e no grau de instrução. O intuito é entender se há influência do grau de instrução no desempenho empreendedor.

Os discursos no Quadro 10 apresentam 3 (três) grupos de opiniões sobre a influência do grau de instrução no desempenho empreendedor. O primeiro grupo (EI, EII, EVII, EVIII, EIX) considera que é importante a busca de conhecimentos através de leituras, compreensão do mercado e outras alternativas para melhorar o empreendimento, conforme afirma a entrevistada EIX, “[...] Hoje tô muito ligada e focada em leituras, procuro novidades em sites, não tô fazendo cursos, mas procuro estar informado com tudo, com livros e o conhecimento visual, procuro quando viajo, sempre procuro ver como estão as outras lojas do meu segmento” [grifo nosso].

O segundo grupo (EIV, EX, EXI), formado por um número reduzido, entende que o grau de instrução foi fundamental para o desempenho empreendedor. Para elas, o ingresso ao ensino superior auxiliou na coragem de falar em público, maturidade na gestão do empreendimento, compreensão sobre os riscos do negócio e desafios futuros, é o que confirma a entrevistada EX, “*sim e muito! Porque se não tivesse faculdade de moda, eu não teria toda preparação [...]*”.

Quadro 10: Análise estrutural dimensão educacional (influência do grau de instrução no desempenho empreendedor) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
[...] na questão de ser empreendedora, um <u>pouco de conhecimento é importante</u> , porque se tem pouco grau de escolaridade... é importante que busque conhecimento em leituras no que está trabalhando, <u>para que não seja uma pessoa fechada</u> , porque vai vir muitas informações e tu tens que saber administrar tudo isso e ter muito jogo de cintura né [...] [grifo nosso] [EI.1048]	Busca de conhecimento em leituras, conhecimento do mercado auxilia na condução do negócio.	Influência do grau de instrução no desempenho empreendedor	EI.1048, EII.1056, EVII.1084, EVIII.1088, EIX.1091.	Leituras, compreensão do mercado para a gestão do empreendimento.
[...] antes eu achava que até não precisava, que sabia tudo. <u>Mas agora terminando a faculdade</u> , vejo que abriu minha mente e ví como tava errada e fazia coisas que não precisava serem feitas, olha que faz tempo de loja que tenho [grifo nosso] [EXI.1099]	Cursar uma faculdade auxilia na compreensão do negócio.		EIV.1067, EX.1096, EXI.1099.	O ensino superior é importante para a maturidade na gestão do empreendimento.
[...] <u>acho que o dia a dia te ensina muita coisa né</u> , acho que o professor maior são os clientes... porque tens coisa que tu aprende... <u>eu vejo pelas minhas primas que são formadas em moda</u> que o dia a dia que te ensina, <u>não adianta</u> , eu vejo que <u>o que elas aprendem na teoria, acabam aprendendo na prática</u> ... no dia a dia [grifo nosso] [EIII.1061]	O grau de instrução não influencia, o dia a dia é que oportuniza a experiência		EIII.1061, EV.1072, EVI.1079, EXII.1104, EXIII.1108, EXIV.1117, EXV.1124.	A experiência do dia a dia é a melhor escola.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

O terceiro grupo (EIII, EV, EVI, EXII, EXIII, EXIV, EXV) com maior representatividade em número de concordância entende que o grau de instrução não possui influência no desempenho empreendedor. É perceptível no discurso das entrevistadas as seguintes afirmações: “[...] vejo pelas minhas primas que são formadas em moda que o dia a dia que te ensina, não adianta” [grifo nosso] [EIII]; “eu acredito que não, porque hoje tem pessoas que não estudam, e que possuem só o ensino fundamental e tem seu negócio próprio de 30 anos [...]” [grifo nosso] [EV]; “[...] Não. Porque meu marido é formado em Administração e fez pós-graduação e tudo... e vejo que pensamos totalmente diferente, ele é perfeito nas coisas da escola, mas não tem coragem que eu tenho no negócio [...]” [grifo nosso] [EXIII]. Ao observar os discursos, parece que estas mulheres tiveram alguma frustração quanto ao grau de instrução de familiares, em que percebem qualquer mudança na vida dos mesmos. Os discursos intentam para a valorização da coragem de assumir riscos e conduzir o negócio pela bravura do empirismo do que por influências oriundas do conhecimento adquirido de forma mais estruturada, como ocorre nos espaços escolares e universitários.

d) Dimensão Política

Esta dimensão está relacionada ao poder social de influenciar, agir e interagir com outras pessoas. O controle da própria vida e a capacidade de fazer escolhas sem a dependência de outras pessoas justificam a habilidade política (DEERE; LÉON, 2002; COSTA, 2008). Nesta perspectiva, esta categoria pretende apresentar os discursos das entrevistadas referentes ao senso de liberdade para empreender.

O Quadro 11 apresenta a análise estrutural da dimensão política quanto ao senso de liberdade para empreender. O objetivo desta categoria é entender se estas mulheres empreendem por conta própria ou se dependem do cônjuge ou de outras pessoas para conduzir e gerir o empreendimento.

Ao observar os discursos das entrevistadas, é possível notar que, por unanimidade, estas mulheres se sentem independentes no que se refere à tomada de decisão, à autoconfiança e à autonomia da área financeira. A entrevistada EXIII afirma que possui autonomia até nas decisões do cônjuge. Segundo ela, “[...] *totalmente! Em tudo! Eu me dedico muito as coisas, até nas roupas que meu marido vai vestir, quando vamos viajar no caso de arrumar as malas, tudo, tudo, tudo é comigo [...]*” [grifo nosso].

Quadro 1: Análise estrutural dimensão política (senso de liberdade para empreender) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
[...] sim, me considero <u>independente</u> . A gente tem praticamente as nossas contas particulares, <u>não preciso dele pra pagar estas contas, e o lucro da loja este é investido na loja</u> . [...] [grifo nosso] [EVII.1308].	Independente, separação das finanças pessoais com o negócio e cônjuge, autoconfiança.	Senso de liberdade para empreender	EI.1290, EII.1294, EIII.1296 EIV.1299, EV.1302, EVI.1306, EVII.1308, EVIII.1313, EIX.1316, EX.1318, EXI.1321, EXII.1323, EXIII.1325, EXIV.1330 e EXV.1332.	Independência nas decisões, finanças e autoconfiança.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Neste contexto, como forma de compreender o quanto as entrevistadas se sentiam seguras no comando do negócio, foi questionado sobre o nível de autoconfiança na condução do empreendimento, conforme é apresentado no Quadro 12. É possível perceber, com base nos discursos das entrevistadas, que há três cenários referente ao nível de autoconfiança no comando do negócio.

Quadro 12: Análise estrutural dimensão política (nível de autoconfiança para comandar o negócio) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
Aqui eu me avalio 100%. <u>Eu acho que sou guerreira do trabalho</u> que faço, não sou indecisa para as coisas, acho que isto é o segredo das coisas... e saber o que tá fazendo. [grifo nosso]. [EXV.1390]	Segura de si; autoconfiante pela experiência, persistência e guerreira.	Nível de autoconfiança para comandar o negócio	EI.1336, EIV.1348, EV.1352, EVI.1354, EX.1368, EXI.1371, EXII.1375, EXV.1386.	Alta autoconfiança assegurada pela experiência

[...] <u>não sou 100% autoconfiante</u> , eu arrisco, a gente arrisca, tem que ter um bom censo pra arriscar, porque <u>a gente não consegue fazer isso, não temos bola de cristal</u> . [grifo nosso] [EII.1339].	Indefinição do futuro, insegurança, possibilidades de sempre melhorar.		EII.1339, EVIII.1361 e EIX.1364.	Sensação de insegurança, momentos de altos e baixos
Avaliar de 1 a 10 [...] é um 8 assim, porque <u>sempre corro à ele, pra ter uma ideia, pra me sentir mais segura</u> . Porque ele tá mais tempo no comércio. Eu recorro a ele e <u>também ao meu sogro que tem comércio</u> e quem tem mais experiência é melhor [grifo nosso] [EIII.1343]. [...] <u>eu sempre pergunto para as meninas das coisas</u> , assim a gente no final sempre tem que saber [...] [grifo nosso] [EIII.1343].	Insegurança aflorada, dependência do cônjuge, parentes e os colaboradores na tomada de decisão.		EIII.1343, EVII.1357, EXIII.1380, EXIV.1386.	Alta insegurança e dependente de outras pessoas para tomada de decisão.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

O primeiro cenário apresenta as entrevistadas que entendem que possuem alta confiança. Segundo elas, a experiência no mercado proporciona maior segurança na tomada de decisão e na compreensão dos segredos para conduzir o empreendimento, conforme destaca a entrevistada EXI: “[...] pela experiência com o povo e principalmente pelo o que a gente aprende com a vida” [grifo nosso]. O segundo cenário inclui as entrevistadas que apresentam uma sensação de insegurança e momentos de altos e baixos. Para elas, não há uma linearidade na autoconfiança, há situações que é natural a insegurança pelas diferentes situações que ocorrem na condução de um negócio. Para a entrevistada EII, é preciso um bom senso para arriscar, porém é difícil ter a certeza de que a decisão estará isenta de riscos. Nesta ordem de ideias, a entrevistada EVIII complementa, “eu conheço bem meus produtos, mas nunca tô segura do que tô fazendo e por isso tem que sempre procurar ser melhor” [grifo nosso]. O terceiro cenário apresenta aquelas entrevistadas com alto nível de insegurança e dependência de outras pessoas para tomada de decisão. É possível perceber que neste cenário as entrevistadas demonstram que precisam da aprovação do cônjuge, familiares e colaboradores para legitimar o processo decisório. A entrevistada EXIV destaca que compartilha suas ideias com os colaboradores e há entre eles certo grau de amizade, “sempre compartilho com os funcionários, eles são meus amigos, até quando vou fazer a vitrine, sempre, sempre tô conversando com eles” [grifo nosso]. Neste sentido, a insegurança é compensada pelos vínculos que são construídos entre os pares destas mulheres, tendo em vista a necessidade que elas têm de aprovação e apoio na gestão do empreendimento.

Nesta esteira, foi questionado às entrevistadas sobre suas características empreendedoras, conforme é apresentado os discursos no Quadro 13.

Quadro 2: Análise estrutural dimensão política (características empreendedoras) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
[...] talvez a <u>determinação e a confiança</u> , no início quando a gente começou a trabalhar com a loja... <u>eu era bem envergonhada</u> ... hoje eu noto que não tenho mais este tipo de coisa [...] [grifo nosso] [EV.1419]	Determinação, confiança, força de vontade	Características empreendedoras	EV.1419, EVI.1424, EIX.1436, EX.1439, EXII.1451, EXIII.1457, EXIV.1463, EXV.1468.	Determinação, autoconfiança
[...] a <u>perseverança e a persistência</u> . O que conheço hoje é que... <u>não desisto do meu sonho</u> e devemos lutar por aquilo que a gente faz... que é o desejo do seu coração. [grifo nosso] [EI.1399]	Perseverança e persistência, colocar a mão na massa, gostar do que faz		EI.1399, EIV.1414, EVII.1427.	Perseverança, gostar do que faz
Estar preocupada sempre com o negócio, [...] <u>ter paciência, responsabilidade e ser carismática...sempre alegre</u> , como diz minha sócia [grifo nosso] [EXI.1446]	Paciência, responsabilidade e carismática		EXI.1446.	Paciente, responsável e carisma
Querer alguma coisa pra gente né, querer ter alguma coisa que no futuro dê pra <u>deixar alguma coisa para os filhos da gente</u> . [grifo nosso] [EII.1405.]	Deixar uma herança para os filhos		EII.1405, EVIII.1432.	Herança para os filhos

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Com o maior número de asserções estão as entrevistadas que afirmaram que se consideram determinadas e autoconfiantes. Esses depoimentos se justificam quando a EX destaca que a autoconfiança é o seu diferencial que advém do controle do seu negócio, conforme afirma: "Autoconfiança, diferencial, a busca de sempre inovação. Faço e controlo tudo, porque tenho que saber de tudo, se minha loja tá dando lucro [...]. Talvez é este meu diferencial bem grande, pois tudo é muito controlado" [grifo nosso]. Já a entrevistada EV destaca a determinação como um fator importante no processo de superação de um ponto fraco que tinha no início em que abriu o negócio próprio, porém ao longo do tempo, foi se superando e perdendo a timidez que era sua maior dificuldade. As entrevistadas EI, EIV e EVII entendem que as características empreendedoras estão norteadas pela perseverança e pelo gostar do que fazem. Nos discursos fica evidente o sonho como norteador dos objetivos de vida. A entrevistada EIV destaca que já teve outra loja, mas persistiu no seu objetivo, como afirma, "determinação [...] persistência, porque se fosse outra ia desistir desde que tinha a outra loja [...] eu abri aqui no meu nome, eu tenho que fazer dar certo, vou tentar até o fim, foi a persistência... se não dá mais... daí porque o retorno é difícil". [grifo nosso].

A entrevistada EXI acredita que a paciência, a responsabilidade e o carisma são os aspectos essenciais da sua característica empreendedora. Menciona que a sua alegria e o seu carisma auxiliam no relacionamento com a sua sócia e com os colaboradores. Um ponto digno de nota é a presença de duas entrevistadas (EII, EVIII) que destacaram as características empreendedoras direcionadas à herança para os filhos. O senso paternalista e protecionista é evidente nas falas de ambas entrevistadas. Segundo a entrevistada EII, "[...] ter alguma coisa que no futuro dê pra deixar alguma coisa para os filhos da gente" [grifo nosso].

e) Dimensão familiar

A dimensão familiar retrata as relações entre os cônjuges e os filhos quanto às responsabilidades do lar, a hierarquia nas tomadas de decisões, o papel da mulher nas atividades domésticas e a participação na educação dos filhos (MALHOTRA, 2002; MELO, LOPES, 2012). Nesta premissa, foi questionado às entrevistadas sobre o reconhecimento da família e o apoio na condução do negócio. O Quadro 14 retrata a análise estrutural dos discursos das entrevistadas referente a dimensão do ambiente familiar.

Quadro 3: Análise estrutural dimensão familiar (reconhecimento da família e apoio) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
[...] olha, <u>eu acho que até ao contrário</u> , sabe como eles são né, pois <u>dizem: vende tudo...não vai dar, não tá bom..</u> olha a crise no comércio. Parente é o que menos ajuda [...]. [grifo nosso] [EIV.2012].	Pouco reconhecimento e incentivo, são pessimistas e não apoiam.	Reconhecimento da família e apoio	EIV.2012.	Não há incentivo, pouco apoio.
[...] sim, <u>tem bastante incentivo e bastante, as vezes chego em casa desanimada</u> , e <u>meu marido diz: é um ótimo negócio, continue</u> e até meus filhos [...]. [grifo nosso] [EXII.2042].	Muito reconhecimento, alicerce, apoio moral.		EI.1997, EII.2001, EIII.2008, EV.2019, EVI.2023, EVII.2025, EVIII.2029, EIX.2032, EX.2034, EXI.2038, EXII.2042, EXIII.2046, EXIV.2050 e EXV.2055.	Há reconhecimento, apoio e estímulo para avançar o negócio.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

No que se refere ao reconhecimento da família quanto ao apoio na condução do empreendimento, é possível perceber nos discursos que as entrevistadas reconhecem que possuem o apoio e o reconhecimento da família. Para elas, a família é o alicerce para continuarem destemidas e convictas na condução do próprio negócio. A exceção foi a EIV, que se queixou da falta de apoio dos familiares. Segundo ela, os membros da família não aprovam sua iniciativa de possuir um negócio próprio, são pessimistas e não acreditam que o empreendimento dará certo.

Nesta linha de raciocínio, foi questionado às entrevistadas sobre como conseguem conciliar as responsabilidades do lar com a função empreendedora. O Quadro 15 destaca as asserções a respeito deste assunto.

Quadro 4: Análise estrutural dimensão familiar (conciliação das responsabilidades do lar com a função empreendedora) do empoderamento feminino.

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
<u>Procuo me organizar</u> , pois se não for uma boa administradora, não vou conseguir tempo pra loja e em casa. É saber lidar com a minha rotina. [grifo nosso] [EI.2065].	Procuo me organizar, dou um jeito.	Conciliação das responsabilidades do lar com a função empreendedora	EI.2065, EIV.2079 e EXV.2124.	Administração do tempo.
<u>Tenho apoio de minha família</u> , todos ajudam e a colaboração de todos, principalmente do meu marido, ajuda muito e que mantem o que a gente faz. [grifo nosso] [EII.2070].	Apoio da família (cônjuge).		EII.2070.	Apoio da família (cônjuge).
Consigo, eu tenho uma funcionária que <u>faz faxina em casa</u> . Mas a gente consegue se administrar bem, tem que se organizar. [grifo nosso] [EXIV.2121].	Funcionária faz faxina lá em casa, funcionária que é meu braço direito.		EVI.2087, EX.2103, EXI.2107, EXII.2112, EXIII.2115, EXIV.2121.	Contratação de diarista para auxiliar nas tarefas do lar.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

A maior frequência de asserções quanto à categoria aberta relacionada à conciliação das responsabilidades do lar com a função empreendedora foi a contratação de diarista para auxiliar nas tarefas da família. Os depoimentos dessas entrevistadas ressaltam a importância da contratação de um profissional que cuide do lar como se fosse a própria mulher. Essas evidências indicam que a terceirização das tarefas da família é algo *sine qua non* para que o lar se mantenha organizado. Por outro lado, há outro contingente de entrevistadas que evidenciaram ainda a responsabilidade das tarefas do lar exclusivamente a elas. Afirmativas do tipo “*dou um jeito*”, “*procuo me organizar*” demonstram que elas precisam administrar o tempo de tal forma, que consigam conciliar os afazeres da casa com os do negócio. Somente a entrevistada EII evidenciou que possui o apoio da família, neste caso, o esposo que lhe auxilia na divisão das responsabilidades.

Fixados estes pressupostos, ainda é oportuno compreender se as entrevistadas possuem legitimidade na família para tomarem decisões, sem deixá-los inseguros. O intuito é compreender como as entrevistadas reagem frente a situações que exigem o empoderamento para tomar decisões de alto impacto tanto nos negócios, quanto na família. O Quadro 16 destaca a análise estrutural dos discursos referente à participação das entrevistadas nas decisões dos projetos familiares e no âmbito do negócio.

Quadro 5: Análise estrutural da dimensão familiar (participação nas decisões dos projetos familiares e no negócio) do empoderamento feminino

Discurso na linguagem das empreendedoras	Unidade de significado	Categoria aberta	Rede de significados	Asserções articuladas no discurso
<u>Bem grande, o poder de decisão!</u> É algo que <u>vem dentro de mim</u> e graças a Deus consigo fazer isso com <u>bastante naturalidade</u> , sem ser aquela pessoa tipo autoritária ou pessoa que passa antipatia... vou fazendo as coisas e surge que vai surgindo para fazer, sem mostrar para a pessoa que sou a dona da empresa. [grifo nosso] [EI.1212].	Toma decisões 100%; autonomia natural; independência e legitimidade na empresa e na família.	Participação nas decisões dos projetos familiares e no negócio.	EI.1212, EIV.1237, EV.1242, EVI.1245, EVIII.1254, EXI.1268, EXIII.1277, EXV.1285.	Independente e autônoma
A gente discute o que vai fazer, <u>cada um de nós da sua opinião</u> , se a minha for a que tiver mais sentido, prevalece a minha, se não for a minha, prevalece a do meu marido. [...] E <u>até mesmo porque ele é mais velho do que eu</u> a gente <u>tem respeito um pelo outro, um faz o outro pensar naquilo que vai decidir</u> , as decisões têm que pensar juntos para mais pra frente não se arrepender [...] [grifo nosso] [EII.1218].	Socializa as ideias, solicita a opinião dos familiares, busca consenso dos membros da família, submissão com os membros mais velhos e experientes.		EII.1218, EIII.1229, EVII.1249, EIX.1257, EX.1262, EXII.1273, EXIV.1281.	Dependente e prioriza a corresponsabilidade dos membros.

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

As entrevistadas que manifestaram incidência de empoderamento evidenciaram discursos relacionados a “[...] geralmente sou eu que digo, vai ser assim [...]” (EIV); “[...] Em casa e no trabalho, é mais eu, sempre foi [...]” (EVI); “[...] Aqui e em casa, sempre sou eu, eu não queria que fosse assim, porque a responsabilidade é maior, e até mesmo com o serviço dele, ele ainda me consulta se tem dúvidas”. (EXIII). Por outro lado, os discursos das entrevistadas que demonstraram dependência dos pares para a tomada de decisão se direcionaram para os seguintes significados, “[...] Ninguém manda nada, as partes têm que entrar em consenso, nem sempre é fácil, pois nós dois somos teimosos e opiniosos [...]” (EX). “[...] aqui é meia a meia. Em casa é mesma coisa, procuro ouvir meu marido, se tiver que mudar algo na casa, sentamos e procuramos ter um consenso... sempre ter um diálogo [...]” (EXII). Neste sentido, é possível perceber neste segundo grupo que as mulheres optam pelo consenso do cônjuge seja pelas diferenças que há entre eles, ou seja pelo respeito e garantia de corresponsabilidade na divisão das responsabilidades.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou compreender as manifestações das dimensões do empoderamento nas mulheres empreendedoras do município de Forquilha, SC. A partir das entrevistas foi possível perceber que as 15 entrevistadas ingressaram no mercado de trabalho desde muito cedo. Antes de abrirem o empreendimento, atuavam em outras atividades distintas ao negócio próprio.

Foi possível observar na dimensão econômica que a abertura do próprio negócio ocorreu atrelada à realização de um sonho pessoal e para melhorar a renda familiar. Os resultados indicam que estas mulheres, mesmo atuando fora do eixo familiar, ainda preservam os laços de família como fatores essenciais de entusiasmo

e motivação para a condução do empreendimento. Na dimensão psicológica, os desafios da atividade empreendedora ficaram limitados ao pagamento dos tributos, inadimplência e escassez de mão de obra qualificada. Não foi evidenciado qualquer desafio relacionado à atividade empreendedora relacionada aos investimentos para aprimorar o empreendimento. Em relação à dimensão educacional, é possível afirmar com base nos discursos que somente 3 (três) mulheres compreendem a importância do grau de instrução para o desempenho empreendedor. As demais entrevistadas enxergam o conhecimento com algo natural na leitura de livros, cursos e outras formas de aperfeiçoamento, como também resistem aceitar que o aperfeiçoamento por intermédio de qualificação profissional possa interferir no desempenho das mesmas na condução do negócio. Na dimensão política, mesmo em evidência nos discursos, as características empreendedoras relacionadas a determinação, autoconfiança, perseverança e gostar do que faz, algumas entrevistadas apresentaram dependência nas tomadas de decisões para a condução do próprio negócio. Já na dimensão familiar, a contratação de profissionais para assumir os afazeres do lar ficou evidente nos discursos, o que se percebe a necessidade da presença dessas mulheres na gestão do empreendimento, pois se trata de negócios pequenos. Neste sentido, é importante ainda destacar que estas mulheres, mesmo atuando fora do eixo familiar, ainda preservam os laços de família como fatores essenciais de entusiasmo e motivação para a condução do empreendimento.

Portanto, é possível considerar que o empreendedorismo oportunizou as entrevistadas somente o empoderamento econômico, tendo em vista que as afirmações se concentraram na ampliação da renda, na independência financeira e autovalorização. Nas dimensões psicológica, educacional, política e familiar as entrevistadas demonstraram certo grau de dependência de outros, insegurança na tomada de decisão e direcionamento do próprio negócio.

Neste sentido, este estudo possui limitações metodológicas, pois restringiu somente ao segmento de varejo do município de Forquilha, SC, não sendo possível generalizar estas considerações. Para trabalhos futuros, sugere-se a realização da pesquisa em outros segmentos como forma de compreender se as mulheres empresárias são influenciadas pelo empreendedorismo no empoderamento econômico, psicológico, educacional, político e familiar.

REFERÊNCIAS

- ALPERSTEDT, G.D; FERREIRA, J.B; SERAFIM, M.C. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, p. 221-234, dez. 2014.
- ARRUDA, M.C.C. Relação Empresa – Família: o papel da mulher. **Revista de Administração de Empresas**, v. 36, n. 3, Jul./ Ago./ Set. 1996.
- BAQUEIRO, R.V.A. Empoderamento: Instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. **Revista Debates**, v. 6, n.1 p. 173-187, 2012.
- BARBOSA, F. C.; CARVALHO, C. F.; SIMÕES, G. M. M.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 5, n. 2, p. 124-141, 2011.
- COSTA, AA. **Gênero, poder e empoderamento das mulheres**. 2008. 9p. Disponível em: <https://pactoglobalcreapr.files.wordpress.com/2012/02/5-empoderamento-ana-alice.pdf> Acesso em: 14 out. 2015.
- COUGHLIN, J.H. THOMAS, A. R. **The rise of women entrepreneurs: people, processes, and global trends**. QUORUM BOOKS Westport, Connecticut: London, 2002, 233 p.
- CRAMER, L. et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 1, 2012.
- DEERE, C.D.; LÉON, M. **O Empoderamento da Mulher: direitos à terra e direitos de propriedade na América Latina**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.
- DREHER, M.T; MORO, R.D. Responsabilidade social: a participação das mulheres nas organizações de Blumenau (SC). **RPCA**, Rio de Janeiro, v.4, n.3, set./ dez. p. 78-94, 2010,
- FERREIRA, F.L.A; GIMENEZ, F.A.P.; AUGUSTO, P.O.M. Empreendedorismo e o processo de criação de uma nova organização. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, p. 70-93, 2014.

FERREIRA, J.M.; NOGUEIRA, E.E.S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 17, n. 4, p. 398-417, Ago. 2013.

GEM-Programa de Empreendedorismo. **Global Entrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo na região sul do Brasil. Relatório Executivo 2014. Curitiba: IBQP, 2014. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/gem>> Acesso em: 14 de Out. 2015.

GOUVÊA, A.B.C.T.; SILVEIRA, A.; MACHADO, H.V. Mulheres Empreendedoras: Compreensões do Empreendedorismo e do Exercício do Papel Desempenhado por Homens e Mulheres em organizações. **Revista de Empreendimentos e Gestão de Pequenas Empresas**, v.2, n.2, p. 32-54, 2013.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOLMÉN, M.; MIN, T.T.; SAARELAINEN, E. Female Entrepreneurship in Afghanistan **Journal of Developmental Entrepreneurship** 16 , n. 307, 2011.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Santa Catarina, Forquilha, 2016. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=420545&search=santa-catarina|forquilha>. Acesso em: 07 jun. 2016.

JONATHAN, E.G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia clínica**. Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

KLEBA, M.E.; WENDAUSEN, A. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde soc.**, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 733-743, Dez. 2009.

LEMO JÚNIOR, L. C.; SANTINI, R. B.; SILVEIRA, N. S. P. A Feminização da Área Contábil: um Estudo Qualitativo Básico. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 9, n. 1, p. 64-83, 2015.

LISBOA, T.K. **Empoderamento de mulheres e participação na gestão de políticas públicas, 2007**. Disponível em: <http://www.sociologia.ufsc.br/npms/teresa_kleba_lisboa.pdf> Acesso em: 23 mar. 2015.

LUTTRELL, C. et al. **Understanding and operationalising empowerment**. London, UK: OverseasDevelopmentInstitute, 2009. Disponível em: <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/5500.pdf>. Acesso em: 10 Out. 2015.

MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. **RAE - eletrônica**, v. 2, n. 2, junho-dezembro, 2003.

MALHOTRA, A. **Measuring Women's Empowerment as a Variable in International Development**, 2002. Disponível em: <http://siteresources.worldbank.org/INTEPOWERMENT/Resources/486312-> Acesso em: 20 de fev. 2016

MELO, M.C.O. LOPES; A. L.M. Empoderamento de mulheres gerentes: a construção de um modelo teórico de análise. **Revista Gestão e Planejamento**, v.12, n.3, p.648-667, set/dez, 2012.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

NORONHA, E. C. S. F; VOLPATO, T.G. A trajetória profissional e educacional da mulher administradora. **Belo Horizonte**, v.7, n.2, p. 63-76, jul-dez.2006.

OLIVEIRA, A.R.; GAIO, L.E; BONACIM, C.A.G. Relação de gênero e ascensão feminina do ambiente organizacional: um ensaio teórico. **Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 2, n. 1, p. 80-97 jan./abr. 2009.

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, **Empreendedorismo feminino: Anuário das mulheres empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas**. 2014. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/06dff153a520c1bea2d58ffc6aa7580/\\$File/5313.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/06dff153a520c1bea2d58ffc6aa7580/$File/5313.pdf)> Acesso em: 10 de out. 2015.

SILVA, A. A fenomenologia como método de pesquisa em estudos organizacionais. In: SILVA, A.B.; GODOI, C.K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006. p.267-297.

SOUZA, J.D.; et al. O papel exercido pela mulher no comércio do centro de Tubarão. **Rev. de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis – SC, v.2, n.1, p. 99-107, jan. / jun. 2012.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

TEIXEIRA, R.M.; BOMFIM, L.C.S. Empreendedorismo feminino e os desafios encontrados para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 44-64, jan./ abr. 2016.

VALE, G.M.V.; SERAFIM, A.C.F.; TEODOSIO, A.S.S. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? **Revista Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 4, p. 631-649, Aug. 2011.

VENKATARAMAN, S. The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. In: KATZ, J.; BROCKHAUS, R. (eds.), **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth**, Greenwich, CT: JAI Press, 3 ed., p. 119-138, 1997.