

FACULDADE DO LITORAL SUL PAULISTA-FALS

**PABLO MIGUEL DE OLIVEIRA
RAI ANTUNES GOMES**

EMPREENDEDORISMO FEMININO:

**Fatores que Mobilizam as Microempreendedoras de Salão de Beleza no Município
de Praia Grande**

PRAIA GRANDE

2015

PABLO MIGUEL DE OLIVEIRA
RAI ANTUNES GOMES

EMPREENDEDORISMO FEMININO

**Fatores que Mobilizam as Microempreendedoras de Salão de Beleza no
Município de Praia Grande**

Entrega do Trabalho de Conclusão de
Curso para obtenção de grau de bacharel em
Administração de Empresas apresentado a
faculdade do Litoral Sul Paulista.

Professor (a) orientador (a): VERA LÚCIA
CHAVES ALONSO.

PRAIA GRANDE

2015

PABLO MIGUEL DE OLIVEIRA
RAI ANTUNES GOMES

EMPREENDEDORISMO FEMININO

Fatores que Mobilizam Empreendedoras de Salão de Beleza no Município de Praia Grande

Trabalho de Conclusão
de Curso apresentado como
requisito parcial para a obtenção
do título de bacharel em
administração pela FALS -
Faculdade do Litoral Sul Paulista
Orientador: Profª Vera
Lúcia Chaves Alonso.

Praia Grande 02, outubro 2015.

Parecer da banca examinadora TCC: Aprovado	()
Aprovado com louvor	()
Reprovado	()

Assinatura

Assinatura

Assinatura

DEDICATÓRIA

Dedicamos essa monografia aquelas pessoas que sabem que de alguma maneira colaboraram em especial aquelas do convívio mais íntimo, aos futuros leitores que foi a quem foi planejado esse trabalho, aos nossos professores por ter nos mostrado “o caminho das pedras” e a nossa Orientadora que foi nosso alicerce na construção do nosso Trabalho.

AGRADECIMENTOS

Á nossa Orientadora, Vera Lúcia Chaves Alonso, pela ajuda a nos colocar num novo nível de conhecimento, e pela orientação que nos guiou no desenvolvimento deste trabalho.

Ao Professor Mario Bravo, que nos ajudou nessa trajetória.

Á instituição Faculdade do Litoral Sul Paulista-FALS, pela oportunidade de realizar este curso.

Agradecemos em especial a Mariane, sendo parte fundamental para desenvolvimento deste trabalho.

E a todos os que nos auxiliaram de maneira direta ou indireta.

“A **superação** é uma competência que se conquista através de vitórias consecutivas, sendo **super** ou não se deixar vencer mesmo nos momentos mais difíceis, sendo **ação** na hora de tomar decisões estratégicas para atingir o sucesso. Mesmo algumas derrotas podem se converter em vitórias internas se você aprendeu com os erros sendo **super** ao admiti-los e tomando **ações** para não repeti-los” (Luiz Alves).

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	EMPREENDEDORISMO	14
2.1	Empreendedorismo no Brasil	16
2.2	Empreendedorismo Feminino	20
2.3	Empreendedorismo Feminino em Praia Grande	22
3	SEBRAE, MEI E A LEGISLAÇÃO.....	24
4	A EMPREENDEDORA FEMININA	28
4.1	Perfil da Empreendedora.....	28
4.2	Evolução dos Empreendedores por Gênero do Estado São Paulo: 2000 x 2010	31
4.3	Participação (%) do Estado de São Paulo no Total de Empreendedores do Brasil	33
4.4	Empreendedores por Gênero e Setor de Atividade do Estado de São Paulo	34
4.5	Mulheres Empreendedoras por Setor de Atividade no Estado de São Paulo	35
4.6	Distribuição dos Empreendedores e Tipo de Empreendimento do Estado de São Paulo	36
4.7	Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Faixa Etária do Estado de São Paulo	37
4.8	Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Escolaridade do Estado de São Paulo	38
4.9	Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Horas Trabalhadas na Semana do Estado de São Paulo	40
4.10	Fatores Que Levam a Mulher a Empreender	41
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	41
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
	REFERÊNCIAS.....	51

LISTA DE FIGURAS	
	Página
Figura 1 - Grande Participação das Mulheres nas Principais Atividades	27
Figura 2 - Distribuição % das Mulheres Empreendedoras por Unidade da Federação	29
Figura 3 - Evolução do Número de Mulheres Empreendedoras	30
Figura 4 - Evolução dos Empreendedores por Gênero	31
Figura 5 - Participação do Estado de São Paulo no total de Mulheres Empreendedoras no Brasil	32
Figura 6 - Empreendedoras por Gênero e Setor de Atividade	33
Figura 7 - Mulheres Empreendedoras por Setor de Atividade	34
Figura 8 - Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Tipo de Empreendimento	35
Figura 9 - Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Faixa etária	36
Figura 10 - Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Escolaridade	37
Figura 11 - Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Horas Trabalhadas na Semana	38

LISTA DE GRÁFICOS

Nome	Página
Gráfico 1 - Idade das Microempreendedoras Entrevistas	41
Gráfico 2 – Estado Civil das Microempreendedoras Entrevistadas	42
Gráfico 3 – Quantidade de Microempreendedoras Entrevistadas que Possuem Filhos	42
Gráfico 4 – Quantidade de Filhos das Microempreendedoras Entrevistadas	43
Gráfico 5 – Escolaridade das Microempreendedoras Entrevistadas	44
Gráfico 6 – Tempo no Mercado das Microempreendedoras Entrevistadas	45
Gráfico 7 - Microempreendedoras Entrevistadas que Tiveram um Negócio Anterior	45
Gráfico 8 - Microempreendedoras Entrevistadas com Fonte de Renda Única	46
Gráfico 9 - Microempreendedoras Entrevistadas que Utilizam o MEI	46
Gráfico 10 - Microempreendedoras Entrevistadas que Conhecem o SEBRAE	47

SIGLAS E SIGNIFICADOS

COFINS: Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL: Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido

CNPJ: Conselho Nacional de Pessoa Jurídica

CEBRAE: Centro Brasileiro de Assistência a Pequena Empresa

DAS: Documento de Arrecadação Simplificada

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas

IBQP: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

INSS: Instituto Nacional Seguro Social

IPI: Imposto sobre Produto Industrializado

IR: Imposto de Renda

MEI: Microempreendedor Individual

PIS: Programa de Interação Social

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAI: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

TCLE: Termo de Consentimento Livre e Esclarecimento

TEA: Total Entrepreneurial Activity

TEE: Taxa de Empreendedores Estabelecidos

TTE: Taxa Total de Empreendedores

RESUMO

O empreendedorismo feminino é um fator importante para o fortalecimento da economia e para intensificar o espaço da mulher no mercado de trabalho. A área de estética está em constante expansão o que coincide positivamente com o desenvolvimento do município de Praia Grande, local de ocorrência da pesquisa dos fatores que mobilizam as microempreendedoras donas de salão de beleza. A metodologia de caráter quali-quantitativo, possibilitou análise de dados a partir da pesquisa exploratória de revisão bibliográfica e estudo de campo, com aplicação de um questionário de perguntas abertas. Além da vocação e do incentivo familiar, o público alvo é marcado por determinação e persistência, buscando por melhores condições financeiras, para obter mudança de sua realidade, obtendo maior qualidade de vida. As principais barreiras iniciais giram em torno do déficit de conhecimento e da condição financeira inicialmente precária. Portanto se faz primordial estudos nessa área para avanço econômico na cidade, com o incentivo de novas empreendedoras, além de gerar dados estatísticos o que pode refletir em exemplo para outros territórios.

Palavras-Chave: empreendedorismo; microempreendedoras; mobilização; mulher; estética.

ABSTRACT

The female entrepreneurship is an important factor in strengthening the economy and to enhance women's space in the labor market. Aesthetics area is constantly expanding which coincides positively with the development of the municipality of Praia Grande, place of occurrence of the search of the factors that mobilize micro-entrepreneurs owners of the salon. The character of quantitative and qualitative methodology, enabled data analysis from exploratory research literature review and field of study, with application of a questionnaire of open questions. In addition to the vocation and family encouragement, the target audience is marked by determination and persistence, searching for better financial conditions for changing your reality, for better quality of life. The main initial barriers revolve around the lack of knowledge and financial condition initially precarious. Therefore it is paramount studies in this area for economic advancement in the city, with the encouragement of new entrepreneurs, and generate statistical data which may reflect an example for other territories.

Keywords: entrepreneurship; micro-entrepreneurs; mobilization; woman; aesthetics.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma palavra de origem francesa, definida como percepção e exploração de novas oportunidades, no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora (SEBRAE, 2006). Diante disso, observa-se atualmente um importante crescimento em relação a indivíduos que desejam sair de sua zona de conforto e aventurar-se em meio a inovação, diversas vezes somente com seu espírito empreendedor e algum dinheiro.

A estética é um ramo notável onde se pode empreender, pois, com o passar do tempo não perdeu mercado, visto que está sempre se renovando, possibilitando aberturas de empreendimentos como os salões de beleza por mulheres que procuram mudar a sua realidade e obter uma melhor qualidade de vida.

A mulher, gênero que é ressaltado por seu precedente histórico de batalhas incansáveis a favor da igualdade social e de empregabilidade, tem o fenômeno empreendedorismo como uma das ferramentas para se assentar no mercado de trabalho, buscando sua sustentabilidade, equilíbrio e realização.

O empreendedorismo pode derivar muitas oportunidades, benefícios e barreiras, que grande parte das mulheres empreendedoras poderão ser submetidas com o andamento de suas trajetórias como donas de Salão de Beleza.

O crescimento populacional, a crise, o movimento contra a inércia de um emprego CLT caracterizado no nosso século atual, participam do significativo aumento da inserção dessas mulheres no ramo do empreendedorismo, assim como alguns sistemas que podem ter facilitado este avanço do mercado, como os incentivos do governo que utiliza programas incentivadores do Micro empreendedorismo, unificando as taxas e criando um imposto fixo e leve.

O município de Praia Grande, local base para realização da pesquisa, foi Emancipada em 1967, onde desde então houve importante desenvolvimento econômico.

O estudo objetiva em geral identificar os fatores que impulsionam as mulheres ao empreendedorismo, no segmento da beleza, assim como suas características e abordagem das barreiras iniciais.

A metodologia aplicada é de caráter quali-quantitativo, através de uma pesquisa exploratória com revisão bibliográfica e estudo de campo. A obtenção de informações foi possível a partir da leitura e análise de artigos científicos, livros e dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), visto que é a principal entidade sem fins lucrativos de incentivo aos micros e pequenos empresários. Ademais aplicou-se um questionário de perguntas abertas em microempreendedoras donas de salão de beleza no município de Praia Grande.

Diante da compreensão do que leva a realização do empreendimento, do incentivo de tal evento, além do reconhecimento das dificuldades incipientes, se é possível proporcionar ações para ao menos minimizar os empecilhos, gerando crescimento econômico de um local, contemplando impactos biopsicossociais na sociedade.

2 EMPREENDEDORISMO

Criar no mundo de hoje é algo essencial ao empreendedorismo é necessário que haja a vontade de empreender ou seja criar. (Cristiane *et al.* p 2), para assentar-se como empreendedor primeiramente deve-se criar um eu empreendedor, cursado de vontade e determinação na hora de investir em criação.

Outro ponto da literatura voltada ao empreendedorismo é o de Gartener (1998) que ressaltou que empreendedor é aquele que funda uma empresa, só há empreendedorismo no ato de criar ou seja agir. Só se cria algo mediante a atitudes mesmo que sejam estas partidas de um sonho.

Drucker (2009 p. 37) diz “O empreendedor por definição, transfere recursos de áreas de baixo produtividade e rendimento para áreas de produtividade e rendimento mais elevados. ”

De acordo com (Nascimento *et. Al* Apud Dolabela 1999, p. 43), Empreendedorismo o que se chama de neologismo e que se deriva através da livre tradução da palavra “entrepreneurship” e é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. A palavra empreendedor de emprego amplo é utilizada neste livro para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como Marketing, produção, organizações, etc.

Há o empreendedor nato, ou seja, aquele indivíduo que nasce com características empreendedoras, sem ao menos passar por técnicas de desenvolvimento de empreendedorismo ao longo da vida. Já de acordo com Chiavenato ser empreendedor é resultado de intensa dedicação e desenvolvimento, força de vontade e determinação, o empreendedorismo é a área das oportunidades, das ações do envolvimento completo na sua ideia, no seu projeto. Visto isso podemos visualizar que não se há ganhos sem luta.

Empreendedorismo se constitui em um envolvimento de pessoas que transformam ideias em oportunidades, assumem riscos, focam em algo em que ninguém acredita e em maioria criam negócios que poderão obter louvável sucesso. Para ser um empreendedor de sucesso deve se ter a percepção de que a maior parte do resultado é

fruto de muito trabalho e responsabilidade, sempre persistindo em algo que possa dar certo, mesmo que hajam opiniões alheias contrárias.

O empreendedorismo é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais (Schumpeter, 1949, apud Dornelas, 2008, p. 22).

Empreendedorismo é a base fundamental de toda descoberta e, de grande parte dos acontecimentos de relevância, é agir a fundo de qualquer hipótese é realizar-se como idealizador, entretanto acima de tudo como o que age, colocar em prática todas as teorias e descobrir, é que sair de sua zona de conforto. (CHIAVANATO, 2010, p. 288). Ainda aqui ressalta a parte do agir e criar do empreendedor.

(Schumpeter, 1997 Apud Dornelas, 2008, p.22), o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes; ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas, indo além inovando dentro de um ambiente de negócios altamente denso aonde a concentração de um serviço é ainda superior à sua demanda.

O termo empreendedorismo, na visão de Gimenez et al. (2000, p. 10), é “o estudo da criação e da administração de negócios novos, pequenos e familiares, e das características e problemas especiais dos empreendedores.”. Esse refere-se ao empreendedorismo como um fenômeno de a busca de oportunidades para abrir um negócio próprio e o controle efetivo de recursos tangíveis.

(Schumpeter, 1997 apud Souza e Guimarães, 2009, p. 9) refere-se à essência do empreendedorismo como sendo a percepção e a exploração de novas oportunidades, no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora. A partir dessa concepção empreendedorismo e inovação tem uma relação de maneiras interligadas, onde os indivíduos são capazes de detectar uma oportunidade de negócios, de criar empresas dispostos a correr riscos.

Empreendedorismo é um conceito relativamente novo no âmbito das ciências sociais e tem como conceito basicamente assumir riscos e realizar algo novo, não se resume apenas em criar novas empresas, mas sim realizar algo por atitude, ante seu

significado podemos ver sua origem que é oriunda da França, que quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo (HISRISH, 1986).

Mesmo em seu âmbito semântico a palavra ainda tem força de criação e desenvolvimento, segundo o Dicionário Michaelis tem como definição de empreender como: tentar realizar algo fora do comum difícil, criar algo, colocar em prática, realizar.

Um primeiro exemplo de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje conhecido mais como capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais. (Dornelas, 2008, p.14).

Dando ênfase a este conceito podemos dizer que de modo geral que empreender resume-se em criar, e assim assumir o risco por sua criação, por sua relutância a inércia do mercado e condição atual do mundo em que se encontra relação ao novo.

Todavia empreendedorismo ainda é uma área de estudo muito recente comparando-a com demais áreas, assim demanda-se muita exploração.

2.1 Empreendedorismo no Brasil

O Brasil está entre os países que mais cobram impostos no mundo, todavia, ocorre drasticamente dificuldades na abertura e manutenção de uma empresa. Essa burocracia é um grande elemento obstrutor do desenvolvimento empresarial, quando aplicado em larga escala. Além disso, para trabalhar de forma visível, e de maneira legal se despende muito recursos, o que ocasiona, muitas vezes a evasão do controle fiscal e débitos tributários. Para permanecerem vivas no mercado as organizações devem estar procurando sempre inovar e reinventar para competir com o mundo dos negócios. Afinal, abrir uma empresa no Brasil é árduo, e ser um empreendedor não é diferente.

Todavia apesar das dificuldades a taxa de crescimento do povo brasileiro em relação ao empreendedorismo vem aumentando nos últimos anos, e por esse motivo o país vem tentando criar um ecossistema empreendedor com o objetivo de facilitar e incentivar as pessoas a empreenderem, esse conjunto de fatores levam as pessoas

qualificadas a criar negócios duradouros, onde os melhores e mais inovadores sobrevivam e prosperem.

No Brasil de hoje, esse ecossistema já é visível, ainda que alguns dos seus elos sejam frágeis. Temos um mercado respeitável, um capital humano em evolução (apesar das enormes deficiências de nosso sistema educacional), um sistema de crédito que avança e um crescente reconhecimento do papel fundamental no empreendedor na busca pelo desenvolvimento (REVISTA EXAME, 2012 p.11).

Com essa possibilidade será que o Brasil está apto e preparado para criação do vale do silício? Mas o que seria o vale do silício? Pois bem, cada ano que passa o conhecimento, torna-se cada vez mais valorizados na sociedade, onde a tecnologia avançada é um grande fator de desenvolvimento e de novas descobertas. Vale ressaltar que o vale do silício é um conjunto de empresas composta por uma alta margem de conhecimento tecnológico e técnico, onde as organizações competem umas com as outras com um extremo leque de conhecimentos e um avançado sistema de informações a todo o momento.

Aqui no Brasil, por exemplo, algumas cidades como Campinas e Recife veem se destacando pelo foco em inovação e tecnologia nos últimos anos, pois são responsáveis por um conjunto de centros tecnológicos que são considerados como o vale do silício brasileiro, mas ainda é muito pouco comparando com as cidades americanas, pois as burocracias nas aberturas de novas empresas como citado anteriormente é um grande problema de cunho econômico.

A partir de um ponto de vista otimista se vê, empreender hoje no Brasil uma realidade para muitos brasileiros, diversos veículos de comunicações mostram a força que o país vem conquistando no mundo dos negócios. Assim como ressalta uma revista de grande prestígio.

Nos últimos 10 anos, abrir uma empresa se tornou uma realidade para milhões de brasileiros, entre 2000 e 2010, o total de empresas existentes no Brasil aumentou 2 milhões obtendo um crescimento de 47%. Caso mantenha esse ritmo, o Brasil terá 41 empresas para cada grupo de 1000 habitantes em 2020. O Brasil ocupa a 3º posição dos países quem mais abrem empresas por ano, perdendo apenas para os Estados Unidos e Reino Unido. (REVISTA EXAME, 2012, p. 40).

Apesar de todos os obstáculos a livre iniciativa, o Brasil vive um período inédito do empreendedorismo em termos de crescimento, e por esse motivo vem se destacando como um dos países que mais abrem empresas do mundo. (REVISTA EXAME, 2012, p. 38).

Segundo Fillion (2000, p. 33). “A cultura do Brasil é a do empreendedor espontâneo. Este só precisa de estímulo, como uma flor precisa do sol e de um pouco de água para brotar na primavera. O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo, ainda, relativamente pouco explorado o potencial empreendedor dos brasileiros. Acredita-se que o Brasil é atualmente um dos países onde poderia haver grande explosão empreendedora.”

Segundo Dornelas (2008, p. 11) “Pode se dizer que o Brasil entra neste novo milênio com todo o potencial para desenvolver um dos maiores programas de empreendedorismo de todo o mundo, comparável apenas aos Estados Unidos, onde mais de 2.000 escolas ensinam empreendedorismo”.

Nossa nação é um país em que mais uma vez se comprova o equilíbrio entre gêneros, ao menos no que se refere ao empreendedorismo. Poucas diferenças se observam na proporção da participação de mulheres e homens na atividade empreendedora nacional, em 2009. Mais uma vez, as mulheres se sobrepõem numericamente aos homens: dos empreendedores brasileiros, 53% são mulheres e 47% homens. (SEBRAE, 2009)

Última pesquisa realiza pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) juntamente com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) destaca o crescimento do Brasil em relação ao empreendedorismo, desde o ano 2.000 essa pesquisa vem sendo realizada periodicamente. Segundo a GEM, “esse projeto tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico do país, entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. É importante destacar que o foco principal é o indivíduo empreendedor, mais do que o empreendimento em si.”

O GEM foca os dizeres que realçam o real potencial do empreendedorismo, as pessoas nele envolvidos.

Última pesquisa realizada em 2014 de maneira quantitativa foram entrevistados 10.000 indivíduos da população de 18 a 64 anos envolvidos com o empreendedorismo residentes nas cinco regiões brasileira, para cada região foram ouvidas 2.000 pessoas. De acordo com a pesquisa, o Brasil possui cerca de 45 milhões de empreendedores, representando 34,5% da população em relação à Taxa Total de Empreendedores-TTE (iniciais e estabelecidos) em 2014. Esses números veem mostrando que o empreendedorismo está em constante crescimento desde 2011 (26,9%) e superou também 2013 (32,3%).

O empreendedorismo atual no Brasil destaca-se pela nova abordagem adotada pelo governo a de incentivo pela ação empreendedora, auxiliando a regularizar o empreendedor como microempreendedor, tais comerciantes como donos de lojas em subúrbios, fornecedores de serviço e até carrinhos de comida, antes não tinha como se regularizar devido aos grandes e massivos impostos cobrados sobre aquele que quisesse abrir qualquer tipo de negócio.

Com a implementação do MEI (Microempreendedor Individual) adequam-se a ele aqueles que tem uma faixa de renda determinada, tendo em vista este fato que é de grande importância para o empreendedorismo. No Brasil e nos seus Estados esse crescimento não é só fator econômico, mas também um marco para a sociedade já que possibilita que uma variedade de pessoas que antes enfraquecida pelos processos e pressão de um sistema tributário fiscal muito duro, entre essas pessoas as empreendedoras se mostram em força e esse fato observa-se ao tomar conta de que 460.000 mulheres tomaram o rumo de sua vida originando sua renda de seu próprio comércio. (Carnet, 2015 apud Serasa Experian, 2015).

Na metodologia de pesquisa apresentada pela GEM, os empreendedores são classificados como iniciais (nascentes e novos) e estabelecidos, onde os empreendedores nascentes possuem um negócio, porém ainda não se pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses. Já os empreendedores novos são aqueles que já administram e são donos de um negócio, que pagou salários e gerou pró-labores ou qualquer outra forma de

remuneração. Por fim, veem os empreendedores estabelecidos que são donos de negócios já consolidados, onde se pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 43 meses. A taxa de empreendedorismo iniciais (TEA) em 2014 foi de 17,2%, ou seja, grande parte desse percentual é a forte influência da taxa de empreendedores novos (13,8%) que vem apresentando crescimento constante desde 2012. Mas em relação aos empreendedores nascentes a taxa de é muito baixa, apenas 3,7% em 2014, mas infelizmente esse número sofreu uma redução, pois em 2013 apresentava 5,1%. A taxa de empreendedores estabelecidos (TEE) teve um crescimento muito significativo em 2014 com 17,5%, ou seja, comparando-se com 2013, ouve um aumento de 2,1 pontos percentuais. Esses números veem complementando ainda mais para a Taxa Total de Empreendedores no Brasil. Mas por outro lado, os números não estão muito positivos em relação aos órgãos de apoio, de acordo com a pesquisa onde procurou saber o percentual dos empreendedores que buscam apoio a algum órgão específico como SENAI, SENAC é o próprio SEBRAE. Segundo a GEM 86,6% dos empreendedores identificados em 2014 não procurou auxílio de órgãos de apoio. Pois as principais causas é a falta de conhecimentos e também a falta de tempo para procurar um desses órgãos.

2.2 Empreendedorismo Feminino

A visão do empreendedorismo feminino possui relatos em obra de Rossini, onde a mulher se vê de encontro com as barreiras da sociedade e se sobrepõe sobre elas, o que gera a oportunidade de desenvolvimento como dona de seu negócio.

(Souza e Guimarães, p.93 2006 **Apud** Rossini, 2002) “A participação crescente de mulheres brasileiras no mercado de trabalho é uma das mudanças sociais mais notáveis do país desde os anos 60. Padrões e valores relacionados ao papel social da mulher tem passado por mudanças, ou seja, reformulação de conceitos e atribuições tradicionalmente instituídos pela sociedade. O trabalho feminino permite que a mulher possa alcançar sua independência econômica. ”

Com a crescente evolução da sociedade em preceitos éticos e morais alguns preconceitos e tabus são progressivamente eliminados, sendo um deles ter a mulher aceita na sociedade como parte integral de seu estado e como fonte de capital, que

possibilitou o aumento da massa trabalhadora no mercado, isso acarreta crescimento em diversos segmentos. No que se diz a área de empreendedorismo as mulheres que são empreiteiras de seu sucesso se realizam de forma cada vez mais ousada chegando a bater o percentual masculino em algumas regiões. Em 2010 o empreendedorismo feminino no Brasil chegou a bater 50%, segundo o “IBGE, 2011” esse é um dado considerado chave para ampliar nossa visão sobre o que é plausível de atenção, um gênero antes discriminado sobe quantitativamente e progressivamente em estatística. O empreendedorismo feminino vem sendo objeto de vários estudos. Dada a natureza da evolução do papel da mulher na sociedade contemporânea e as peculiaridades associadas à condição feminina, várias questões importantes afloram para investigação. Uma delas, de interesse particular do presente trabalho, diz respeito à influência da imersão e das redes sociais femininas no processo empreendedor.

(Souza, 1998, p. 121) considera a mulher empreendedora como aquela “que tem a capacidade de descobrir e avaliar oportunidades nos negócios, de reunir os recursos necessários para aproveitá-los e de trabalhar de forma apropriada para conseguir o êxito.”

Nas dimensões de interesse do presente trabalho, as proposições teóricas fundamentais originaram-se com as reflexões de Granovetter (1973) sobre a força dos laços fracos e, posteriormente, sobre o fenômeno da imersão (1985, 2007). Segundo Pires (2013) as características da mulher empreendedora são:

- 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.

2.3 Empreendedorismo Feminino em Praia Grande

O Empreendedorismo é um fator global de desenvolvimento, porém como toda ciência é abrangente e necessita de um estudo mais específico para focalizar e entender parte a parte de seu todo. Praia Grande é uma cidade jovem em constante desenvolvimento, na última pesquisa a cidade possuía 262.501 habitantes de acordo com o censo demográfico de 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). O município da região metropolitana da baixada santista vem provando que realmente é uma cidade do futuro em termos de crescimento econômico, contendo uma vasta faixa litorânea o que aumenta exorbitantemente seu fator turístico, fazendo com que seja bem vista aos advindo de fora, onde sua ampla orla pode ser o fator de crescimento relevante ao empreendedorismo.

Apesar de ser uma cidade turística, Praia Grande nos últimos anos teve um aumento relevante de sua população, na estimativa do IBGE no ano de 2014 apontavam aproximadamente 293.695 habitantes, onde, vale destacar o aumento da população que de alguma forma contribui para o crescimento do empreendedorismo na região. No litoral de São Paulo atualmente é a 4ª cidade com maior número de habitantes, mesmo tendo menos habitantes, ainda é o município que tem o maior número de formalizações como o MEI, e mês a mês este número cresce.

Diversos meios de comunicações relatam que na região litorânea paulista a Praia Grande é um dos municípios que mais se desenvolve economicamente e por isso motivo lidera as estatísticas em relação ao número de Microempreendedor Individual (MEI 2015). Segundo dados do Sebrae/SP, Praia Grande conta com aproximadamente 11.767 empreendedores cadastrados no MEI, desse total 52,45% são empresas comandadas por mulheres, ou seja, são aproximadamente 6.172 empreendedoras com negócio próprio na cidade. O setor de atividade que mais cresce na cidade é o de serviço, onde

nesse tipo específico de segmento o grande destaque de acordo com o Sebrae e o crescimento de pequenas empresas no ramo de estéticas e tratamentos de beleza cadastradas no MEI. Segundo informações disponibilizadas no site do Portal do Empreendedor a Praia Grande conta com aproximadamente 1071 estabelecimentos no ramo de atividade de cabeleireiro (a), manicure e pedicure, onde vale frisar que desse total de empreendimentos 848 são comandadas por mulheres, ou seja, 79,17%. Através das informações apuradas e apresentadas pelo portal, nesse mesmo tipo de serviço, outras atividades como tratamento de beleza, depilação e maquiagem também vem se destacando em nossa cidade. E as mulheres novamente mostram sua força nesse ramo de atividade, na qual, aproximadamente 288 microempresas abertas nesse tipo de segmento, onde 279 estabelecimentos são administrados especificamente por mulheres, isto é, 96,87%.

Analizamos o crescimento do empreendedorismo feminino na área de salões de beleza e similares, diante disso podemos observar que essas mulheres são empreendedoras que visam transformar a sua realidade, garantindo na maioria das vezes o sustento de suas famílias, e grande parte possuem duplas jornadas, na qual tentam conciliar os afazeres domésticos com sua vida profissional, e administrando ao máximo seu tempo para ter assegurado o sucesso e o crescimento no seu modo de empreender.

No entanto, não podemos nos esquecer das barreiras que muitas dessas mulheres enfrentam, por não ter uma visão ampla de administração do seu negócio o que às vezes dificulta seu jeito de administrar, tornando essa jornada exclusiva ainda mais corrida e cheia de desafios.

3 SEBRAE, MEI E A LEGISLAÇÃO

A legislação sob A LEI No 8.029, DE 12 DE ABRIL DE 1990. É o primeiro passo sobre a retirada do Sebrae do poder governamental e passando assim o Decreto sancionado pela casa civil, aonde dispõe sobre medidas de transformações, extinção e dissolução de entidades de poder nacional. Que foi sancionada pelo Presidente da República “Fernando Collor”.

“Art. 8º É o Poder Executivo autorizado a desvincular, da Administração Pública Federal, o Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa - CEBRAE, mediante sua transformação em serviço social autônomo. ”

Segundo este artigo é do Poder executivo a autoridade para desvincular o poder federal sobre a entidade “CEBRAE”, trazendo assim o como serviço social autônomo.

“§ 1º Os Programas de Apoio às Empresas de Pequeno Porte que forem custeados com recursos da União passam a ser coordenados e supervisionados pela Secretaria Nacional de Economia, Fazenda e Planejamento. ”

A partir do que foi instituído no parágrafo 1º os programas que obtiverem ajuda de custo da união serão estes coordenados pela secretaria Nacional de Economia, Fazenda e Planejamento.

§ 2º Os Programas a que se refere o parágrafo anterior serão executados, nos termos da legislação em vigor, pelo Sistema CEBRAE/CEAGS, através da celebração de convênios e contratos, até que se conclua o processo de autonomização do CEBRAE.

Pode se ver no parágrafo 2º do Artigo 8º da Lei 8.029 de abril de 1990, que até que se desvincule os recursos da União utilizados em programas ainda serão parte da administração do poder nacional.

A instituição antes denominada “CEBRAE” Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa passa a ser desvinculada da Administração pública federal onde passa

a denominar-se Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Como discriminado no Artigo 1º do DECRETO No 99.570, DE 9 DE OUTUBRO DE 1990.

Terá como parte do seu conselho deliberativo 13 entidades que tomaram o controle das atividades realizadas nas entidades federativas denominadas “SEBRAE”.

Grande parte do trabalho antes para regularizar-se perante o Estado pode ser resolvido com implementação de medidas políticas e sociais como o “MEI”, a utilização de medidas como essas, influenciaram também a mulher ficar em acordo com a lei, tornando-a uma cidadã com todos os seus direitos de trabalhadora garantido, além de ser classificada como uma microempreendedora.

Criado em 19 de dezembro de 2008, através da lei complementar nº128, o MEI tem como principal objetivo incentivar o trabalhador a ter seu próprio negócio de uma forma legal. Pois o empreendedor individual é aquela pessoa que trabalha por conta própria para se tornar um microempresário.

Para ter um cadastro no MEI a empresa deverá faturar até R\$ 5.000,00 mensalmente ou até 60.000,00 anualmente, o que facilita no caso da abertura de um novo negócio, porém a empreendedora, não deve ter participação em outras empresas. Cada MEI pode ter até 1 funcionário, isso no caso do salão de beleza, por exemplo, não é um empecilho, pois, geralmente a própria dona do estabelecimento quem realiza os serviços.

O MEI oferece muitas vantagens ao trabalhador individual, e uma delas é o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), assim facilitará em uma eventual abertura de conta bancária, pedido de empréstimo e a emissão de notas fiscais, tornando assim a empreitada da mulher no empreendedorismo mais facilitada já que a falta de condições financeiras é a parte mais realçada na pesquisa. O benéfico ao adquirir o MEI, é a entrada do trabalhador no Simples Nacional onde ficaria isento de impostos e tributos federais como Imposto de Renda, PIS (Programa de Interação Social), COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social), IPI (Imposto Sobre Produtos Industrializados) e CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido).

O Microempreendedor Individual tem como despesas de forma legal apenas o pagamento mensal de R\$39,40 do INSS (Instituto Nacional Seguro Social). Esse valor será acrescido R\$ 1,00 se caso for comércio e indústria (R\$ 40,40) e R\$5,00 para

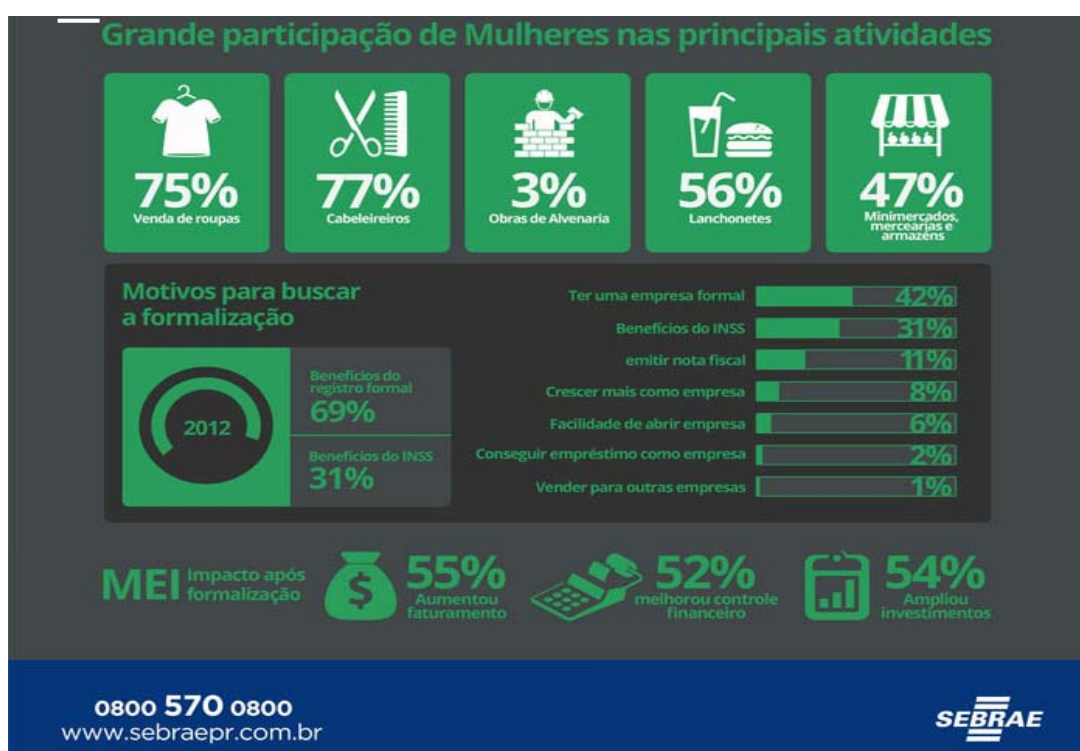
prestadores de serviços (R\$ 44,40). Esses valores serão atualizados de acordo com o salário mínimo.

O carnê a ser pago mensalmente pelo empreendedor individual chama-se Documento de Arrecadação Simplificada (DAS), esse boleto é muito simples de ser emitido, pois qualquer pessoa com acesso à internet consegue tirá-lo pelo aplicativo PGMEI (Programa Gerador do Documento de Arrecadação do Simples Nacional para o Microempreendedor Individual) que está no site do Portal do Simples Nacional, basta acessar o site do Portal do Empreendedor, clicar na opção MEI-Microempreendedor Individual, carnê MEI-DAS, em seguida e só inserir o número do CNPJ e escolher qual mês para fazer o pagamento. O trabalhador tem a opção de imprimir o boleto mensalmente, ou se quiser pode imprimir todos os meses durante o ano de uma só vez.

Vale ressaltar que o Microempreendedor Individual (MEI) também tem direito a outros benefícios pessoais como auxílio-maternidade, auxílio-doença, aposentadoria entre outros. As principais características de uma pessoa que tem cadastro no MEI são homens e mulheres jovens, geralmente grande parte dos empreendedores tem entre 25 e 39 anos. Possui curso técnico e superior.

O Sudeste é a região onde se concentra o maior número de empreendedores no Brasil. Muitos microempreendedores individuais abrem seu negócio porque não possuem uma grande fonte de renda e por isso de alguma forma entram no MEI para conseguir um CNPJ para trabalhar de forma legal e com isso expandir seu negócio. A maioria das pessoas trabalha em seu próprio domicílio, onde os principais setores de atuação são serviços e comércio.

Figura 1 – Grande participação das mulheres nas principais atividades



Fonte: SEBRAE, 2015.

Como mostra a imagem acima, o grande destaque do MEI é a participação das mulheres nas principais atividades, de acordo com o resultado a mulher empreendedora vem ganhando força e conquistado seu espaço no mercado de trabalho. Segundo o Sebrae, 77% são cabeleireiras, 75% trabalham com venda de roupas, 56% são donas de lanchonetes, 47% estão à frente de minimercados e 3% trabalham com obras de alvenaria.

4 A EMPREENDEDORA FEMININA

Algumas polêmicas são discutidas em relação a realização como profissional e busca por salários. Muitas mulheres saem do comodismo de suas profissões de salários fixos para adentrar no empreendedorismo, para ficarem próximas a sua família.

(Portal brasil, 2015). Esta questão trabalho e família é algo de relevância primordial visto que a mulher detém o seu instinto materno e é vista como a protetora do lar, mesmo que isto mude com o tempo ainda é tido como fator intrínseco.

Ser um empreendedor é uma forma estratégica de contribuir para o crescimento econômico e de se obter sucesso no mercado. É a visão que todo empresário deve ter, e que muitos ainda não possuem ao empreendedor o seu negócio. (VEIGA, 2006). Ainda de acordo com Dolabela o perfil empreendedor é adaptado conforme a sua localidade, região e condições, e este perfil muda conforme as condições.

4.1 Perfil da Empreendedora

Dolabela (2006 p.22 p.23) cita inúmeras características de um empreendedor, algumas delas ressaltam o público feminino. É de clara percepção a dedicação da mulher ao que se diz ao porte de conhecimento, destacando as mulheres que outrora não podiam ao menos trabalhar hoje se destacam em seu conhecimento assim afirma (André, 2012, p.3.) “O tempo médio de estudo das mulheres já é superior ao dos homens. ”

(Drucker, 2008 p.149) A inovação baseada no conhecimento é a “superestrela” do espírito empreendedor. Ela ganha a publicidade. Ela ganha o dinheiro. Ela é o que as pessoas normalmente querem dizer quando falam sobre inovação.

Logo, segundo (Drucker, 2008) o perfil da mulher vem se aproximando do espírito empreendedor, almejando o conhecimento como fonte de crescimento e de manancial para inovação. O que a tornará uma empreendedora com mais possibilidades.

O SEBRAE realizou uma pesquisa no estado de São Paulo em março de 2013 para conhecer quantas são as mulheres empreendedoras, o perfil dessas mulheres, quanto ao setor de atividade, escolaridade, faixa etária, rendimento e horas trabalhadas. O objetivo principal era identificar as necessidades das empreendedoras paulistas além de apresentar um pouco do perfil das mulheres em relação ao empreendedorismo.

O estilo de pesquisa adotada pelo Sebrae/SP foi de acordo com os dados do Censo Demográfico de 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). Os dados apontaram os seguintes resultados sobre a distribuição das mulheres empreendedoras no Brasil:

Figura 2 - Distribuição % das Mulheres empreendedoras por unidade da federação

Unidade da Federação	Número de empreendedoras	% de Empreendedoras
São Paulo	1.434.316	20,9%
Minas Gerais	647.530	9,4%
Rio de Janeiro	573.043	8,4%
Rio Grande do Sul	547.783	8,0%
Bahia	471.920	6,9%
Paraná	445.005	6,5%
Santa Catarina	308.803	4,5%
Pernambuco	288.146	4,2%
Pará	280.497	4,1%
Ceará	268.291	3,9%
Goiás	237.042	3,5%
Maranhão	215.278	3,1%
Espírito Santo	143.734	2,1%
Amazonas	113.989	1,7%
Paraíba	106.971	1,6%
Mato Grosso	103.737	1,5%
Piauí	96.736	1,4%
Mato Grosso do Sul	90.764	1,3%
Distrito Federal	88.321	1,3%
Rio Grande do Norte	87.088	1,3%
Alagoas	81.717	1,2%
Sergipe	75.563	1,1%
Rondônia	57.705	0,8%
Tocantins	38.498	0,6%
Amapá	20.231	0,3%
Acre	18.361	0,3%
Roraima	11.952	0,2%
Brasil	6.853.021	100,0%

**Distribuição (%)
das mulheres
empreendedoras**
Por Unidade da
Federação



Fonte: Elaborado pelo Sebrae-SP a partir de IBGE. Censo Demográfico 2010.

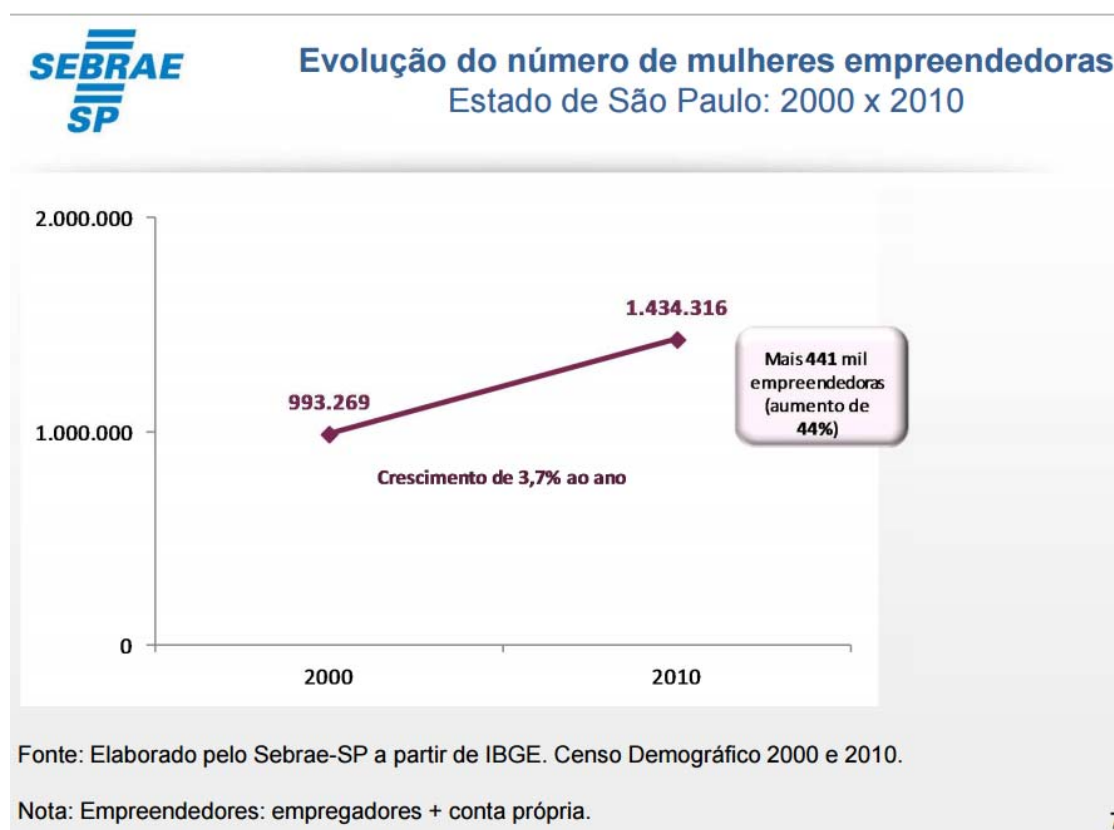
Nota: O Empreendedor é definido como a soma do Empregador com o Conta própria.

Fonte: Sebrae, 2010.

Em relação a esse ranking percebe-se que no estado de São Paulo se concentra o maior número de empreendedoras e por isso motivo lidera essa pesquisa com 1.434.316 mulheres a frente de empresas. Esses números provam que nosso estado

realmente é o centro do mundo dos negócios, pois 20,9% das empreendedoras com negócio próprio no Brasil está localizado na maior metrópole da América Latina. Com mais de 450 anos de história a capital de maior economia do país e também a mais populosa mostra que quando o assunto é empreendedorismo feminino a diferença para a segunda colocada no ranking que é Minas Gerais é praticamente o dobro, ou seja, as mineiras estão representadas por um percentual de 9,4% empreendedoras no Brasil, respectivamente com um total de 674.530 mulheres com negócio próprio. Já na terceira posição aparece o Rio de Janeiro com 573.043 mulheres, representando 8,4%. O estado brasileiro com o pior índice, ocupando a última posição nessa pesquisa é Roraima que conta com 11.952 empreendedoras individuais, apenas 0,2%.

Figura 3 - Evolução do número de mulheres empreendedoras

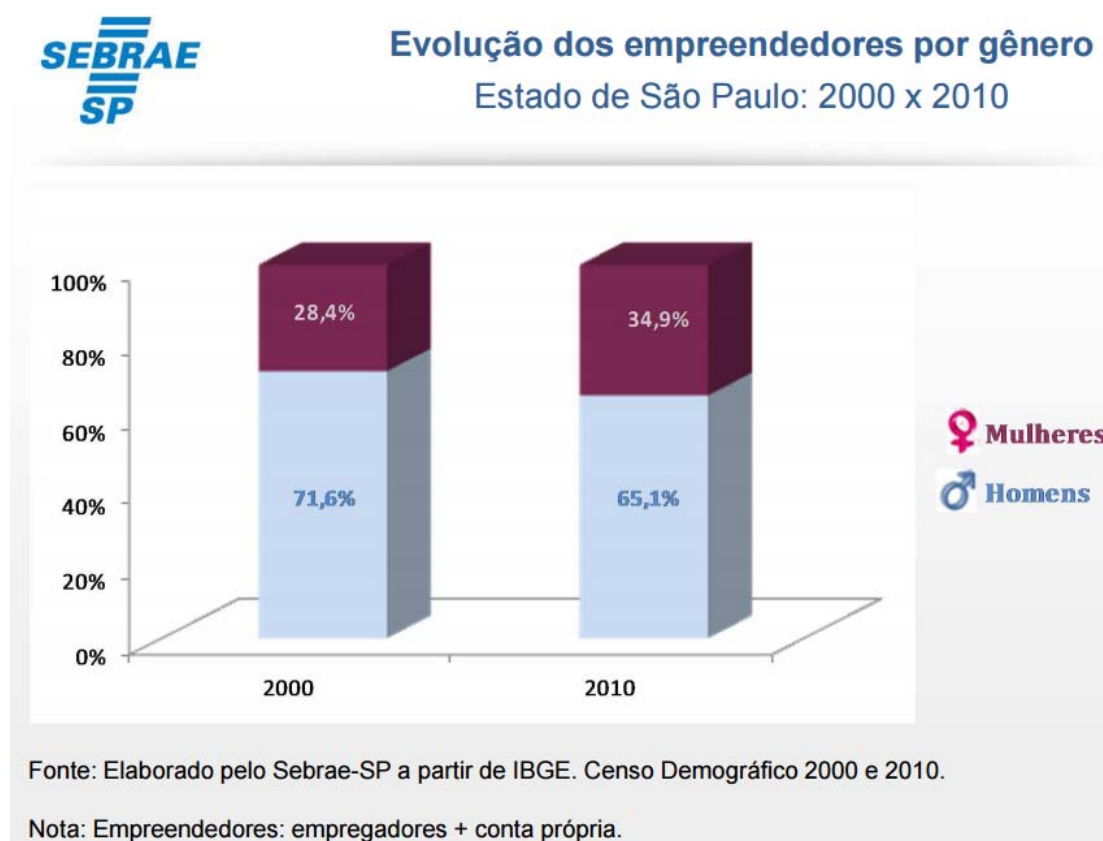


Fonte: Sebrae, 2010.

Percebe-se que nesse gráfico o número de mulheres empreendedoras era de 993.269 no ano 2000. Dez anos depois exatamente no ano de 2010 os números são outros, a pesquisa mostra que São Paulo tem 1.434.316 mulheres que são donas de negócio próprio, ou seja, mais de 441.000 empreendedoras a mais em relação a 2000, um aumento de 44% durante a década e 3,7% ao ano.

4.2 Evolução dos Empreendedores por Gênero do Estado São Paulo: 2000 x 2010

Figura 4 - Evolução dos empreendedores por gênero



Fonte: Sebrae, 2010.

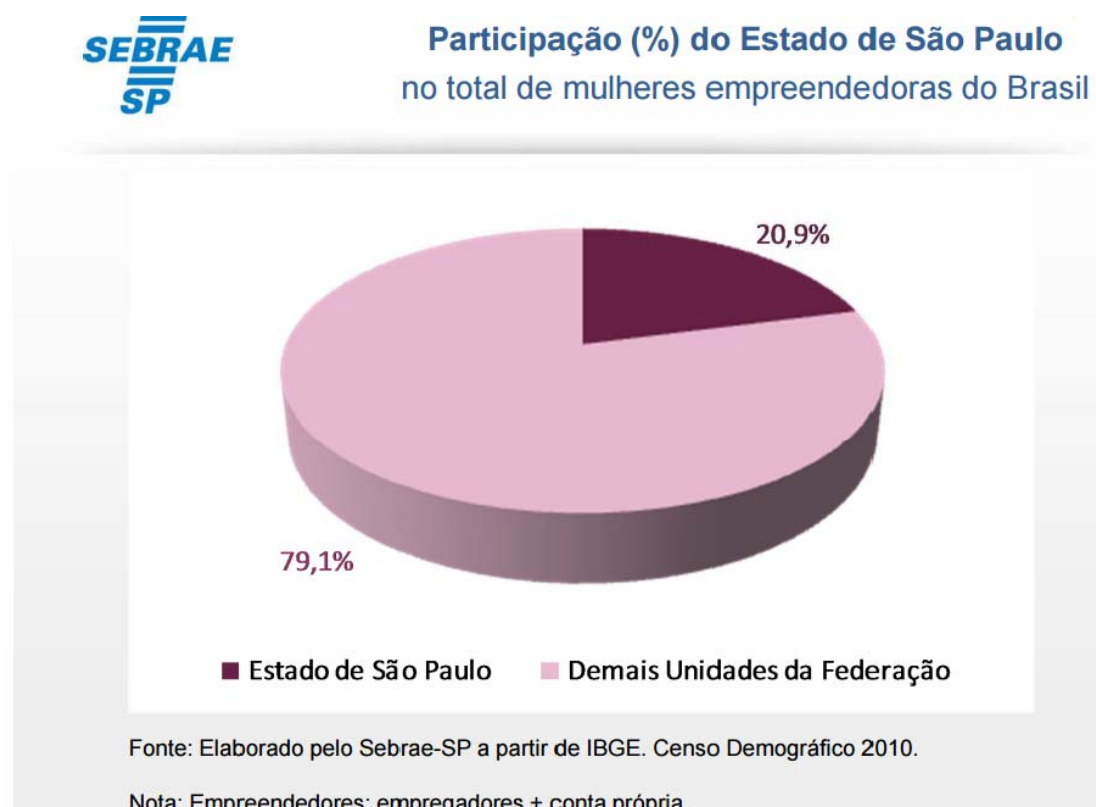
Em relação ao empreendedorismo se colocam dados relativamente paralelos, entretanto, as mulheres nos últimos anos vêm se destacando e crescendo muito no

mercado de trabalho, pois através do empreendedorismo elas encontraram uma maneira de ser independente e conquistar seus objetivos pessoais.

Em uma outra pesquisa realizada pelo Sebrae/SP a partir do censo demográfico 2010, no estado de São Paulo foram apurados os seguintes resultados sobre a diferença entre a força masculina e a força feminina em relação ao empreendedorismo: o gráfico mostra que em 2000 71,6% dos homens são donos de empresas, enquanto que as mulheres eram apenas 28,4%. Mas em 2010 os números são outros, a pesquisa aponta um aumento da participação das mulheres no mundo dos negócios, a mulher empreendedora teve um crescimento durante esse período e passou a obter um percentual de 34,9%, já os homens de uma caída e os números mostram que 65,11% dos homens tem um negócio próprio em São Paulo.

4.3 Participação (%) do Estado de São Paulo no Total de Empreendedores do Brasil

Figura 5 - Participação do Estado de São Paulo no total de mulheres empreendedoras no Brasil

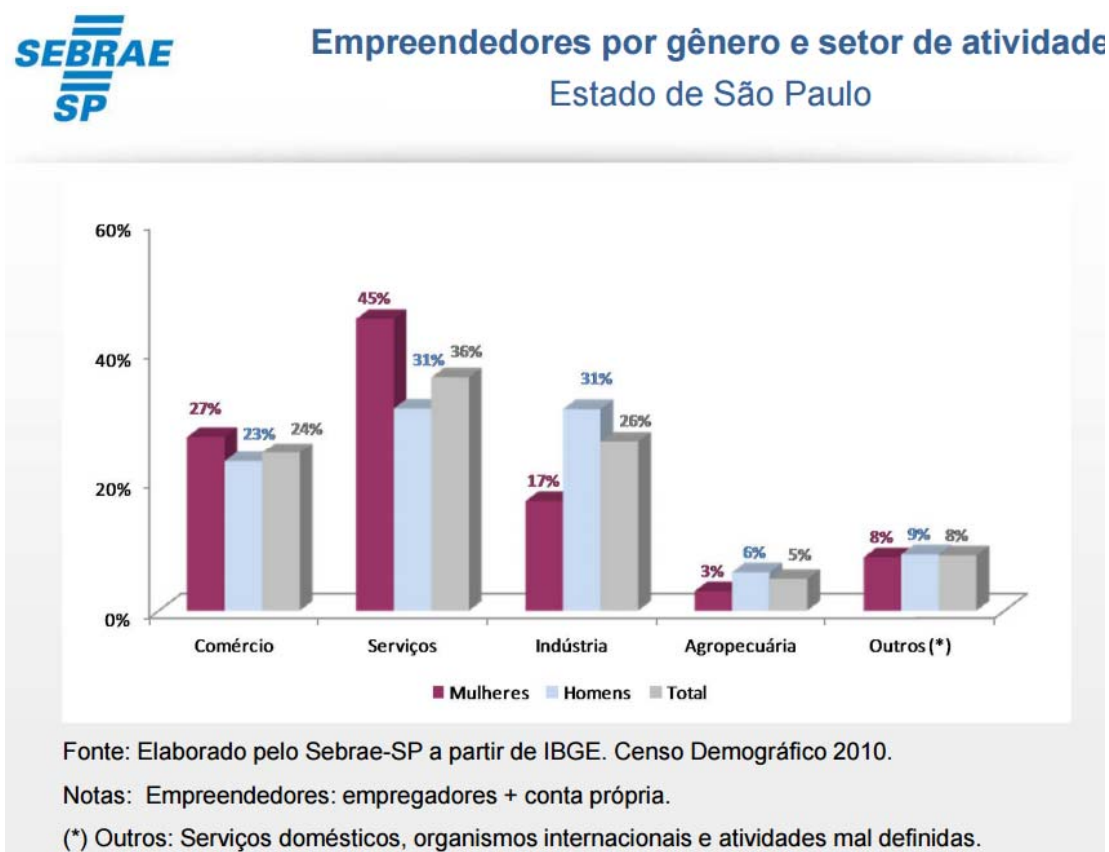


Fonte: Sebrae 2010.

Segunda o gráfico 20,9% é a participação das mulheres empreendedoras no Brasil estão em São Paulo. De acordo com Sebrae/SP a partir do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas) Censo Demográfico 2010, o Brasil possui 6.853.021 empreendedoras, ou seja, desse total 1.434.316 são donas de empresa no estado de São Paulo.

4.4 Empreendedores por Gênero e Setor de Atividade do Estado de São Paulo

Figura 6 - Empreendedoras por gênero e setor de atividade



Fonte: Sebrae, 2010.

Segundo o Sebrae/SP as mulheres vêm demonstrando grande participação no setor de serviços, fazendo uma comparação com os homens as mulheres têm uma participação mais expressiva 45% contra 31%. Na área do comércio as empreendedoras também estão à frente, ou seja, 27% das mulheres atuam no ramo de comércio e os homens 23%. Já na parte de indústria 31% são homens e as mulheres 17%. No setor agropecuário os homens também estão à frente com 6% e as mulheres 3%. E em outras atividades (serviços domésticos, organismos internacionais e atividades mal definidas) as mulheres são 8% e 9% homens.

4.5 Mulheres Empreendedoras por Setor de Atividade no Estado de São Paulo

Figura 7 - Mulheres empreendedoras por setor de atividade

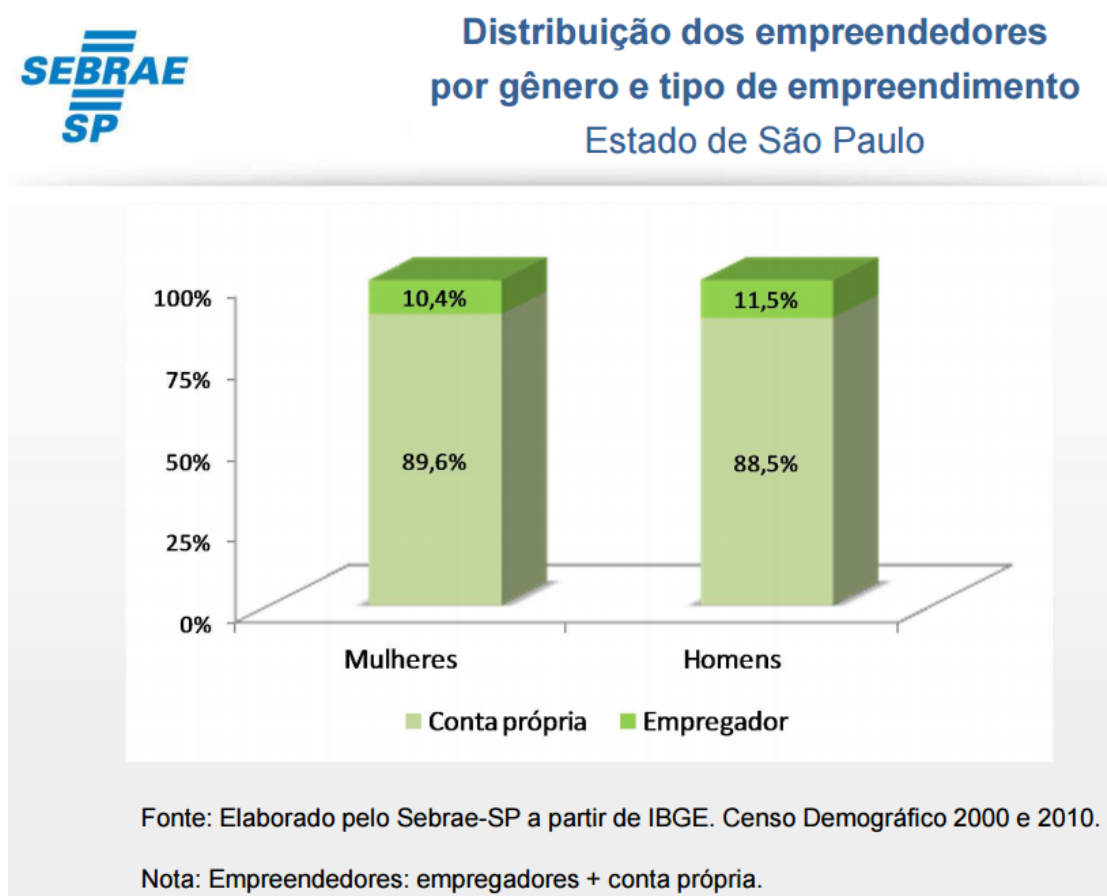


Fonte: Sebrae 2010.

Segundo as informações do gráfico, nota-se que na divisão por setores no estado São Paulo, destaca-se o ramo de serviços onde 45% das mulheres empreendedoras atuam nessa área, 27% atuam no ramo de comércio, 17% na indústria, 3% na agropecuária e 8% em outras atividades que envolve serviços domésticos, organismos internacionais e atividades mal definidas.

4.6 Distribuição dos Empreendedores e Tipo de Empreendimento do Estado de São Paulo

Figura 8 - Distribuição dos empreendedores por gênero e tipo de empreendimento

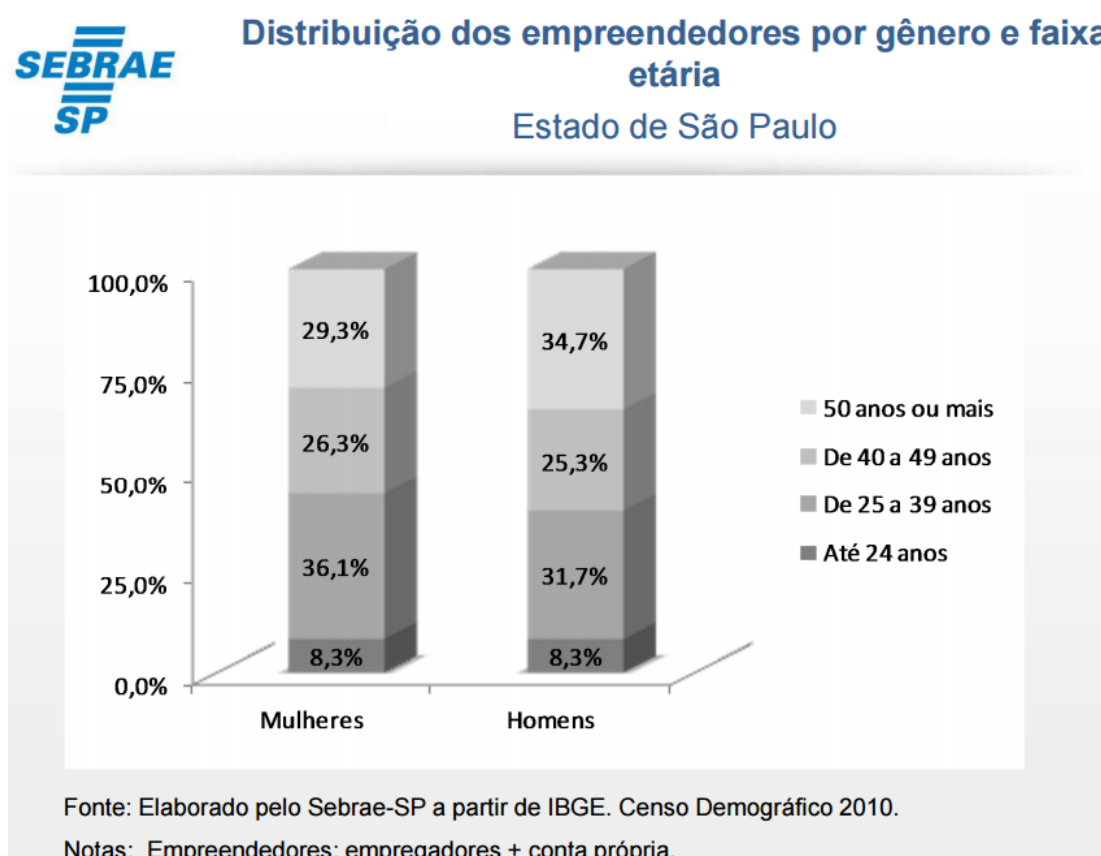


Fonte: Sebrae, 2013.

Os empreendedores por conta própria são aqueles que tem uma empresa, mas não tem funcionário. Já o empregador, são empresas que trabalham com empregados. Segundo as informações do gráfico 89,6% das mulheres empreendedoras do estado de São Paulo trabalham por conta própria, enquanto que apenas 10,4% são empregadoras. Em relação aos homens 88,5% dos empreendedores trabalham por conta própria e 11,5% como empregador.

4.7 Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Faixa Etária do Estado de São Paulo

Figura 9 - Distribuição dos empreendedores por gênero e faixa etária



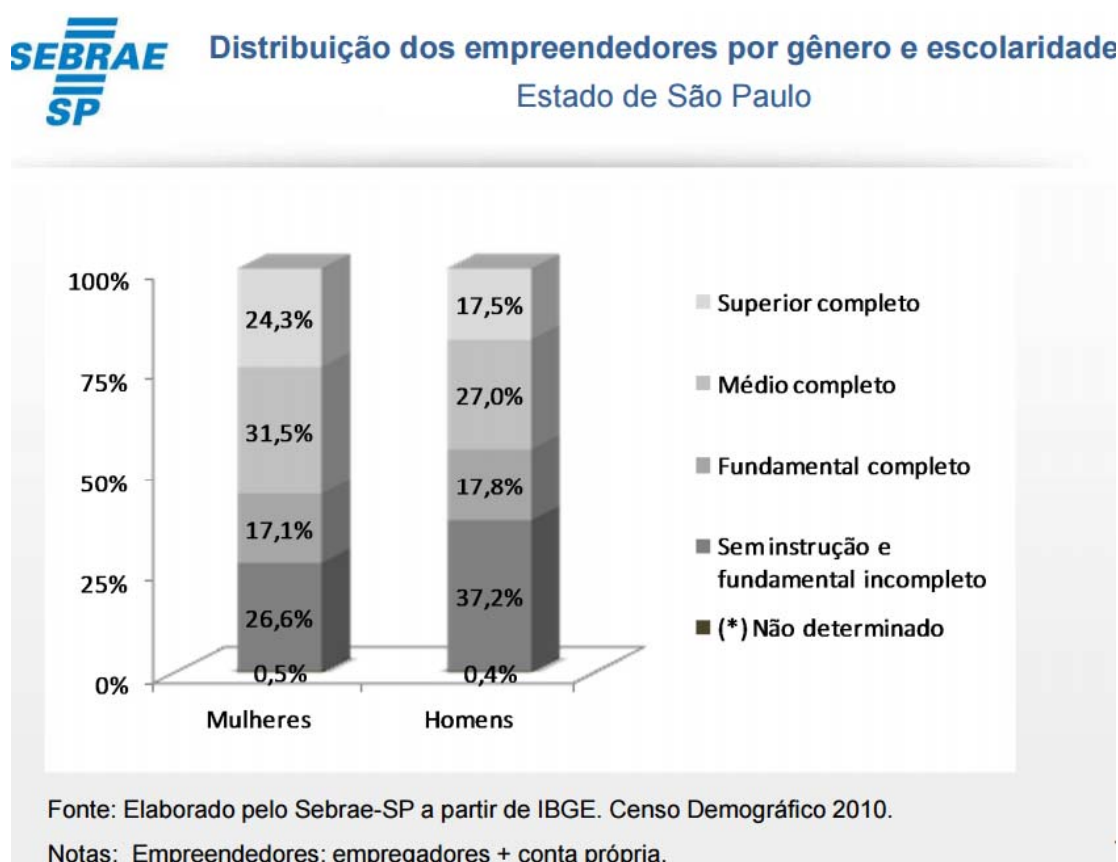
Fonte: Sebrae, 2013.

Uma parcela considerável de mulheres modernas desejam ser independentes e conquistar seus objetivos pessoais o mais rápido possível. Pois bem, nessa pesquisa o gráfico mostra que as mulheres empreendedoras são bem mais jovens que os homens. Em relação à idade entre os dois sexos o resultado ficou mostrando que até 24 anos a disputa segue empatada com 8,3% para ambos. Já a partir de 25 até 39 anos, 36,1% são mulheres, enquanto que os homens são representados com um percentual de 31,7%. Na faixa de 25 anos a 49 anos, 62,4% são mulheres, e os homens representam 57%. E por

fim na faixa etária dos 50 anos ou mais os homens são maioria com 34,7% empreendedores, e as mulheres aparecem com 29,3%.

4.8 Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Escolaridade do Estado de São Paulo

Figura 10 - Distribuição dos empreendedores por gênero e escolaridade



Fonte: Sebrae, 2013.

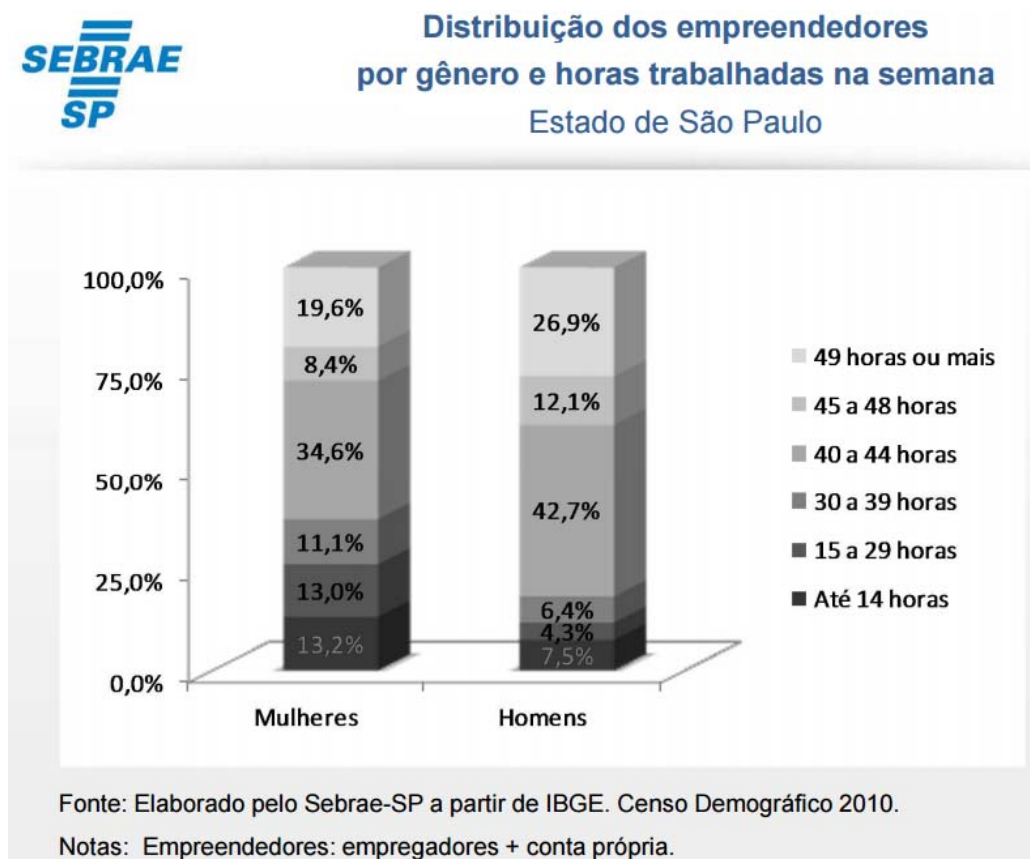
O gráfico mostra que 24,3% das mulheres empreendedoras possuem curso superior completo, enquanto que os homens são 17,5%. Em relação ao ensino médio 31,5% das mulheres conseguiram concluir, já os homens 27,0% tem o ensino médio completo. Sobre o ensino fundamental concluído, 17,1% das mulheres possuem, e os

homens 17,8%. A pesquisa aponta também que 26,6% das mulheres donas de empresas tem o ensino fundamental incompleto, enquanto que os homens aparecem com 37,2%. De acordo com a pesquisa ainda tem aqueles não determinado, ou seja, aproximadamente 0,5%.

Em relação ao grau de instrução vale ressaltar que o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, muitas pessoas abrem empresas para ter um rendimento mais alto e assim viver com melhor condição financeira, enquanto outras abrem por necessidade, com o objetivo de conseguir uma renda para sobreviver. O conhecimento é de extrema importância e a qualificação profissional é indispensável, entretanto alguns trabalhadores abrem um determinado negócio sem conhecimento algum, devido ao seu baixo nível de escolaridade, esse fato pode levá-los a complicações em manter a estabilidade do empreendimento.

4.9 Distribuição dos Empreendedores por Gênero e Horas Trabalhadas na Semana do Estado de São Paulo

Figura 11 - Distribuições dos empreendedores por gênero e horas trabalhadas na semana



Fonte Sebrae, 2013.

A partir das informações acima entende-se que por horas trabalhadas na semana as mulheres usam menos tempo em seus empreendimentos. Percebe-se que no gráfico 13,2% das mulheres trabalham até 14 horas semanalmente, enquanto que os homens 7,5%. De 15 a 29 horas da semana 13,0% das empreendedoras trabalham nesse período de tempo, enquanto que os homens 4,3%. De 30 a 39 horas durante a semana 11,1% é o tempo que mulheres passam na sua empresa, já os homens são 6,4%. Na jornada de 40 a 44 horas semanal, 34,6% do tempo é ocupada pelas mulheres dentro da

empresa, e os homens 42,7% do tempo é a permanência dos empreendedores na organização. De 45 a 48 horas, 8,4% do tempo são mulheres, e 12,1% são os homens. Já a partir de 49 horas ou mais 19,6% é a permanência da mulher, enquanto que 26,9% é o tempo de permanência do homem durante a semana em sua empresa.

4.10 Fatores Que Levam a Mulher a Empreender

As mulheres ao decorrer da história, foram protagonistas de movimentos sociais que buscam acima de tudo o direito por igual respeito e importância em relação aos homens. Esse público aos poucos conquistou um espaço no mercado de trabalho, um dos fatores que contribuiu para tal evento, é o empreendedorismo feminino, que além de quebrar determinados paradigmas culturais, coloca a mulher frente a um universo inovador que pode alavancar a economia e mudar sua realidade de vida em diversos aspectos de maneira direta e indireta.

Vastos são os motivos que levam as mulheres a empreender, dentre eles sobressaem-se a escassez de emprego, oportunidade e potencial de reconhecimento pessoal, e ainda possibilidade de flexibilidade de horários que podem prover uma melhor harmonia, no que se diz respeito entre atividade laboral e família.

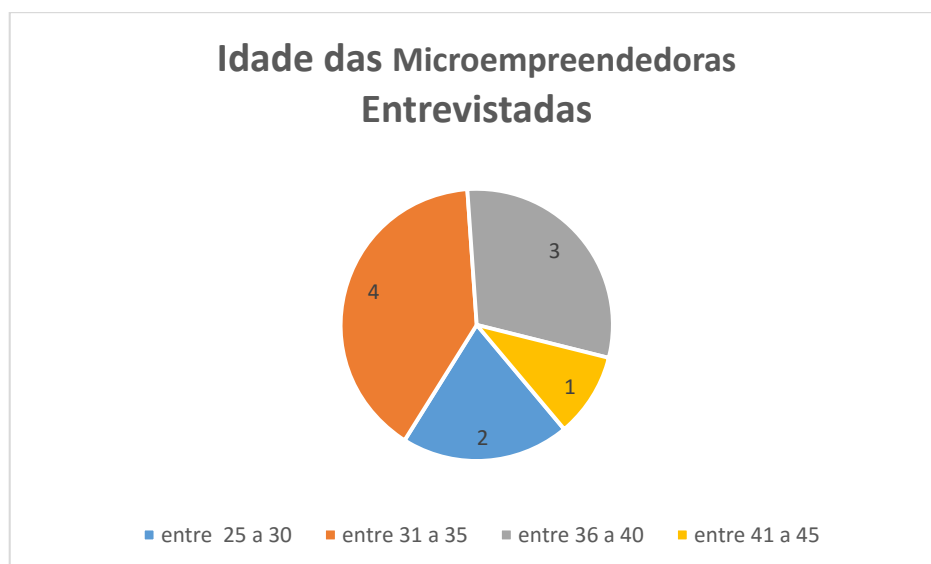
(DIAS; SEIVA, 2014, p.13). Quanto às razões que levaram essas mulheres a empreender, houve também inúmeras similaridades com os motivos normalmente relacionados a empreendedores, tais como a busca por desafios, flexibilidade e autonomia. Destaca-se o fato de que nenhuma das entrevistadas mencionou razões financeiras como um motivador para empreender, o que, por sua vez, está em desacordo com a literatura sobre empreendedorismo.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O estudo de abordagem quali-quantitativa de caráter exploratório. Foi aplicado um questionário, com perguntas abertas, às microempreendedoras, de salão de beleza no município de Praia Grande, objetivando compreender os fatores que impulsionaram o micro empreendedorismo e de identificar as dificuldades que elas enfrentaram no empreendimento.

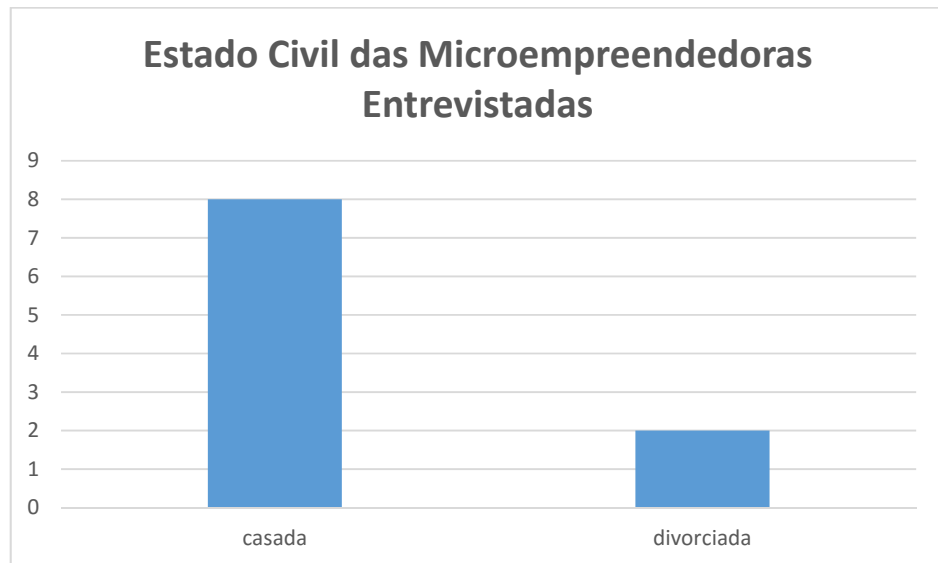
A amostra é composta por 10 mulheres, de nacionalidade brasileira, sendo a maioria donas da microempresa e exercem a função de cabelereira. A idade das respondentes varia entre 28 a 43 anos. Desse total 80% são casadas e apenas 20% são divorciadas. Em relação a maternidade, apenas uma não possui filhos, e as demais, em maioria entre 1 e 3 filhos.

Gráfico 1- Idade das microempreendedoras entrevistadas



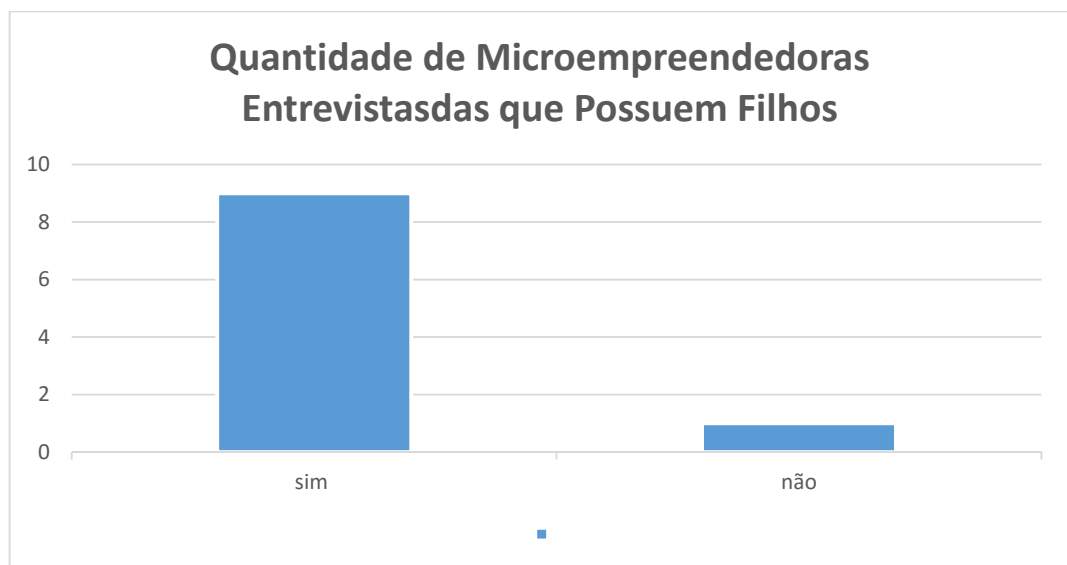
Fonte: os autores

Gráfico 2- Estado civil das microempreendedoras



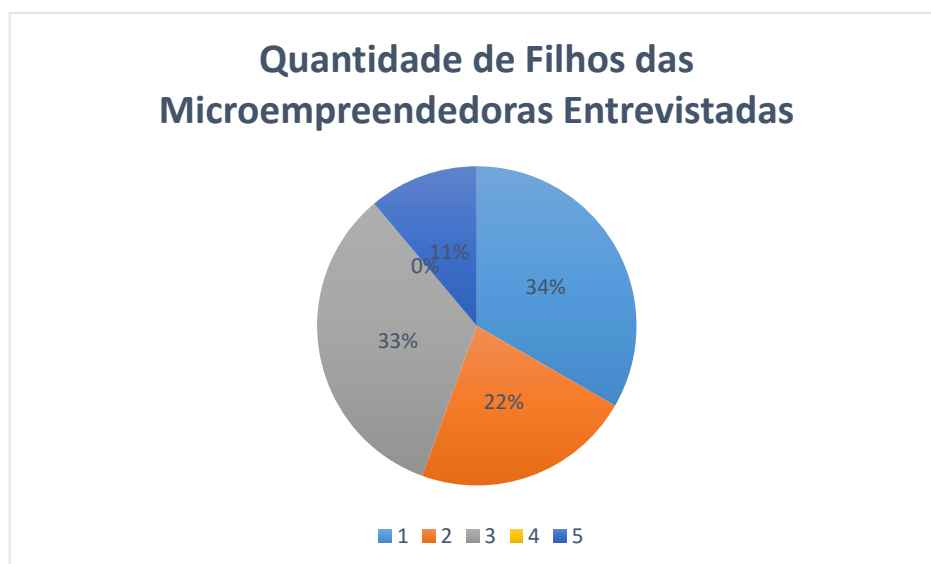
Fonte: os autores

Gráfico 3 – Quantidade de microempreendedoras entrevistadas que possuem filhos



Fonte: os autores

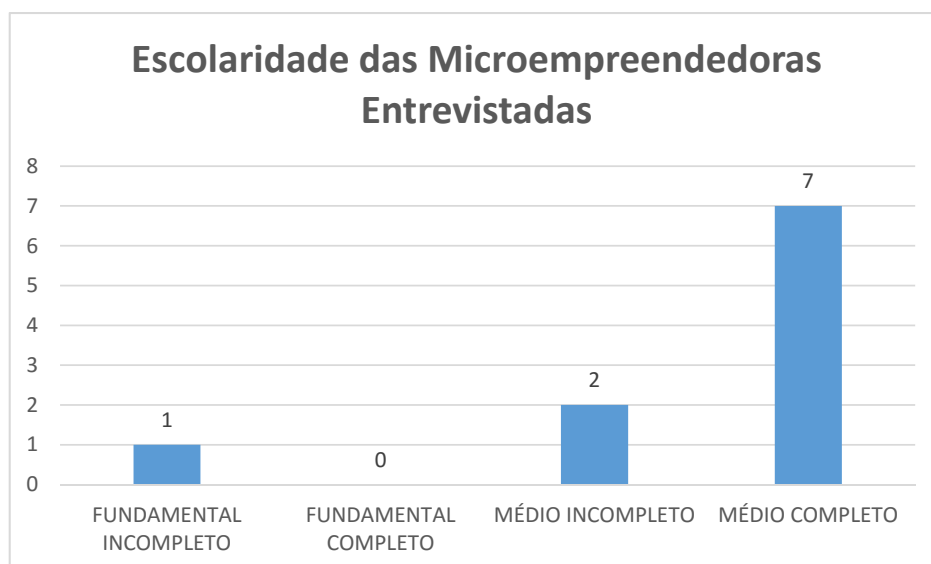
Gráfico 4 - Quantidade de filhos das microempreendedoras entrevistadas



Fonte: os autores

O grau de instrução nos demonstra um público com predominância em ensino médio completo, pois marcam um total de 70%, apenas 10% possuem o ensino médio incompleto, e os outros 10% ensino fundamental incompleto. Sabe-se que o conhecimento é peça fundamental para o sucesso do empreendimento, e as próprias entrevistadas reconhecem esse feito, umas delas ressalta: *“Se eu tivesse condições, investiria mais em mim, é preciso aperfeiçoar os conhecimentos.”* (A.C.S, 2015). Infelizmente sabemos que o nosso país, apesar do Estado garantir uma educação gratuita, ainda se encontra em condição precária no que se diz respeito a educação, ocupando em 2015 a 60ª posição no ranking da educação mundial, segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

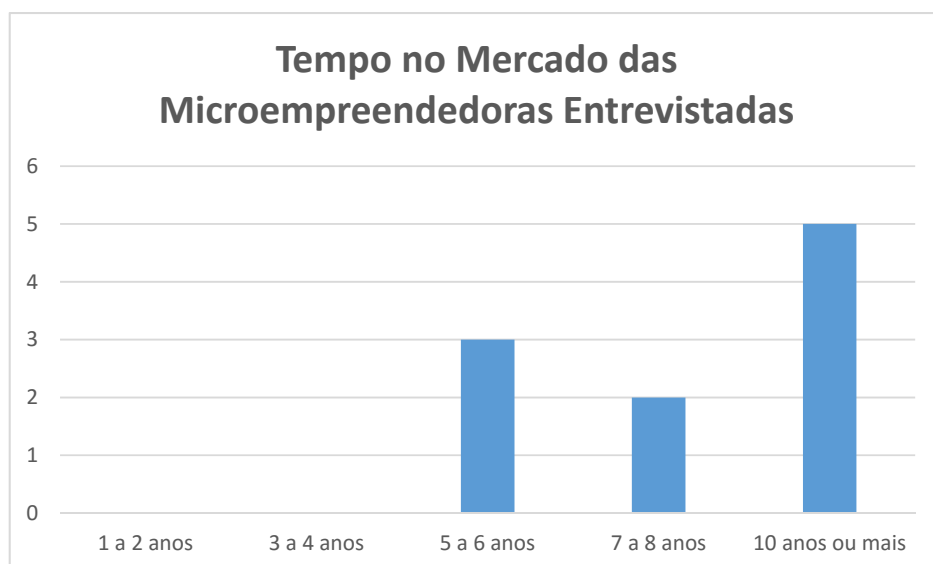
Gráfico 5 – Escolaridade das microempreendedoras entrevistadas



Fonte: os autores

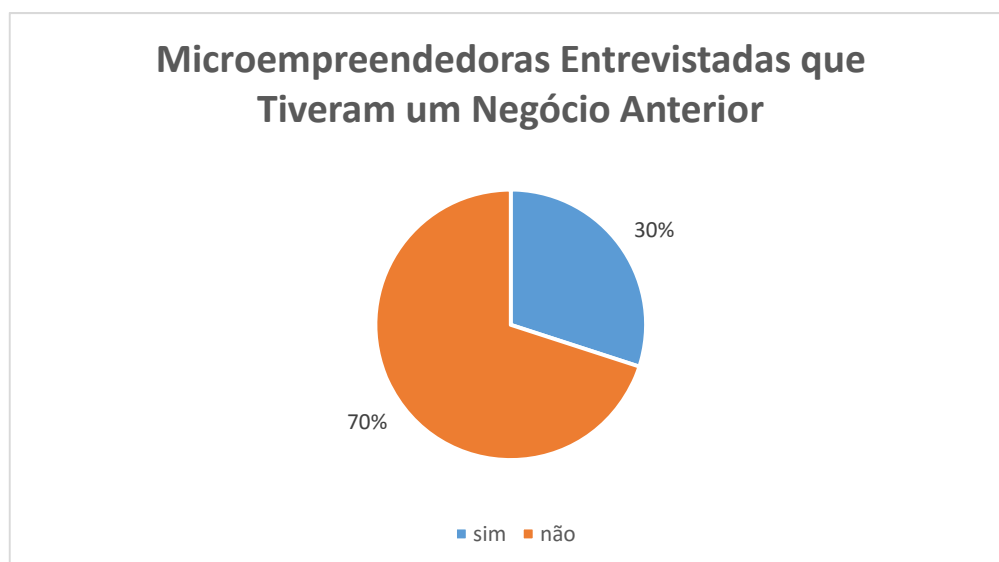
Quanto ao tempo no mercado de trabalho, sendo dona de salão de beleza, quatro completaram de 5 a 6 anos, duas de 7 a 8 anos e cinco com 10 anos ou mais. Um total de 70% dessas mulheres, não tiveram nenhum empreendimento anterior, o que denota uma iniciação empresarial com diminuta experiência. *“No começo faltava experiência, por isso tive dificuldades.”* (M.J.A, 2015). De acordo com dados do SEBRAE, atualmente quase metade das empresas fecham em 3 anos, sendo um dos principais motivos a falta de conhecimento em relação ao negócio, sobretudo as entrevistadas neste estudo, conseguiram mesmo em meio a barreiras iniciais, possuírem negócios com um tempo consolidado, acarretando um pouco a mais de segurança.

Gráfico 6 – Tempo no mercado das microempreendedoras entrevistadas



Fonte: os autores

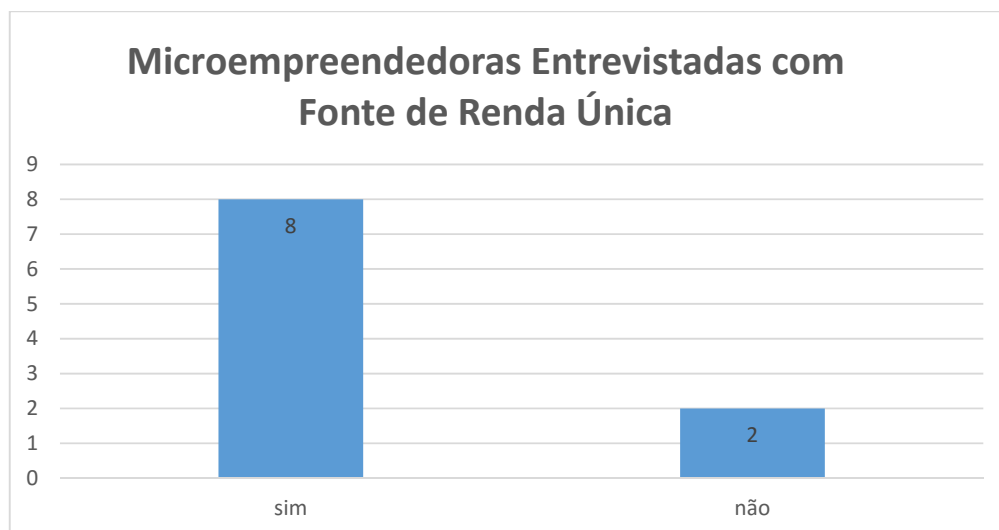
Gráfico 7 – Microempreendedoras entrevistadas que tiveram um negócio anterior



Fonte: os autores

A maior parte das microempreendedoras, ou seja 80% detêm como a sua principal fonte de renda o salão de beleza. *“É daqui do salão que retiro o sustento da minha família.”* (C.S.A, 2015). As mulheres são provedoras de mais de 40% dos lares, de acordo com o IBGE. Assim, compreende-se uma diminuição da desigualdade entre os gêneros, o que reflete em uma influência de cunho positivo para o investimento de mulheres no mundo empreendedor de nossa sociedade capitalista.

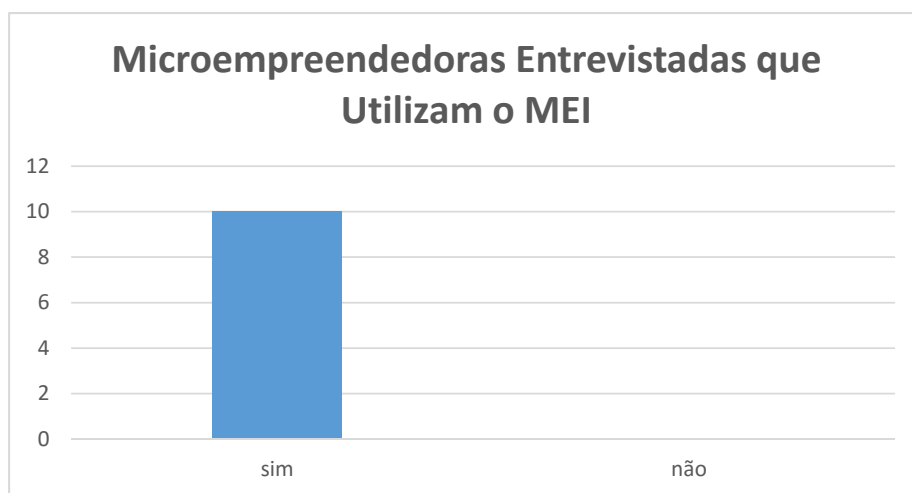
Gráfico 8 – Microempreendedoras entrevistadas com fonte de renda única



Fonte: os autores

Todas as microempreendedoras são optantes do MEI, e alegam conhecer todos os seus benefícios. Compreende-se que a criação desse lance, trouxe incentivo fundamental para a legalização de indivíduos que exerciam pequenas atividades empreendedoras, fortalecendo assim a economia brasileira que necessita de grande avanço.

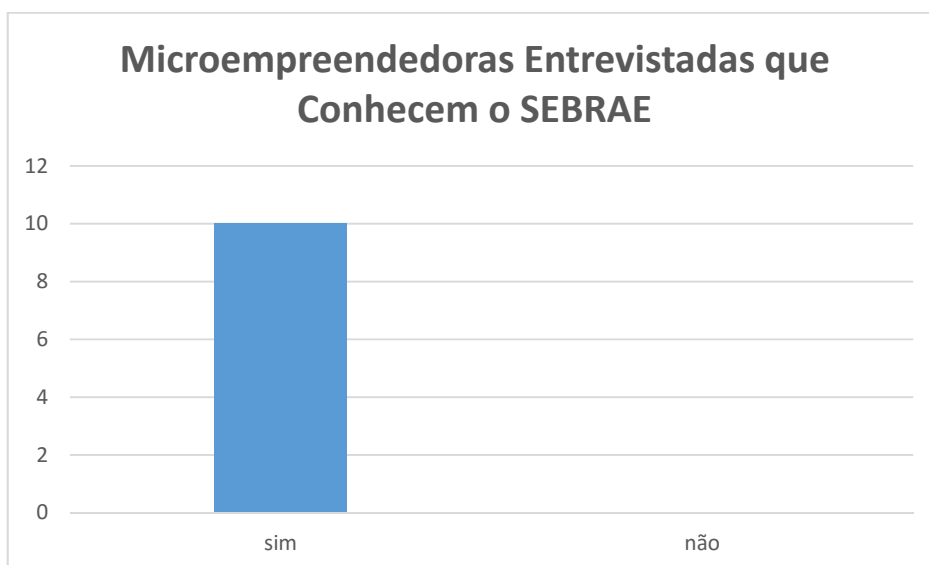
Gráfico 9 – Microempreendedoras entrevistadas que utilizam o MEI



Fonte: os autores

Mais da metade do público pesquisado, ou seja 60% não buscaram informação do SEBRAE, o que trouxe dificuldades para a abertura e iniciação das atividades empreendedoras.

Gráfico 10 – Microempreendedoras que conhecem o SEBRAE



Fonte: os autores

Apenas correspondente a 30% das entrevistadas não apresentaram dificuldades iniciais, em contrário 70% enfrentaram obstáculos interligados a pouco conhecimento e condição financeira limitada, o que levou a instabilidades nos primeiros anos de empreendimento, e somente com qualificação profissional e economia financeira foi possível alcançar estabilidade da empresa.

Os fatores que mobilizaram as microempreendedoras, além do empreendedorismo nato e do estímulo familiar, estão direcionados a aspiração de melhoria da condição financeira, para mudança do padrão de vida, através da abertura de seu próprio negócio, com flexibilidade de horário e sem subordinação.

Em unanimidade as entrevistadas, sente-se realizadas em serem microempreendedoras donas de salão de beleza, demonstram motivação e determinação. Salientam o orgulho da profissão e o desejo de obter cada vez mais sucesso. *“Me sinto realizada, não quero outra profissão”* (P.S, 2015).

Todas as entrevistadas mudariam algo em sua carreira, pois visão a obtenção de novos conhecimentos, a fim de evoluírem e melhorar a solidez da empresa.

O que caracteriza as mulheres deste estudo é a determinação e a persistência, onde indivíduos em maioria com pouco capital e médio grau de instrução, arriscam-se no mundo dos negócios, assumindo responsabilidades e possíveis riscos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a análise e interpretação dos dados, compreende-se que em geral a classe do gênero feminino encontra-se em ascensão, no que se diz respeito ao empreendedorismo. Com a focalização do estudo em Praia Grande, município esse com notável crescimento econômico, foi possível constatar que nossa realidade não difere das demais, onde mulheres com sonhos e determinados objetivos amplos, resolvem inovar, aventurando-se no mundo dos negócios, provendo em maioria o financiamento principal de seu lar.

Identificou-se através da pesquisa que os principais motivos que levam ao feito de empreender na área da estética, mais especificamente em salão de beleza, se consubstanciam em incentivo familiar, estendendo-se para busca de condições financeiras melhores.

Características marcantes do público alvo abordado, giram em torno da determinação e persistência, onde compreende-se pelas entrevistadas que acreditar num ideal e dedica-se a ele, irá prover estabilidade e ganhos futuros, sejam eles voltados para realização profissional ou lucros financeiros.

As principais dificuldades iniciais, estão ligadas a um conhecimento deficiente e a uma condição financeira limitada, onde há necessidade de qualificação profissional constante e planejamento melindroso para equilibrar gastos.

O presente estudo possui uma pequena amostragem, todavia, poderá fornecer base, para outras pesquisas na área com uma maior amostra a tornando passível de generalização, estimulando a formulação de novas discussões acerca do assunto. Além disso, proporcionou a compreensão de que empreender é uma ferramenta essencial para transformar realidades, não se restringindo apenas no setor econômico, abrangendo necessidade de investimento educacional e levando a um maior desenvolvimento pessoal e profissional.

REFERÊNCIAS

- Brasil, E. N. O. (2010). **Empreendedorismo no brasil**. *Comunicar*, 21, 1–15. <http://doi.org/10.3916/c30-2008-01-013>
- Canço, D. (2003). «**O papel da mulher perante novos desafios**». *Faces de Eva. Estudos Sobre a Mulher, Dir. Zília Osório de Castro*, (n.º 10), 53–58.
- Carneti, Karen. **NOTÍCIAS CARREIRA Brasil tem mais de 5 milhões de mulheres empreendedoras, revela estudo**. <http://info.abril.com.br/noticias/carreira/2015/02/brasil-tem-mais-de-5-milhoes-de-mulheres-empendedoras-revela-estudo.shtml> acesso em 24/09/2015.
- Chiavenato, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.
- Chiavenato, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- Chiavenato, Idalberto; Sapiro, Arão. **Planejamento estratégico**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- Dolabela, Fernando. **O segredo de Luiza**. 30. ed. São Paulo: editora de Cultura, 2006.
- Dolabela, Fernando. **O Segredo de Luiza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- Dolabela, Fernando. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de janeiro: Sextante, 2008.
- Dornelas, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Transformando ideias em negócios**. 3. Ed. Rio de Janeiro : Elsevier, 2008.
- Druker, Perter Fernadine, **inovação e espírito empreendedor (enterpreniurship): prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning 2008
- FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba , v. 17, n. 4, p. 398-417, ago. 2013 . Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552013000400002&lng=pt&nrm=iso e <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552013000400002>. Acessos em 28 set. 2015.

Filion, Louis Jacques, **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios, V. 34, n. 2, Jun. 1999 Disponível em: http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=102

Garnel, M. R. L. (2001). «**A mulher como homem-máquina**». *Faces de Eva. Estudos Sobre a Mulher*, Dir. Zília Osório de Castro, Lisboa, Ab(n.º 5), 75–94.

GEM- Global Entrepreneurship Monitor- Empreendedorismo no Brasil- Relatório Executivo 2014. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf Acesso 05/09/2015

Gitahy, R. R. C., & Matos, M. L. (2007). **A EVOLUÇÃO DOS DIREITOS DA MULHER.** *Colloquium Humanarum*. <http://doi.org/10.5747/ch.2007.v04.n1/h037>

Goldim, José Roberto, **Aspectos Éticos, Legais e Morais**

<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2015/03/brasileiras-apostam-no-empresendedorismo-para-vencer-no-mundo-dos-negocios>

Jonathan, E. G., & Silva, T. M. R. da. (2007). **Empreendedorismo feminino**: tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicologia & Sociedade*. <http://doi.org/10.1590/S0102-71822007000100011>

Maximiano, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

O que é a Rede Mulher Empreendedora? Disponível em: <http://www.redemulherempreendedora.com.br/o-que-e/> Acesso em: 30/09/2015

Perfil das Mulheres Empreendedoras do Estado de São Paulo. Disponível em: http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/perfil_mulheres_empreendedoras.pdf Acesso: 10/08/2015

PIRES, Alessandra. **Empreendedorismo feminino aumenta mais de 20%.** Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/empreendedorismo-feminino-aumenta-mais-de-20>>. Acesso em: 14 set. 2015.

População da Praia Grande-IBGE Disponível em: http://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/webservice/frm_urb_rur.php?codigo=354100 Acesso: 13/07/2015

Portal Brasil, **Brasileiras apostam no empreendedorismo para vencer no mundo dos negócios.** março 2015 Disponível em:

Portal do Empreendedor. Carnê MEI-DAS. Disponível em:
<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual/emissao-de-carne-de-pagamento-das> Acesso: 10/07/2015

Portal do Empreendedor. O que é MEI. Disponível em:
<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual> Acesso: 10/07/2015

Portal do Empreendedor. Relatórios Estatísticos do MEI. Disponível em:
<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei> Acesso 13/08/2015

Prefeitura de Praia Grande-História da Praia Grande. Disponível em:
http://www.praiagrande.sp.gov.br/PraiaGrande/Historia.asp?cd_pagina=148 Acesso: 13/07/2015.

Presidência da República. Decreto N° 99.570, De 09 de Outubro de 1990. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D99570.htm
 Acesso: 02/09/2015

Queiroz, H. M. G., Ferreira, T. R., Malta, L. P., & Fernandes, S. L. (2010). **Diversidade nas Organizações:** construindo um olhar sobre a evolução da mulher no contexto organizacional. *EnANPAD Encontro Da ANPAD Associação Nacional de Pós-Graduação E Pesquisa Em Administração*, XXXIV, 1–17.

Relacionados à Autoria na Produção Científica 2007. ultimo acesso 27/08/15
 disponivel em: <http://www.ufrgs.br/bioetica/autor.htm>

Revista Exame. O Novo Empresário Brasileiro. Editora Abril. Ano 2012. Edição 1012.

Rossoni, A. L., Onozato, E., & Horochovski, R. R. (1998). **Social Entrepreneurship Activity).** *EnANPAD*, 1–13.

SEBRAE São Paulo. Microempreendedor Individual-MEI. Disponível em:
<http://www.sebraesp.com.br/index.php/38-produtos-online/15362-mei-microempreendedor-individual> Acesso: 10/07/2015

SEBRAE. Conheça o SEBRAE. Disponível em:
http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos
 Acesso: 02/09/2015

SEBRAE. Empreendedorismo no Brasil - GEM Global Entrepreneurship Monitor 2009. Disponível em:
[<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Empreendedorismo-no-Brasil---GEM-Global-Entrepreneurship-Monitor-2009#>](https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Empreendedorismo-no-Brasil---GEM-Global-Entrepreneurship-Monitor-2009#>). Acesso em: 13 set. 2015.

Souza, Castro Lucas e Guimarães, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo Além do Plano de Negócio**. São Paulo: Atlas, 2005.

Vale, G. M. V., Serafim, A. C. F., & Teodósio, A. dos S. de S. (2011). **Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?** *Revista de Administração Contemporânea*. <http://doi.org/10.1590/S1415-65552011000400005>

VEIGA, Carolina. **Espírito Santo Empreendedor**. Vitória: Sebrae, Findes, 2006.

APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido

Faculdade do Litoral Sul Paulista - FALS

Administração de Empresas

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Convidamos o (a) Sr (a) para participar da Pesquisa Estudo sobre empreendedorismo e microempreendedoras donas de salão de beleza, sob a responsabilidade do pesquisador Pablo Miguel de Oliveira e Rai Antunes Gomes o qual pretende realizar um estudo na região de Praia Grande sobre a microempreendedora na cidade. Sua participação é voluntária e se dará por meio de um questionário. Se você aceitar participar, estará contribuindo para um estudo mais aprofundado sobre o microempreendedor na cidade de Praia Grande em específico o de salão de beleza. Se depois de consentir em sua participação o Sr (a) desistir de continuar participando, tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O (a) Sr (a) não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardada em sigilo. Para qualquer outra informação, o (a) Sr (a) poderá entrar em contato com os pesquisadores no endereço Rua L, N° 226 Jardim Glória e Rua Jaú, N°873, Boqueirão, e também pelo telefone (13) 3468-3839.

Consentimento Pós-Informação

Eu, _____, fui informado sobre o que o pesquisador quer fazer e porque precisa da minha colaboração, e entendi a explicação. Por isso, eu concordo em participar do projeto, sabendo que não vou ganhar nada e que posso sair quando quiser. Este documento é emitido em duas vias que serão ambas assinadas por mim e pelo pesquisador, ficando uma via com cada um de nós.

Data: ____/____/____

Assinatura do participante



Impressão do dedo polegar

Caso não saiba assinar

Pablo Miguel de Oliveira

Rai Antunes Gomes

APÊNCICE B – Questionário base

Questionário Base

1. Nome:
2. Idade:
3. Escolaridade:
4. Nacionalidade:
5. Estado civil:
6. Tem Filhos? Quantos?
7. Quanto tempo está no mercado com o empreendimento atual? Já houve outro empreendimento?
8. Seu negócio é a única ou Principal fonte de renda?
9. Teve dificuldades em algum estágio da sua carreira como empreendedora no Ramo atual? Quais?
10. Quais motivos a levaram a empreender no ramo de salão de beleza inicialmente? Porque?
11. É Optante do MEI, conhece todos os benefícios?
12. Você acha que precisa melhorar o seu negócio sim ou não, Porquê?
13. Você se sente realizada nesta profissão?

14. Você mudaria alguma coisa na sua vida profissional?

15. Você alguma vez procurou auxílio de um órgão competente, como o SEBRAE para te auxiliar ou outros? Se sim Quais e o que o contato influenciou?

16. O que você define que uma empreendedora precisa fazer para ter sucesso?