

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.



## O empreendedorismo feminino no polo cerâmico de Teresina/PI

### *The female entrepreneurship in the ceramic center of Teresina/PI*

**Recebido: 26/04/2021 – Aprovado: 30/08/2022 – Publicado: 1/10/2022**

**Processo de Avaliação: Double Blind Review**

Weslanya Fernandes Coutinho  
[weslanyafcoutinho@gmail.com](mailto:weslanyafcoutinho@gmail.com)  
Universidade Federal do Piauí  
<https://orcid.org/0000-0001-5236-7777>

Elvia Florencio Torres  
[elvia@ufpi.edu.br](mailto:elvia@ufpi.edu.br)  
Universidade Federal do Piauí  
<https://orcid.org/0000-0001-7750-8468>

Liliane Araújo Pinto  
[liliane@ufpi.edu.br](mailto:liliane@ufpi.edu.br)  
Universidade Federal do Piauí  
<https://orcid.org/0000-0003-3804-2540>

Fabiana Rodrigues de Almeida Castro  
[fabiana.kastro@hotmail.com](mailto:fabiana.kastro@hotmail.com)  
Universidade Federal do Piauí  
<https://orcid.org/0000-0002-2161-4816>

## RESUMO

Diante do crescimento de empreendimentos geridos por mulheres na atualidade, buscou-se analisar o empreendedorismo feminino no polo cerâmico de Teresina/Piauí, destacando as motivações, perspectivas de futuro e elencando as dificuldades que enfrentam na busca da realização profissional como mulher. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa, através de entrevistas; e quantitativa, com o uso de questionários de perfil socioeconômicos. Sete empreendedoras participaram da pesquisa, de um total de 14, essa amostra foi não probabilística, e sim, por acessibilidade. Os dados revelaram a predominância do empreendedorismo por necessidade. O principal problema relatado foi a dificuldade em

equilibrar as responsabilidades do trabalho e da família. Verificou-se grande influência da idade com a visão de futuro no empreendimento, as empreendedoras mais idosas não vislumbram mudanças, ao contrário das mais jovens. Concluiu-se que as empreendedoras, apesar das dificuldades sofridas para a criação ou manutenção de suas empresas, possuem satisfação profissional.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino; Empreendedorismo por necessidade e por oportunidade; Equilíbrio entre trabalho e família; Visão de futuro.

### **ABSTRACT**

*In view of the growth of enterprises managed by women today, we sought to analyze female entrepreneurship in the ceramic center of Teresina/Piauí, highlighting the motivations, and perspectives for the future and listing the difficulties they face in the pursuit of professional fulfillment as a woman. Thus, qualitative research was made, through interviews; and quantitative research, using socioeconomic profile questionnaires. Seven female entrepreneurs participated in the research, out of a total of 14, this sample was non-probabilistic, but accessibility. The data revealed the prevalence of entrepreneurship by necessity. The main problem reported was the difficulty balancing work and family responsibilities. There was a great influence of age with a vision of the future in the enterprise, the older women entrepreneurs do not see changes, unlike the younger women. It was concluded that female entrepreneurs despite the difficulties suffered by the creation or maintenance of their companies have professional satisfaction.*

**Keywords:** *Female entrepreneurship; Entrepreneurship by need and opportunity; Work and family balance; Future vision.*

## 1. INTRODUÇÃO

O bairro do Poti Velho está localizado na Zona Norte da cidade de Teresina/Piauí, na confluência dos rios Poti e Parnaíba. Nessa área há diversas lagoas com presença de jazidas de argila, cujos sedimentos são depositados durante as cheias dos rios, o que explica a existência de atividades artesanais na região. A história da arte cerâmica do Poti Velho teve início em 1964, com o trabalho do senhor Raimundo Nonato da Paz, que migrou do estado do Maranhão para o Poti Velho onde passou a produzir um trabalho que inspirou os moradores locais a fazerem o mesmo (SILVA NETO et al., 2015).

Inicialmente, a atividade artesã era dominada apenas por homens, mas, aos poucos, as mulheres começaram a comercializar as peças e, logo após, também se tornaram artesãs. Com o aumento dessa participação, elas buscaram especializar-se através de cursos promovidos pelo Programa de Apoio ao Trabalho Informal - PETI, pelo Programa de Desenvolvimento do Artesanato do Piauí - PRODART e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (MORAES; PEREIRA, 2012). Atualmente, o polo cerâmico possui uma cooperativa formada por 14 mulheres.

Com base no exposto, o artigo buscou analisar o empreendedorismo feminino no polo cerâmico de Teresina. Para tanto, buscou-se ainda, analisar as motivações que levam as mulheres a empreender sob a ótica dos conceitos de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade; identificar e analisar as perspectivas de futuro das empreendedoras do polo cerâmico de Teresina; identificar as dificuldades percebidas pelas mulheres no processo empreendedor.

O trabalho justifica-se pela representatividade turística e econômica do polo cerâmico de Teresina/PI para a região. Através do artesanato, as artesãs contam a história da cidade e mostram a tradição do polo, que se tornou atração turística de reconhecimento internacional (MORAES; PEREIRA, 2012).

Além disso, o tema é relevante, uma vez que o número de mulheres empreendedoras aumenta a cada ano. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), divulgado em 2015 as mulheres representam 31,1% do total de 23,5 milhões de empreendedores que empregam no país (SEBRAE, 2015).

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO: EMPREENDEDORISMO FEMININO E A PERSPECTIVA FEMINISTA

O empreendedorismo feminino não é mais algo incomum, as mulheres estão presentes nos diversos tipos de negócios. Gomes, Santana e Silva (2006) relatam que a participação das mulheres no mercado de trabalho iniciou no século XX devido à contribuição de alguns eventos, como a Revolução Russa de 1917, que tinha como base a igualdade de acesso ao trabalho para homens e mulheres, e também, assegurar salários iguais para funções iguais. Outro evento marcante trata-se dos anos da Grande Recessão em que as mulheres conseguiam alguns empregos devido às remunerações menores, e assim, em muitos casos, substituíam integralmente no orçamento da família, a remuneração perdida pelos maridos.

A Segunda Guerra Mundial foi outro evento relevante onde aconteceu uma mobilização feminina para o trabalho nas potências que estavam envolvidas com a guerra. Dessa forma, na segunda metade do século XX se observou uma maior participação das mulheres em outras atividades profissionais, embora em condições desfavoráveis (GOMES; SANTANA; SILVA, 2006).

A década de 1970 foi marcada por conquistas consideradas improváveis às mulheres, derrubando ideias patriarcais e trazendo-lhes o direito à liberdade sexual, pessoal e profissional, submergindo a condição de vida doméstica que eram submetidas (DESCARRIES, 2000). Nos anos de 1980, fez-se emergir a perspectiva de pesquisa de gênero, quando as mulheres passaram a ocupar cargos gerenciais e de gestão nas organizações (BAHIA; FERRAZ, 2000).

Morgado (2012) reforça que a história da mulher no mercado de trabalho é decorrente do movimento feminista. O feminismo está associado a um movimento social que busca a igualdade entre homens e mulheres, além da redefinição do papel da mulher na sociedade. A autora destaca que a perspectiva feminista compreende uma teorização densa e abrangente da situação das mulheres e suas experiências, entendendo que as relações sociais são estruturadas por diferenças hierárquicas entre ambos os sexos na sociedade, estando a mulher, ainda hoje, em situações de desigualdade, discriminação e opressão.

Embora existam diversas pesquisas sobre o feminismo, percebe-se a incipiência em relação à perspectiva feminista nos estudos de Administração, pois em estudo recente, Zaboti e Bertolini (2019) analisaram os paradigmas teóricos das pesquisas sobre gênero em posições

hierárquicas de liderança nas organizações, analisando todas as teses e dissertações que constavam os termos “gênero” e “organizações” no título, resumo ou palavras-chaves da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) no período de 2006 a 2016. Os autores concluíram que em nenhum dos trabalhos a perspectiva feminista foi utilizada. Mesmo assim, a mulher está inserida nas organizações em posições de liderança. Destacando-se estudos de empreendedorismo feminino (GOMES et al., 2018; BERTOLAMI et al., 2018).

A união entre a London Business School e o Babson College fez surgir o projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que consiste em mapear a atividade empreendedora em um país, bem como sua relação com o desenvolvimento econômico da região. Os resultados da pesquisa GEM (2016) revelam que o Brasil está entre os países que apresentam as taxas mais balanceadas de empreendedores entre homens e mulheres com as Taxas Específicas de Empreendedorismo Inicial, iguais a 19,9% para o público feminino e 19,2% para o masculino. No entanto, as empreendedoras brasileiras enfrentam mais dificuldades para fazer seus empreendimentos prosperarem, possuindo Taxas específicas de Empreendedorismo Estabelecido (TEE) de 14,3% enquanto o empreendimento masculino é de 19,6%.

A inclusão do sexo feminino no mercado de trabalho ganhou outras motivações, além da função de complementar a renda familiar ou garantir sua independência, e exercício vocacional das mulheres. Esta inclusão “trata-se de uma mudança social que envolve transformações nas expectativas de vida pessoal e nas relações familiares” (PEÑALOZA; DIÓGENES; SOUSA, 2008, p. 156).

Um grande obstáculo para a inserção da mulher no mercado de trabalho diz respeito à busca por conciliar família e trabalho. Com a falta de apoio emocional, as mulheres sofrem com o conflito entre o seu trabalho e o seu papel no lar, que se torna mais complexo com a presença de filhos pequenos. Nesse cenário, as mulheres elaboram um sentimento de culpa alimentado pela família e por elas próprias, em função da necessidade de gastar tempo com os negócios em detrimento da família (CRAMER et al., 2012).

Gomes, Santana e Silva (2006) abordam a necessidade de saber conciliar: tempo, energia e atenção, para haver um equilíbrio entre negócios e família. Os conflitos enfrentados pelas empreendedoras se agravam à medida que a cultura vê a maternidade e o sucesso empresarial como mutuamente excludentes, sendo assim, uma mulher que se enxerga no

espelho com “marcas de mãe”, se sentirá incompatível com a imagem que reflete “marcas de empresária”.

Bueno (1999), ao pesquisar a questão da culpa surgida na relação da mulher com a maternidade, lar e o trabalho, afirma que esse sentimento aparece quando ela tenta conciliar a educação dos filhos com o trabalho profissional. Elas se sentem culpadas pelo ‘abandono’ do papel tradicional de mães e educadoras. Por outro lado, também não querem deixar o trabalho remunerado, considerado como libertação da dependência masculina e uma fonte de independência e autoestima, que o trabalho doméstico não é capaz de lhes proporcionar.

Nota-se que além de independência financeira, as mulheres também começaram a buscar conhecimento. Nas décadas de 60 e 70 elas passaram a estudar mais, e a participação delas aumentou nas escolas e universidades. Ao romper os padrões sociais que imputavam à mulher o casamento e a maternidade como alternativa primeira para a trajetória de vida, as jovens dos anos 70, passaram a priorizar o estudo e a carreira profissional (VEIGA, 2006).

Atualmente, observam-se os reflexos desse novo pensamento feminino, pois o crescimento do número de mulheres em cargos importantes cresceu significativamente nas empresas segundo o último censo do IBGE (2010).

Dois conceitos relevantes nos estudos sobre empreendedorismo diz respeito a empreendedorismo por necessidade e por oportunidade. O primeiro refere-se a pessoas que decidem empreender por não possuírem melhores opções de emprego, escolhendo criar um negócio que gere rendimentos, buscando basicamente a sua subsistência e de seus familiares. Enquanto o segundo, refere-se a pessoas capazes de perceber uma chance de negócio ou um nicho de mercado, mesmo possuindo alternativas competidoras de emprego e renda (GEM, 2016). Desse modo, torna-se relevante a identificação desses conceitos no contexto do empreendedorismo feminino.

### **3. METODOLOGIA**

A pesquisa caracteriza-se como exploratória. Para tanto, realizou-se um estudo no polo Cerâmico de Teresina/PI, onde fizeram-se entrevistas com perguntas fechadas (para traçar o perfil sociocultural das empreendedoras) e perguntas abertas, a fim de detectar as atividades

desenvolvidas no polo cerâmico, bem como informações referentes às motivações, perspectivas de futuro e dificuldades que enfrentam na busca de realização profissional como mulher. Desse modo, o estudo realizado foi de natureza qualitativa e quantitativa.

A pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Já a pesquisa quantitativa trabalha com números, utilizando modelos estatísticos para explicar os dados (BAUER; GASKELL, 2012).

As entrevistas realizadas foram gravadas e posteriormente transcritas, seguindo um roteiro semiestruturado. Procurou-se ainda, além das entrevistas realizadas, o aprofundamento da realidade daquelas mulheres por meio de observações diretas *in loco*.

O universo da pesquisa abrangeu todas as empreendedoras do polo cerâmico, que correspondem a 14 mulheres. Para definir as entrevistadas, utilizou-se a amostra não probabilística e por acessibilidade. Foram feitas três visitas ao polo cerâmico no mês de novembro de 2017, nesse período foi possível contatar uma amostra de sete empreendedoras. Para análise dos dados foram elaborados quadros com os discursos mais relevantes das entrevistas.

#### 4. ANÁLISE DE DADOS

Entre as empreendedoras entrevistadas do polo cerâmico, nenhuma possui formação em ensino superior, praticamente a metade (57%) possui ensino médio e a outra parte (43%) somente o ensino fundamental. De acordo com a pesquisa GEM (2016), o grau de escolaridade interfere na modalidade de empreendedorismo. Empreendedores por oportunidade possuem maior grau de escolaridade, pois o ramo de negócio geralmente exige maiores conhecimentos, enquanto os empreendedores por necessidade possuem menor grau de escolaridade, com um ramo de negócio que geralmente envolve atividades manuais ou que não exigem grandes conhecimentos acadêmicos (GEM, 2016).

Participaram da pesquisa sete mulheres com a faixa etária que variou entre 26 e 66 anos, a escolha desse grupo se deu pela acessibilidade ao polo cerâmico. A maior parte das

entrevistadas nasceu em Teresina-PI (5) e apenas duas delas vieram de cidades do interior do Estado.

No que se refere ao estado civil, apenas duas são solteiras, as demais formaram família. Outro dado que vale ressaltar é que maioria dessas mulheres (5) são as maiores contribuintes na renda familiar, esses dados revelam o aumento do rendimento médio das mulheres em sua atividade principal, dados do IBGE, referentes à pesquisa de 2012, mostram que existe uma menor quantidade de mulheres em cargos de direção e gerência, e maior desigualdade de rendimentos entre homens e mulheres mesmo no setor em que elas são maioria: educação, saúde e serviços sociais.

Para a análise dos dados, as falas das empreendedoras foram esquematizadas em forma de quadros. O primeiro deles revela as causas que levaram as entrevistadas a abrir um empreendimento, conforme segue no Quadro 1:

**Quadro 1 - Histórico das entrevistadas**

PARTICIPANTES	HISTÓRICO ANTES DO EMPREENDIMENTO
Entrevistada 1	“Eu fui demitida e minha casa desmoronou, com o dinheiro que recebi da empresa eu refiz minha casa já com o espaço da loja, pois vi que todos os vizinhos já estavam montando suas lojas, então decidi acompanhá-los”
Entrevistada 2	“Eu já era casada na época, tive o apoio do meu marido, pois era uma oportunidade de aumentar a nossa renda (...)”
Entrevistada 3	“Eu ainda era estudante quando começaram a construir o polo, com o incentivo dos amigos aqui do bairro eu também resolvi empreender”.
Entrevistada 4	“Eu trabalhava na olaria, era muito sofrido trabalhar ali e eu ganhava muito pouco, acordava muito cedo e passava muito tempo exposta ao sol (...)”
Entrevistada 5	“Na verdade, eu comecei o negócio para ajudar meu filho, ele estava desempregado, então eu abri a loja com ele, hoje ele já tem outro emprego e eu fiquei sozinha cuidando das vendas”.
Entrevistada 6	“A loja era da minha mãe, eu apenas ajudava, era sustentada pelo meu marido, mas a minha mãe já estava muito cansada, então ela resolveu voltar para sua cidade natal (...)”
Entrevistada 7	“Quando cheguei aqui em Teresina eu vendia comida para os trabalhadores do polo, depois de um tempo minha vizinha perguntou se eu não desejava ser artesã também e vender minha arte, ela se ofereceu para me ensinar e até me emprestava seu forno para finalizar as peças”.

Fonte: Autoras, 2017.

Uma característica comum na maioria dos discursos é o fator familiar, tais empresas têm apresentado grande significância para a economia de um país, podendo representar de metade a dois terços do PIB de uma nação (OLIVEIRA et al., 2015).



Destaca-se também que todas as entrevistadas, antes de abrirem o negócio, desejavam algum meio para complementar a renda da família que, em alguns casos, é composta por até seis integrantes. Neste sentido, Lugoboni *et al.* (2020) afirmam que as empresas familiares tendem a proporcionar grande agilidade aos processos organizacionais quando há uma convergência de interesses na utilização dos recursos financeiros, refletindo positivamente no cotidiano das organizações.

Elas não fizeram nenhum planejamento para iniciar o negócio, o maior incentivador foi o governo, por meio da construção do polo cerâmico e por meio de cursos profissionalizantes oferecidos pela Fundação Wall Ferraz (FWF). A FWF é uma entidade de Direito Público, integrante da administração indireta do Município de Teresina, instituída pela Lei nº 2.586 de 1º de dezembro de 1997. A FWF tem como missão capacitar e qualificar profissionalmente os munícipes, com vistas a inseri-los no mercado de trabalho, favorecendo a inclusão social e a consequente geração de emprego e renda (PREFEITURA DE TERESINA, 2017).

O SEBRAE também foi citado pelas artesãs como instituição de apoio durante o processo empreendedor. Ele é um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o Brasil (SEBRAE, 2015).

Dentre as interrogadas, quatro chegaram a avaliar outras oportunidades de emprego, no entanto, as melhores oportunidades não estavam disponíveis para elas, devido a uma baixa formação acadêmica. Por conta disso, a opção mais atraente se tornou o empreendimento. Assim, pode-se afirmar que todas as entrevistadas empreendem por necessidade, conforme observa-se no Quadro 2.

**Quadro 2 - Discursos que marcam o empreendedorismo por necessidade**

PARTICIPANTES	RESPOSTAS
Entrevistada 1	“Antes eu desejava um emprego melhor, mas esse era o único disponível (...)”
Entrevistada 2	“Eu fui incentivada pelo fato da maioria da população abrir uma loja dessas, mas meu desejo era trabalhar de carteira assinada”.
Entrevistada 3	“Devido a minha idade eu acredito que não conseguiria outro emprego, por isso sou satisfeita com esse”.
Entrevistada 4	“Esse é o trabalho mais tranquilo para a minha idade e o de mais fácil acesso pra mim”.
Entrevistada 5	“Eu escolheria outro emprego se pudesse, pois os produtos químicos utilizados na produção prejudicam bastante a minha saúde”.
Entrevistada 6	“Já recebi outras propostas de emprego, mas eu ganharia muito menos e trabalharia mais, então não valeria a pena”.
Entrevistada 7	“Quando vi meu filho desempregado, essa era a melhor opção para mim”.

Fonte: Autoras, 2017.

A pesquisa GEM (2016, p. 30) define os empreendedores por necessidade como aqueles que “decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de seus familiares”.

No que se refere as perspectivas de futuro das empreendedoras do polo cerâmico de Teresina/PI, somente uma das interrogadas, a mais jovem, pretende trabalhar em outro ramo, para conseguir uma renda maior e depois retornar a arte com o barro, ou como empresária ou apenas por diversão. Todas as outras pretendem expandir seu negócio e as mais velhas afirmaram que pretendem deixar o empreendimento para os filhos ou netos.

Pode-se perceber a influência da faixa etária nos planos de cada uma delas, tendo em vista que as com maior idade não pretendem fazer muitas alterações no seu estabelecimento e estão bem satisfeitas com o que já conquistaram. Sales e Silva (2007) ressaltam a importância de planejar as mudanças organizacionais, avaliando-se as reais necessidades da empresa. Um grande desafio das organizações é evitar maiores impactos na implementação de mudanças e transformações, dado que a resistência tem se tornado uma ameaça ao sucesso na gestão de mudança. Para os autores, para que as pessoas aceitem as mudanças, elas precisam conhecer exatamente as suas razões, a fim de que não se sintam ameaçadas e prejudicadas.

A seguir, no Quadro 3, pode-se visualizar, de modo geral, a influência da idade das entrevistadas e seus projetos para o futuro.

**Quadro 3** - Comparação entre idade e perspectiva de futuro das entrevistadas

PARTICIPANTES	IDADE	PROJETOS
Entrevistada 1	45	Manter o negócio sem expansão
Entrevistada 2	26	Deseja abandonar o negócio por período indeterminado
Entrevistada 3	58	Aumentar o espaço e em seguida passar o negócio para os filhos
Entrevistada 4	51	Aumentar o espaço e a produção
Entrevistada 5	66	Passar o negócio para o neto ou fechar a loja
Entrevistada 6	35	Aumentar o espaço e trabalhar apenas na administração da loja, saindo da produção.
Entrevistada 7	66	Manter o negócio sem expansão

Fonte: Autoras, 2017.

As que ainda não são aposentadas afirmam que pretendem receber o benefício, porém não contribuem com a Previdência Social e ainda não planejaram quando começarão a contribuir. Elas afirmaram que mesmo depois de aposentadas não pretendem parar com suas atividades. “*É isso que me mantém lúcida e me faz feliz, só vou parar quando não tiver mais condições físicas ou mentais*”, afirmou a Entrevistada 7.

No que se refere às dificuldades enfrentadas no empreendedorismo feminino, elas afirmaram não perceber nenhum preconceito pelo fato de uma mulher estar à frente de um negócio. As empreendedoras brasileiras da pesquisa GEM (2016) relataram sofrer preconceito de gênero e menor credibilidade por serem mulheres. Isto não condiz com a realidade das entrevistadas do polo cerâmico. Elas não estão de acordo com o que apontam a literatura, inclusive as ceramistas possuem total apoio da família onde cinco delas são as maiores contribuintes da renda familiar.

Elas relatam ainda, que mesmo em trabalhos pesados, com bastante exposição ao sol, altas temperaturas nas proximidades dos fornos e trabalhos braçais, elas são tratadas de igual maneira, sem distinção entre homens e mulheres, estando presentes em todas as etapas da produção.

Segundo a pesquisa da GEM (2016), um grande desafio do empreendedorismo feminino é a dificuldade de conciliar demandas da família e do empreendimento. Esse problema foi observado na realidade das participantes da presente pesquisa, mas elas não julgam ser esse o maior problema. Seus maiores obstáculos são os mesmos enfrentados pelo público masculino, que são: a falta de colaboradores, em caso de doença alguém que possa a substituir; maior divulgação do seu trabalho; o alto valor da matéria prima; e o excesso do esforço físico no deslocamento de algumas peças, conforme se observa no Quadro 4.

**Quadro 4 - Obstáculos enfrentados pelas entrevistadas**

PARTICIPANTES	OBSTÁCULOS EXPOSTOS
Entrevistada 1	Acordar muito cedo para realizar tarefas domésticas
Entrevistada 2	Cuidar do pai e da sobrinha
Entrevistada 3	Quando fica doente não possui quem a substitua
Entrevistada 4	Poucos colaboradores e pouca divulgação do polo
Entrevistada 5	Quando fica doente não possui quem a substitua
Entrevistada 6	Alto valor da matéria prima e pouca divulgação do polo
Entrevistada 7	Excesso de esforço físico

Fonte: Autoras, 2017.

Um fator que ameniza obstáculos, como acordar muito cedo para fazer tarefas domésticas ou cuidar dos filhos, é a proximidade de suas casas ao empreendimento. Três das entrevistadas moram no local de trabalho e as outras quatro moram nas proximidades do empreendimento, ou seja, os seus filhos estão sempre por perto, ou até mesmo, trabalhando como seus colaboradores.

Mesmo com essas dificuldades, elas afirmam conseguir se manter à frente do negócio com um bom desempenho. Isto é possível dado ao apoio de seus familiares e a flexibilidade em seus horários de trabalho. Torres (2019) caracteriza a flexibilidade na jornada de trabalho como um benefício não remunerado e ressalta que são proporcionadas vantagens tanto para os colaboradores que possuem esse benefício quanto para as organizações, também afirma em sua pesquisa, que o trabalho em casa é um fator da flexibilidade que pode contribuir para a qualidade de vida do trabalhador.

O que elas afirmam ser mais gratificante é a liberdade e flexibilidade do horário de trabalho, a independência, o reconhecimento do público e até mesmo a amizade feita com os clientes. Por esse motivo, elas incentivam homens e mulheres a também se tornarem empreendedores, desde que acreditem que realmente se identificam com esta atividade. Isto fica claro nos discursos transcritos no Quadro 5.

**Quadro 5** - Discurso das entrevistadas a respeito da satisfação em empreender

PARTICIPANTES	RESPOSTAS
Entrevistada 1	“É muito gratificante o reconhecimento do público, principalmente quando recebemos prêmios que são divulgados na televisão”.
Entrevistada 2	“O mais gratificante é vender o resultado e tanto esforço e poder produzir peças que tantas pessoas admiram.”
Entrevistada 3	“O mais gratificante é poder trabalhar no horário que eu achar melhor e ainda não ser subordinada a ninguém”.
Entrevistada 4	“Para mim o mais gratificante é a amizade com o cliente, é poder dar o melhor atendimento a eles”.
Entrevistada 5	“Eu gosto de poder viajar no dia em que desejar, ou ir ao médico no dia em que precisar”.
Entrevistada 6	“O que eu mais gosto é de trabalhar no polo, da boa estrutura, da facilidade de produzir e vender no mesmo local”.
Entrevistada 7	“Eu gosto de estar à frente do negócio, de não precisar depender de ninguém”.

Fonte: Autoras, 2017.

Ao contrário do que muitos pensam, o empreendedor é alguém que se socializa bem com as pessoas (DORNELAS, 2008), isto é bem visível nos discursos das empreendedoras.

## 5. CONCLUSÃO

A análise de dados permitiu encontrar as motivações, aspirações e os obstáculos percebidos pelas mulheres empreendedoras que trabalham no polo cerâmico, bairro Poti Velho em Teresina/PI.

Os resultados apontaram para um empreendedorismo motivado pela necessidade. Todas as artesãs participantes da pesquisa possuíam baixo nível de escolaridade e precisavam complementar a renda familiar e em alguns casos sustentar a família. Além disso, a atividade não está relacionada a grandes avanços tecnológicos, exigindo apenas habilidades manuais e criatividade.

Sendo assim, devido à ausência de empreendedores por oportunidade entre as interrogadas e a comparação com os dados da pesquisa GEM (2016), pode-se afirmar que o polo cerâmico de Teresina não é impulsionado por inovação e que apresenta baixos níveis de desenvolvimento socioeconômico.

As entrevistadas possuem perspectivas de futuro positivas, destacam o prazer da independência proporcionada pelo negócio, ressaltam a flexibilidade da carga horária de trabalho e o controle da qualidade de vida.

As empreendedoras não relataram sofrer preconceito de gênero ou menor credibilidade por serem mulheres; inclusive, possuem uma boa relação com seus clientes e total apoio da família. No entanto, um obstáculo enfrentado é a dificuldade de conciliar demandas da família e do empreendimento, mas o fato de morarem nas proximidades do empreendimento, faz com que haja maior ajuda dos filhos, amenizando esse problema.

No geral, pode-se afirmar que a maioria dos obstáculos enfrentados pelas mulheres do polo cerâmico são as mesmas enfrentadas pelos homens, como: matéria-prima com preços elevados, queda nas vendas e pouca divulgação do polo. Uma sugestão para essas comerciantes conseguirem amenizar esses problemas seria buscar novos fornecedores e investir em campanhas de marketing, tudo isso de forma coletiva para ratear despesas e ter maior poder de

barganha com os fornecedores. Ainda que elas possuam alguns obstáculos diferentes dos enfrentados pela parcela masculina, elas não encaram como sendo seus maiores problemas.

Como o tema também instiga mais mulheres ao empreendedorismo, esse trabalho pode ser importante para que elas possam conhecer a realidade de algumas empreendedoras, suas aspirações e obstáculos.

Por fim, incita-se novos horizontes à pesquisa. Dentro do tema, empreendedorismo feminino, pode-se analisar o comportamento das mulheres gestoras em diferentes ramos de atuação. É possível ainda, estudar o comportamento masculino, abordando diferentes motivações, em meio ao contexto social e econômico que o Brasil está passando.

## REFERÊNCIAS

- BAHIA, M. C. A.; FERRAZ, M. A. V. Entre a Exceção e a Regra: A construção do feminino na polícia civil baiana. **Revista O&S**, v. 7, n. 18, 2000.
- BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 10 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.
- BERTOLAMI, M.; *et al.* Survival of Nascent Firms: Effects of Human and Social Capital, Management Practices, and Gender. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 3, p. 311-335, 2018.
- BUENO, C. M. L. B. **A mulher e a culpa: relações entre o trabalho e a maternidade** (um estudo realizado com as trabalhadoras das indústrias do setor coureiro-calçadista e similares da cidade de Franca). II INTERNATIONAL CONGRESS WOMEN, WORK, HEALTH: livro de resumos. 1999, Rio de Janeiro.
- CRAMER, L. *et al.* Representations of women entrepreneurial action: An analysis of the path of women in the world of business. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE**, v 1, n. 1, p. 53 – 71, jan/abril, 2012.
- DESCARRIES, F. **Teorias feministas: liberação e solidariedade no plural. Feminismo: teorias e perspectivas**, 2000.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2016**. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.
- GOMES, A. F.; SANTANA, W. G.; SILVA, J. M. **Mulheres Empreendedoras: Desafios e Competências**. Edições Uesb, 2006.

GOMES, A. F. *et al.* Satisfação com o Trabalho e Dedicção ao Trabalho: Um Estudo com Empreendedoras no Interior Baiano. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 8, n. 3, p. 67-89, 2018.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). *Pesquisa Mensal de Emprego*. Disponível em:

[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme\\_mulher/Suplemento\\_Mulher\\_2008.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_mulher/Suplemento_Mulher_2008.pdf). Acesso em: 12 out. 2017.

LUGOBONI, L. F. et al. Gestão Orçamentária em Empresas Familiares. **Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**. v. 2, n. 2, 2020.

MORAES, M. D. C.; PEREIRA, L. C. **Mulheres ceramistas no Poti Velho em Teresina-PI: fazendo arte e narrando identidades de gênero**, 2012. Disponível em:

<http://www.sinteseeventos.com.br/ciso/anaisxvciso/resumos/GT06-11.pdf>. Acesso em: 10 set. 2017.

MORGADO, A. P. D. V. **A Mulher Invisível: Sentidos atribuídos à mulher e ao trabalho na gerência intermediária**. 298 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2012.

SILVA NETO, T. G. da; *et al.* **As dinâmicas sociais da comunidade do bairro Poti Velho em decorrência da produção artesanal e do turismo local**. VII Jornada Internacional Políticas Públicas, 2015. Disponível em:

<http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinpp2015/pdfs/eixo5/as-dinamicas-sociais-da-comunidade-do-bairro-poti-velho-em-decorrencia-da-producao-artesanal-e-do-tu.pdf>. Acesso em: 10 set. 2017.

OLIVEIRA, E. de S. *et al.* The logic of the personal relations in family businesses: the formulation and implementation of the strategic management. **Business and Management Review**. Special issue - VII/4, n. 12, May 2015.

PEÑALOZA, V.; DIÓGENES, C. G.; SOUSA, S. J. A. Professional choice at a business management course: Entrepreneurship tendencies and gender. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, p. 155-167, nov./dez. 2008.

PREFEITURA DE TERESINA. **Fundação Wall Ferraz**. Disponível em: <http://fwf.teresina.pi.gov.br/>. Acesso em: 05 out. 2017.

SALES, JEFFERSON DAVID ARAUJO; SILVA, Patrícia Katiana da. Os fatores de resistência à mudança organizacional e suas possíveis resultantes positivas: um estudo de caso na indústria calçados bibi do município de Cruz das Almas–BA. **Semead–seminários em administração FEA-USP**, São Paulo, Brasil, v. 10, 2007.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

**Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas: 2015**. Brasília, DF; DIEESE, 2015. Disponível em:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/cd949ce3599faa1e095bea15e2ac8ba5/\\$File/5861.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/cd949ce3599faa1e095bea15e2ac8ba5/$File/5861.pdf). Acesso em: 16 out. 2017.

TORRES, Elvia Florencio. **Jornada flexível de trabalho e produtividade na educação a distância**. Mauritius: Novas Edições Acadêmicas, 2019.

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

ZABOTI, Évellyn Danielly; BERTOLINI, Geysler Rogis Flor. The theoretical perspectives used in the scientific production of gender on leadership positions in organizations. **Revista Organizações em Contexto**. São Bernardo do Campo. v. 15, n. 29, p. 3-16, jan/jun, 2019.