

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.



## **Empreendedorismo feminino na fronteira entre o Brasil e o Uruguai: oportunidade ou necessidade?**

*Female entrepreneurship on the border between Brazil and Uruguay:  
opportunity or necessity?*

*Recebido: 06/12/2022 - Aprovado: 9/1/2024 – Publicado: 01/04/2024*

*Processo de Avaliação: Double Blind Review*

Waleska Areva Rodrigues

[waleska.uni@hotmail.com](mailto:waleska.uni@hotmail.com)

Universidade Federal do Pampa

<https://orcid.org/0000-0003-2725-8135>

Carolina Freddo Fleck

[carolinafleck@unipampa.edu.br](mailto:carolinafleck@unipampa.edu.br)

<https://orcid.org/0000-0002-1595-0100>

Universidade Federal do Pampa

Caroline Soares Prestes

[carolineprestes.aluno@unipampa.edu.br](mailto:carolineprestes.aluno@unipampa.edu.br)

<https://orcid.org/0000-0002-4182-5987>

Universidade Federal do Pampa

### **RESUMO**

O presente estudo realizado na fronteira do Brasil com o Uruguai, nas cidades de Santana do Livramento e Rivera, teve como objetivo identificar os motivos que levam mulheres dos dois países vizinhos a empreender, bem como, identificar seus maiores desafios e analisar se o processo empreendedor se dá pela oportunidade ou necessidade. A pesquisa se caracterizou como descritiva de abordagem qualitativa. Utilizou-se o Método Narrativo, utilizando como técnica de coleta de dados a entrevista semiestruturada. As entrevistas foram realizadas com vinte duas mulheres, metade das entrevistadas em cada país, de empresas de diferentes ramos de atuação. Os resultados indicam que as mulheres empreendem por diversos fatores, entre eles aspectos ligados a questões familiares como cuidar dos filhos e rotinas da casa. Nas duas

idades as motivações mais citadas foram: realização pessoal, independência financeira e visão de oportunidade, sendo considerados como fatores determinantes na escolha para empreender; essas características relacionam-se com o empreendedorismo por oportunidade e não por necessidade nesta região. Os resultados desta pesquisa apontam como maiores desafios a dificuldade que as empreendedoras têm de conciliar o tempo entre seus afazeres domésticos, como cuidar dos filhos, da casa e do trabalho.

**Palavras-chave:** empreendedorismo feminino, oportunidade, necessidade

### **ABSTRACT**

*This study conducted on the border of Brazil and Uruguay, in the cities of Santana do Livramento and Rivera, aimed to identify the reasons that lead women from the two neighboring countries to undertake, as well as to identify their greatest challenges and analyze whether the entrepreneurial process is due to opportunity or need. The research was characterized as descriptive qualitative approach. The Narrative Method was used, using the semi-structured interview as the technique of data collection. The interviews were conducted with twenty-two women, half of those interviewed in each country, from companies of different branches of activity. The results indicate that women undertake several factors, including aspects related to family issues such as caring for their children and home routines. In the two cities the most cited motivations were: personal achievement, financial independence and vision of opportunity, being considered as determining factors in the choice to undertake; these characteristics are related to entrepreneurship by opportunity and not by necessity in this region. The results of this research point out as greater challenges the difficulty that entrepreneurs have to reconcile time between their household activities, such as caring for their children, home and work.*

**Keywords:** female entrepreneurship, opportunity, need

## **1. INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo feminino nunca esteve tão em evidência como nas duas primeiras décadas do século XXI. A participação da mulher no mundo dos negócios aumenta consideravelmente a cada ano. Segundo uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2019), no Brasil entre 2001/2011, o número de mulheres empreendedoras cresceu 21%, enquanto o percentual de homens empreendedores cresceu apenas 9%. Esses dados demonstram a expansão da participação ativa das mulheres no mercado de trabalho em diferentes nichos de mercado. Dados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), realizada pelo IBGE (2018), mostram que cerca de 9,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil e que em 2018 elas já representavam 34% dos “donos de negócio”.

É notório afirmar que as mulheres cada vez mais vêm assumindo papéis importantes na sociedade e no mercado de trabalho. Mesmo com muitas dificuldades e preconceitos enfrentados, elas vêm ganhando cada vez mais espaço, tendo uma capacidade de liderança e gerenciamento igualitária aos homens (Nogueira, 2010). Portanto, este cenário acaba por refletir na questão do empreendedorismo. Hoje, o Brasil, ocupa a 7ª posição com o maior número de mulheres empreendedoras e o Uruguai, a 24ª posição (SEBRAE, 2017). Com isso, considera-se esses países como foco deste estudo.

Este cenário de crescimento do empreendedorismo feminino brasileiro também se coaduna com os relatórios apresentados pela Receita Federal, que extrai dados sobre os MEI – Microempreendedores Individuais - que desde a criação da Lei Complementar 128/2008 regulamentou e facilitou o ingresso de empreendedores no Brasil, com apoio na criação da empresa, expansão do número de atividades, baixo custo no pagamento de impostos e garantia de seguridade e previdência social. A criação da referida lei contribuiu para a formalização de empresas e conseqüentemente no empreendedorismo brasileiro (Nunes, 2020). Em 2011 o número de empresas enquadradas como MEI no RS atingia pouco mais de 90 mil e dez anos depois, em 2021, o número cresceu exponencialmente atingido mais de 800 mil organizações desta tipologia. Atualmente 53% das empresas optantes do MEI no Estado são registradas pelo sexo masculino e 47% pelo sexo feminino (RFB, 2022).

Especificamente na cidade brasileira alvo do estudo este panorama não foi diferente. Enquanto em 2011 haviam 967 empresas registradas como MEI, em 2021 o município contava com 6.770 empresas optantes por esta modalidade. Dentre estes empreendedores, 51% são homens e 49% são mulheres. As atividades que possuem mais representatividade feminina são

serviços de beleza como cabeleireiras, promoção de vendas, produção e fornecimento de alimentos, comércio de vestuário e comércio varejista de alimentos. As atividades que são predominantemente exercidas por homens estão relacionadas com a construção civil, manutenção, marcenaria, mecânica, transporte e logística (RFB, 2022). Estes dados demonstram uma discrepância entre atividades, denotando espaços de trabalho segregados em atividades masculinizadas e feminizadas não só no mercado de trabalho regido pela CLT como também nas formas autônomas de trabalhar, como o caso dos microempreendedores individuais.

De acordo com Abbondanza; Fleck e Viana (2021), existem carreiras legitimadas como atividades femininas, sobretudo as que envolvem cuidado com os outros e atividades de ensino. Este panorama foi sendo construído no espaço e no tempo desde que a mulher ingressou nas atividades laborais fora do ambiente familiar. Para alcançarem o seu lugar no mercado de trabalho, a inserção começou em atividades com similaridade ao que elas já realizavam quando estavam fora da vida produtiva. Já para os homens é um tanto distinto. As atividades ligadas aos papéis masculinos são as das engenharias, tecnologia e ciência, demonstrando que o cenário é promissor, mas com limitações e barreiras que muito embora estejam sendo transpostas, ainda requerem maior discussão e aprofundamento.

Como demonstrado acima, a mulher ainda possui diversos desafios para ingressar e se manter nas atividades laborais mesmo possuindo formação escolar superior. Segundo dados do grupo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) maior grupo de estudos unificados de atividade empreendedora do mundo, até 2018 as mulheres apresentavam índices de estudo 16% maiores que os homens. Enquanto eles dedicam, em média, 8,5 anos à formação, elas investem 9,9 anos de suas vidas. Dados não revertidos em salários, uma vez que o rendimento médio mensal é 22% menor (GEM, 2018) para as mulheres à frente de seus negócios. Mesmo assim, as mulheres têm enfrentado os desafios que as questões de gênero no mercado de trabalho lhes impõem e têm seguido firmes no desafio de empreender.

Um dos argumentos apontados pelas mulheres referentes aos motivos que as levam a empreender é a autoridade de criar um ambiente de trabalho agradável, com a possibilidade de escolha dos clientes e colaboradores, além de poder expressar seu estilo de liderança (Jonathan, 2011). Diferentes estudos demonstram que a motivação das mulheres não seria exclusivamente

financeira, e sim a oportunidade de conciliação entre família e trabalho, crescimento profissional e autonomia (Jonathan, 2011; Ramos e Valdisser, 2019).

Outro dado que pode ser considerado é que houve um aumento do número de mulheres as quais chefiam seus lares, de 1995 a 2015, esse índice passou de 23% para 40%, e é possível que boa parte desse percentual seja vinculada aos índices de novos empreendimentos. Outro dado que contribui com a análise é um estudo realizado pelo censo em 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, que cerca de 40,9% das mulheres contribuem para a renda familiar brasileira. Ou seja, além de aumentar os índices de mulheres chefiando famílias, também é alto o percentual de mulheres contribuindo com a renda familiar. Compreende-se que parte considerável desse grupo envolve o aumento do percentual de mulheres empreendedoras (Hoffman, 2020).

Mais um motivo para confirmar a importância da presença feminina no mercado de trabalho, em cargos de liderança e na gestão de empresarial e da necessidade de compreensão dos fenômenos associados à sua maior ascensão aos diferentes espaços organizacionais. Em virtude disso, ocorre uma diversificação do ambiente de trabalho. Ou seja, aumentando a pluralidade de opiniões e conseqüentemente fomentando o rompimento de barreiras sociais estabelecidas na sociedade até os dias de hoje.

Estudos revelam que o aumento da atividade empreendedora feminina tem sido observado pelo mundo todo. De acordo com uma pesquisa realizada pelo GEM (2017), em 2016, 274 milhões de mulheres pelo mundo comandavam seus próprios negócios. Quando apresentados os 74 países integrantes do estudo, 63 apresentaram elevação no percentual médio da taxa de empreendedorismo para 10% dentro no período de 2014 a 2016. Além disso, o empreendedorismo feminino tem um impacto econômico quando falamos em formação de empregos, renda, proporciona uma maior estabilidade entre família e trabalho e aumenta a autonomia e independência financeira feminina (Machado et al., 2003).

Existem alguns aspectos que podem explicar a existência do empreendedorismo, em todas as regiões, são as motivações que levam os indivíduos a buscarem essa atividade como fonte para sua sobrevivência ou a própria realização pessoal. Segundo GEM, essas classificações podem estar associadas a duas categorias, que são: o empreendedor por oportunidade e o empreendedor por necessidade (GEM, 2018).

A participação da mulher no mercado de trabalho traz consigo diversas barreiras como: a desigualdade salarial, a pouca promoção para cargos altos, a pouca flexibilidade e falta de autonomia, as quais estão levando às mulheres buscarem modernas formas de gerenciar suas necessidades (Munhoz, 2000). No Brasil, fica evidente a distinção realizada entre homens e mulheres no mercado de trabalho. Segundo uma pesquisa realizada pela Organização Internacional do Trabalho– OIT, retratada no relatório do GEM, as mulheres participam menos do mercado formal de trabalho, conseqüentemente tendo mais chances de estar em trabalhos informais ou desempregadas. De acordo com este estudo, a cada 10 homens empregados, apenas 6 mulheres estão empregadas (GEM, 2018).

Comparando com os países vizinhos da América do Sul, em especial o Uruguai, quando analisados a Evolução dos empreendedores iniciais (TEA), entre 2006 e 2007, a pesquisa aponta que os dois países apresentam taxas próximas, sendo que o Brasil em 2006 tinha a taxa de 11,65 e em 2007 aumentou a sua taxa para 12,72, ou seja, em cada 100 pessoas, cerca de 13 desenvolviam alguma atividade empreendedora já o Uruguai em 2006 apresentava uma taxa de 12,56 e em 2007 caiu para 12,21. Esses dados revelam que apesar do Uruguai não apresentar um aumento na sua taxa da evolução dos empreendedores iniciais, ainda são bem próximos ao do Brasil. Esses dados podem ser observados na figura 1 (GEM, 2017).

Tabela 1- Painel da evolução dos empreendedores iniciais (TEA) entre 2006 e 2007.

PAÍSES	ANO	
	2006	2007
BRASIL	11,65	12,72
URUGUAI	12,56	12,21

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados do GEM, 2017.

Neste aspecto, fica evidente que os países em estudo apresentam similar nível de desenvolvimento econômico e que cada vez mais a atividade empreendedora tem contribuído com esses dados. Outros estudos constataam a importância da atividade empreendedora para a criação e o desenvolvimento de novos negócios, para a geração e inovação, bem como o crescimento e desenvolvimento de nações e regiões (Ucbasaran et al.,2013; Hisrich; Peters; Shepherd, 2014).

Com isso, o presente estudo tem como objetivo identificar os motivos que levam mulheres brasileiras e uruguaias a empreender, tendo como objetivos específicos: Traçar o perfil dessas pesquisadas; analisar se os motivos que as levam a empreender são movidos pela necessidade ou oportunidade; identificar seus maiores desafios ao longo desse processo empreendedor.

Se considera como cenário da pesquisa o Brasil e o Uruguai em sua fronteira seca, Santana do Livramento- RS e Rivera por despertar nas pesquisadoras o interesse de compreender as motivações que levam as mulheres desta região a abrirem seu próprio negócio. Visto que, é por meio do empreendedorismo feminino que as mulheres encontram um meio de se sustentar e ganhar espaço na sociedade. Diante disso, é importante salientar que a mulher ainda é diretamente relacionada ao papel de responsável pelo trabalho doméstico e realmente as mulheres desempenham a maioria desse trabalho tentando conciliar a tarefa de casa com as, profissionais. Os homens continuam perante a sociedade a ter as responsabilidades profissionais e permanecem afastados das tarefas denominadas como femininas (Strobino e Teixeira, 2014). Para Machado (2012), a habilidade de conciliar múltiplos papéis é uma característica que o sexo masculino percebe como sendo inerente ao sexo feminino.

Ainda que os dados mostrem o potencial crescimento da atividade empreendedora feminina, esse contexto se encontra muito desafiador para elas. Um dos maiores apontados pela literatura são a discriminação de gênero que o corre no mercado de trabalho e as diferenças de oportunidade que são estabelecidas entre homens e mulheres. Pode-se dizer que, atualmente ser mulher empreendedora não é uma tarefa muito simples (SEBRAE, 2019).

Logo este estudo justifica-se pela importância da manutenção da mulher no sistema econômico de um país e por poder contribuir com a exploração do tema, uma vez que, apesar da ascensão do tema, não se encontra na literatura uma investigação local, que propicie uma reflexão sobre o empreendedorismo dentro do cenário dessa região. Para tanto, este trabalho se divide da seguinte forma: o segundo tópico apresenta a fundamentação teórica sobre: empreendedorismo, empreendedorismo por oportunidade, empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo feminino; o terceiro tópico descreve os procedimentos metodológicos para o desenvolvimento do trabalho; o quarto tópico apresenta a análise dos resultados; e finalmente, o quinto tópico apresenta as considerações finais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são apresentados temas que abordam aspectos a respeito do empreendedorismo, do empreendedorismo feminino e do processo de decisão das mulheres para abertura de um negócio destacando os principais motivos: oportunidade e necessidade.

### 2.1 Empreendedorismo

Os primeiros conceitos abordados sobre empreendedorismo tiveram como base as teorias do desenvolvimento econômico, que definiam como agentes de transformação, os indivíduos que utilizavam os recursos disponíveis de maneira diferenciada e que eram capazes de promover a organização dos demais agentes fazendo com que eles estivessem aptos a novas mudanças (Loiola et. al., 2016). Com o passar do tempo, o conceito de empreendedorismo sofreu algumas modificações. No início do século XX, Schumpeter definia empreendedorismo como a descoberta e a promoção de novas combinações de fatores de produção, o qual era a fonte principal de criação do fator socioeconômico. Passadas algumas décadas, nos anos 1970, Israel Kirzner passa a argumentar que empreender é saber identificar melhores oportunidades no mercado (Schumpeter, 1985; Kirzner, 1966).

Iniciado o século XXI, passa-se a entender o Empreendedorismo como uma nova entrada, que tem como base um novo produto, novo mercado e/ou nova organização. Também pode envolver a criação de uma nova organização que acaba por desafiar os empreendedores ao aprender novas atividades, estabelecendo inicialmente custos mais altos quando comparado com empresas já estabelecidas no mercado. Em contraponto, as novas organizações têm maior facilidade de assimilar novos conhecimentos, o que concede uma vantagem estratégica importante em relação a concorrentes com mais tempo no mercado (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014).

Conforme Baggio e Baggio (2015), empreendedorismo é a arte de realizar com criatividade, motivação e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafios permanentes às oportunidades e risco. É adotar comportamento proativo a frente de questões que precisam ser resolvidas. Além disso, resulta na destruição de velhos conceitos, os quais não têm mais capacidade de surpreender e encantar, sua essência está na mudança. O empreendedorismo se



baseia na criação ou recriação de um negócio, produto ou serviço que gera valor para os empreendedores e para sociedade, apostando na inovação para extrair oportunidades (Brouard e Larivet, 2009).

Para fins deste estudo, usaremos como base o conceito do GEM que define o empreendedorismo como a tentativa da criação de um novo negócio, sendo ela uma atividade autônoma e individual, podendo ser um empreendimento novo ou a ampliação de um negócio já existente (GEM, 2019). Segundo um estudo realizado pelo grupo GEM em 2019, os tipos de empreendedores diferenciam-se de acordo com o estágio em que se encontram. Classificando-os como empreendedores iniciais, subdividindo em nascente ou novos e empreendedores estabelecidos. O quadro 1 apresenta a definição de cada classificação dos estágios dos empreendedores.

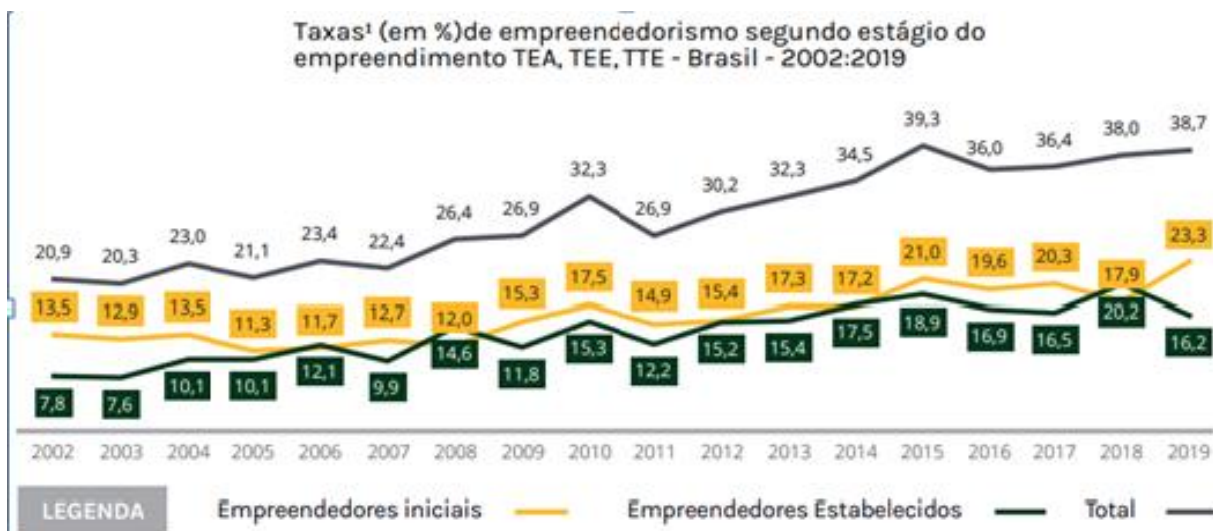
Quadro 1- Definição da classificação dos estágios

<b>Classificação do Estágio</b>	<b>Definição</b>
<b>Empreendedores nascentes</b>	Estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietário, mas que ainda não pagou salários ou qualquer forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses.
<b>Empreendedores novos</b>	São definidos como aqueles que administram e são donos de um novo negócio, que tenha pagado salários ou qualquer forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos).
<b>Empreendedores estabelecidos</b>	São definidos como aqueles que administram e são do seu próprio negócio tido como consolidado, que tenha pago salário ou outra forma de remuneração ao proprietário por mais de 42 meses.

Fonte: Adaptado de GEM, 2019.

Com base nestas definições, a pesquisa traz ainda os índices de crescimento dos tipos de empreendedorismo e aponta que a taxa de crescimento de empreendedores iniciais no Brasil, vem sendo considerada a maior marca nos últimos tempos comparada aos anos anteriores (GEM, 2019), conforme pode ser visualizado no gráfico 01.

Gráfico 1 - Taxa de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento

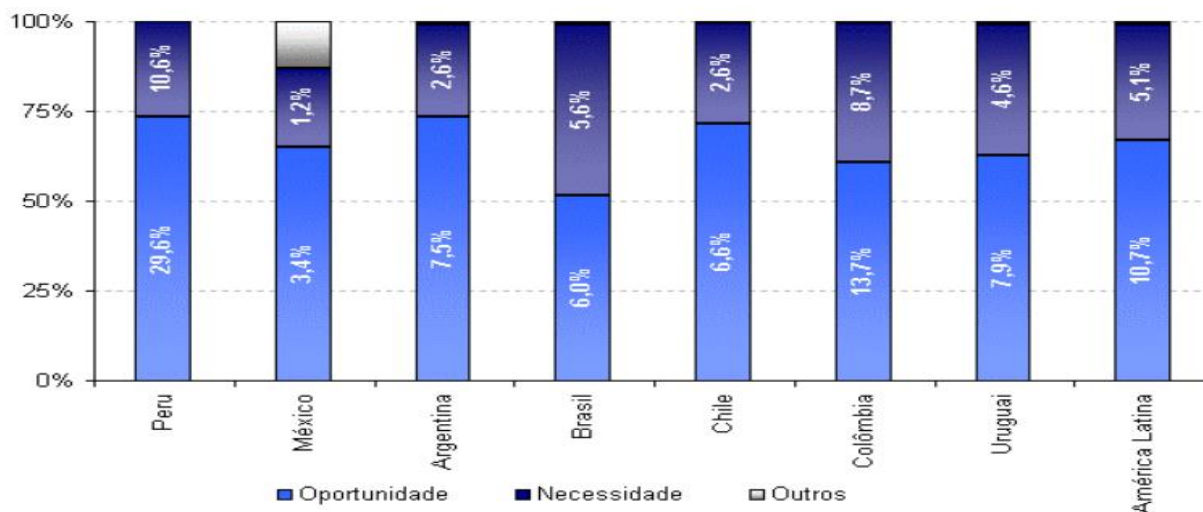


Fonte: GEM, 2019.

Observa-se no gráfico que em 2018, a taxa de empreendedores iniciais era de 17,9% e que no ano subsequente a taxa já era de 23,3%, sendo considerado o maior até agora. Esses dados expressivos mostram o potencial crescimento de empreendedores iniciais no país. Outro fator importante que podemos perceber no gráfico é a queda de empreendedores estabelecidos no país, comparado ao ano anterior. A dificuldade que estes empreendedores enfrentam causando essa diminuição pode ser explicada por vários fatores, dentre eles, estão, à queda na economia com os períodos de crise no país, a forte queda na demanda e consequentemente levam ao endividamento (GEM, 2019).

Falando especificamente dos países do estudo, Brasil e Uruguai apresentam taxas de empreendedorismo que elevam o potencial de desenvolvimento econômico (Ramos, 2015). De acordo com um relatório divulgado pelo GEM em 2014 as percepções de atitudes empreendedoras e motivações para empreender da população economicamente ativa do Brasil e do Uruguai se dão pela percepção da oportunidade, por necessidade e intenções empreendedoras, conforme se pode visualizar abaixo.

Gráfico 2 - Motivação para empreender- 2006



Fonte: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), 2016.

Conforme a figura é possível identificar que a oportunidade e a necessidade são os motivos mais citados quando falamos de motivação para empreender, em ambos os países da pesquisa. Segundo Ramos (2015) o Brasil possui taxa de empreendedorismo inicial de 17,2 % próximas a do Uruguai que apresenta taxa de 16,1%. Esses dados demonstram que os dois países têm mostrado crescente desenvolvimento na atividade empreendedora e que cada vez mais as pessoas buscam sua independência financeira através do empreendedorismo. Estudo do GEM relata que o empreendedorismo por necessidade cedeu espaço para o empreendedorismo por oportunidade e que cada vez mais, novos empreendedores brasileiros estão abrindo seus negócios por identificarem uma nova oportunidade e não apenas pela falta de opção de renda (GEM, 2018).

Entende-se então, que é importante destacar quais aspectos englobam o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade, uma vez que são as duas formas mais evidenciadas nos países que fazem parte do presente estudo, que busca compreender melhor o empreendedorismo feminino em uma fronteira seca entre os dois países.

## 2.2 Empreendedorismo por oportunidade

As pesquisas na área fazem duas distinções a respeito da motivação para abrir uma empresa: oportunidade ou necessidade (GEM, 2018; Machado et al., 2003). No cenário do

empreendedorismo por oportunidade, o empreendedor percebe potencial espaço de investimento e suas características e habilidades pessoais definirão a maneira como pode explorar essas oportunidades, sendo capaz de estabelecer suas estratégias e seus processos colocando-os em ação (Shane, 2003).

Estudos definem empreendedores por oportunidade aqueles capazes de vislumbrarem a criação de um negócio ou um nicho de mercado, mesmo possuindo alternativas concorrentes de empregos e renda (GEM, 2019).

O surgimento de uma oportunidade está relacionado com tais situações: novos conhecimentos, transformações tecnológicas, mudanças de preferências dos clientes, inconsistências deixadas pelo mercado (Aidar, 2007).

### **2.3 Empreendedorismo por necessidade**

Os empreendedores que são impulsionados pela necessidade, optam a empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego ou renda, criando seu negócio a fim de buscar uma estabilidade financeira e garantindo o sustendo da família (GEM, 2018). Ainda na mesma linha de pensamento, o grupo GEM afirma que países em desenvolvimento, tendem a empreender mais por necessidade, devido à dificuldade de inserção no mercado de trabalho.

Sendo assim, podemos dizer que um dos motivos que levam ao empreendedorismo feminino é a necessidade financeira, esses dados se confirmam de acordo com uma pesquisa realizada pelo GEM (2017) referente ao Empreendedorismo por Gênero no Brasil. Esses dados mostram que 38% dos homens empreendem por necessidade, enquanto as mulheres representam 63% do empreendedorismo por necessidade.

Em virtude disso, o que leva ao empreendedorismo por necessidade é a falta de alternativas no mercado de trabalho, buscando assim, novas alternativas de fonte de renda. Por conta disso, acabam criando negócios informais tendo pouco planejamento e muitas vezes sem nenhum investimento, conseqüentemente tendo muitas vezes um retorno financeiro baixo (Dornellas, 2008).

No tópico a seguir será abordado a temática do empreendedorismo feminino, bem como o surgimento, a evolução histórica, seus desafios e conquistas perante a sociedade.

### **2.4 Empreendedorismo Feminino**

A inserção da mulher no mercado de trabalho vem se intensificando cada vez mais pelo mundo ao longo dos tempos. A redução da exploração e a ampliação dos direitos das mulheres foi um marco na Revolução Francesa assim, como na Revolução industrial, que com o aumento pela procura por mão-de-obra acabou tornando a mesma encarecida. Com isso, as indústrias para reduzir os salários acabaram contratando mulheres. Com o envolvimento de muitos homens durante as duas Guerras mundiais e sem condição de retornar as atividades, muitas mulheres acabaram assumindo o lugar desses homens, tornando-se a principal fonte de renda do lar e com isso, cada vez mais foram ganhando espaço no mercado de trabalho. (Hobsbawn, 2004; Probst, 2003).

No Brasil, especificamente, foi nos anos 70 que a mulher teve sua participação ativa no mercado de trabalho através de movimentos feministas e sindicais no país. Foi então, em 1980 que elas passaram a ter mais visibilidade dentro dos movimentos sindicais através da criação da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora na (CUT) Central Dos Trabalhadores. E em 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica na Constituição Federal, sendo considerada tão capaz quanto aos homens (Araújo e Ferreira, 1998).

Devido à crescente participação das mulheres na sociedade e no mundo dos negócios, especialmente a partir dos anos 2000, propiciou a participação das mesmas não somente em organizações já existentes, mas também da criação de novos empreendimentos (Franco, 2014). Visto que, entre as várias definições existentes sobre empreendedorismo, não há uma distinção de gênero e que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto nos homens quanto em mulheres (Strobino e Teixeira, 2014). Segundo Ferreira; Rese e Nogueira (2013), na primeira década do século XXI, no Brasil, a atuação das mulheres na atividade empreendedora tem sido crescente.

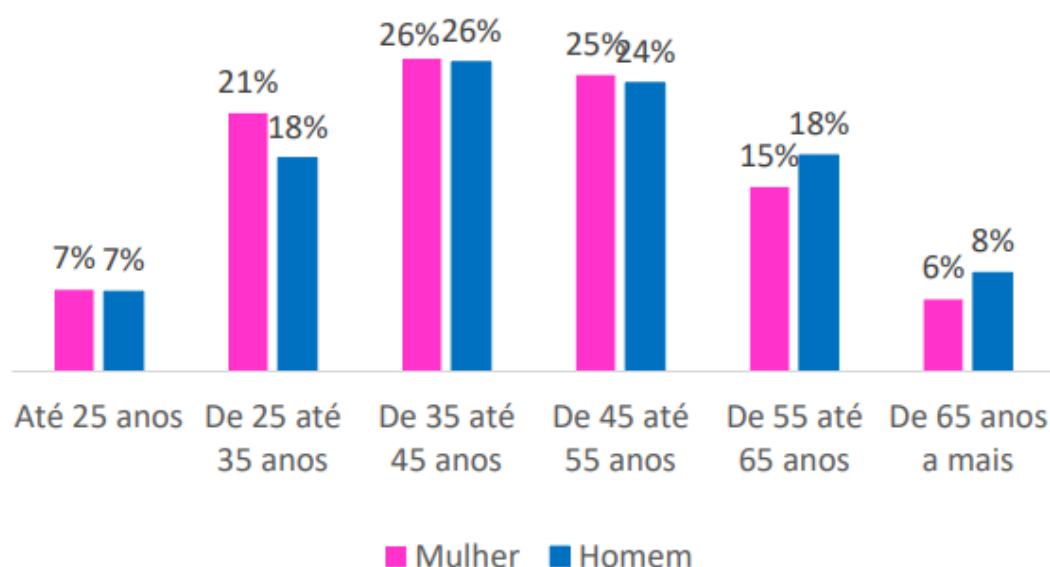
De acordo com levantamento realizado pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) aponta que, no ano de 2016, as mulheres representavam 51,5% da taxa total de empreendedores iniciais, dados que mostram o fortalecimento e crescimento do empreendedorismo no país.

Acredita-se que o que leva a motivar essas mulheres a abrirem seu próprio negócio seria a vocação ou a percepção de oportunidades, o desejo da independência financeira a realização pessoal (Bochniarz, 2000; Sarfaraz; Faghih; Majd, et al., 2014). Outros importantes fatores apontados pela literatura, que podem explicar esse crescimento da atividade empreendedora e

que expressa à força de trabalho desse sexo é o aumento do nível de escolaridade e a taxa de fecundidade das mesmas (Bruschini e Puppini, 2004).

Segundo o relatório realizado pelo SEBRAE em 2018, quando analisados a distribuição por faixa etária das mulheres que empreendem os estudos apontam que o maior número de empreendedoras se encontra entre as faixas etárias de 35 até 45 anos representando 26% do empreendedorismo feminino. O melhor detalhamento pode ser observado no gráfico abaixo.

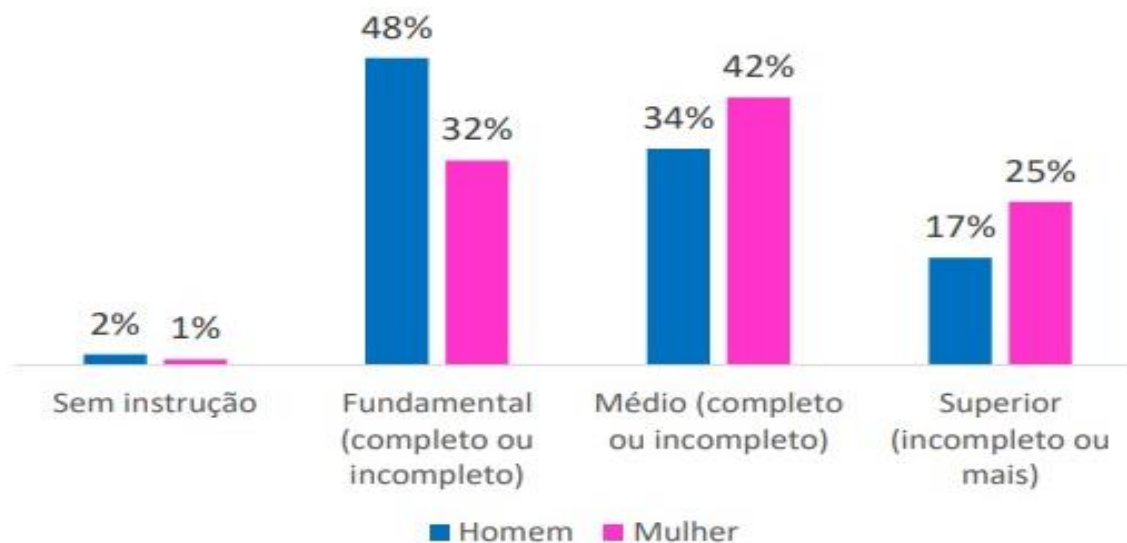
Gráfico 3 - Distribuição por faixa etária.



Fonte: SEBRAE, 2018.

Ainda neste estudo, quando analisados o grau de escolaridade entre as mulheres e os homens, como pode se observar no gráfico abaixo as mulheres estudam mais tendo um grau de escolaridade mais elevado que os homens.

Gráfico 4 - Grau de escolaridade



Fonte: SEBRAE, 2018.

Em virtude desta afirmativa, Lages (2005) acredita que mesmo as mulheres tendo um nível de escolaridade mais elevado que os homens ainda existem uma desigualdade salarial entre ambos os gêneros, elas acabam recebendo menos e ainda são restringidas a determinados cargos dentro das empresas.

Ainda assim, as mulheres encontram muitos desafios para empreender, sendo apontado como um dos principais a quantidade de tempo destinado a afazeres domésticos e a dificuldade ao acesso de crédito. Devido à crise econômica no país, as desigualdades foram se intensificando e as dificuldades também. De acordo com uma pesquisa pelo PNADC (Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar Contínua), no primeiro trimestre de 2010, o número de mulheres que perderam o trabalho foi de 25% maior que o de homens, sendo uma das causas da probabilidade do aumento da busca pelo empreendedorismo por necessidade pelas mulheres.

Estudos apontam que apesar das mulheres encontrarem no empreendedorismo um meio de inserção no mercado de trabalho, ainda sim encontram muitas dificuldades para equilibrar seus múltiplos papéis, tentando conciliar o tempo entre o trabalho, cuidar da casa e dos filhos (Fabrício e Machado, 2012; McGowana et al., 2012). Nas contribuições de Machado, Anez e Gazola (2013) os resultados de sua pesquisa constataam que alguma das principais dificuldades

pelas mulheres no empreendedorismo é, a falta de dinheiro, a falta de experiência no ramo e profissionais qualificados e ainda a falta de apoio da família.

Após a revisão na literatura, o próximo capítulo apresentará os procedimentos metodológicos utilizados para atingir os objetivos da pesquisa.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de alcançar os objetivos propostos, este estudo tem caráter descritivo com uma abordagem qualitativa. Segundo Barros e Lehfeld (2007), em uma pesquisa descritiva são realizados estudos, análises, registros e a interpretações dos fatos que estão sendo analisados sem que haja a interferência do pesquisador. Quanto à abordagem qualitativa na visão Gerhardt e Silveira (2009) a preocupação é com o aprofundamento da compreensão de um grupo social ou de uma organização e não com a representatividade numérica. Além disso, tem por objetivo analisar aspectos da realidade e compreender as relações dinâmicas das relações sociais. Considerando que já existe literatura de referência suficiente para dar base para a pesquisa o caráter da pesquisa está adequadamente indicado e considerando o objetivo da pesquisa, entende-se que somente com a abordagem qualitativa seria possível obter resultados ideais para respondê-lo.

O método de estudo utilizado foi o Estudo Narrativo, este método de pesquisa consiste na coleta de narrativas/histórias sobre determinado tema, no qual o pesquisador encontrará informações para entender determinado fenômeno (Clandinin e Connelly, 2011). A coleta de dados se deu através de um roteiro de entrevista semiestruturado. A entrevista continha perguntas organizadas em um formulário do *Google Forms* e foi realizada por e-mail ou Whatsapp.

A população do estudo contou com mulheres empreendedoras da região da fronteira de Santana do Livramento- RS e Rivera- UY. A escolha do local de pesquisa se deu pela fácil acessibilidade dos respondentes por se tratar de cidades vizinhas. A seleção dos entrevistados aconteceu pela técnica bola de neve com fechamento da amostra por saturação teórica sendo a primeira entrevistada escolhida pela pesquisadora. A técnica bola de neve ocorre quando os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes que, por sua vez, indica novos



participantes e assim sucessivamente até que seja alcançado o objetivo proposto. É considerada uma amostra não probabilística utilizada em pesquisas sociais (Baldin e Munhoz, 2011). A amostragem por saturação é um instrumento conceitual utilizado em investigações qualitativas. Nesta técnica quando as informações coletadas passam a apresentar, por avaliação do pesquisador, certa redundância ou repetição pode-se escolher encerrar a coleta de dados (Fontanella; Ricas; Turato, 2008). Neste estudo foram consideradas encerradas as entrevistas quando as amostras dos resultados se apresentaram saturados ou repetitivos, o que ocorreu após 22 entrevistas, contando com 11 uruguayas e 11 brasileiras. A técnica de análise de dados foi a análise interpretativa. Optou-se por este tipo de análise porque ela permite uma construção do texto mais livre, relacionando de forma mais direta os resultados com a teoria, sem a necessidade de categorizar previamente os achados.

Para a elaboração das questões realizadas nas entrevistas foram utilizados conceitos abordados pela literatura tendo como base os autores mencionados no quadro 2.

Quadro 2- Operacionalização das variáveis.

AUTORES UTILIZADOS COMO BASE PARA A ELABORAÇÃO DAS QUESTÕES DAS ENTREVISTAS	QUESTÕES APLICADAS NA ENTREVISTA
<b>MOTIVOS MOVIDOS PELA OPORTUNIDADE</b>	<b>MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER</b>
Identificação de Oportunidade no mercado de trabalho (GEM, 2018). Ambiente agradável de trabalho, escolha dos clientes, estilo de liderança. (Jonathan, 2011).	1. Quais são suas maiores motivações/ e ou razões para empreender (sustento da família, realização pessoal, faltas de alternativas no mercado, visão de oportunidade...)? Explique. 2-Tem seu negócio como única fonte de renda?
Crescimento pessoal, autonomia e conciliação entre trabalho e a família. (Jonathan, 2011; Ramos e Valdisser, 2019).	3. Você é responsável por todas as despesas domésticas? Se não, quem mais também é responsável? Em que proporção acha que sua renda impacta nas despesas domésticas?
Vocação; Percepção de oportunidade; Independência financeira, realização pessoal (Bochniarz, 2000; Sarfaraz; Faghieh; Majd, et al., 2014).	4. Iniciou sua atividade na área empreendedora por meio familiar dando continuidade ao negócio, ou por escolha?
<b>MOTIVOS MOVIDOS PELA NECESSIDADE</b>	
Falta de alternativas no mercado; Estabilidade financeira, Sustento da família (GEM, 2010)	<b>DESAFIOS PARA EMPREENDER</b>
<b>DESAFIOS PARA EMPREENDER</b>	<b>DESAFIOS PARA EMPREENDER</b>
Necessidade de equilibrar o tempo com o negócio, afazeres domésticos (cuidar dos filhos) e outro. (Mcgowana et al., 2012). Falta de profissionais qualificados; Falta de dinheiro; Falta de experiência no ramo; Falta de apoio da família, Discriminação de gênero (Fabrício e Machado, 2012; Machado; Anez; Gazola, 2013).	1. O que você entende por desafios para empreender?
	2. Quais seus maiores desafios?
Dificuldade de acesso a crédito por instituições financeiras (Barbosa et al., 2011).	3. Você obteve ajuda de terceiros ou instituições financeiras para abrir seu negócio?
	4. Como você se sente como empreendedora no mercado de trabalho atual?

Fonte: Elaborado pela autoras.

#### 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A técnica para análise dos resultados foi a análise de conteúdo que segundo Bardin (2011), configura-se como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que faz uso de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Desta

forma, os dados coletados passaram pela Pré-análise, exploração do material e para a interpretação dos resultados foram categorizados de modo a facilitar o seu entendimento. Procurou-se dividir em tópicos de acordo com a ordem dos objetivos da pesquisa, são eles: perfil das empreendedoras; motivações para empreender, desafios ao longo do processo empreendedor.

Nos resultados desta pesquisa, foram analisadas 22 entrevistas, sendo 11 mulheres empreendedoras de Rivera-UY e 11 de Santana do Livramento-BR. Na apresentação dos resultados os relatos inseridos neste trabalho foram identificados por códigos para cada uma das entrevistadas.

#### **4.1 Perfis das empreendedoras**

Procurou-se caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras brasileiras e uruguaias, foram avaliadas características como: Faixa etária, escolaridade, filhos, estado civil, ramo de atividade e tempo de existência do empreendimento. Podemos observá-los nos quadros 3 e 4 que encontram sumarizados abaixo.

Quadro 3 – Perfil das entrevistadas de Santana do Livramento.

<b>ENTREVISTADAS DE SANTANA DO LIVRAMENTO</b>	<b>IDADE</b>	<b>ESCOLARIDADE</b>	<b>Nº FILHOS</b>	<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>RAMO DE ATIVIDADE</b>	<b>TEMPO DE EXISTÊNCIA DO EMPREENDIMENTO</b>
<b>ENTREVISTADA 1</b>	40	Ensino fundamental incompleto	4	Casada	Decoração	13 anos
<b>ENTREVISTADA 2</b>	31	Ensino superior completo	2	Solteira	Cosméticos	8 anos
<b>ENTREVISTADA 3</b>	24	Ensino superior incompleto	0	Solteira	Lojista	1 ano e 3 meses
<b>ENTREVISTADA 4</b>	30	Ensino superior completo	0	Casada	Podologia	3 anos e 10 meses
<b>ENTREVISTADA 5</b>	31	Ensino médio completo	1	Casada	Fotografia	5 anos
<b>ENTREVISTADA 6</b>	40	Ensino médio incompleto	2	Casada	Confeitaria	2 anos
<b>ENTREVISTADA 7</b>	30	Ensino Médio completo	3	União estável	Salão de beleza	7 anos
<b>ENTREVISTADA 8</b>	27	Ensino superior incompleto	1	Solteira	Salão de beleza	1 ano e meio
<b>ENTREVISTADA 9</b>	20	Ensino superior incompleto	0	Solteira	Salão de beleza	2 anos
<b>ENTREVISTADA 10</b>	26	Ensino superior completo	1	União estável	Lojista	Menos de 1 ano
<b>ENTREVISTADA 11</b>	32	Ensino médio	1	União estável	Massoterapia	6 anos

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quadro 4- Perfil das entrevistadas de Rivera.

ENTREVISTADAS DE RIVERA	IDADE	ESCOLARIDADE	Nº FILHOS	ESTADO CIVIL	RAMO DE ATIVIDADE	TEMPO DE EXISTÊNCIA DO EMPREENDIMENTO
ENTREVISTADA 12	35	Ensino médio completo	1	Solteira	Decoração	4 anos
ENTREVISTADA 13	28	Pós graduação	1	Solteira	Estética	1 ano
ENTREVISTADA 14	25	Ensino superior completo	2	Solteira	Manicure e pedicure	8 anos
ENTREVISTADA 15	32	Ensino médio completo	1	Casada	Estética e beleza	Há muitos anos, porém firma registrada há 2 anos
ENTREVISTADA 16	37	Pós graduação	2	Divorciada	Empresária	_____
ENTREVISTADA 17	21	Ensino fundamental incompleto	2	União estável	Decoradora	2 anos
ENTREVISTADA 18	29	Ensino Médio completo	2	União estável	Confeiteira	4anos
ENTREVISTADA 19	31	Ensino fundamental incompleto	2	Casada	Papelaria personalizada	3 anos
ENTREVISTADA 20	24	Ensino superior incompleto	0	Casada	Influenciadora digital	3 anos
ENTREVISTADA 21	30	Ensino superior incompleto	1	União estável	Confeitaria	3 anos
ENTREVISTADA 22	35	Ensino superior incompleto	2	União estável	Papelaria artesanal	4 anos

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Em busca de alcançar os objetivos, quando analisado o perfil das empreendedoras, dentre as vinte e duas mulheres pesquisadas, foi possível perceber que na sua maioria são mais jovens, possuindo idade de vinte anos a quarenta anos e que, em ambos os países as faixas etárias que mais predominam estão entre vinte anos e trinta e sete anos, sendo um total de vinte respondentes estando entre essas faixas e apenas duas na faixa dos quarenta anos.

Quanto ao nível de escolaridade, tanto as brasileiras quantas as uruguaias apresentam um alto nível de escolaridade, em que, metade cursou ou estão cursando o ensino superior, porém nota-se que ainda existe um número expressivo de empreendedoras apenas com o ensino médio, duas uruguaias possuem pós-graduação e duas cursaram o ensino fundamental. Nenhuma brasileira possui pós-graduação e apenas uma cursou somente o ensino fundamental.

154

Esses dados vão ao encontro com a pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2018, quando afirma que as mulheres possuem um nível de estudo mais elevado e estudam mais que os homens. Esses dados podem ser confirmados na revisão de literatura, onde mostram que 25% das mulheres já cursou ou estão cursando o ensino superior, enquanto os homens representam 17%.

Em relação, ao estado civil dessas empreendedoras, a grande maioria mantém uma relação com cônjuge, sendo num total de sete casadas e quatro em união estável. Quatro brasileiras e três uruguaias relataram estar solteira e uma divorciada. Os dados da tabela mostram que a maioria possui filhos, apenas quatro respondentes afirmam não ter nenhum.

Ao analisar, os ramos de atuação que as mulheres mais empreendem, nesta pesquisa, estão bem variados, sendo citados (fotografia, decoração, confeitaria, papelaria, podologia, salão de beleza, cosméticos, estética, manicure e pedi cure, lojista e influenciadora digital), mas, ficou evidente que a grande maioria empreende no ramo da beleza. Sendo, cinco empreendedoras com salão de beleza, uma na área dos cosméticos, uma em estética e uma manicure e pedi cure.

Ao analisar o tempo de existência desses empreendimentos, relacionando-as com as classificações do GEM em 2019, como: novos, nascentes e estabelecidos. Os dados da pesquisa mostram que a metade dos empreendimentos das entrevistadas de Livramento atende ao perfil entre (novos/nascente), ou seja, com menos de 42 meses de existência (3,5 anos). E a outra metade das respondentes se encontra com a classificação de empreendimentos estabelecidos, tendo mais de 42 meses de existência.

Já, os dados referentes às empreendedoras de Rivera, se diferem um pouco das brasileiras, seis desses empreendimentos, contabilizando mais da metade, encontram-se no perfil entre novos e nascentes com mais de três meses e menos de 42 meses. E quatro empreendimentos já estão no mercado a mais de 42 meses, sendo considerados como estabelecidos, apenas uma dessas respondentes não respondeu com clareza o período certo do seu empreendimento, dificultando a análise dela para mais conclusões.

#### **4.2 Motivações para empreender**

Quando analisadas as principais motivações para empreender que é o foco principal desta pesquisa, os dados revelam que tanto as brasileiras quanto as uruguaias, apontam a realização pessoal relatando a entrevistada B-E2 "Trabalhar com o que gosto" e a entrevistada

B-E3 “A maior motivação para mim, foi a questão de não querer ser mais funcionária, então resolvi investir nos meus sonhos” como uma das falas mais relacionadas a esta característica. A realização pessoal foi a característica mais citada como uma das maiores motivações para empreender citadas na fala das entrevistadas B (E1; E2; E3; E4; E7; E9, E10) e nas falas das entrevistadas U (E14; E15; E16; E17; E18; E19, E20). Outros motivos citados pelas empreendedoras foram: Independência financeira, sustento da família, falta de oportunidade no mercado de trabalho, visão de oportunidade e conciliar o lazer, trabalho e família. As entrevistas B-E1, U-E14 e E17 apontam sustento da família e realização pessoal como suas maiores motivações, sendo considerada a característica sustento da família como o empreendedor por necessidade e na fala da entrevistada B-E6 “Minha motivação é a minha família e falta de oportunidade no mercado” é mencionado a falta de oportunidade no mercado de trabalhos como uma das motivações para empreender. Estando este, também relacionado com as características de empreendedores impulsionados pela necessidade. Com isso, pode se dizer que através das entrevistas ficou claro que duas empreendedoras de Rivera e duas de Santana do Livramento, apresentam características de empreendedorismo por necessidade. E que os motivos apresentados pela maioria dessas mulheres coincidem com que a literatura costuma apresentar em outros estudos. Segundo os estudos de Bochniarz (2000), assim como o de Sarfaraz; Faghih; Majd, et al. (2014), as maiores motivações das mulheres a abrirem seu próprio negócio seria a vocação ou a percepção de oportunidade, o desejo da independência financeira e a realização pessoal.

Quando questionados a elas se seu negócio é a única fonte de renda, a maioria relevou que sim, ou seja, única fonte de renda, mas que não são as responsáveis pelo provimento de renda da família, suas despesas da casa são divididas com seu cônjuge. Apenas seis das respondentes relatam ter o empreendimento como única fonte de renda para arcar com todas as despesas da casa. A maioria das mulheres afirma ter iniciado seu empreendimento por escolha, somente uma iniciou suas atividades por meio familiar dando continuidade aos negócios da família. Esses dados evidenciam com os resultados da pesquisa GEM (2010) que definem empreendedores por oportunidade aqueles capazes de vislumbrarem a criação de um negócio ou um nicho de mercado, mesmo possuindo alternativas concorrentes de empregos e renda. Ou seja, as mulheres não empreenderam apenas pelo sustento da família.

É possível concluir que neste estudo em ambas as regiões analisadas, tanto as brasileiras quanto as uruguaias apresentam características do empreendedorismo por oportunidade, quanto por necessidade, e que muitas dessas empreendedoras revelam empreender por identificarem através do empreendedorismo uma oportunidade de estarem trabalhando com o que gostam, tendo mais flexibilidade de horários para conciliar suas múltiplas tarefas a fim, da realização pessoal. E que a escolha por empreender não se dá apenas pela necessidade de sobrevivência.

### **4.3 Desafios ao longo do processo empreendedor**

Em busca de identificar seus desafios ao longo do processo empreendedor, foi questionado às empreendedoras o que elas entendem por desafios para empreender. Podemos destacar alguns citados pelas mesmas, como: bater metas e valores do mês, muita burocracia para abrir um negócio, conquistar clientes novos, falta de dinheiro e medo do fracasso. Questionou-se a elas também quais seriam seus maiores desafios e as empreendedoras mencionaram U-E12 “Se manter aberto no meio de tanta crise” e a B-E1 menciona “O mercado desigual” como um dos seus maiores desafios e muitas declaram ser seu principal desafio buscando a superação dia após dia conseguindo conciliar suas múltiplas tarefas, como ser empreendedora, mãe, cuidar do lar e dos filhos. Essa afirmativa pode ser observada na fala da entrevistada U-E21 “Me superar dia a dia. Fazer todo o dia o meu melhor para meus clientes. Poder ser esposa, mãe, empreendedora”. Outros estudos na literatura contatam que para muitas mulheres, apesar de possuírem maior liberdade e flexibilidade através do gerenciamento da sua própria empresa, ainda há certo descontentamento em relação as suas demandas de tempo para conciliar as exigências do negócio e seus afazeres domésticos e outras atividades (Mcgowana et al., 2012).

A maioria das empreendedoras relata não possuir ajuda de terceiros ou de instituições financeiras para abrirem o seu próprio negócio, quatro das respondentes mencionam a família como seu principal apoio financeiro para iniciar o empreendimento e uma respondente relata ter feito vários empréstimos para conseguir manter o seu negócio.

Na última questão da entrevista foi perguntado a elas como se sentem como empreendedoras no mercado de trabalho atual. A grande maioria relata estar realizada e feliz com o trabalho que desempenha, as mesmas demonstraram muito otimismo em relação ao futuro dos seus empreendimentos, apenas uma respondente relata se sentir insegura no mercado



atual. A entrevistada B-E4 declara: “ Me sinto vitoriosa! ” E na fala da B-E6 afirma “ Me sinto uma guerreira, uma sobrevivente” e a entrevistada U-B17 “Orgulhosa de mim mesma”.

Essas falas destacadas mostram que mesmo com todas dificuldades que elas mencionaram, são mulheres empreendedoras de sucesso e que com todos os desafios demonstram muita coragem para continuarem em busca de seus sonhos. A seguir serão apresentadas as considerações finais desta pesquisa.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente estudo buscou analisar as motivações que levam as mulheres brasileiras e uruguaianas a empreender, com o objetivo de traçar o perfil das pesquisadas e identificar seus maiores desafios ao longo do processo empreendedor. Através dos resultados desta pesquisa é possível afirmar que eles foram alcançados.

A pesquisa evidenciou que em ambos os países em estudo as motivações apontadas pelas empreendedoras possuem características tanto do empreendedorismo por oportunidade quanto o por necessidade, sendo apontadas pelas mesmas tais motivações: realização pessoal, independência financeira e visão de oportunidade, sustento da família e a falta de oportunidade no mercado de trabalho. As informações obtidas demonstram que muitas delas por não encontrarem oportunidades no mercado formal buscaram alternativas para manter-se no mercado de trabalho, indo ao encontro dos dados exponenciais de aumento de empresas da categoria MEI na cidade de Santana do Livramento. Por outro lado, as entrevistadas também afirmaram que abriram seus negócios pela identificação de uma oportunidade em busca de sua realização pessoal e não apenas uma necessidade de sobrevivência, demonstrando que estas utilizaram de seu talento, criatividade e habilidades para criarem negócios que lhes proporcione além do sustento, também bem-estar e satisfação.

Os setores evidenciados nos relatórios da Receita Federal sobre o MEI se coadunam com os negócios das entrevistadas, nos quais a maioria se dedica a prestar serviços de beleza, saúde e alimentação, demonstrando que muito embora a mulher esteja em evidência no mercado de trabalho, algumas atividades ainda são protagonizadas por homens limitando as mulheres a exercer o empreendedorismo em nichos específicos. Este panorama encontrado demonstra que o empreendedorismo por oportunidade pode ser afetado, pois a mulher ao buscar empreender não vislumbra outras opções e ainda pode enfrentar uma concorrência maior em ramos que

estejam saturados. Para diversificar o empreendedorismo feminino seria de grande valia a promoção de cursos de aperfeiçoamento em áreas distintas com o apoio dos governos de ambas cidades e um mapeamento que apontasse os setores com lacunas para que as mulheres possam empreender em outras esferas.

Constatou que as empreendedoras são cada vez mais jovens e que possuem um grau de escolaridade elevado. De modo geral, é possível afirmar que os dados da pesquisa vão ao encontro com os da pesquisa GEM, que revelam o potencial crescimento de empreendedores iniciais em ambos os países.

Os dados atestam que a maioria mantém uma relação de cônjuge e que as mesmas dividem metade das despesas da casa. Ou seja, elas não empreendem exatamente pela necessidade financeira, mas sim, buscando sua independência financeira trabalhando com o que gostam podendo conciliar seus horários com outras tarefas.

Com isso, foi possível perceber que os resultados obtidos nesta pesquisa apresentam uma certa similaridade entre as empreendedoras do Brasil e do Uruguai. As motivações na busca por empreender são na sua maioria as mesmas citadas pelas mulheres dessas duas regiões

A pesquisa indicou que a maioria utilizou recursos próprios ou ajuda familiar para abrir seu negócio. Com isso, sentiu-se a necessidade da criação de políticas públicas como programas de incentivos para fomentar o empreendedorismo feminino nesta região, visto que muitas mulheres relataram a dificuldade da ajuda financeira de terceiros. A criação de auxílios que possam servir de apoio a essas mulheres como força de incentivo para que as mesmas consigam colocar em prática seus sonhos de empreender.

Com base nos dados, foi possível identificar que a questão familiar como ter filhos, influencia muito na escolha pelo empreendedorismo feminino, uma vez que as mulheres buscam um meio de poderem ter mais tempo destinados aos afazeres domésticos como cuidar dos filhos e da casa. Com isso, é possível concluir que as mulheres empreendem em busca da realização pessoal e que através do empreendedorismo vislumbraram uma oportunidade de melhorar a instabilidade financeira e principalmente estarem trabalhando com o que gostam, podendo destinar mais tempo à família.

Por fim, acredita-se que os objetivos deste estudo foram alcançados, e possibilitam ao leitor identificar a importância do empreendedorismo feminino na sociedade e compreender os motivos que levam as mulheres a empreender.

A limitação encontrada foi a dificuldade de encontrar empreendedoras dispostas a participar da pesquisa e as respostas sucintas das entrevistadas, devido ao formato de coleta de dados ter sido por questionário via internet e não por entrevistas presenciais.

O estudo traz uma contribuição para a literatura, mostrando uma realidade específica das empreendedoras de uma fronteira seca entre as cidades de Livramento- BR e o Uruguai- UY. Embora seja um tema que vem sendo explorado, sugere-se o aprofundamento de estudos em outras realidades empreendedoras no Brasil e no mundo, a fim de confirmar com achados desta pesquisa ou novas contribuições para a literatura.

## REFERÊNCIAS

ABBONDANZA, Márcia Vanessah Pacheco; FLECK, Carolina Freddo; VIANA, João Garibaldi Almeida. Gênero, carreira e instituições: estereótipos, “teto de vidro” e outras implicações. **Polis. Revista Latinoamericana**, n. 58, 2021. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/polis/20149>> Acesso em Outubro de 2023.

AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. Cengage Learning, 2007.

ARAÚJO, Angela M. Carneiro; FERREIRA, Veronica Clemente. Construindo um espaço: a participação das mulheres no movimento sindical (1978-1988). **Revista de Sociologia e Política**, n. 10-11, p. 55-81, 1998. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/download/39277/24096>> Acesso em: Outubro de 2023.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015. Disponível em: <<https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>> DOI: <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38> Acessos em: Outubro de 2023.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: **Congresso Nacional de Educação**. 2011. p. 329-341. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/remea/article/view/3193>> DOI: <https://doi.org/10.14295/remea.v27i0.3193> Acessos em: Outubro de 2023.

BARBOSA, Felipe Carvalhal et al. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: Estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju-Sergipe. **Revista da Micro e Pequena empresa**, v. 5, n. 2, p. 124-141, 2011. Disponível em: <<https://ri.ufs.br/handle/riufs/401>> Acesso em: Outubro de 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS, Aidil J. da S.; LEHFELD, Neide Aparecida de S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BOCHNIARZ, H. Theses to the discussion at the conference “women entrepreneurs in SMES”. In: **Conference Women Entrepreneurs In Smes**, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000. Disponível em: <[https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2001/06/women-entrepreneurs-in-smes\\_g1gh247a/9789264193239-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2001/06/women-entrepreneurs-in-smes_g1gh247a/9789264193239-en.pdf)>. Acessos em Outubro de 2023.

BROUARD, François; LARIVET, Sophie. Social entrepreneurship: Definitions and boundaries. In: **Comunicação apresentada no ANSER-ARES 2009 Conference, Ottawa, Canada**. 2009. Disponível em: <[https://www.anser-ares.ca/files/conf09/BrouardLarivet\\_ANSER2009.pdf](https://www.anser-ares.ca/files/conf09/BrouardLarivet_ANSER2009.pdf)> Acesso em Outubro de 2023.

BRUSCHINI, Cristina; PUPPIN, Andrea Brandão. Trabalho de mulheres executivas no Brasil no final do século XX. **Cadernos de pesquisa**, v. 34, p. 105-138, 2004. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cp/a/nbmX97KsCvpcyZ5DxhvMMd/abstract/?lang=pt>> Acesso em Outubro de 2023.

CLANDININ, D. Jean; CONNELLY, F. Michael. **Pesquisa narrativa: experiência e história em pesquisa qualitativa**. Tradução: Grupo de Pesquisa Narrativa e Educação de Professores ILEEI/UFU. Uberlândia: EDUFU, 2011.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3 ed., Rio de Janeiro: Eksevier, 2008.

FABRÍCIO, Joiceli Santos; MACHADO, Hilka Vier. Dificuldades para criação de negócios: um estudo com mulheres empreendedoras no setor do vestuário. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 13, n. 3, 2012. Disponível em: <<https://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/1577>>. Acesso em Outubro de 2023.

FERREIRA, Jane Mendes; RESE, Natália; NOGUEIRA, Eloy Eros. Empreendedoras escrevem a própria história: estudo realizado a partir do teste de complemento de frases. **Revista Gestão Organizacional**, v. 6, n. 3, 2013. Disponível em: <<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/1512>> DOI: <<https://doi.org/10.22277/rgo.v6i3.1512>> Acessos em Outubro de 2023.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. **Cadernos de saúde pública**, v. 24, p. 17-27, 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csp/a/Zbfsr8DcW5YNWVkyMVBByhrN/abstract/?lang=pt>> Acesso em Outubro de 2023.

FRANCO, Michele Maria Silva. Empreendedorismo feminino: Características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. **VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas-EGEPE**, 2014. Disponível em: <<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/333.pdf>> Acesso em Outubro de 2023.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo- 2017**. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf)> Acesso em 16 de Out. de 2020.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo- 2018**. Disponível em: <<https://materiais.cer.sebrae.com.br/relatorio-executivo-gem-2018>> Acesso em: Outubro de 2023.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo- 2019**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>> Acesso em 15 de Out. de 2020.

GERHARD, T; SILVEIRA, D. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9**. Amgh Editora, 2014.

HOBBSAWM, E. J. **A era das revoluções 1789-1848**. 18. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

HOFFMANN, Jessica Rabelo. **Participação feminina no mercado de trabalho - S.P**, 2020. Trabalho de conclusão de curso. (Curso superior de tecnologia em Gestão Comercial). Faculdade de Tecnologia de Assis, Prof. Dr. José Luiz Guimarães. Assis, 2020. Disponível em: Acessos <<https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/4712>> Acesso em Outubro de 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua. Rio de Janeiro: 2018. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?edicao=26737&t=destaques>> Acesso em? 15 de Out. de 2020.

IGQP. **Empreendedorismo na America latina- Perspectiva Gem**.2016. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-na-inser%C3%A7%C3%A3o-internacional-das-PMES-Empreendedorismo-na-Am%C3%A9rica-Latina-Perspectiva-GEM.pdf>>. Acesso em: 15 de Out. de 2020.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, p. 65-85, 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pc/a/YcSysGmpDJmG4TDjswFhpN/?lang=pt>> Acesso em Outubro de 2023.

KIRZNER, I. Anessayon capital. New York: Augustus M. Kelley, 1966. Disponível em <<https://fee.org/media/23865/kirzner-israelm-anessayoncapital-ocr.pdf>>. Acesso em 1 de Nov. de 2021

LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica, Juiz de Fora**, 2005. Disponível em:

<<https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/estacaocientifica/article/view/2156>>  
Acesso em Outubro de 2023.

LOIOLA, Elisabeth et al. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v16n1/v16n1a03.pdf>>  
>Acesso em Outubro de 2023.

MACHADO, Francis Berenger. Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. **Anais do Encontro da ANPAD**, v. 36, 2012. <Disponível em: <<https://silo.tips/download/dilemas-de-mulheres-empreendedoras-em-empresas-inovadoras-nascentes>>  
> Acesso em Outubro de 2023.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; GAZOLA, Sebastião; ANEZ, Miguel Eduardo Moreno. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, p. 177-200, 2013. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ram/a/CvwkxWcznqMfPWQRMv7BQ6s/abstract/?lang=pt>>  
DOI:<https://doi.org/10.1590/S1678-69712013000500007>> Acesso em Outubro de 2023.

MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, 2003. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/raeel/a/VTYfdZ9q5CXCcwyqsztS6M/abstract/?lang=pt>> DOI: <<https://doi.org/10.1590/S1676-56482003000200007>> Acesso em Outubro de 2023.

MCGOWANA, P. et al. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. **Entrepreneurship & Regional Development**, USA, v. 24, n. 1-2, p. 53-72, 2012. DOI: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985626.2012.637351>> Acesso em Outubro de 2023.

MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras. **Encontro Nacional de Empreendedorismo**, v. 1, p. 164-176, 2000. Disponível em: <<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/GPE2000-01.pdf>>. Acesso em Outubro de 2023.

NUNES, Carlos Eduardo Aporcino Veiga. Microempreendedor Individual (MEI) no Brasil: Aspectos sobre o Desenvolvimento Social e Econômico. In: **Análise crítica do direito Ibero-americano**. Universidade Lusófona do Porto, 2020. p. 574-582. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7469275>> Acesso em Outubro de 2023.

NOGUEIRA, D. A. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Assis, 2010. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0911301355.pdf>>  
Acesso em: 9 de Nov. de 2020.

PROBST, Elisiana Renata; RAMOS, Paulo. A evolução da mulher no mercado de trabalho. 15º Congresso Nacional de Iniciação Científica. CONIC-SEMESP. Disponível em: <<https://conic-semesp.org.br/anais/files/2015/trabalho-1000020843.pdf>>. Acesso em Outubro de 2023.

RAMOS, Karla de Souza; VALDISSER, Cassio Raimundo. Das Dificuldades Ao Sucesso: os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. **Revista GeTeC**, v. 8, n. 20, 2019. Disponível em: <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/1611>>. Acesso em Outubro de 2023.

RAMOS, José Luís Gonçalves. **A aprendizagem empreendedora diante do insucesso empresarial: uma pesquisa de empreendedores brasileiros e uruguaios que vivenciaram o fracasso empresarial**. UFSM. Dissertação de Mestrado. Santa Maria, RS, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/4767/RAMOS%2c%20JOSE%20LUIS%20GONCALVES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 24 de Out. de 2020.

RFB - Receita Federal do Brasil. **Relatório sobre o MEI**, 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/servicos-para-mei/relatorio-mensal>> Acesso em: 25 de Nov. de 2022.

SARFARAZ, Leyla; FAGHIH, Nezameddin; MAJD, Armaghan Asadi. The relationship between women entrepreneurship and gender equality. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 4, n. 1, p. 1-11, 2014. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1186/2251-7316-2-6>> Acesso em Outubro de 2023 .

SCHUMPETER, Joseph A. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

SHANE, Scott Andrew. **A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus**. Edward Elgar Publishing, 2003.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino como tendência de negócio**. 2019. Disponível em <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo\\_feminino\\_como\\_tend%C3%Aancia\\_de\\_neg%C3%B3cios.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf)>. Acesso em: 15 de Nov. de 2020.

SEBRAE. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. São Paulo: Sebrae, 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas.b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD?codUf=26&origem=estadual>>. Acesso em: 13 out. 2020.

SEBRAE. **Relatório especial: empreendedorismo feminino no Brasil**. 2019. Disponível em: <[https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019\\_v5.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf)> Acesso em: 18 de Nov. de 2020.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 49, p. 59-76, 2014. Disponível em:

<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0080210716303387>> Acesso em:

Outubro de 2023.

UCBASARAN, Deniz et al. Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs. **Journal of management**, v. 39, n. 1, p. 163-202, 2013.

Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0149206312457823>> Acesso em: Outubro de 2023.