



40ª SEMAD

Semana do Administrador da UEM



EMPREENDEDORISMO POR MULHERES: UM ESTUDO SOBRE OS DESAFIOS DAS EMPREENDEDORAS DA ASSOCIAÇÃO DE MULHERES DE NEGÓCIOS E PROFISSIONAIS (BPW) DE NAVIRAÍ-MS

Vanessa Gomes Falcão
Marcelo da Silva Mello Dockhorn
Jaiane Aparecida Pereira
Sibelly Resch
Joiceli dos Santos Fabrício

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo compreender os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras que fazem parte da BPW no município de Naviraí. De forma específica, buscou-se descrever a atuação da BPW e identificar os desafios das mulheres. Para tanto, a revisão da literatura abordou os seguintes temas: o empreendedorismo e seus desafios; empreendedorismo por mulheres e o perfil das mulheres empreendedoras; e as redes de negócios e a BPW. Trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa do tipo descritiva, caracterizada como estudo de caso. Como principais resultados, identificou-se que os maiores desafios das empreendedoras são: o excesso da burocracia para abrir seu negócio, a conciliação entre gerenciar a empresa e o convívio familiar; e a falta de competências para a gestão do negócio. Os resultados também apontam que a rede BPW Naviraí contribuiu para o desenvolvimento pessoal e profissional das empreendedoras e de suas empresas, sobretudo quando se trata de empoderamento e reconhecimento. A rede também foi importante para troca de informações, visibilidade do negócio, possibilidade de acesso a novas ideias e, indiretamente, no incentivo para continuidade da empresa. Contudo, ainda há dificuldade para atuação na rede, como no caso da formação de parcerias entre as empreendedoras e com o poder público; e a falta de tempo para participação dos projetos da rede.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulher. Associação. Rede de negócios.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem sendo um impulsionador da economia em todo o mundo. No Brasil, segundo dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), a taxa de empreendedorismo total em 2019 foi de 38,7%, estimando-se que cerca de 53,4 milhões de brasileiros com idades de 18 a 64 anos, estavam envolvidos em alguma atividade empreendedora nesse período (GEM, 2020). Quando se trata das mulheres, as empreendedoras totalizavam cerca de 25,8 milhões de brasileiras em 2019 (GEM, 2020).

De acordo com o relatório GEM, em 2019, quase não houve diferença entre homens e mulheres nas taxas de empreendedores iniciais, sendo 23,1% do sexo feminino e 23,5% do sexo masculino. Apesar disso, há diferenças entre homens e mulheres entre os empreendedores estabelecidos, 18,4% do sexo masculino e apenas 13,9% do sexo feminino. Essa diferença tem sido recorrente ao longo dos anos, mostrando maior abandono por parte das mulheres na atividade empreendedora (GEM, 2020), o que denota a necessidade de ações que contribuam para a perpetuação das empresas criadas pelas mulheres.

Diante das dificuldades para atuação, uma das estratégias das mulheres é se fortalecerem por meio de associações, como a *Business Professional Woman* (BPW). A BPW Internacional é uma rede de negócios com afiliadas em mais de cem países, nos cinco continentes (BPW Internacional, 2018). No Brasil, a BPW é denominada Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais (BPW Brasil, 2020). No município de Naviraí, Mato Grosso do Sul (MS), a BPW foi fundada em 22 de julho de 2016, como BPW Naviraí (Associação de Mulheres de Negócios e Profissionais de Naviraí), iniciando com 41 mulheres filiadas (LOPES, 2016).

Apesar da importância da BPW como uma entidade para desenvolvimento do potencial das mulheres nos negócios, poucos estudos foram identificados sobre a entidade no Brasil (MENEZES; OLIVEIRA, 2013; MELO; JESUS, 2018). Considerando a necessidade de conhecer as empreendedoras de Naviraí, o trabalho desenvolvido pela BPW em Naviraí, e devido à falta de pesquisas em pequenos municípios localizados no interior do país, chegou-se ao seguinte problema de pesquisa: quais os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras, que fazem parte da organização BPW no município de Naviraí-MS?

Neste contexto, o objetivo do presente trabalho foi compreender os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras que fazem parte da BPW no município de Naviraí. De forma específica, buscou-se descrever a atuação da BPW e identificar os desafios das mulheres. Para tanto, o presente trabalho foi organizado da seguinte forma: além desta introdução, apresenta-se a revisão da literatura, seguido dos procedimentos metodológicos. Depois, apresenta-se a discussão e análise dos dados. Por fim, expõem-se as conclusões do estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Neste capítulo, primeiramente, discute-se sobre o empreendedorismo e seus desafios, em seguida apresenta-se o empreendedorismo por mulheres e o perfil das mulheres empreendedoras. Por último, discute-se sobre as redes de negócios e a BPW.

2.1 O EMPREENDEDORISMO E SEUS DESAFIOS

O empreendedorismo não se restringe a criação de um negócio. Deste modo, qualquer pessoa pode desenvolver uma mentalidade empreendedora caracterizada pela “busca de oportunidades, pela aceitação de riscos e pela tenacidade na defesa de uma ideia até torná-la realidade” (KURATKO, 2018, p.3). A mentalidade empreendedora, portanto, pode se

manifestar em qualquer indivíduo, seja proprietário de uma empresa, funcionário, servidor público ou um indivíduo que é voluntário numa ação pelo seu bairro, por exemplo.

O paradigma de que o empreendedorismo é nato, ou seja, é natural de alguns indivíduos foi substituído pela visão de que a aptidão para empreender pode ser desenvolvida pelos indivíduos que se dispõem a mudar os seus comportamentos (KURATKO, 2018; FARAH, 2017).

No âmbito dos negócios, o empreendedor é definido como o indivíduo “que se compromete a organizar, gerenciar e assumir os riscos de um negócio” (KURATKO, 2018, p. 4), sendo o catalisador das mudanças no mundo dos negócios. Dornelas (2018) acredita que o empreendedorismo revoluciona o mundo. Deste modo, o comportamento e o próprio processo empreendedor precisam ser estudados e compreendidos. Os empreendedores criam novas relações de trabalho e novos empregos, movimentando a economia e gerando riquezas (FARAH, 2017, DORNELAS, 2018).

Por isso, acredita-se que a inclusão do empreendedorismo em disciplinas, cursos e projetos, inclusive no ensino fundamental, pode contribuir para o desenvolvimento do perfil empreendedor, podendo alavancar novas oportunidades para os jovens profissionais (DORNELAS, 2018). Considerando que as características do indivíduo que possuem um perfil do empreendedor são importantes para todas as organizações, estes profissionais tornam-se requisitados pelas empresas que enfrentam o desafio de serem competitivas constantemente (FARAH, 2017).

No campo de estudos sobre empreendedorismo, especificamente sobre a abertura de novos negócios, desenvolveu-se uma diferenciação em relação às razões que levam à abertura de um negócio. Tendo como finalidade entender a motivação para iniciar um novo negócio, o GEM passou a classificar o empreendedorismo como de oportunidade - quando o empreendedor decide investir num negócio a partir da percepção ou identificação de uma oportunidade no ambiente - ou de necessidade - em que a ausência de alternativas para geração de renda leva à decisão de empreender (GEM, 2017).

De forma geral, o empreendedorismo por necessidade tende a ser maior em países com baixo índice de desenvolvimento, no qual o desemprego é maior e consequentemente as dificuldades para se inserir no mercado de trabalho também, levando as pessoas a buscarem alternativas de ocupação, como empreender (SIQUEIRA; GUIMARÃES, 2007). Deste modo, “o empreendedorismo é uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades do momento econômico” (GEM, 2015, p. 19), levando o país a ter altos índices de empreendedorismo por necessidade, resultado que ainda se mantém nos dias atuais. De acordo com o GEM (2020, p. 67), em 2019, cerca de 88% dos empreendedores iniciais “se identificaram como não tendo outra ocupação, ou seja, sendo apenas empreendedor, a escassez de emprego foi uma motivação para empreender”.

No Brasil, há muitos fatores que dificultam a atuação do empreendedor: a) acesso e custo do capital; b) elevada carga de tributos; c) exigências fiscais e legais; e d) frágil capacitação para a gestão do negócio, sendo este um dos pontos mais críticos para empreender (SIQUEIRA; GUIMARÃES, 2007). Barbosa (2012), também explica que o excesso da burocracia é um desafio que o empreendedor enfrenta. Destaca também o alto custo e a escassez de recursos financeiros para o capital de giro, os custos trabalhistas e tributários e a falta de políticas governamentais para apoio aos empreendedores, especialmente os micro e pequenos empresários e empresárias.

Além dos desafios estruturais, ou seja, dificuldades relacionadas a questões às quais os empreendedores não têm controle, o empreendedor ainda enfrenta desafios no âmbito pessoal. Neste sentido, Barbosa (2012) destaca que um dos maiores desafios do empreendedorismo é a relação e o bom convívio familiar, seja para quem começa um negócio, ou está em um cargo que exige muito, como a gestão. Salienta-se que a maioria dos empreendedores conta com o

apoio da família muito mais no início das atividades empreendedoras. Entretanto, com o decorrer do tempo, surgem reclamações da falta de atenção e do convívio familiar (BARBOSA, 2012). Considerando que o objeto deste estudo é o empreendedorismo por mulheres, no próximo tópico busca-se aprofundar na compreensão do empreendedorismo por mulheres e o perfil das mulheres empreendedoras.

2.2 EMPREENDEDORISMO POR MULHERES E O PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Segundo pesquisa do IBGE (2018), em todas as sociedades existem diferenças entre o que se espera e se valoriza na mulher e no homem. Essas expectativas refletem em diferentes aspectos da vida, como na saúde, na educação, no trabalho, na vida familiar e, consequentemente, no bem-estar (IBGE, 2018). Deste modo, para estudar melhor as características do processo empreendedor por mulheres, é importante compreender o contexto histórico, social, político, econômico e cultural de determinada sociedade.

No mercado de trabalho, as mulheres enfrentam o que metaforicamente se denomina como “Teto de Vidro”, expressão que surgiu na década de 1980. Consiste, de acordo com Machado (2012, p. 4) em “barreiras invisíveis que dificultam as mulheres na conquista de recompensas salariais justas e oportunidades iguais de desenvolvimento profissional equiparado ao gênero masculino”. Para Vaz (2013, p. 765), este fenômeno se caracteriza “pela menor velocidade com que as mulheres ascendem na carreira, o que resulta em sua sub-representação nos cargos de comando das organizações e, consequentemente, nas altas esferas do poder, do prestígio e das remunerações”.

Apesar das garantias legais criadas nos últimos anos, a desigualdade ainda persiste e é observada em diferentes aspectos do mercado de trabalho (FERNANDEZ, 2019), inclusive no campo do empreendedorismo na forma de barreiras, incluindo preconceito e discriminação por se dedicarem as suas empresas.

Diante dos problemas enfrentados pelas mulheres, surgem organizações, programas e projetos para apoiá-las. Em 1946, surge a primeira Associação de Mulheres de Negócios, fundada na Europa, a qual começa com 29.000 associadas de 35 países (MACHADO, 2009). Em 1998, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) realizou o primeiro seminário sobre mulheres empreendedoras, em que principal discussão foi sobre a importância das mulheres à frente de negócios de pequeno porte (MACHADO, 2009). Em 1999, foi criado o Projeto Diana (The Diana Project) nos Estados Unidos, com objetivo de entender porque empresas pertencentes a mulheres continuam menores do que a dos homens e, com isso, apoiar o crescimento das empresas criada por mulheres (BABSON COLLEGE, 2020).

Para a OECD, as mulheres têm um potencial empreendedor latente que nem sempre é realizado, precisando de apoio para desbloqueá-lo. Contudo, é preciso incentivá-las sem deixar de entender que as mulheres são um grupo heterogêneo, com muitas diferenças em suas motivações, intenções e projetos (OECD, 2017). De acordo com Cornwall (2018), o empreendedorismo feminino baseia-se em argumentos que vem sendo construídos há mais de três décadas de pesquisas realizadas por acadêmicas feministas, que discutem a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres.

Além disso, muitos estudos se concentram no perfil das mulheres e nas características do trabalho feminino e suas habilidades em pensar e fazer diversas atividades simultaneamente, considerando os múltiplos papéis que desenvolvem (JONATHAN; SILVA, 2007). As autoras destacam que as empreendedoras têm forte compromisso com seus empreendimentos e se dedicam muito a suas empresas. Teixeira e Bomfim (2016), destacam

que as mulheres sentem mais satisfação do que culpa ao construírem um projeto de vida ou plano de negócio, se dedicando com perseverança naquilo em que estão comprometidas.

Para Machado (2009), o processo decisório e estilo de liderança das mulheres ocorrem de forma diferente se comparado aos homens, pois os homens buscam o poder como uma forma de controle, já as mulheres são direcionadas ao bem estar da comunidade. O comportamento financeiro também é diferente, pois as mulheres são mais conservadoras quando se trata em assumir riscos na solicitação de créditos. No caso das decisões estratégicas, as mulheres tendem a considerar o ambiente interno e os funcionários da empresa.

Na concepção do empreendedorismo por mulheres, também são abordadas as características psicológicas e sociais das empreendedoras, e não somente as questões econômicas (MACHADO et al., 2003). Uma das questões que afeta a carreira das mulheres é a questão da maternidade, que pode ser vista como uma dificuldade para o gerenciamento dos negócios e na progressão da mulher na carreira (CAMARGO; MONTIBELER, 2018).

Diante disso, pode-se observar que os desafios para empreender no caso das mulheres incluem dificuldades extras, principalmente o preconceito (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). Apesar das dificuldades, as pesquisas têm mostrado o aumento da participação das mulheres empreendedoras (GEM, 2020) e daquelas em cargos de chefia e liderança (HRYNIEWICZ; VIANNA, 2018). Por esse motivo, torna-se importante entender como esses desafios têm sido superados.

Uma das formas de se fortalecer é participar de redes de negócios, como a BPW, como discutido no próximo tópico.

2.3 REDES DE NEGÓCIOS E A BPW

A participação das mulheres empreendedoras na economia brasileira está sendo cada vez maior. Entretanto, elas possuem pouca visibilidade, o que demanda estudos sobre a atuação da mulher no mercado de trabalho e o espaço que vem conquistando no empreendedorismo (GREATTI et. al., 2010).

As associações de mulheres de negócios constituem-se como importantes para dar visibilidade da atuação das empreendedoras no Brasil e no mundo. Essas entidades funcionam como redes para as empreendedoras mulheres contribuindo para o crescimento das empresas por elas geridas (GREATTI et. al., 2010). Nos últimos anos, foram criadas muitas associações voltadas para as mulheres, impactando não somente os negócios, mas também a vida pessoal das mulheres (BACCHI; BURIOLLA; PETEREIT, 2017).

Fundada em Genebra (Suíça) em 1930, a BPW iniciou atuando na defesa dos direitos da mulher. No Brasil, a iniciativa iniciou em 1987, sendo conhecida hoje como BPW Brasil (OLIVEIRA; BOSCOLI; COSTA, 2011). Atualmente, a BPW é considerada uma das maiores associações de redes, tendo como objetivo agregar mulheres de negócios e profissionais. Constitui-se como uma organização não governamental com o intuito de coordenar e orientar o desenvolvimento profissional, pessoal, social, político e econômico para as mulheres empreendedoras (OLIVEIRA; BOSCOLI; COSTA, 2011). Sua missão consiste em “fomentar, coordenar e orientar dinamicamente o processo de crescimento das mulheres, estimulando sua inserção no cenário econômico, político e social, fortalecendo a comunidade local, tornando-a mais justa e humana com a participação de todos os segmentos” (BPW, 2020, s/p).

Embora existam algumas redes, ainda há lacunas e desafios sobre o cotidiano das empreendedoras e sua atuação nessas redes. Sabe-se que a participação em redes, tal como a BPW, que desenvolve diversas ações para a formação e o empoderamento das mulheres pode contribuir para melhorar o cenário de dificuldades. Além disso, também destaca-se a

importância da divulgação de casos de mulheres bem-sucedidas para estimular outras mulheres a criarem seus próprios negócios ou a buscarem melhores oportunidades de trabalho (MACHADO, 2009).

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICOS

O presente trabalho é caracterizado como uma pesquisa de natureza qualitativa do tipo descritiva (VERGARA, 2013), utilizando o desenho de estudo de caso qualitativo (GODOY, 2006).

Foram utilizados dados secundários e primários. Os dados secundários foram obtidos por meio dos relatórios GEM e de documentos sobre a BPW. Os dados primários foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com cinco empreendedoras da BPW Naviraí. Primeiramente foi contatada a presidente da associação, que aceitou participar da pesquisa, sendo aqui denominada (P1). A presidente disponibilizou o contato das empreendedoras associadas. Foram entrevistadas mais quatro associadas, sendo aqui denominadas (E2), (E3), (E4) e (E5). A escolha das entrevistadas ocorreu por acessibilidade e disposição em participar das entrevistas.

As entrevistas foram realizadas no mês de Outubro de 2020. Em razão da pandemia da Covid-19, as entrevistas ocorreram de forma remota. A entrevista com P1 e E2 ocorreu por meio da plataforma *Google Meet*. As entrevistas com E3, E4 e E5 foram realizadas por meio de vídeo-chamadas pelo aplicativo *WhatsApp*. A duração das entrevistas foi, em média, de uma hora. As entrevistas foram gravadas e, posteriormente, transcritas para análise.

Foram utilizados dois roteiros para a coleta de dados, um roteiro especificamente para a presidente da BPW Naviraí, abordando os seguintes temas: funcionamento, surgimento no município, suas diretrizes, principais ações e sua contribuição para o empreendedorismo por mulheres na visão da entrevistada. O segundo roteiro foi utilizado com as demais associadas e abordou-se os seguintes tópicos: a) perfil da empreendedora e da empresa; b) razões para empreender; c) desafios do empreendedorismo; e a d) atuação com a associação BPW.

Para a análise dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo (CAVALCANTE; CALIXTO; PINHEIRO, 2014). As categorias de análise foram definidas a priori, a saber: a) o perfil da empreendedora e da empresa; b) as razões para empreender; c) os principais desafios para empreender; e a d) atuação com a associação.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Neste capítulo, expõe-se, primeiramente, uma descrição sobre a BPW Internacional e o surgimento da BPW Naviraí. Em seguida apresenta-se o perfil das empreendedoras e das empresas geridas por elas. Por último, discorre-se sobre a atuação da BPW Naviraí.

4.1 A BPW INTERNACIONAL E A BPW NAVIRAÍ

A Federação Internacional de Mulheres Empresárias e Profissional (BPW Internacional) foi fundada em 1930, em Genebra na Suíça, pela Dr.^a Lena Madesin Philips. A BPW é uma das redes internacionais mais influentes de mulheres de negócios e profissionais, com afiliadas em mais de 100 países, nos cinco continentes (BPW Internacional, 2018).

Quando questionada sobre o que é a associação e como ela funciona, a entrevistada P1 (atual presidente da associação de Naviraí) respondeu que a BPW é uma associação não governamental, que busca o empoderamento das mulheres. É uma organização internacional que também tem uma cadeira na ONU, e que está presente em diversos países, em todos os continentes.

Segundo a entrevistada P1, no Brasil a associação tem forte atuação, e no Mato Grosso do Sul está “chegando aos poucos”. Atualmente, a BPW está presente em Campo Grande, Dourados e Naviraí. Na sua visão, o município de Naviraí é privilegiado, pois, é uma das três cidades do estado que conta com a rede BPW. Esclarece que o conhecimento sobre a BPW ocorreu num curso do Sebrae em 2012.

Para a entrevistada P1, a importância de ter a BPW no município é a busca pelo empoderamento da mulher através do conhecimento, como também para obter a troca de informações. Para exemplificar, P1 cita que uma associada tem uma loja de roupa infantil, outra tem um salão de beleza, outra floricultura, entre outros tipos de negócios e elas podem compartilhar informações sobre os empreendimentos e negócios nas reuniões da associação, levando a aprendizagem pela troca de experiência e possíveis parcerias para benefícios mútuos. Para P1, “é uma troca de informação rica, grande e importante para o empoderamento dessas mulheres, e para que elas tenham sucesso em seus negócios. Então, o grande objetivo da BPW é a troca de informações entre as suas associadas”. Deste modo, a associação pode impactar positivamente em diferentes aspectos dos negócios, conforme ressalta Greatti et. al., (2010).

Durante a análise sobre a associação, quando é feita a pergunta se a BPW Naviraí segue as mesmas diretrizes das outras associações, a entrevistada P1 responde que todas as associações têm as mesmas diretrizes, seguindo a mesma visão, missão e objetivos da BPW Internacional. No quadro 1, apresentam-se os objetivos e atuações da organização ao nível mundial.

Quadro 1: Objetivos e atuações da BPW

Descrição dos objetivos da BPW
Empoderar mulheres para que ocupem todos os espaços de poder e decisão;
Encorajar as mulheres a buscarem conhecimento, treinamento profissional e formação educacional;
Defender a igualdade de oportunidades jurídicas, sociais, econômicas e políticas bem como melhores condições para participação no setor produtivo;
Eliminar toda forma de discriminação e violência;
Incentivar atividades para aperfeiçoamento da qualificação profissional e capacidade intelectual;
Atuações da BPW
Estimular e capacitar as mulheres para aceitação e realização de suas responsabilidades para com a comunidade local, nacional e internacional;
Promover o relacionamento entre mulheres empresárias, executivas e profissionais dos cinco continentes, estimulando o intercâmbio e a cooperação;
Auxiliar as mulheres a conquistarem o protagonismo, conciliando de forma planejada a carreira profissional e suas realizações pessoais e familiares;
Incrementar a posição das mulheres nos negócios e profissões, na vida econômica e política de seus países;
Estimular as mulheres para que usem suas capacidades profissionais e intelectuais em proveito próprio e em benefício de outras mulheres, por meio do trabalho voluntário.

Fonte: BPW Brasil (2020).

Perguntou-se sobre a contribuição da BPW para o empreendedorismo por mulheres. A entrevistada P1 entende que a associação contribui oferecendo suporte para as empresárias. Para exemplificar, citou o caso de uma associada que tem o seu negócio de fotografia. Quando ela iria começar o seu negócio físico ficou com muito medo e foi “onde nós analisamos juntas e chegamos ao resultado, que iria dar um bom retorno financeiro e que ela assumisse esse compromisso sem medo”. A formação diversificada das associadas da BPW Naviraí - advogadas, psicólogas, médicas, donas de casa e de vários setores – contribui para que sejam discutidos temas e assuntos a partir de diferentes perspectivas e pontos de vista. Conforme reforça P1:

O intuito da associação é empoderar a mulher independente do cargo que ela esteja, porque seja onde for que a mulher estiver quanto mais conhecimento, quanto mais a

autoestima dela estiver alta e quanto mais ela se autoconhecer e souber do poder e a importância que ela tem, mais nós ganhamos com tudo isso (P1).

P1 destaca que se uma associada precisa de alguma informação, conselho ou direcionamento, além da rede local, ela pode contar ainda com mulheres de outras cidades e até de outros estados, fortalecendo a rede. Para ela, “o foco da BPW é fazer com o que essas mulheres não tenham medo de ousar, de empreender e sem medo de crescer, e saber que pode fazer a diferença no mundo”.

Quando se perguntou sobre o surgimento da BPW Naviraí, a entrevistada P1 citou que a ideia de trazer a BPW para o município de Naviraí-MS começou em 2012, através de uma reunião sobre o empoderamento de mulher, realizada pelo Sebrae, que teve participação e apresentação de algumas mulheres de sucesso como a Mara Caseiro, que era deputada estadual do MS, com a presidente da BPW Campo Grande e com algumas empresárias de Naviraí. Foi por meio da reunião, que a entrevistada E2 e outras participantes resolveram iniciar a associação local, com a E2 assumindo a presidência. O começo foi informal, com 30 associadas no município e contaram com apoio da presidente da BPW Campo Grande: “tendo o suporte e a interação, que são bem estritos aos nossos laços e às vezes é muito proveitoso para nós” (P1).

Na época, as primeiras associadas observaram que o comércio varejista da cidade contava com muitas mulheres empreendedoras. Entretanto, não havia nenhuma organização que representasse o empreendedorismo por mulheres no município. P1 ressalta que a gestão da Associação Comercial e Empresarial de Naviraí (ACEN) era majoritariamente masculina e ainda é, tendo em vista que em 2021, constatou-se que não há nenhuma mulher compondo na diretoria ou nos conselhos da instituição. Observou-se essa falta de uma organização dando direcionamento e contribuindo para o fortalecimento das mulheres que querem atuar no empreendedorismo.

Por dificuldades, especialmente burocráticas, para abertura de uma associação não governamental, a formalização da BPW Naviraí ocorreu somente em 2016, com a participação de 41 associadas (P1). Atualmente, a associação conta com 49 mulheres. A entrevistada P1 ressaltou que a BPW Naviraí pretendia aumentar o número de associadas em 2020, tendo como meta 100 associadas. Entretanto, a pandemia dificultou o cumprimento deste objetivo, mas ainda assim, a associação tem trabalhado na captação de novas associadas. Segundo P1, para fazer parte da associação “é só querer, onde será necessário preencher uma ficha e começar a fazer parte dos encontros e dos projetos da BPW”.

Segundo Oliveira, Boscoli e Costa (2011), quando se trata de projetos e ações, o poder público não consegue suprir toda demanda social das organizações. Para suprir essa necessidade com a sociedade surgem as entidades do terceiro setor que desenvolvem e executam ações para atendimento das demandas sociais.

Para a entrevistada P1, dependendo do projeto, a BPW tem alguns parceiros como: a) Prefeitura Municipal de Naviraí; b) ACEN; c) Poder Judiciário; d) Instituições de ensino - Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS); e) Empresas de diferentes portes, como por exemplo, a Cooperativa Agrícola Sul Matogrossense (COPASUL); f) Rede Feminina de Combate ao Câncer; e g) Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que oferece bolsas de estudos além de cursos e palestras. Em relação à parceria a P1 cita que,

Sozinhas não fazemos nada, mas com parceria conseguimos muita coisa. Porque a nossa grande missão é buscar o conhecimento e através dele empoderar as mulheres, para que elas possam ir mais longe e elas muitas vezes se perdem dentro do que elas têm e de saber do poder que elas têm de transformar o mundo e depois transbordar para a sociedade esse conhecimento. O segredo do sucesso é a parceria.

No quadro 2, são descritos alguns projetos e ações que transformam a comunidade interna e externa da associação.

Quadro 2: Projetos e ações da BPW 2019/2020

Principais ações no ano de 2019 e 2020 no município de Naviraí		
Ano	Projeto	Descrição da ação
2019	Decoração de Natal de Naviraí	Um projeto que ganhou reconhecimento a nível nacional feito com material reciclável, que contou com a arrecadação de mais de 50.000 pets, uma interação entre a associação, Lar dos Idosos e o comércio local.
2020	Flores de Naviraí	Com a parceria de empreendedores, realizou o plantio de flores na principal avenida comercial da cidade, com o objetivo de trazer qualidade de vida e captação da atenção dos consumidores para o comércio.
2020	Confecções de máscaras	Com a parceria de algumas mulheres do assentamento Juncal, autônomas que trabalham com o artesanato e da Rede Feminina de Combate ao Câncer foram confeccionadas e distribuídas máscaras para a população.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para a P1, a associação trabalha com diversos projetos sociais no Brasil e no mundo, em prol de toda a população e toda essa ação, graças à união das mulheres da BPW. Em suas palavras “quanto mais mulheres, mais força de trabalho a associação adquire”. Relata também que uma das dificuldades enfrentadas é o preconceito, “mas nós mulheres da BPW estamos aqui para quebrar isso, não queremos ser melhores que os homens, o que queremos é andar lado a lado” (P1).

Em termos de organização, P1 menciona que a associação conta também com o Comitê BPW Jovem que faz parte da BPW Internacional, para mulheres de 18 a 35 anos. Entretanto, a BPW Naviraí não tem esse comitê oficializado. “Essa turma é separada porque às vezes elas têm outra visão e momento, mas também segue as mesmas diretrizes da associação” (P1). Em seguida, temos a análise do perfil das empreendedoras entrevistadas e de suas empresas.

4.2 AS MULHERES EMPREENDEDORAS E SEUS DESAFIOS

Conforme destacado nos procedimentos metodológicos, foram realizadas entrevistas com quatro empreendedoras que fazem parte da BPW Naviraí. Neste tópico apresentam-se as características das empreendedoras, de seus negócios, as razões que as levaram a empreender e suas percepções sobre os desafios para as mulheres empreendedoras. No quadro 3 apresenta-se o perfil das entrevistadas.

Quadro 3: Perfil das empreendedoras

Entrevistada	Faixa Etária	Filhos	Escolaridade	Local de nascimento	Ano	Motivo de mudança para Naviraí?
E2	53 anos	Sim	- Ensino Médio - Técnico em Contabilidade	Batayporã/MS	2003	Em busca de oportunidade
E3	46 anos	Sim	- Graduação em Ciências Contábeis - Pós-graduação em Gestão de Finanças - Pós-graduação em Direito Tributário.	Campo Grande/MS	2016	Em busca de oportunidade
E4	64 anos	Sim	- Graduação em	Paranavaí/PR	1976	Casamento

			Pedagogia - Pós-graduação em pedagogia			
E5	61 anos	Sim	- Graduação em Pedagogia - Pós-graduação em pedagogia.	Paranavaí/PR	1970	Mudanças dos pais

Fonte: Elaborado pelos autores.

Observou-se, que as empreendedoras desta pesquisa estão na faixa média de idade de 50 anos e todas possuem família constituída, ou seja, são mães e avós. As quatro migraram para Naviraí, duas para acompanhamento da família e duas tinham como objetivo abrir o seu próprio negócio. As entrevistadas com formação em pedagogia resolveram empreender após a aposentadoria. Já E2 destacou que cursou o técnico em contabilidade quando casada tendo feito esta opção pela dificuldade em conciliar o casamento e os estudos, enquanto as demais entrevistadas (E3, E4 e E5) buscavam a qualificação para a formação profissional.

Em relação à formação, as entrevistadas mencionaram que sentem falta de estudos e formação mais voltados para a gestão, especificamente para o empreendedorismo, corroborando com Barbosa (2012) quando aponta que o Brasil possui baixa formação para o empreendedorismo.

No quadro 4, apresenta-se o perfil das empresas das entrevistadas. As empreendedoras entrevistadas são gestoras de pequenas empresas, atuando em diferentes áreas. Observa-se que três dentre as quatro entrevistas possuem outros empreendedores na família, fator que pode ter influenciado na decisão de abrir o próprio negócio.

Quadro 4: Perfil das empresas

Entrevistada	Sócios	Tipo de negócio	Funcionários	Tempo de atuação	Há algum empreendedor na família?
E2	Não	- Loja de Personalizações e estampas	3	4 anos	Sim, o filho possui uma empresa de Turismo no PR.
E3	Não	- Escritório virtual de contabilidade; - Presta serviços de contabilidade.	8	5 anos	Sim, um irmão dono de um negócio de Gestão de Pessoas e outro de Designer Web.
E4	Não	- Loja de presentes e decorações.	1	3 anos	Não, é a única com atividade empreendedora.
E5	Não	- Loja de produtos naturais	2	4 anos	Sim, já vêm de uma família empreendedora, desde os pais, irmãos e filhos.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Quanto às razões para empreender (Quadro 5), duas entrevistadas (E2 e E3) apontaram que começaram a empreender por necessidade, ou seja, como uma alternativa para geração de renda (GEM, 2015), já E4 mencionou que foi influenciada pela BPW e E5, além da BPW, também foi influenciada por sua experiência no Sebrae.

Quadro 5: Razões para empreender

Entrevistada	Razões para abrir o seu próprio negócio	Teve apoio da família?	Experiência na área de atuação
E2	Divórcio	Sim	Por necessidade começou a trabalhar como vendedora e posteriormente, a vender por conta própria.
E3	Para ajudar a família a ter uma melhor qualidade de vida (mãe e o filho)	Sim	Possuía experiência, pois, já atuava em um escritório de contabilidade e trabalhava para um juiz.

E4	Influenciada a conhecer a BPW, iniciou uma empresa em sociedade e atualmente tem uma empresa própria.	Sim	Não
E5	Desejo de empreender enquanto trabalhava para o Sebrae e conheceu a BPW Campo Grande.	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pelos autores.

Importante destacar que todas mencionaram que o apoio da família para iniciar o negócio. Deste modo, os resultados deste estudo reforçam os achados de Barbosa (2012) quanto ao apoio da família para o início da atividade empreendedora. O quadro 6 sintetiza os desafios destacados pelas entrevistadas.

Quadro 6: Desafios do empreendedorismo na visão das entrevistadas

Desafios	Características
Burocracia	Tempo de espera para obter o alvará de funcionamento, enquanto isso ter que pagar os custos fixos sem estar em funcionamento.
Convívio familiar	Conciliação do tempo com a família em relação à empresa.
Falta de competências para gestão	A falta de preparação da empreendedora antes de abrir o próprio negócio.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Observa-se que as empreendedoras destacaram a burocracia como um desafio e este é um ponto considerado como fator limitante ao empreendedorismo no contexto das políticas governamentais nas pesquisas do Gem (2020), que inclui também a carga tributária e a complexidade do sistema tributário nacional. Todavia, os exemplos apresentados nas entrevistas podem ser relacionados à falta de recursos para empreender, especialmente de capital de giro, o quê também se constitui como fator limitante ao empreendedorismo no Brasil (GEM, 2020). O outro fator apontado como desafio – competências para a gestão – é compreendido como um fator determinante para a sobrevivência das empresas (SEBRAE, 2016). No empreendedorismo por necessidade, este fator é ainda mais relevante, conforme apontaram Siqueira e Guimarães (2007). A questão do equilíbrio entre família e gestão do negócio também foi destacado como um desafio para as empreendedoras entrevistadas, corroborando com os achados de Barbosa (2012).

Na perspectiva das empreendedoras, quando se pergunta sobre os homens terem mais vantagens do que as mulheres não há diferença. Todavia, essa percepção é relacionada pela entrevistada E2 com o segmento do negócio. Na sua percepção, o seu negócio é voltado para mulheres, por isso não percebe essa dificuldade. Neste mesmo sentido, E3 destaca que segmentos de mercado com perfis masculinos têm mais complexidade para a atuação da mulher. Deste modo, apesar de destacar que não há vantagens para os homens, as entrevistadas dão indicativos de que alguns segmentos são mais difíceis para a atuação da mulher, reproduzindo o fenômeno do teto de vidro (MACHADO, 2012).

Em relação às características distintas de mulheres e homens gerirem seus negócios, os resultados das entrevistas apontaram as seguintes percepções: a) sensibilidade; b) dedicação; c) visão aberta; d) detalhista e; e) ação cooperativa. Estas características, na sua visão, estão mais presentes nas mulheres, sendo parte constituindo das discussões de Machado (2009).

Quanto aos impactos da maternidade para a mulher, a literatura aponta que a maternidade pode dificultar o aproveitamento das oportunidades e progressão na carreira (CAMARGO; MONTIBELER, 2018), entretanto, para as entrevistadas deste estudo, a maternidade não tem impacto na gestão do negócio porque é um processo natural e faz parte do seu ciclo de vida.

4.3 ATUAÇÃO COM A ASSOCIAÇÃO BPW NAVIRAÍ

Todas as entrevistadas fazem parte da associação desde a sua fundação. Sobre os motivos para se associar a BPW, as vantagens de ser associadas e a contribuição da rede para o seu negócio, os relatos foram resumidos no quadro 7.

Quadro 7: Motivos, vantagens e contribuição

Entrevistada	Motivo da associação	Vantagens de ser associada	Contribuição para o negócio
E2	- Por conta da participação dos cursos do Sebrae, que sempre trouxeram sobre a BPW; - Admiração pelas mulheres de negócios da associação; - Curiosidade em saber como funcionava e o que acontecia dentro da associação.	- Crescimento pessoal e profissional; - Conhecer outras empresárias; - Conhecer a economia de outros países através das empresárias; - Estar em grupo com as mulheres nas ações.	- Aumento das redes de contato (Network).
E3	- Interesse na história da BPW; - Missão, Visão e Valores; - Empoderamento; - Por ser um espelho para as mulheres tanto para empresárias ou não.	- Reconhecimento; - Estar em meio de mulheres de vários ramos, histórias e sonhos; - Depoimento de outras empresárias sobre o seu negócio; - Incentivo para as mulheres a continuar no seu negócio e não deixar a família de lado.	- Visibilidade do seu negócio; - Ter outras visões para o mercado.
E4	- Empoderamento; - Empreender.	- Aprender a me valorizar; - Ter autoestima; - Reconhecimento.	- Captação de ideias para o próprio negócio.
E5	- Sempre defendeu o empreendedorismo feminino.	- Apoio; - União das mulheres para se fortalecerem; - Aquisição de conhecimento na área dos negócios.	- Troca de informações; - Apoio a perseverança no meu negócio; - Encontros de formações sobre problemas que às vezes tinha na minha gestão.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Sobre os motivos para associação, percebe-se que as mulheres sentem admiração pelas outras empreendedoras e o fato de fazer parte da rede traz empoderamento a elas, o que também pode servir de influência para outras mulheres. Quando se trata das vantagens, observa-se que as mulheres se sentem fortalecidas em fazer parte da rede e isso parece trazer reconhecimento.

Considerando a contribuição para o negócio, as empreendedoras notam a importância da rede de relacionamentos e como a troca de informações auxilia na visibilidade do negócio e na possibilidade de acesso a novas ideias. Além disso, percebe-se, indiretamente, que a participação na rede possibilita certo incentivo e força para continuidade da empresa.

Indagou-se ainda sobre o impacto que a BPW trouxe para a vida pessoal das entrevistadas. Elas reforçam que foi uma grande mudança na visão que elas tinham de si mesmas, pois perceberam seu valor e a importância do seu trabalho para o mundo.

Apesar dos pontos positivos, em relação às dificuldades encontradas para participar da associação, a entrevistada E2 aponta a dificuldade em trabalhar em grupo, pois, segundo ela, há poucas parcerias entre as empreendedoras. A entrevistada também revela que há dificuldades por parte da rede para fazer parcerias com o poder público. Segundo E3, a

dificuldade percebida está relacionada à falta de tempo para participação em algumas ações devido a grande quantidade de tarefas que possui.

5 CONCLUSÕES

Considerando o objetivo proposto para este estudo, ou seja, compreender os principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras que fazem parte da BPW no município de Naviraí, pode se observar que os desafios estão relacionados à burocracia para abrir o negócio; a conciliação entre gerenciar a empresa e o convívio familiar; e a falta de competências para a gestão do negócio. Destaca-se que, tanto a burocracia quanto a falta de competências em gestão, são desafios também enfrentados por homens. Somente a questão da conciliação entre gerenciar a empresa e o convívio familiar é um desafio que aflige mais as mulheres.

Sobre as dificuldades por serem mulheres, as entrevistadas não percebem essa dificuldade em seu cotidiano, o que pode ser explicado pelo segmento de negócio ao qual estão inseridas.

Os resultados também apontam que a rede BPW Naviraí contribuiu para o desenvolvimento pessoal e profissional das empreendedoras e de suas empresas, sobretudo quando se trata de empoderamento e reconhecimento. A rede também foi importante para troca de informações, visibilidade do negócio, possibilidade de acesso a novas ideias e, indiretamente, no incentivo para continuidade da empresa. Contudo, ainda há dificuldade para atuação na rede, como no caso da formação de parcerias entre as empreendedoras e com o poder público; e a falta de tempo para participação dos projetos da rede.

Por fim, destaca-se a necessidade de incentivo por parte do poder público para formação de parcerias com a rede e também para promover iniciativas como essa. Espera-se, portanto, que o trabalho possa contribuir para divulgar a importância das redes de negócios para as mulheres empreendedoras e, conseqüentemente, para a economia local.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 4, p. 221-234, 2014.

BABSON COLLEGE. **The Diana Project**. 2020. Disponível em: <<https://www.babson.edu/academics/centers-and-institutes/center-for-womens-entrepreneurial-leadership/diana-international-research-institute/history/>>. Acesso em: 05 dez. 2020.

BACCHI, N.; BURIOLLA, M.; PETEREIT, R. As necessidades de participação das mulheres na associação BPW Londrina. **Sociedade Brasileira de Dinâmica de Grupos (SBDG)**, 2017.

BARBOSA, C. B. **O Sonho do Empreendedor**: sucesso e felicidade. São Paulo: All Print Editora, 2012.

BPW Internacional. **International Federation of Business and Professional Woman**. About BPW. 2018. Disponível em: <<https://www.bpw-international.org/index.php/about-bpw>>. Acesso em: 12 jun. 2020.

BPW Brasil. **Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais**. 2020. Disponível em: <<https://bpwbrasil.org/>>. Acesso em: 12 jun. 2020.

CAVALCANTE, R. B.; CALIXTO, P.; PINHEIRO, M. M. K. Análise de conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 24, n. 1, p. 13-18, 2014.

CORNWALL, A. Além do “Empoderamento Light”: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global. **Cadernos Pagu**, n. 52, e185202, 2018.

CAMARGO, A. B. B.; MONTIBELER, D. P. S. Carreira versus Maternidade: regulando a desigualdade no mercado de trabalho. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia (PMKT)**, v. 11, n. 3, p. 261- 271, 2018.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo: Fazendo Acontecer, 2018.

FARAH, O. E. **Empreendedorismo Estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

FERNANDEZ, B. P. M.. Teto de vidro, piso pegajoso e desigualdade de gênero no mercado de trabalho brasileiro à luz da economia feminista: por que as iniquidades persistem? **Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais**, v. 26, p. 79-104, jan/jun., 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2019**. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: < <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2021.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2017**. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2021.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2015**. Curitiba: IBQP, 2015. Disponível em: <http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/GEM_2015-Livro-Empreendedorismo-no-Brasil.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2019.

GODOY, A.S. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C.K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A.B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 115-146.

GREATTI, L.; MACHADO, H. V.; OLIVEIRA, M. F. Empreendedoras e a atuação em redes. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 9, n. 4, p. 107-127, set./dez., 2010.

HRYNIEWICZ, L. G. C.; VIANNA, M. A. Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 16,n. 3, jun., 2018.

- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas de Gênero:** indicadores sociais das mulheres no Brasil, n. 38, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/6cc8005df5614f24050fc3e5fde4ba05.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2020.
- JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, n. 19, p. 77-84, jan./abr., 2007.
- KURATKO, D. F. **Empreendedorismo:** teoria, processo e prática. 10. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.
- LOPES, J. BPW Naviraí é criada e diretoria toma posse. **Folha de Naviraí**. Disponível em: <<http://www.folhadenavirai.com.br/ler.php?id=8992>>. Acesso em: 24 jun. 2020.
- MACHADO, F. B. Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes. In: XXXVI EnANPAD – Encontro da ANPAD., 36, 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.
- MACHADO, H. V. **Identidades de Mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.
- MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE Eletrônica**, v. 2, n. 2, 2003.
- MELO, M. R. S.; JESUS, D. L. N. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 6, n. 1, 2018.
- MENEZES, R. S. S.; OLIVEIRA, J. L. Análise do discurso de “mulheres de negócio” associadas à Business Professional Women. **Rege-Revista de Gestão**, v. 20, n. 4, 2013.
- OCDE. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Relatórios Econômicos OECD Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/31cKes2>>. Acesso em: 15 dez 2018.
- OLIVEIRA, M. H.; BOSCOLI, M. B. M.; COSTA, M. L. R. Projeto Oficina Ipê Rosa: reinventando vida sabores e artes. **ETIC – Encontro de Iniciação Científica**, v. 7, n. 7, 2011.
- SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Sebrae/Unidade de Gestão Estratégica – UGE. Brasília, 2016.
- SIQUEIRA, M. M.; GUIMARÃES, L. O. Novos desafios do empreendedorismo. **Revista Administração em Diálogo**, v. 9, n. 1, p. 144-156, 2007.
- TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, n. 10, p. 44-64, jan-abr., 2016.
- VAZ, D. V. O teto de vidro nas organizações públicas: evidências para o Brasil. **Economia e Sociedade**, v. 22, n. 3, p. 765-790, 2013.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.