

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Miriam Costa Kiffer

**UM OLHAR SOBRE O EMPREENDEDORISMO CRIATIVO FEMININO EM JUIZ DE FORA: UM  
ESTUDO DE CASO SOBRE O “MEMÓRIAS JF”**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).  
Orientador: Anne Bastos Martins Rosa.

Juiz de Fora

2019

## DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **Miriam Costa Kiffer**, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201473139A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Um olhar sobre o empreendedorismo criativo feminino em Juiz de Fora: Um estudo de caso sobre "Memórias JF"**, desenvolvido durante o período de 20 de Março de 2019 a 08 de Julho de 2019 sob a orientação de Anne Bastos Martins Rosa, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, 10 de Julho de 2019.

---

**Miriam Costa Kiffer**

### **Marcar abaixo, caso se aplique:**

Solicito aguardar o período de ( ) 1 ano, ou ( ) 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

OBSERVAÇÃO: esta declaração deve ser preenchida, impressa e **assinada** pelo aluno autor do TCC e inserido após a capa da versão final impressa do TCC a ser entregue na Coordenação do Bacharelado Interdisciplinar de Ciências Humanas.

# UM OLHAR SOBRE O EMPREENDEDORISMO CRIATIVO FEMININO EM JUIZ DE FORA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O “MEMÓRIAS JF”

Miriam Costa Kiffer<sup>1</sup>

## RESUMO

O presente trabalho desenvolve um estudo de caso acerca do projeto “*Memórias JF*” – expoente do empreendedorismo criativo feminino, coordenado pela empreendedora Josiany de Oliveira Pinheiro do Amaral que atua em um nicho de mercado relacionado ao turismo na cidade de Juiz de Fora –, buscando compreendê-lo através das categorias e conceitos oferecidos pela literatura estabelecida e situá-lo na atual conjuntura do mercado empreendedor brasileiro. Para isso, foi realizada uma breve revisão bibliográfica (nos campos das Teorias da Administração, do próprio empreendedorismo e da inserção da mulher no mercado de trabalho), associada ao levantamento de dados recentes sobre o cenário do empreendedorismo no Brasil. Finalmente, através da análise do “*Memórias JF*”, esta pesquisa aponta exemplos de oportunidades e recursos disponíveis às empreendedoras brasileiras, bem como dos desafios e obstáculos que se apresentam a elas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Mulher no mercado de trabalho.

## 1. INTRODUÇÃO

Ao longo da história do capitalismo - cujo início pode ser situado em meados do século XVIII, com a Revolução Industrial inglesa e a consolidação do modo de produção fabril -, as grandes corporações foram privilegiadas nos estudos acerca do funcionamento das organizações, sendo percebidas como principais (se não únicos) agentes dos movimentos econômicos. Gradativamente, porém, os pequenos empreendimentos - conduzidos por indivíduos ou grupos arrojados - foram ganhando espaço nas preocupações das Teorias Administrativas.

Marcados pela elevada percepção ambiental e pelo aproveitamento das oportunidades que emergem das alterações sofridas por este, como descreve Kizner (1973), esses empreendimentos encontram vantagem em relação às grandes empresas pela rapidez de seus movimentos e pela disposição em inovar - tanto na construção de novas organizações quanto na aplicação de recursos e materiais alternativos, como aponta Schumpeter (1949 *apud* Dornelas, 2012). Valendo-se do anseio dos consumidores por novidades, este modelo de empreitada prospera trazendo consigo a valorização de competências e nichos ainda não explorados, gerando novos empregos. Além disso, indicam Machado e Nascif (2014), atua como um termômetro das mudanças no mercado.

Podendo atuar tanto inserido em organizações já estabelecidas quanto em novos negócios, nos setores privados e públicos igualmente, como demonstra Cândido (2016), o dinamismo empreendedor conquistou espaço nos mercados e relevância como objeto de estudos acadêmicos a medida que crescia sua participação no desenvolvimento econômico das sociedades.

Dornelas (2012) descreve, porém, que este movimento teve início no Brasil apenas em meados da década de 1990, com a abertura do mercado nacional para a competição com as empresas estrangeiras, que ampliou a necessidade de modernização das organizações brasileiras. Desde então, vêm sendo construídas políticas públicas e instituições de fomento à atividade empreendedora no país, como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), um movimento ainda paulatino.

---

<sup>1</sup>Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: miriamkiffer@gmail.com. Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientador: Anne Bastos Martins Rosa.

Igualmente gradativa foi a inserção da mulher neste e em outros campos do mercado de trabalho, um processo que Gomes (2005) remonta ao início do século XX. Até então, relata, a participação feminina na economia se restringia em grande medida ao espaço doméstico. Com os eventos desencadeados a partir da década de 1910 - como a Revolução Russa de 1917, as Grandes Guerras (entre 1914 e 1918 e entre 1939 e 1945) e a Grande Recessão de 1929 - a presença feminina no mundo profissional foi crescendo, assim como as demandas por igualdade de direitos, intensificadas com a ascensão de movimentos sociais na década de 1960.

Indo ao encontro tanto deste movimento de crescente interesse acadêmico sobre a atividade empreendedora quanto pela trajetória feminina nesse campo emergente do mundo profissional, o presente trabalho realiza um estudo de caso sobre o projeto “*Memórias JF*” - dedicado à produção colaborativa e venda de produtos variados (*souvenires*, canecas, quadros, almofadas, etc.), relacionados à elementos da cultura e memória de Juiz de Fora - procurando, através desta análise, elementos que expliquem o empreendedorismo feminino no Brasil.

Desta forma, inicialmente, no capítulo *A evolução das Teorias Administrativas*, esta pesquisa faz uma breve retrospectiva dos estudos sobre o funcionamento e estruturação de organizações. Em sequência, no capítulo *O empreendedorismo, seus agentes e seus impactos no mercado*, aborda as diversas definições de empreendedorismo (bem como as características dos empreendedores, suas motivações e campos de atuação) oferecidas pela literatura, associando-as à dados recentes sobre o empreendedorismo no Brasil e no mundo. Então, no capítulo *Inserção da mulher no mercado de trabalho*, recupera a trajetória feminina no mundo profissional e apresenta dados atuais sobre sua presença no empreendedorismo brasileiro. Finalmente, em *Observando a experiência do “Memórias JF”*, apresenta a metodologia deste estudo de caso e a entrevista no qual baseou-se. Posteriormente, analisa as informações colhidas com a entrevistada, relacionando-as com as definições apresentadas nos capítulos anteriores.

Reconhecendo que - conforme dados do GEM 2018 (*Global Entrepreneurship Monitor*) -, embora o número de empreendimentos iniciados por mulheres supere o daqueles desenvolvidos por homens no Brasil, também é maior entre as empreendedoras o número de insucessos, esta última análise procura identificar, através do exemplo do *Memórias JF*, elementos que ilustrem a presença feminina no empreendedorismo, suas possibilidades e obstáculos.

## **2.DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 A EVOLUÇÃO DAS TEORIAS ADMINISTRATIVAS**

Com a consolidação do capitalismo e do modo de produção fabril – iniciada na Inglaterra, entre os anos 1760 e 1860 –, dando origem a um novo sistema organizacional, a atividade empresarial sofreu profundas mudanças paradigmáticas (conforme Figura 1). O movimento chamado Racionalização do Trabalho cedeu espaço a outros movimentos subsequentes, como Relações Humanas, Funcionalismo Estrutural, Sistemas Abertos, Contingências Ambientais, até o advento da internet.

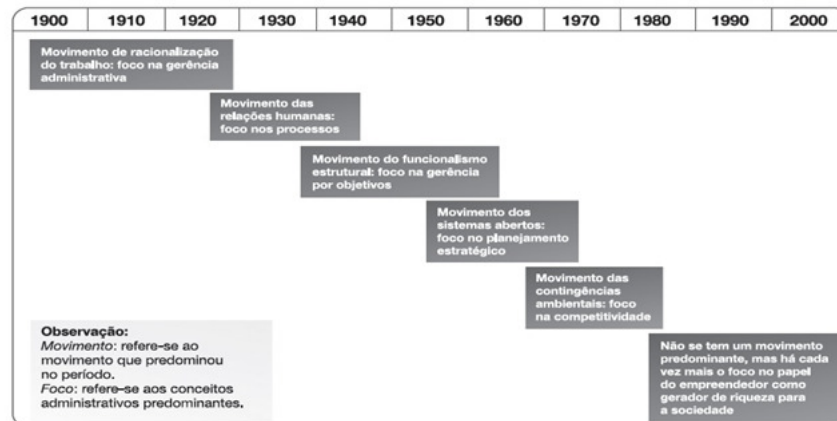


Figura 1 – Evolução histórica das Teorias Administrativas (Dornelas, 2012 adaptado de Escrivão Filho, 1995)

No início do século XX, surgiu nos Estados Unidos o movimento de Racionalização do Trabalho, comandado por Taylor e seus seguidores, constituindo a primeira tentativa de criação de uma Teoria da Administração. Esta teoria teve como foco a busca da eficiência no chão da fábrica e objetivou a redução do tempo e de movimentos executados, a fragmentação e a especialização do trabalho, dando origem à linha de montagem. Para seus idealizadores, o salário constituía a única fonte de motivação para o trabalhador. Tanto é que a Administração Científica baseou—se no conceito de *homo economicus*, ou seja, aquele que é influenciado “exclusivamente pelas recompensas salariais, econômicas e materiais” (CHIAVENATO, 2003, p. 61) advindas do trabalho.

Paralelamente, surgiram na França estudos que deram formato à Teoria Clássica da Administração, iniciada por Henri Fayol. Enquanto Taylor (pai da Administração Científica) direcionava o interesse sobre a tarefa realizada pelo operário, a Teoria Clássica se caracterizava pelo enfoque na estrutura que a organização deveria possuir para ser eficiente. Segundo Caravantes et al. (2005), Fayol entendeu que uma organização que não pautasse sua administração no planejamento, na constituição do duplo organismo (material e social), no comando para dirigir o pessoal, na coordenação para unir e harmonizar os atos e esforços e no controle para que tudo ocorresse de acordo com as regras estabelecidas, não poderia obter resultados auspiciosos. “[...] partia-se do todo organizacional e da sua estrutura para garantir eficiência em todas as partes envolvidas, fossem elas órgãos (como seções, departamentos, etc.) ou pessoas (como ocupantes de cargos e executores de tarefas)” (CHIAVENATO, 2003, p. 80).

Na sequência deste movimento, novos estudos foram feitos com a finalidade de melhorar o desempenho dos envolvidos dentro das organizações, mas sem perder a lógica racional. Com resultado, o foco foi direcionado às pessoas que trabalhavam ou participavam das organizações, dando origem ao movimento das Relações Humanas, na década de 1930. O movimento surgiu a partir da análise de estudos sobre a “experiência Hawthorne”, desenvolvida em 1927 por Elton Mayo e colaboradores em uma fábrica da *Western Electric Company*. O estudo foi baseado no conceito de homem social, contraposto ao *homo economicus* (adotado pela Administração Científica) ao considerar que “as pessoas são motivadas pela necessidade de reconhecimento, de aprovação social e participação nas atividades dos grupos sociais nos quais convivem” (CHIAVENATO, 2003, p. 106).

Enquanto nas teorias anteriores os estudos consideravam as empresas como um sistema fechado, onde tudo poderia ser previsto e determinado, na década de 1950 surgiram estudos direcionados à gerência por objetivos, devido às exigências ambientais e internas que as organizações passaram a sofrer.

Maximiano (2000) relata que há pelo menos dois tipos de sistemas ou subsistemas: o técnico e o social. O sistema técnico é formado por recursos físicos e abstratos:

objetivos, instalações, tecnologia, duração das tarefas, divisão do trabalho. Já o sistema social é formado pelas manifestações do comportamento dos indivíduos: relações sociais, grupos informais, cultura, clima. (BATISTA et al., 2014, p. 6)

Sendo assim, um sistema aberto lida com variáveis e está em constante interação com o ambiente onde se insere. Devido à existência dos vários elementos que compõem o sistema, dos seus subsistemas e dos fatores ambientais que o influenciam, Batista et al. (2014) evidencia sua complexidade e ressalta a necessidade da aplicação do pensamento sistêmico. Dessa forma, os limites do sistema dependerão do gestor, quem irá observar a organização como um organismo.

Segundo Chiavenato (2014), a Teoria do Funcionalismo Estrutural surgiu a partir de uma oposição entre as teorias anteriores e buscou integrá-las. Ao concentrar seus estudos na estrutura interna da organização e em sua interação com outras unidades organizacionais, entendeu-se que "as organizações são unidades sociais intencionalmente construídas e reconstruídas a fim de atingir objetivos específicos" (CHIAVENATO, 2014, p. 246). Assim, esta unidade social proporciona relações estáveis para facilitar o alcance de um conjunto de objetivos e metas, tendo como característica a interdependência entre as organizações (formais e informais).

A Teoria da Contingência é a mais recente das teorias administrativas, revelando que "[...] não se alcança a eficácia organizacional seguindo um único e exclusivo modelo." (CHIAVENATO, 2003, p. 498). Nesta perspectiva, os fatores condicionantes da estrutura e do funcionamento da organização empresarial dependem do ambiente em que ela está instalada e, além disso, da tecnologia empregada. Dessa forma, a interação entre as organizações e seu ambiente demandarão ajustes, específicos para cada circunstância, quando poderão ser empregadas e adaptadas as técnicas e métodos das teorias já conhecidas.

Cada teoria administrativa foi desenvolvida buscando solucionar os problemas empresariais emergentes de sua época. Gradativamente, foram sendo reavaliadas sob novos enfoques, em um processo de ajustes constantes para adaptarem-se às novas realidades. Dornelas (2012) indica que a sobrevivência da organização depende da adaptação, da aprendizagem e da disposição para mudanças. Atualmente, o autor entende que nesse campo de estudo, não há movimento predominante entre estas teorias. Entretanto, percebe uma convergência entre elas no que concerne seu entendimento do empreendedorismo como um gerador de riqueza para a sociedade

## **2.2 O EMPREENDEDORISMO, SEUS AGENTES E SEUS IMPACTOS NO MERCADO**

Uma das mais antigas definições (e que talvez melhor reflita o espírito da atividade empreendedora) é aquela que afirma que "o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais" (SCHUMPETER, 1949 *apud* DORNELAS, 2012, p. 28). Nesta percepção, enquanto os consumidores são estimulados a desejar novidades em detrimento daquilo a que estavam habituados, é o empreendedor que promove o desequilíbrio do mercado por meio da inovação.

Já para Kizner (1973) o empreendedor é um sujeito contemporâneo, com elevada percepção, atento ao ambiente e suas alterações e que encontra a oportunidade na ordem presente, o que o distingue dos demais indivíduos. Baseando-se nesse entendimento, é possível descrever o empreendedor como "[...] um agente de equilíbrio pelo papel que exerce na coordenação do mercado e pelo alerta às mudanças" (MACHADO; NASCIF, 2014, p. 894). Através da sua atuação, o empreendedor promove ajustes e viabiliza o equilíbrio nos mercados, em contraposição com a ideia anterior.

Chiavenato (2012) entende que o empreendedor é mais que o criador de um novo negócio ou de uma nova empresa, mas sim a energia que movimenta a economia e que faz acontecer mudanças e transformações, aviva novas ideias, gera empregos e impulsiona talentos e competências. Ao iniciar um negócio, na busca de realizar uma ideia ou projeto pessoal, o realizador de tal atitude estará assumindo riscos e responsabilidades, sempre preocupado em inovar.

Dornelas (2012) infere que apesar disso, é preciso ir além da vontade e da sorte para gerar bons negócios. Parte da premissa que a razão do sucesso na empreitada não é apenas inata, apesar de contar com boa dose de ousadia, criatividade, inovação e persistência (atributos pessoais que possibilitam conferir o diferencial e aumentar a chance de alcançar o objetivo). Contudo, é necessário ter paixão e criatividade para utilizar os recursos disponíveis e transformar o ambiente social e econômico onde vive: o empreendedor aceita assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Filion (1999), baseando-se em Cantillon (1755) e Say (1803), afirma que o entendimento sobre empreendedorismo está diretamente ligado à ótica sob a qual o conceito está sendo construído. Logo, um conceito formulado sob a ótica de teorias econômicas mostrará o empreendedor como alguém que assume riscos. Filion (1999), ao falar sobre empreendedorismo e inovação, remete-se a Schumpeter, visto que este entende que "a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito do negócio" (SCHUMPETER, 1928 *apud* FILION, 1999, p. 7)

Filion (1999) prossegue dizendo que se a análise do termo empreendedor partir de uma abordagem comportamentalista, autores das áreas da psicologia, sociologia e outras especializadas nas práticas humanas, devem ser destacados. Entre estes, tem-se Max Weber (1930) que percebe o sistema de valores como elemento fundamental para o comportamento empreendedor.

Moraes (2003) explica que o sistema de valores, como pensado por Weber, indica que as ações do sujeito não são motivadas pelas estruturas institucionais ou pelas situações econômicas, mas sim por seu próprio senso de dignidade, crenças religiosas e políticas, além de outros valores, como moral, justiça, honra e ética.

Portanto, é possível analisar a atividade empreendedora sob diferentes pontos de vista. Enquanto sob o aspecto econômico, o empreendedor está associado à inovação e elemento do desenvolvimento econômico, os comportamentalistas os associam aos aspectos criativos e intuitivos e buscaram entender o empreendedor como pessoa. O autor conclui que "para a criação de uma teoria do empreendedor, provavelmente será necessário separar pesquisa aplicada de pesquisa teórica, estabelecendo uma nova ciência, a empreendedorologia" (FILION, 1999, p.21). Assim causaria a interdisciplinaridade de elementos convergentes e produziria resultados de interesse para empreendedores.

Desta forma, Filion (1999 *apud* Frossard, 2016) estabelece que o comportamento empreendedor deveria ser analisado sob três vertentes:

- (i) Teoria dos Traços de Personalidade (empreendedores são guiados por comportamentos definidos por suas personalidades); (ii) Abordagens Psicodinâmicas (comportamento empreendedor é explicado por meio de processos inconscientes oriundos das primeiras experiências de socialização - inspiração freudiana) e (iii) Abordagens Sócio-psicológicas (comportamento empreendedor é fruto do contexto no qual o indivíduo está inserido). (FROSSARD, 2016, p. 624)

Embora o conceito de empreendedorismo varie conforme as diferentes abordagens, pode-se encontrar alguns elementos de coesão entre os entendimentos dos diversos autores, posto que é constante em suas reflexões a associação entre empreendedorismo e inovação, iniciativa, criatividade e capacidade de enfrentar riscos financeiros.

Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. (HISRISCH; PETER, 2004 *apud* BAGGIO, 2015, p.27)

Baggio (2015) entende o empreendedorismo como a "arte de fazer acontecer com criatividade e motivação". O autor concebe que é a ação de realizar através de comportamento proativo na busca de soluções para questões adversas, com sinergismo e inovação, projetos pessoais ou organizacionais, em constante desafio às oportunidades e riscos.

Para Dornelas (2012), empreendedorismo é a transformação de ideias em oportunidades através da união de pessoas e processos, conjuntamente com a perfeita implementação destas oportunidades, o que propicia a criação de negócios de sucesso.

Rocha (2014) diferencia as experiências empreendedoras conforme suas motivações, sendo essas desencadeadas por necessidade ou por oportunidade. Na atividade lograda por necessidade, geralmente devido à falta de opção de trabalho, o empreendimento é criado para garantir sua sobrevivência, sem planejamento prévio.

O fenômeno da globalização – que segundo Koteski (2004 *apud* Galvan, 2014) fez com que as grandes empresas almejassem maior eficiência com menor custo e terceirizassem atividades na busca de alternativas para sua manutenção e consequente aumento de competitividade – impôs novo ritmo na forma de praticar negociações. Conforme Dornelas (2012 *apud* Patrício e Cândido, 2016) esses foram alguns dos motivos que fizeram com que aumentasse a taxa de desemprego nas grandes cidades, onde era maior o número de empresas. Diante de tal cenário deu-se o aparecimento de novos negócios, criados por necessidade de sobrevivência de ex-funcionários de empresas que enxugaram seus empreendimentos a partir da redução do quadro de pessoal.

Porém, o autor aponta estudos que questionam se essa forma de iniciar um negócio pode ser considerada como empreendedora, devido à associação entre empreendedorismo e inovação. Segundo seu entendimento, Carrão et al. (2007) indica que uma pessoa impulsionada por uma situação de desemprego, que passe a atuar de forma autônoma, mas copiando um modelo já existente, não estaria inovando, mas sim desempenhando um "autoemprego" criado compulsoriamente devido às circunstâncias.

Quanto às experiências empreendedoras motivadas ou desencadeadas por oportunidade, Rocha (2014) caracteriza-as como a identificação (por parte do indivíduo) de circunstâncias favoráveis à introdução de mudanças no mercado. Esse tipo de empreendedorismo cria novas oportunidades de exploração comercial, é construído através de planejamento prévio e da capacidade inovadora, conseguindo criar diferentes níveis de impacto no desenvolvimento das economias onde estão inseridos.

Cândido (2016) concebe que além dessas formas existem outros tipos de empreendedores categorizados em sua especificidade de atuação. O autor ressalta a necessidade de entender o fenômeno do empreendedorismo como fator essencial para analisar o desenvolvimento do país e evidencia que o mercado e a sociedade são organismos vivos (portanto, dinâmicos), e de tempos em tempos surgem novas categorias de empreendedores, como o empreendedor social, o empreendedor corporativo ou intra-empendedor e o empreendedor herdeiro.

Os empreendedores sociais trazem impacto positivo na sociedade, com ações inovadoras que visam soluções para problemas como o lixo, através da reciclagem. A categoria corporativa é aquela que atua dentro das empresas e, com visão ampliada e através de sua capacidade inovadora, consegue se destacar ao enxergar oportunidades e soluções onde muitos enxergam problemas, e procede incluindo a coletividade. O empreendedor herdeiro é aquele que assimila características na convivência do ambiente



familiar, dominado por experiências empreendedoras, e coloca em prática na sucessão empresarial familiar.

Os fatores que levam à escolha do processo do empreendimento são diversos, segundo Vicenzi et al. (2012), além das forças propulsoras como oportunidade e necessidade. As escolhas podem ser através de pesquisa sistemática em busca de oportunidades ou descobertas por acaso, na transformação de um trabalho casual ou temporário, do desenvolvimento de ideias de familiares, entre outras. Segundo Dornelas (2012) são vários os fatores que irão influenciar na escolha, seja individualmente ou em somatório (conforme Figura 2).

O que irá determinar a probabilidade de sucesso do processo empreendedor dependerá de fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e do ambiente que estará inserido ou que dará o aporte necessário. O autor aponta que o processo deverá passar por fases distintas: desde a inovação, considerada como a semente do processo inovador, partindo para o evento inicial, com a criação do negócio apoiada em planejamento, implementação e busca de recursos financeiros e crescimento, que dependerá de fatores como a capacidade de liderança, de montar estratégias, dos recursos que conseguiu captar e das políticas públicas.

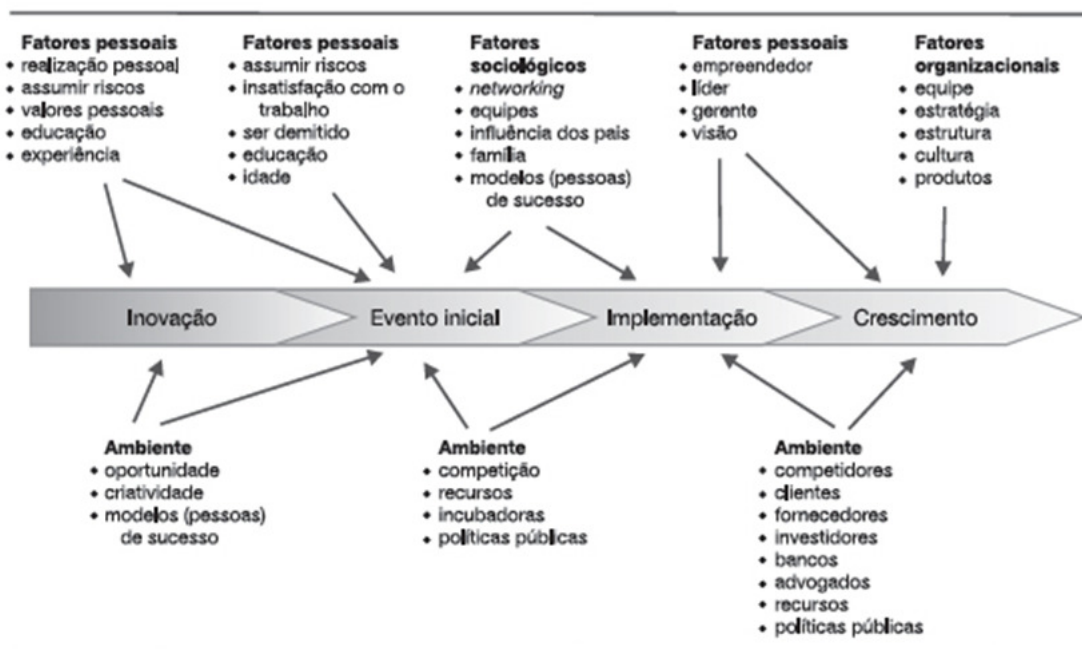


Figura 2 – Fatores que influenciam no processo empreendedor (Dornelas, 2012 adaptado de Moore, 1986)

### 2.2.1 Empreendedorismo no Brasil

O conceito de empreendedorismo se intensificou no Brasil apenas nos anos de 1990, com a abertura do mercado interno para as importações, ocasionando a necessidade de modernização das empresas. Até então, como indica Dornelas (2012) o cenário político e econômico não propiciava a atividade empreendedora. O empreendedorismo tornou-se mais relevante no período de 2000 a 2010, devido a possibilidade de diminuição de altas taxas de insucesso dos empreendimentos e a solidez de pequenas empresas.

Para atender a demanda que surgiu no Brasil com o advento de micro e pequenas empresas e devido à relevância para a economia do país, foram criados programas e instituições específicas para o público da atividade empreendedora, ao longo da década de 1990, como o SEBRAE (Serviço Brasileiro

de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), a Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*), e o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, que tinha como função capacitar empreendedores brasileiros para prepararem planos de negócios e facilitar a captação de recursos junto aos agentes do programa. Segundo Dornelas (2012), durante seus três anos de atividade, entre 1999 e 2002, o Brasil Empreendedor efetuou mais de cinco milhões de operações de crédito financeiro.

Três anos antes do surgimento do Brasil Empreendedor, a Softex foi criada como uma organização não governamental visando promover, fomentar e apoiar empresários de informática na gestão e tecnologia, com a finalidade de levar as empresas de *software* nacionais ao mercado externo e inserir o país na economia mundial.

Com o objetivo de proporcionar apoio aos pequenos empresários ou cidadãos que tivessem interesse em empreender e abrir seu próprio negócio, em 1990 foi criado o SEBRAE, pioneiro entre as instituições de apoio e fomento ao empreendedorismo e órgão que dá consultoria ao pequeno empresário brasileiro que necessitam de suporte para iniciar e manter seu negócio. Conforme Cunha et al. (2009), em outubro de 1990, esta instituição deixou de ser vinculada ao Governo Federal através do decreto 99.570 que alterou a Lei 8.029 e passou a ser uma instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública, mantida por repasses de empresas privadas.

Para avaliar o fenômeno do empreendedorismo no país, o SEBRAE em parceria com o IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade) realiza anualmente pesquisas sobre o tema. O GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) colhe dados e elabora relatórios sobre a evolução da atividade em âmbito nacional e atende como uma ferramenta de busca sobre o setor.

O GEM apresentou um retrato parcial da ocorrência complexa e multifacetada do empreendedorismo no Brasil em 2018 (Empreendedorismo no Brasil, 2018) como resultado de um estudo que entrevistou 2000 pessoas, entre especialistas nacionais, profissionais do setor público ou privado, acadêmicos ou empreendedores com elevado grau de experiência na atividade empreendedora, distribuídos proporcionalmente em todas as regiões do país.

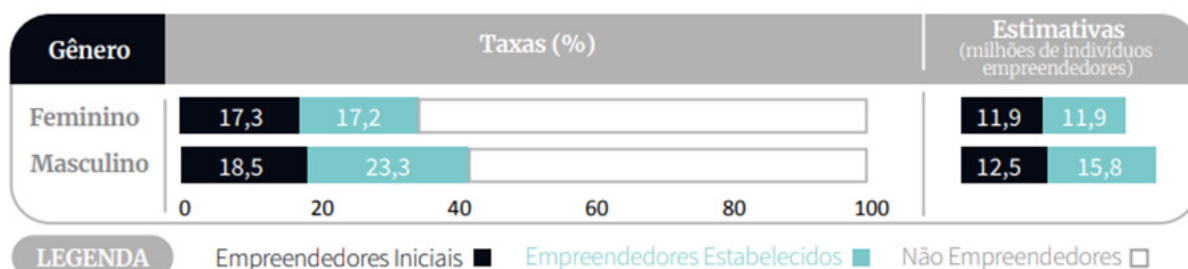
Conforme a pesquisa, no período avaliado, dois a cada cinco brasileiros adultos eram empreendedores, alcançando-se uma Taxa de Empreendedorismo Total (TTE) de 38%. Esses dados indicam que, aproximadamente, 52 milhões de brasileiros, com idade entre 18 e 64 anos, estavam inseridos em alguma forma de atividade empreendedora, criando ou consolidando novos negócios ou mantendo negócios estabelecidos antes de 2018.

Com isto, é possível supor que 2018 foi um ano em que, majoritariamente, os empreendedores atuaram de forma a consolidar os negócios criados em períodos anteriores, ou seja, um certo contingente de empreendedores iniciais tornou-se estabelecido. Este percentual de empreendedores totais é o segundo maior registrado em toda a série histórica do GEM Brasil, ficando abaixo apenas do registrado em 2015 (39%) e representa um incremento de dois pontos percentuais em relação aos dois anos anteriores. (Empreendedorismo no Brasil, 2018, p. 10)

A pesquisa indica pontos favoráveis, como a capacidade de contornar e superar dificuldades dos brasileiros na atividade empreendedora e destaca o fato do surgimento continuado de novos negócios e a consolidação dos já existentes. Entretanto, sugere recomendações para melhorias no setor como incentivos fiscais para novos empreendedores e menor carga tributária, o desenvolvimento de políticas públicas de incentivo ao setor, entre outras no âmbito de políticas governamentais. Quanto à educação e capacitação, aconselha a difusão da educação empreendedora nas escolas infanto-juvenis e a inclusão

da temática nos níveis de ensino fundamental e superior para que os discentes possam discernir se possuem interesse e condições de se tornarem profissionais na área.

A pesquisa constatou, em relação aos anos anteriores, um aumento na proporção de empreendedores por oportunidade (61,8%) em relação àqueles motivados por necessidade (37,5%) entre os empreendedores iniciais. No que se refere a variáveis de gênero (masculino e feminino), em 2018, os homens tiveram maior envolvimento com o fenômeno, tanto na fase inicial quanto na atividade estabelecida, como pode ser observado na Figura 3.



Fonte GEM Brasil 2018

<sup>1</sup> Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 18,5% dos homens no Brasil são empreendedores iniciais).

<sup>2</sup> Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2018: 136,8 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2018).

Figura 3 – Tabela do número de empreendedores por gênero segundo o estágio do empreendimento (Empreendedorismo no Brasil, 2018, p. 13)

A diferença fica mais acentuada nas taxas de empreendedores estabelecidos, apontando uma disparidade de 6,1 pontos percentuais do gênero masculino frente ao feminino.

Essa diferença entre homens e mulheres no empreendedorismo brasileiro tem sido recorrente ao longo dos anos, principalmente no empreendedorismo estabelecido, suscitando o questionamento sobre as razões que levam as mulheres a terem negócios menos longevos que os homens. Apesar disso, cabe destacar que mesmo com taxas de empreendedorismo menores que as dos homens, as empreendedoras representam, em números absolutos, cerca de 23,8 milhões de brasileiras. (Empreendedorismo no Brasil, 2018, p.13)

Segundo Cunha et al. (2009) parte da sociedade brasileira ainda possui uma visão arcaica e considera o empreendedor como alguém que quebrará regras estabelecidas com atitudes e intenções não condizentes com os padrões sociais. Sendo este, muitas das vezes, um fator inibidor da realização de um sonho. Para Dornelas (2012), além de faltarem políticas públicas duradouras, os brasileiros terão que quebrar o paradigma cultural que atribui à sorte ou outras qualidades, que não a capacidade e competência, o sucesso de empreendedores que têm se destacado na geração de riquezas no país. Na opinião de Alperstedt et al. (2014) devido à construção histórica ao qual o gênero feminino foi atrelado, as mulheres enfrentam dificuldades extras quando decidem empreender.

## 2.3 INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Na concepção de Gomes (2005), o lar era a principal unidade econômica de produção nas sociedades primitivas, pois era o local onde estava concentrada a confecção de vestuários, cerâmicas, alimentos, o cultivo de plantações e criação de animais para consumo, sendo este o ambiente de domínio da mulher. Dessa forma teve início a divisão de tarefas entre os gêneros, delegando aos homens o trabalho fora do lar, como caça e pesca e outras atividades que exigiam maior força física.

Durante a Idade Média (séculos V ao XV), devido à preponderância da Igreja Católica na influência e na legitimação da estrutura social - que não aceitava a ascensão financeira através do trabalho - foi mantida a atribuição das tarefas domésticas às mulheres. Com a desintegração do feudalismo (sistema econômico, político e social baseado na posse de terras, predominante na Europa

Ocidental durante a Idade Média) e a consequente valorização do trabalho sob a ética protestante - que propiciou a abertura dos mercados, o aumento qualitativo e quantitativo da atividade produtora e o surgimento do pensamento capitalista - o comportamento social, produtivo e industrial foi alterado.

Com a Revolução Industrial na Inglaterra do século XVIII, as mulheres começam a conquistar postos de trabalho. Esse movimento pouco tinha relação com suas demandas por realização profissional, mas devia-se à crescente demanda por mão de obra na indústria, no comércio e nos escritórios. A partir do século XX, esta participação no mercado de trabalho é alterada através de eventos como a Revolução Russa (1917), que priorizava a igualdade de acesso ao trabalho, sem diferenciação de sexo, inclusive com igualdade salarial para cargos iguais.

Ainda segundo Gomes (2005), no mundo ocidental, durante a Grande Recessão da virada da década de 1930, a mulher foi cooptada para assumir cargos com salários inferiores aos dos homens, substituindo-os no mercado de trabalho e garantindo o sustento familiar. O autor aponta a relevância da Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945) no desencadeamento de oportunidades para a inserção feminina em atividades profissionais, devido ao grande contingente de homens convocados ao combate e consequente abertura de vagas de empregos.

Coan (2008) credita este processo de inserção da mulher no mercado de trabalho (intensificado a partir da década de 1960) a quatro elementos: 1) a transformação da economia que impactou o mercado de trabalho e propiciou a entrada da força de trabalho feminino no campo da educação; 2) os avanços tecnológicos ocorridos na área da biologia, farmacologia e medicina que proporcionaram controle sobre a gravidez e reprodução humana; 3) a consequente desestruturação do regime patriarcal, devido aos movimentos sociais na década de 1960, contribuindo para a reivindicação dos direitos das mulheres; e 4) a interligação das pessoas e experiências com o advento da globalização, que proporcionou rápida difusão de ideias entre as culturas e teceu "uma imensa colcha de retalhos formada por vozes femininas, estendendo-se por quase todo o planeta" (CASTELLS, 1999 *apud* COAN, 2008, p.37).

Em estudo realizado por Quental e Wetzel (2002) foi constatado que, pela possibilidade de flexibilidade e autonomia, as mulheres optam pela atividade empreendedora. Segundo o estudo, não devido a fatores motivacionais, mas à uma questão de estratégia que visa conciliar as demandas familiares com o trabalho. As pesquisadoras apontam para importância do apoio dos familiares para a eliminação do conflito gerado pela dualidade trabalho-família como condição importante para a possibilidade de sucesso do negócio empreendido.

### **2.3.2 Empreendedorismo feminino**

Conforme dados apresentados pelo Sebrae<sup>2</sup> em 2019, entre os 49 países que participaram do GEM 2018, o Brasil tem a sétima maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais, sendo entendido como empreendimento inicial aqueles com menos de quarenta e dois meses de existência. A proporção de negócios por necessidade é de 44% no grupo das mulheres frente à 32% dos homens. A pesquisa constatou que as mulheres empresárias (com CNPJ), apesar de registraram menor taxa de inadimplência, pagam taxas de juros maiores em empréstimos.

A possibilidade de alcançar a independência econômica, além da contribuição no orçamento familiar, impulsiona a mulher a buscar a opção empreendedora. Entre outros motivos pode-se encontrar a dificuldade em crescer na carreira profissional em outras empresas, tragédia pessoal, como separação matrimonial ou morte do cônjuge e, além disso, pelo diferencial da criatividade. Embora ainda tenha que enfrentar e superar posicionamentos em uma sociedade que "admira as pessoas que empreendem, mas

---

<sup>2</sup>Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf)>. Acesso em: 10/06/2019.

ainda consideram isso uma atividade masculina" (MACHADO, 2012 *apud* FORMENTIN; GLAVAM, 2018 p.101). Além da dificuldade de encontrar financiamento para a abertura de suas empresas, ainda é vista de forma diferente por clientes, colaboradores e fornecedores, com a desconfiança de sua capacidade.

Em uma escala global, o número de mulheres empreendedoras que desejam, no prazo de cinco anos, aumentar seu negócio em 50% e empregar, no mínimo, 10 funcionários cresceu 7%, conforme o Sebrae<sup>3</sup>. Entretanto, são vários os desafios para que esse desejo se transforme em realidade, elas precisam enfrentar barreiras sociais e econômicas. O texto aponta outros pontos, além da dificuldade de créditos, outro dos empecilhos. Segundo dados obtidos pela pesquisa, a pressão sofrida pela mulher no ambiente de trabalho a desencoraja em uma proporção de 43% e produz o medo do fracasso em abrir um novo negócio, enquanto a taxa que incide sobre os homens é de 34%. Outro desafio, segundo a mesma pesquisa, é enfrentar o sexismo. Ainda há a discriminação, que considera o homem mais competente que a mulher no mundo dos negócios.

## 2.4 OBSERVANDO A EXPERIÊNCIA DO “MEMÓRIAS JF”

Lançado em 2016, o projeto “*Memórias JF*” foi criado pela empreendedora Josiany de Oliveira Pinheiro do Amaral (pedagoga de formação e professora do Ensino Básico no município de Juiz de Fora) como forma de trabalhar um nicho de mercado ainda não explorado em Juiz de Fora: *souvenires* exclusivos da cidade, relacionados à elementos de sua cultura e memória. Até o momento desta pesquisa, o projeto conta com três coleções de produtos lançados, o projeto é desenvolvido com participação de artistas locais (responsáveis por produzir as peças sobre temáticas pré-estabelecidas) e já sobreviveu ao período inicial do empreendimento (o primeiro ano após seu lançamento).

Associado em sua temática e campo de atuação ao turismo em Juiz de Fora, o “*Memórias de JF*” se destaca como objeto de estudo por esta resiliência, bem como pelo reconhecimento de instituições como a FUNALFA (Fundação Ferreira Lage, órgão responsável pela administração das políticas culturais do município).

Buscando elementos característicos que identifiquem tanto a empreitada quanto a própria empreendedora nos conceitos e categorias anteriormente descritos, assim como os fatores que construíram a capacidade empreendedora no indivíduo observado, e identificar especificidades do processo empreendedor vivido por mulheres, foi realizada uma abordagem qualitativa do “*Memórias JF*”. Utilizou-se como instrumento de coleta de dados uma entrevista, baseada no roteiro concebido por Dornelas (2012) - autor fundamental na área do empreendedorismo. Este roteiro continha vinte e duas questões, algumas das quais reformuladas e outras suprimidas para melhor adequação ao propósito deste estudo.

As perguntas de número 11 e 16 foram suprimidas; a questão de número 22 foi alterada de “que conselhos ele daria a uma pessoa que quer se tornar um empreendedor” (DORNELAS, 2012, p. 44) para *De mulher para mulher, poderia dar conselhos para mulheres que desejam se tornar empreendedoras?*. Foram, também, acrescentadas as questões a seguir:

*Questão 23 - Podemos considerar seu empreendimento como inicial ou estável?*

*Questão 24 - O que representa o retorno financeiro do seu empreendimento? É a fonte principal ou é um complemento no orçamento familiar?*

*Questão 25 - Já está planejando passos (e possíveis alterações) para a nova coleção? Poderia dizer quais são eles?*

---

<sup>3</sup>Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empREENDEDORA,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 10/06/2019.

A entrevista foi realizada em duas etapas: presencialmente no dia 24 de junho de 2019, e por aplicativo de mensagem no dia 05 de julho de 2019.

#### 2.4.1 Entrevista estruturada com a empreendedora

Questionada sobre os fatores pessoais que contribuíram para sua atuação no mundo dos negócios, a empreendedora responde que sempre gostou de “fazer acontecer”, se arriscar e empreender, mesmo sem a influência de familiares ou outros agentes. Quanto à abertura do negócio, explica que sua entrada no empreendedorismo teve início através de serviço voluntário em um espaço beneficente: nesse trabalho, enxergou a possibilidade de montar, sozinha, um espaço comercial próprio.

Desta empreitada – um comércio chamado “*Traços de Minas*”, dedicado à venda de peças fabricadas por artesãs –, nasceu a vontade de trabalhar em um nicho de mercado ainda não explorado na cidade: peças que remetessem à memória e cultura de Juiz de Fora. Conforme a entrevistada, sua atuação como professora alfabetizadora, sua formação acadêmica e seu interesse por História e artesanato (atividade que costumava inserir em suas aulas) influenciaram na escolha do negócio.

Durante um curso de capacitação – oferecido pela empresa *Studio Dialeto* – a entrevistada teve a oportunidade de elaborar uma ideia associando sustentabilidade ao artesanato em Juiz de Fora. Nesse contexto, a empreendedora apresentou, pela primeira vez, o “*Memórias JF*” (exemplo de empreendedorismo criativo abordado nesta pesquisa), estruturado e elaborado para este evento. No decorrer desta capacitação, ocorreu o concurso “*Mentes Brilhantes*”, realizado em Juiz de Fora pelo Instituto Metodista Granbery, onde é premiada com o primeiro lugar na categoria “melhor ideia socioambiental”.

Após uma pesquisa de mercado, quando visitou vários comércios especializados em *souvenires*, a entrevistada confirmou a carência de produtos que atendessem a um público mais específico, interessado em lembranças da cidade, e considerou a possibilidade de sucesso de seu empreendimento. Contando com apoio de consultoria especializada, traçou seu primeiro plano de negócio (reformulado em diversos pontos, desde então). Nesta fase do empreendimento percebeu a necessidade de desvincular o “*Memórias JF*” do espaço comercial “*Traços de Minas*”, devido a questões como patrocínio e o registro do novo negócio.

Na fase de implementação do empreendimento, a empreendedora enfrentou dificuldades econômicas. Apesar disso, a primeira coleção do “*Memórias JF*” (lançada em 2016) foi realizada com recursos próprios. Conforme a entrevistada, a ideia original era criar uma coleção de peças artesanais, com participação de artistas locais, em torno de uma temática previamente selecionada, sempre associada à memória cultural da cidade. Essa primeira experiência foi desenvolvida com quatro colaboradores (um designer, uma artista plástica, uma fotógrafa e uma artesã), sobre a temática “Empreendedorismo baseado em Pantaleone Arcuri”.

Esta temática surgiu após uma reunião entre a entrevistada e o diretor do Museu de Crédito Real, Roberto Dilly. Devido à relevância e ao valor histórico e arquitetônico das obras realizadas pela empresa Pantaleone Arcuri, dado o valor histórico arquitetônico (destacando-se o Monumento ao Cristo Redentor, o Castelinho da CEMIG, a Escola Normal e o Cine-Theatro Central), Dilly sugeriu que fosse buscada inspiração nessas obras. Os materiais utilizados (como fotos e textos) são de domínio público, portanto, não houve necessidade de autorização para utilizá-los.

“No início, era essa a principal exigência: ser artesanato. Com a chegada dos trabalhos, vimos que nem todos fizeram artesanato propriamente dito e, já na segunda coleção, abri espaço para obras de arte, souvenirs, produtos alimentícios, fotografias e demais manualidades” (entrevistada). A produção

destas peças (ecojoias, caixas, quadros, imagens, bolsas e *bottons*), tanto na primeira coleção quanto nas subsequentes, ficou a cargo dos artistas colaboradores.

Pioneira no mercado local, esta coleção teve significativa repercussão na cidade, contando com divulgação espontânea através das mídias. Porém, frente aos custos logísticos, não obteve lucro real, apesar das vendas significativas.

A partir da segunda coleção (realizada quatro meses após o lançamento da primeira) a empreendedora passou a contar com uma taxa de participação dos artistas envolvidos no projeto, embora as despesas com a logística superassem os recursos reunidos e fosse necessário aplicar recursos próprios, novamente. Esta teve como tema "*Museu Mariano Procópio: Olhares*" (proposto pela própria empreendedora) e contou com cinco participantes, além de apoio de Dilly e do diretor do Museu Mariano Procópio para o trabalho de pesquisa. Ao final, o trabalho resultou na produção de caixas, ímãs, fotos, jóias, canecas e quadros.

As vendas ficaram aquém das expectativas da entrevistada, que associa esse resultado à ausência de um ponto físico fixo para as vendas e aos poucos eventos disponíveis para exposição das peças. "O histórico de Juiz de Fora não é de uma cidade turística e, portanto, não se tem uma produção associada ao turismo. Nesta coleção, atravessei sérios conflitos entre os participantes, tive problemas com produtos mal elaborados e tive a necessidade de refazer tudo. Vi que poderia perder meu projeto" (Entrevistada).

Depois desta experiência, a empreendedora decidiu estabelecer um tempo maior entre os lançamentos de novas coleções. No ano seguinte, desenvolveu a terceira coleção, com tema "*Polo cervejeiro de Juiz de Fora: Memórias e Sabores*". "Vi nesse tema uma forma de contar algo pioneiro da cidade, tendo em vista que desde 1861 este negócio prospera em Juiz de Fora. Abordaria o que hoje é nosso *boom*" (Entrevistada).

Na terceira coleção (em exposição, na ocasião desta entrevista), Josyane passou a contar com patrocínios e realizar permutas de serviços e produtos em troca de espaços de exposição, já dispondo da credibilidade neste mercado devido à notabilidade do "*Memórias JF*". A entrevistada ressalta, porém, que cada coleção demanda reajustes no modelo de empreendimento e determinação de novas metas. Dessa forma, o planejamento é constante.

"Desta vez, procurei fazer diferente do que fazia desde a primeira coleção (abrindo inscrições nas redes sociais para participação dos artistas). Nesta coleção, para selecionar os participantes, convidei artistas locais com certo renome na cidade, subindo para 14 o número de participantes. Fizemos novas pesquisas, um tour pelas cervejarias para inspiração, nos museus para recolher fotos e textos, o autor de um livro sobre a história das cervejarias [Alexandre Hill Maestrini] nos brindou com uma palestra..." (Entrevistada). Esta coleção também contou com maior diversidade de produtos, passando a incluir almofadas, abridores de garrafa, engradados, suporte para copos, *souplats* e chaveiros.

Segundo a entrevistada, seu momento de maior realização com a empreitada ocorreu quando passou a ser convidada para expor e comercializar as peças do "*Memórias JF*" em eventos. Antes, explicava, necessitava apresentar as razões pelas quais seu projeto poderia agregar valor aos mesmos. Josiany conta que, ao ser contemplada com o prêmio "Amigo do Patrimônio" – conferido pela FUNALFA (Fundação Cultural Alfredo Lage, responsável pelas políticas culturais do município) às iniciativas que se

destacaram na cidade<sup>4</sup> –, evento que ocorreu durante o lançamento de sua terceira coleção, teve o reconhecimento de seu empenho.

Quanto ao tempo demandado para manutenção e atualização do empreendimento, a empreendedora responde contar com apoio do esposo para complementar sua ausência nas atividades domésticas. Para conciliar a carreira de mulher de negócios e lar, explica, é preciso haver alguém que possa suprir a atenção necessária aos cuidados domésticos e com os filhos.

Questionada se faria tudo novamente ou mudaria algo, a entrevistada responde que – encontrando realização pessoal nesta atividade – reprisaria sua trajetória, desejando apenas ter maior estabilidade financeira, mais parcerias e melhor estrutura para implementar seu projeto. Apesar disso, explicitando sua vontade de inovar, característica pessoal recorrentemente ligada ao empreendedorismo, a entrevistada afirma que superaria qualquer entrave para iniciar e estabelecer sua ideia.

Consolidado seu empreendimento e vencida a fase inicial, a empreendedora percebe o momento de reorganizar os planos para ajustar-se ao mercado. Pretende selecionar eventos que melhor se alinhem à natureza de sua proposta, entendendo que seu negócio é interessante para Juiz de Fora e seu turismo, uma vez que apresenta coleções de produtos com valor emocional e histórico. Planeja também utilizar o endosso concedido pelas premiações que recebeu na publicidade do projeto. Embora o retorno financeiro do “*Memórias JF*” ainda ocupe uma faixa menor de seu próprio orçamento, Josiany acredita que maiores rendimentos são questão de tempo e ajustes.

A entrevistada conta que a pouca importância dada por moradores locais que visitam sua exposição à cultura agregada às peças do “*Memórias JF*” ainda acontece, esporadicamente. Os produtos do projeto são mais valorizados por turistas, que desejam levar uma lembrança de lugares e vivências que experimentaram em Juiz de Fora ou por pessoas que possuem maior grau de ligação afetiva com a cidade.

A empreendedora ressalta que acredita em seu potencial e em sua capacidade profissional, e admite que empreender é um desafio para o qual nem todos os indivíduos estão capacitados, demandando um somatório de características e competências. A entrevistada entende, também, que mulheres são tão capazes quanto homens para o empreendedorismo. Como conselho às mulheres que desejem empreender aponta ser necessário buscar forças para superar as barreiras impostas pelo *lugar-mulher*, historicamente construído.

Disse nunca ter vivenciado discriminação de gênero em um ambiente tradicionalmente masculino, associando esse fato à sua personalidade e a clareza que tem de seus objetivos. Porém, já presenciou situações negativas envolvendo outras pessoas. Josiany também associa o sucesso de seu empreendimento a nunca ter permitido que o medo de arriscar ou o julgamento alheio a paralisassem. Nos momentos de medo, conta, concluiu que seria mais gratificante ver seu negócio prosperar através das oportunidades que explorou do que ser vencida por um pressentimento de derrota.

## 2.4.2 Análise da entrevista

Com o cruzamento de dados entre as características fundamentais para a classificação do indivíduo empreendedor, apresentadas por diversos autores presentes no trabalho, e características da empresária entrevistada, chegou-se às seguintes conclusões:

---

<sup>4</sup> Instituído pela Lei 11.111 de 25 de Abril de 2006, com o objetivo de reconhecer ações de preservação e valorização do patrimônio cultural. Disponível em: <[https://www.pjf.mg.gov.br/administracao\\_indireta/funalfa/patrimonio/legislacao.php](https://www.pjf.mg.gov.br/administracao_indireta/funalfa/patrimonio/legislacao.php)>. Acesso em: 06/06/2019.



Por apresentar fatores significativos que caracterizam a capacidade empreendedora, a idealizadora do Projeto Memórias JF pode ser considerada como tal. Sendo suas principais características pessoais: 1) ter a capacidade de assumir e gerir riscos, apontada por Chiavenato (2012) como elemento fundamental à personalidade empreendedora; 2) buscar realização pessoal através da iniciação de um negócio que acredita ser inovador; 3) utilizar experiências anteriores e formação para inovar, como indica Rocha (2012); 4) ter a capacidade de enxergar oportunidades de negócios através da percepção do ambiente em que está inserida, característica evidenciada por Kizner (1973) - mais especificamente lançando mão de pesquisa de mercado. Por haver iniciado o negócio após esta pesquisa de mercado e seguido um planejamento criterioso, a empreendedora pode ser analisada através da prática de *empreendedorismo por oportunidade* como descrita por Rocha (2012), se diferenciando da maioria das mulheres que iniciam seu empreendimento *por necessidade* - como apontado na pesquisa GEM 2018. Além disso, o negócio já transpôs a fase inicial (um ano após sua implementação), portanto pode ser considerado estável.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou demonstrar as especificidades do processo empreendedor conduzido por mulheres - tanto os obstáculos relativos a preconceitos de gênero, quanto os decorrentes de estruturas sexistas historicamente construídas -, ressaltando os caminhos e recursos disponíveis e evidenciando as políticas de fomento da inserção da mulher nesse campo do mercado que ainda estejam incipientes ou inexistentes.

Todo este trabalho teve em vista a associação entre empreendedorismo e inovação e a capacidade de superação de obstáculos (característica fundamental da atividade empreendedora, como apresentadas pelos autores que se debruçam sobre este fenômeno), considerando-as como potencialidades humanas e não limitadas a um gênero específico.

Muito embora a análise qualitativa da experiência do “*Memórias JF*” e da empreendedora Josiany de Oliveira Pinheiro do Amaral confirme essas premissas, dados levantados pelo GEM 2018 apontam a dificuldade feminina de manter empreendimentos após o estágio inicial. Encontram os negócios das empreendedoras a mesma taxa de insucesso estabelecida para os negócios iniciados *por necessidade*, notoriamente carentes de planejamento ou pesquisa anterior e motivados pela necessidade de subsistência mais que pela possibilidade de inovação.

Ainda que esta análise do “*Memórias JF*” não perceba nenhum obstáculo diretamente oriundo de preconceitos de gênero, a construção historicamente estabelecida do papel da mulher na sociedade aparece como um dos fatores adversos ao processo empreendedor feminino. Há outros, de espectro mais geral: a insuficiência de políticas públicas e instituições de apoio e fomento ao empreendedorismo, as dificuldades em levantar investimentos, as próprias limitações do mercado local e do nicho onde este negócio específico atua, fatores que impactam homens e mulheres (em maior ou menor grau) igualmente.

Dessa forma, o estudo sobre o “*Memórias JF*” levanta outras questões sobre os dados apresentados pelo GEM 2018 no que concerne as taxas de insucesso de mulheres empreendedoras, e evidencia a necessidade de mais estudos (quantitativos e qualitativos) que esclareçam a disparidade de sucesso entre as atividades iniciadas por mulheres e as iniciadas por homens.

### REFERENCIAS

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Mauricio Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v.16, n.40, p.221-234, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.5007/2175-8077.2014v16n40p221>>. Acesso em: 18 de maio de 2019 <<https://periodicos.ufsc.br/index/article/view/2175>>.

BAGGIO, A.f.; BAGGIO, D.k..Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, [s.l.], v. 1, n. 1, p.25-38, 30 dez. 2014. Complexo de Ensino Superior Meridional S.A.. <http://dx.doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>>. Acesso em: 10 abril 2019.

BATISTA, Gisele; MURBACK, Fábio Guilherme Ronzelli; SARES, Maria Isabel Feresin; Estudo sobre a aplicação da Teoria Geral dos sistemas nas organizações brasileiras. **10º Congresso Brasileiro de Sistemas**. SP, 2014 Disponível em: <<http://www.issbrasil.usp.br/ocs/index.php/cbs/10cbs/paper/view/10/21>>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

BUENO, Jefferson Reis. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 2016. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

CARAVANTES, Geraldo, R; PANNO, Cláudia, C.; KLOECKNER, Mônica, C. **Administração: Teorias e Processo**. Editora Pearson. SP. 2005.

CHIAVENATO, Idalberto, **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**, 4. ed - Editora Manole Ltda - São Paulo, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto - **Introdução à teoria geral da administração**/Idalberto Chiavenato - Editora Manole - SP - 2014 ed. Compacta.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 620 p. disponível em <<http://www.profeltonorris.files.wordpress.com/2014/02/livro-teoria-geral-da-administrac3a7c3a3o.pdf>> Acesso em: 28 de abril de 2019.

CUNHA, Robson Moreira; SOARES, Eliza Lemos; FONTANILLAS, Carlos Navarro. As vantagens de aprendizado do empreendedorismo: Um estudo desde o ensino de base até o superior. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v.3,n.3, p. 62-73, 2009 Disponível em: <<http://periodicos.uff.br/pca/article/view/11078> >. Acesso em: 18 de maio de 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

**Empreendedorismo no Brasil**; relatório 2001 – GEM. Disponível em <<http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2001.pdf>>. Acesso em: 03 de maio de 2019.

**Empreendedorismo no Brasil**; relatório executivo 2018 – GEM. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>> Acesso em: 03 de maio de 2019.

**Evolução do Empreendedorismo no Brasil**: Um estudo do *Global Entrepreneurship Monitor* no Período de 2001 a 2013. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/mostrappga2014/paper/viewFile/3735/1208>>. Acesso em: 03 de maio de 2019.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p.5-28, abr. 1999. Bimestral. Disponível em <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/18122/empreendedorismo-empreendedores-e-proprietarios-gerentes-de-pequenos-negocios/i/pt/br>>. Acesso em: 19 de abril de 2019.

FORMENTIN, Barbara Borges. GLAVAM, Prof.Msc. Rafael Bianchini. **Empreendedorismo feminino: conceitos, desafios e perspectivas** in Empreendedorismo: o estado da arte/ organizado por Diego Passolini e EmillieMichels. FUCAP Santa Catarina. 2018. Disponível em <<http://www.fucap.edu.br/biblioteca/livros/arquivo2.pdf>> Acesso em 29 de Maio de 2019.

FROSSARD, Leonardo Miranda et al. IBT Empreendedor: Disseminando a cultura do empreendedorismo e inovação na Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. In: CONFERÊNCIA ANPROTEC DE EMPREENDEDORISMO E AMBIENTES DE INOVAÇÃO, 26., 2016, Fortaleza. **Anais da 26ª Conferência Anprotec de Empreendedorismo e Ambientes de Inovação**. [s.l.]: Anprotec, 2016. v. 1, p. 620 - 635. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/moc/ANAIS%20CONFER%20C3%8ANCIA%203.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2019.

GALVAN, Luciane. **O CENÁRIO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E A ATUAÇÃO DOS EMPREENDEDORES COMO GESTORES**. 2014. 36 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul201, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/view/22129/13582>>. Acesso em: 20 maio 2019.

GOMES, Almira Ferraz. O outro no trabalho: mulher e gestão. **REGE Revista de Gestão USP**. São Paulo, v.12, n.3, p.1-9 (2005). Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/reg/article/view/36522/39243>>. Acesso em: 18 de maio de 2019.

MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. J. Réplica - Empreendedores: reflexões sobre concepções históricas e contemporâneas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 892-899, 2014. Disponível em <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/33127/replica---empreendedores--reflexoes-sobre-concepcoes-historicas-e-contemporaneas>>. Acesso em: 11 maio de 2019.

MARTINS, Lucas Araújo. **ADVERSIDADES DO EMPREENDEDORISMO DE MICROS E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL**. 2017. 35 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Centro Universitário Anhanguera, Pirassununga, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.pgskroton.com.br/bitstream/123456789/15612/1/LUCAS%20ARAÚJO%20MARTINS.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2019.

MORAES, Lúcio Flávio Renault de; MAESTRO FILHO, Antoniodel; DIAS, Devanir Vieira. O paradigma weberiano da ação social: um ensaio sobre a compreensão do sentido, a criação de tipos ideais e suas aplicações na teoria organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, [s.l.], v. 7, n. 2, p.57-71, jun. 2003. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1415-65552003000200004>. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v7n2/v7n2a04.pdf>>. Acesso em: 30 abril 2019.

OLIVEIRA, Fabiana Moraes de. Empreendedorismo: teoria e prática. **Especialize: Revista online**, Goiânia, v. 3, n. 1, p.1-13, maio 2012. Semestral. Disponível em: <<http://www.businessur.com.br/uploads/arquivos/191322dcff82e06081272bf77fb3beae.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2019.

PATRÍCIO, Patrícia; CANDIDO, Claudio Roberto (Org.). **Empreendedorismo: Uma Perspectiva Multidisciplinar**. 248 p.Rio de Janeiro: Ltc, 2016.

PESQUISA: Banco de dados **Governo do Brasil**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/oportunidade-e-necessidade>>. Acesso: 15 maio 2019.

QUENTAL, Camila. WETZEL, Ursula. **Equilíbrio Trabalho- Vida e Empreendedorismo: a Experiência das Mulheres Brasileiras**. Disponível em: <[www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2002-cor-](http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2002-cor-)> Acesso em 15 de maio de 2019.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho. Oportunidade ou Necessidade? Um Estudo do Impacto do Empreendedorismo no Desenvolvimento Econômico. **Revista Gestão em Análise**, v.3, n.1/2, p.31-46, 2014 <http://dx.doi.org/10.12662/2359-618xregea.v3i1/2.p31-46.2014>. Disponível em: <<https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/146>>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

SANTIAGO, Eduardo Girão. VERTENTES TEÓRICAS SOBRE EMPREENDEDORISMO EM SHUMPETER, WEBER E McCLELLAND: NOVAS REFERÊNCIAS PARA A SOCIOLOGIA DO TRABALHO. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 40, n. 2, p.87-103, 2009. Semestral. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/index.php/revcienso/article/viewFile/481/463>>. Acesso em: 30 abril 2019.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. 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**, [s.l.], v. 10, n. 1, p.44-64, 10 mar. 2016. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855>. Disponível em: <<https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/855>>. Acesso em: 15 maio 2019.

VICENZI, Siomara Elias; BULGACOV, Sergio. Fatores Motivadores do Empreendedorismo e as Decisões Estratégicas de Pequenas Empresas. **Revista de Ciência da Administração**, Florianópolis, v. 15, n. 35, p.208-221, abr. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2013v15n35p208/24348>>. Acesso em: 15 maio 2019.