

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS - UFAM
INSTITUTO NATUREZA E CULTURA - INC
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE AS
CARACTERÍSTICAS E TIPICIDADES EMPREENDEDORAS DAS COSTUREIRAS
DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT-AM**

Benjamin Constant - AM
2022

LARISSA LUANNA NASCIMENTO PESO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE AS
CARACTERÍSTICAS E TIPICIDADES EMPREENDEDORAS DAS COSTUREIRAS
DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT-AM**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Administração pelo
Instituto de Natureza e Cultura (INC) da
Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

Orientação: Prof. M.Sc Ciderjânio Farling Salvador da Costa

Benjamin Constant -AM

2022

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

P474e Peso, Larissa Luanna Nascimento
Empreendedorismo feminino : um estudo sobre as características e tipicidades empreendedoras das costureiras do município de Benjamin Constant-AM / Larissa Luanna Nascimento Peso . 2022
67 f.: il. color; 31 cm.

Orientador: Ciderjânio Farling Salvador da Costa
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Aspecto Empreendedor. 2. Costura. 3. Empreendedorismo. 4. Mulheres Empreendedoras. I. Costa, Ciderjânio Farling Salvador da. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

LARISSA LUANNA NASCIMENTO PESO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE AS
CARACTERÍSTICAS E TIPICIDADES EMPREENDEDORAS DAS COSTUREIRAS
DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT-AM**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Administração pelo
Instituto de Natureza e Cultura (INC) da
Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

Aprovado em 04 de maio 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. M.Sc Ciderjânio Farling Salvador da Costa – Orientador/Presidente
Universidade Federal do Amazonas

Prof. M.Sc. Juvan Reis Nogueira – Membro
Universidade Federal do Amazonas

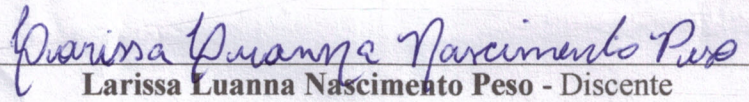
Prof. M.Sc. Antônio Vagner Almeida Olavo – Membro
Universidade Federal do Amazonas



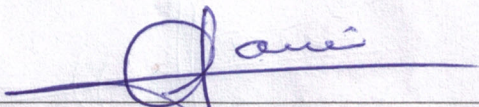
Ata de sessão pública para apresentação e defesa de Trabalho de Conclusão de Curso – TCC.

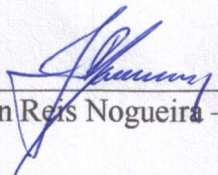
Aos quatro dias do mês de maio do ano de dois mil e vinte e dois, às onze horas, foi realizada a sessão pública de apresentação e defesa do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC da discente **Larissa Luanna Nascimento Peso** do Curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura – INC da Universidade Federal do Amazonas – UFAM, na cidade de Benjamin Constant, requisito para obtenção de título de Bacharel em Administração, de acordo com o Regimento do Curso. A Banca Examinadora foi composta pelos seguintes membros: Prof. Me. Ciderjânio Farling Salvador da Costa (Presidente), Profa. Me. Juvan Reis Nogueira e Prof. Me. Antônio Vagner Almeida Olavo (membros). Após a explanação do tema: **“EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS E TIPICIDADES EMPREENDEDORAS DAS COSTUREIRAS DO MUNICÍPIO DE BENJAMIN CONSTANT - AM”**, a discente foi arguida pelos professores da banca examinadora tendo respondido satisfatoriamente às perguntas formuladas. Em decorrência o TCC foi aprovado com nota **(9,8) NOVE VIRGULA OITO**. Esta aprovação está condicionada à incorporação das recomendações feitas pela Banca no prazo regimental de dez dias. A sessão foi encerrada às treze horas. A ata foi lavrada e será assinada pela Banca e pela discente.

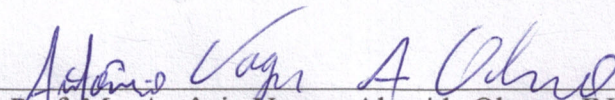
Candidata:


Larissa Luanna Nascimento Peso - Discente

Banca:


Prof. Me. Ciderjânio Farling Salvador da Costa – INC/UFAM


Prof. Me. Juvan Reis Nogueira – INC/UFAM


Prof. Me. Antônio Vagner Almeida Olavo – INC/UFAM

Dedico este trabalho aos meus pais; Maria do Socorro e Luiz Gomes, em especial minha mãe que sempre foi meu pilar e exemplo de vida; que me transmitiu todos os ensinamentos e lições necessárias para a construção do caráter que hoje possuo, que sempre me apoiou em tudo, acreditou quando eu mesma desacreditei de mim e nunca mediu esforços para me dar uma boa criação e tudo o que eu necessitava para ser feliz. Com muita gratidão entrego-lhes este troféu.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente, à Deus, por ter me protegido até aqui, por todas as bênçãos, por me dar forças, saúde e discernimento, e por todas as conquistas que já proporcionadas em minha vida.

Quero também registrar meus agradecimentos às costureiras que aceitaram participar desta pesquisa como objeto de estudo, sem elas a pesquisa não aconteceria.

Agradeço também ao Prof. M.Sc Ciderjânio Farling Salvador da Costa, que foi o professor orientador deste trabalho, sua ajuda foi de suma importância em todos os momentos.

Aos meus familiares, em especial meus pais Maria do Socorro e Luiz Gomes, minha avó Nilza Nascimento, meu avô Antônio Ferreira (in memorian), meu padrasto e segundo pai Luiz Moura, meu irmão Nilsorley Peso, meus tios Francisco Alves e Eva Alves, minhas primas Rafaela Barbosa e Brenda Patrícia, e toda família que sempre me apoiou, me incentivou e nunca deixou de acreditar que eu seria capaz.

Aos amigos e colegas que a universidade me proporcionou e que estiveram comigo desde o início desta trajetória e sempre acreditaram que seria possível chegar ao fim, e de certa forma contribuíram para a realização deste trabalho, Rodrigo Noronha, Guilherme Olavo, Bruno Bitencourt, Sthefany Carneiro, Nathacha Tello, Juliane Beatriz, Francisco Thor, Paulo Jr, Carlos Jr, devo infinitos agradecimentos a vocês.

Agradeço a todos os professores do curso de Administração que contribuíram para minha chegada até aqui, me proporcionando os mais diversos ensinamentos.

À universidade Federal do Amazonas, o meu muito obrigada eternamente.

“Só aqueles que arriscam ir longe demais
podem descobrir até onde é possível chegar”
- T. S. Eliot

RESUMO

Um empreendimento pode ser considerado um agente gerador de impactos no desenvolvimento socioeconômico de um país, nos pontos que aparecem como uma alternativa para a geração de rendas. As mulheres brasileiras têm participado cada vez mais deste cenário empreendedor. Em diferentes ramos de atuação, o empreender está cada vez mais presente em seu cotidiano. O presente trabalho aborda sobre as características e tipicidades das costureiras de Benjamin Constant-AM, que estão inseridas no mundo empreendedor em busca de sobrevivência. Como objetivo buscou-se analisar os fatores que levam a diversidade das costureiras em relação ao empreendimento comercial e/ou de serviços, para isso foi necessário classificar as características e perfil das costureiras existentes, identificar os fatores que influenciam no empreender delas e tipificar as práticas empreendedoras utilizadas por elas. Para a concretização da pesquisa utilizou-se da metodologia qualitativa, buscando através de questionários, tomar conhecimento em relação as costureiras e fazer o estudo para o alcance dos objetivos. Diante disso constatou-se que as mulheres costureiras entrevistadas estão ativas na profissão a bastante tempo, sua maioria trabalha de maneira informal e possuem rendimentos baixos, verificou-se também que muitas delas não possuem capacitação técnica na área, o que acaba deixando-as com receio de abranger mais seus empreendimentos, tornando-as pouco conhecidas, as deixando estagnadas no mercado e com baixa lucratividade. Com isso é notório que há possíveis melhorias que podem ser feitas em relação ao desenvolvimento das costureiras, pois elas possuem um alto potencial e estão convencidas a continuar da forma que estão, no entanto, propostas de cursos profissionalizantes e formas de organização seriam de grande ajuda para alavancar ainda mais sua profissão e dar ainda mais excelência nos trabalhos.

Palavras-chave: Aspecto empreendedor. Costura. Empreendedorismo feminino. Mulheres empreendedoras.

RESUMEN

Um emprendimiento puede ser considerado um agente que genera impactos em el desarrollo socioeconómico de um país, em los puntos que se presenta como uma alternativa para la generación de ingresos. Las mujeres brasileñas han participado cada vez más em este escenario empresarial. Em diferentes campos de actividad, el emprendimiento está cada vez más presente em su día a día. El presente trabajo trata sobre las características y tipicidades de las costureras de Benjamin Constant-AM, quienes se insertan em el mundo empresarial em busca de la supervivencia. Como objetivo se buscó analizar los factores que propician la diversidad de costureras em relación a la empresa comercial y/o de servicios, para ello fue necesario clasificar las características y perfil de las costureras existentes, identificar los factores que influyen su emprendimiento y tipificar las prácticas empresariales utilizadas por ellas. Para la realización de la investigación se utilizó la metodología cualitativa-cuantitativa, buscando a través de cuestionarios, conocer sobre las costureras y realizar el estudio para alcanzar los objetivos. Ante esto, se constató que las costureras entrevistadas tienen mucho tiempo em activo em la profesión, la mayoría trabaja de manera informal y tienen bajos ingresos, también se verificó que muchas de ellas no cuentan com formación técnica em el área, lo que termina dejándolos com temor de englobar más de sus emprendimientos, haciéndolos poco conocidos, dejándolos estancados em el mercado y com baja rentabilidad. Com esto, es claro que hay posibles mejoras que se pueden realizar em relación al desarrollo de las costureras, ya que tienen um alto potencial y están convencidas de seguir em la forma em que están, sin embargo, propuestas de cursos profesionales y formas de organización. Sería de gran ayuda para potenciar aún más su profesión y darle aún más excelencia em el trabajo.

Palabras clave: Aspecto emprendedor. De coser. Emprendimiento femenino. Mujeres emprendedoras.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Empreendedorismo feminino no Brasil – Proporção por negócios de necessidade	26
Figura 2 - Localização geográfica do Município de Benjamin Constant.....	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa Etária e Tempo de atividade das costureiras	37
Gráfico 2 – Grau de Escolaridade das costureiras	37
Gráfico 3 – Estado Civil das costureiras	38
Gráfico 4 – Renda média mensal com atividades de costura	39
Gráfico 5 - Rendas complementares das costureiras	40
Gráfico 6 – Fonte de aprendizagem da arte da costura	41
Gráfico 7 – Para quem prestam de serviço	42
Gráfico 8 – Formalização do empreendimento e motivo	43
Gráfico 9 – Tempo de existência do negócio	44
Gráfico 10 – Motivo de abertura do empreendimento	45
Gráfico 11 – Tipo de atividade exercida pela empresa	46
Gráfico 12 – Quantos funcionários há na empresa	47
Gráfico 13 – Principais Clientes	48
Gráfico 14 – Forma de planejamento para a empresa	49
Gráfico 15 – Dificuldades enfrentadas	50
Gráfico 16 – Principal momento de satisfação	51
Gráfico 17 – Percepção sobre o crescimento do empreendedorismo feminino	53

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Pontos Positivos e Negativos de ser empreendedora.....	51
---	----

LISTA DE SIGLAS

SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
CUT	Central Única dos Trabalhadores
PIB	Produto Interno Bruto
ABRAVEST	Associação Brasileiro do Vestuário
DSC	Discurso do Sujeito Coletivo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEI	Microempreendedor Individual
OIT	Organização Internacional do Trabalho

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 REFERENCIAL TEÓRICO	17
1.2 EMPREENDEDORISMO.....	17
1.1.1 Conceito de Empreendedorismo	17
1.1.2 História e evolução do empreendedorismo	19
1.2.1 Empreendedorismo Formal e Informal.....	21
1.2.2 Empreendedorismo Feminino	25
1.3 A HISTÓRIA DA COSTURA	27
2 METODOLOGIA	30
2.1 NATUREZA DA PESQUISA	30
2.2 TIPO DE PESQUISA.....	32
2.3 TÉCNICA DE PESQUISA	32
2.4 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA.....	33
2.5 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	34
2.6 TRATAMENTO DOS DADOS COLETADOS.....	35
3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	36
3.1 PERFIL DAS MULHERES COSTUREIRAS DE BENJAMIN CONSTANT.....	36
3.2 PERFIL DO EMPREENDIMENTO.....	42
3.3 ASPECTOS DA MULHER EMPREENDEDORA.....	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS	58
APÊNDICE	63

INTRODUÇÃO

Atualmente, o empreendedorismo feminino vem crescendo com seus ideais no mundo dos negócios, onde espalha-se facilmente e traz novas oportunidades para quem quer fazer parte deste cenário empresarial. O crescimento do empreendedorismo feminino se destaca na mudança e inovação, espalhada por várias realidades e classes sociais, visando construir sua própria fonte de renda

A participação das mulheres no mercado de trabalho estimula mudanças no cenário e ocupação de gênero. Como resultado, sua presença como empreendedora cresceu gradualmente. Uma mulher lutou pelo que queria, e hoje a conquistou lugares, fazendo história na sociedade, ocupando novas posições, derrubando muitas barreiras e preconceitos. Cada vez mais há mulheres no mercado de trabalho, porém, homens e mulheres têm oportunidades diferentes, isso ainda é um grande desafio e uma nova geração de mulheres está tentando reverter a desigualdade salarial e reduzir o pré-conceito com a mulher quanto empreendedora

O Empreender está ligado a constantes inovações e riscos infinitamente, nesse sentido, analisar e planejar os movimentos das empresas torna-se um fator necessário. Nos últimos anos houve um crescimento acelerado em relação as mulheres neste âmbito, e como boas empreendedoras elas estão cada dia mais buscando satisfação pessoal, independência financeira e status profissional através dos negócios que administram

O empreendedor por necessidade abrindo seu próprio negócio, sem outras opções, envolve-se em negócios informais, como realizar tarefas simples, prestar serviços e, assim, receber pouco retorno financeiro. Para os países em desenvolvimento, esta é uma questão social importante, porque apesar das iniciativas, do trabalho árduo e de todos os esforços para ganhar a vida para eles e suas famílias, passam por dificuldades estruturais, e isso acaba afetando o desenvolvimento econômico do próprio País.

Muitos não tiveram acesso à educação, recursos e condições mínimas para assumir a estrutura de empreendedor. Seus movimentos são simplistas, pouco inovadores, muitas vezes não contribuem com receita tributária e acabam inflando as estatísticas de empreendedorismo nos países em desenvolvimento.

O setor têxtil-vestuário pode ser reconhecido com um grande potencial de gerador de empregos e renda. Neste cenário contesta-se o status sócio-histórico da

profissão de costureira e sua relação com a educação das mulheres. O conhecimento emocional e popular que questões de gênero, raça e classe permeiam a cena, e um panorama das transformações que o setor vem sofrendo ao longo do tempo.

Neste trabalho abordaremos sobre o empreendedorismo feminino: um estudo sobre as características e tipicidades empreendedoras das costureiras do município de Benjamin Constant-AM, que ocupa espaço em diversos fatores na localidade. Sabe-se que a confecção de vestuário é uma necessidade que possui grande demanda o tempo todo, e que o trabalho manual ainda não pode ser totalmente substituído por máquinas, ou seja, faz-se necessário e de extrema importância o trabalho das costureiras.

Com isso a justificativa para o estudo sobre essa temática encontra-se em virtude da necessidade de conhecer o perfil e caracterizar os diversos potenciais de confecções do setor têxtil existentes no município, pois observa-se uma alta demanda pelo setor, que apresenta grandes potencialidades local, porém até o momento é pouco vista e reconhecida, o que se faz importante um estudo para analisar os aspectos em gerais envolvendo as costureiras e seus empreendimentos. Desta forma, busca-se responder ao seguinte questionamento: Quais os fatores/aspectos que influenciam no desenvolvimento das costureiras no município de Benjamin Constant/AM?

Este trabalho tem como objetivo geral: Analisar os fatores que levam a diversidade das costureiras em relação ao empreendimento comercial e/ou de serviços, e como objetivos específicos: a) conhecer as características e perfil das costureiras existentes; b) identificar os fatores que influenciam no empreender das costureiras; c) tipificar as práticas empreendedoras utilizadas pelas costureiras.

O presente trabalho está dividido em três capítulos apresentando as etapas que são importantes para sua discussão e compreensão: o primeiro capítulo apresenta o referencial teórico, contendo o embasamento literário das obras lidas para contextualização das temáticas para a pesquisa, o segundo capítulo, aborda os procedimentos metodológicos aplicados no estudo, e o terceiro capítulo demonstra a análise e discussão dos resultados do trabalho.

CAPITULO I

1 REFERENCIAL TEÓRICO

A revisão de literatura apresentada neste capítulo aborda os principais autores e pensamentos que contribuíram para a formação do embasamento teórico relacionado ao assunto desta pesquisa, visando proporcionar ao pesquisador um planejamento e desenvolvimento adequado das etapas e abordagens da pesquisa, e situar o leitor acerca do tema trabalhado.

Com isto, as temáticas estudadas, discutidas e apresentadas são: conceitos e evolução histórica de empreendedorismo, tipos de empreendedores, conceitos de empreendedorismo formal e informal, conceitos de empreendedorismo feminino e a história da costura.

1.2 EMPREENDEDORISMO

A palavra é derivada da palavra latina *imprehendere*, cuja contraparte "empreender" apareceu no português do século XIX. Segundo o Dicionário Etimológico da Nova Fronteira, a palavra "empreendedor" deveria ter surgido em português no século XVI. O termo "empreendedorismo" originou-se de Tradução de expressão linguística empreendedorismo Inglês, que por sua vez consiste em palavras Empresário no francês e navio sufixo inglês. O sufixo do navio indica posição, grau, relacionamento, status ou qualidade, como amizade (amizade ou A qualidade de ter amigos). Sufixos também podem denotar habilidades ou habilidades, ou mesmo uma combinação de todos esses significados, como Liderança (liderança = expertise ou liderança) (BARRETO, 1998, pp. 189-190).

1.1.1 Conceito de Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser entendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Inclui a alegria de executar qualquer projeto pessoal ou organizacional de forma colaborativa e inovadora, um desafio perpétuo à oportunidade e ao risco. É um comportamento proativo diante de um problema que precisa ser resolvido. O empreendedorismo é o despertar dos indivíduos para realizarem todo o seu potencial racional e intuitivo.

Trata-se de encontrar o autoconhecimento num processo de aprendizagem contínua, numa abertura a novas experiências e novos paradigmas. Para Baggio (2014) O empreendedorismo pode ser entendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Inclui a alegria de executar qualquer projeto pessoal ou organizacional de forma colaborativa e inovadora, um desafio perpétuo à oportunidade e ao risco. É um comportamento proativo diante de um problema que precisa ser resolvido.

O empreendedorismo é visto mais como um fenômeno individual, ligado à criação de empresas, quer através de aproveitamento de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade de sobrevivência, do que também um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, isto é, de gerar Capital Social e Capital Humano (ZARPELLON, 2010, p. 48).

Já Lischeron (1991) afirma que:

Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas. (apud HASHIMOTO, 2009)

Para Chiavenato (2004) espírito empreendedor é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam. O empreendedor é a pessoa que inicia e/ ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

Ser empreendedor significa possuir, acima de tudo, o impulso de materializar coisas novas, concretizar ideias e sonhos próprios e vivenciar características de personalidade e comportamento não muito comuns nas pessoas.

O bom empreendedor, ao agregar valor à produtos e serviços, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia. Drucker (1998) não vê os empreendedores causando mudanças, mas vê os empreendedores explorando as oportunidades que as mudanças criam (na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais etc.). Isso define

empreendedor e empreendedorismo: o empreendedor busca a mudança, e responde e explora a mudança como uma oportunidade

Drucker (1987) através do seu pensamento economista afirma que o empreendedor é importante por provocar impactos quando influencia e molda o mercado, ele ressalta ainda a diferença entre a administração empreendedora e a tradicional, ao defender que as novas iniciativas empresariais apresentam problemas, desafios e tendências distintos daqueles apresentados pelas empresas já existentes, tornando a administração empreendedora mais ativa.

Diante de vários conceitos abordados, podemos pensar no empreendedor como a figura que administra seu próprio negócio e gera seu capital, fazendo com que ele cresça cada vez mais e buscando oportunidades de melhorias, através de inovações no mercado em que atua.

1.1.2 História e evolução do empreendedorismo

Embora seja um campo relativamente novo para muitos campos de pesquisa em empreendedorismo, o pensamento seminal sobre o termo não é. Segundo Landström, Harirchi, Aström (2012), essa função pode ser tão antiga quanto a troca e o comércio entre os indivíduos na sociedade, porém, o conceito não foi discutido. Somente após a evolução dos mercados econômicos os cientistas se interessaram por esse fenômeno. Segundo Landström e Benner (2010), essa discussão seguiu um período prolongado de estagnação feudal nas economias europeias, onde os direitos de propriedade eram restritos e os produtos eram altamente tributados.

Na Idade Média, no entanto, essas condições mudaram lentamente, e o sistema empresarial evoluiu com o surgimento de classes e cidades mercantis. Nesse período, o termo "empreendedor" foi utilizado para descrever os participantes e gestores de projetos de produção em larga escala." (VERGA, 2014).

O empoderamento das mulheres, após a conferência de Pequim em 1995, estabeleceu-se como um ponto chave de reflexão e um objetivo estratégico no quadro de gerar garantias de progresso para as mulheres e na busca da conquista da igualdade. Após várias décadas de pesquisa e teorização sobre o tema, as teóricas feministas têm fornecido críticas, discussões e conceituações sobre o significado do empoderamento feminino, com base no fato de que em todas as sociedades as

mulheres têm menos capacidade de decisão sobre suas vidas e seus trabalhos. hoje no século 21 (ABRIL, 2021).

No Brasil, o empreendedorismo foi realizado por meio de capitalistas e fornecedores estrangeiros, e no empreendedorismo alavancado do Brasil no início da década de 1990, a abertura econômica impulsionada pelas políticas neoliberais trouxe maior competitividade. Setores econômicos e produtivos que perderam espaço por não conseguirem competir com os preços praticados pelos importadores passam a investir em ideias e métodos empreendedores para criar empresas, novos negócios e produtos inovadores (VOITTO, 2019).

Além disso, na década de 1990, foram introduzidos cursos técnicos profissionalizantes, avançados e de pós-graduação, com foco em áreas do conhecimento que promovem o empreendedorismo no país, como administração, gestão empresarial, gestão administrativa e financeira, ferramentas, marketing, operação de máquinas etc., logística, vendas (VOITTO, 2019).

O empreendedorismo ganhou maior visibilidade no Brasil desde a criação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com mais discussões e pesquisas sobre o tema por universidades e outras instituições que o divulgam por meio de palestras e incubadoras.

O Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) criou o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o GEM tem como objetivo fornecer às universidades conhecimento sobre empreendedorismo e como ele pode ajudar no crescimento econômico de um país, mas não era possível no Brasil até 2000 participar. De acordo com uma pesquisa de 2007 do GEM, o Brasil é considerado um dos países com as maiores taxas de empreendedorismo do mundo, com um valor consistentemente acima de 10.

Entre esse universo do empreendedorismo tem também as mulheres que vem se destacando mais a cada dia não só no Brasil e sim no mundo todo, segundo o GEM 2009 mais de 50% dos empreendedores do Brasil são mulheres, isso significa que elas estão empreendendo mais que os homens.

De acordo com Amorim et al, (2012, p. 03)

Foi nos anos 70 que, no Brasil, a mulher ingressou de maneira mais precisa no mercado de trabalho, surgindo por fim os movimentos sindicais e feministas no país. Na década de 1980, mulheres ganharam mais visibilidade dentro do movimento sindical, por conta do surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única Dos Trabalhadores (CUT). Na

Constituição Federal de 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica, sendo considerada tão capacitada quanto o homem. (AMORIM et al, 2012, p.03)

Após tomar um breve conhecimento sobre a história e evolução do empreendedorismo, torna-se indispensável conhecer um pouco sobre os tipos de empreendedores existentes, para que assim seja possível classificá-los da maneira correta onde cada um se enquadra.

1.2 Tipos De Empreendedores

A cultura empreendedora vem se fortalecendo como alternativa ou solução para a falta de emprego formal no país. Em meio à situação crítica do país, as vagas de emprego formal estão aumentando. Desta forma, proporciona um aumento significativo de novos negócios e, por outro lado, aumenta também o número de novos empreendedores, que primeiro pretendem manter a sua própria situação financeira, mas na maioria dos casos não possuem lojas e conhecimentos de gestão de seu próprio negócio. Sem um único tipo de empreendedor ou modelo padrão, é difícil rotulá-los. Esse fato mostra que ser empreendedor é algo que pode acontecer com qualquer um. Os tipos de empreendedores são descritos a seguir (DORNELAS, 2007). Os empreendedores são classificados em sete tipos: O Empreendedor Nato, O Empreendedor que Aprende, O Empreendedor Serial, O Empreendedor Corporativo, O Empreendedor Social, O Empreendedor por Necessidade e O Empreendedor Herdeiro.

O Empreendedor Nato ou Mitológico é o mais conhecido. Geralmente são os mais aclamados, suas histórias são brilhantes e muitas vezes, começam do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar jovens e adquirem habilidades de vendas e negociação. Nos países ocidentais, esses empreendedores são, em sua maioria, imigrantes ou filhos de imigrantes. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo, e se comprometem 100% para a realização de seus sonhos. As referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos. Acabam se tornando grandes exemplos, da humanidade. (DORNELAS, 2005).

O Empreendedor que Aprende ou Inesperado tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que quando menos esperava se deparou com uma nova oportunidade e decidiu em mudar o que fazia na vida para se dedicar ao próprio negócio. É a pessoa que nunca pensou em ser empreendedor, que via a alternativa de carreira em grandes empresas como a única possível. Até o momento que é

convidado para fazer parte de alguma sociedade ou quando percebe uma oportunidade de criar o próprio negócio. É o caso de quando a “oportunidade bate à porta”. Geralmente demora um pouco para tomar a decisão de mudar de carreira a não ser que já tenha sido demitido ou esteja prestes de acontecer. Antes de virar empreendedor, acreditava que não gostava de assumir riscos. Tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver com as atividades de um negócio próprio (DORNELAS, 2005).

O Empreendedor Serial ou que Cria Novos Negócios, é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. Não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele, pois quer construir uma grande corporação. É uma pessoa dinâmica, que gosta de desafios e adrenalina de criar algo novo, ao invés de assumir a postura de um executivo que lidera grandes equipes. Normalmente é atento a tudo que acontece ao seu redor e adora participar de eventos, associações, conversar com as pessoas, fazer networking. Uma expressão que define bem esse tipo é: “tempo é dinheiro”. Tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos e colocar a empresa em funcionamento. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não se sente satisfeito enquanto não as ver implementadas. Precisa sempre de um novo desafio para manter-se motivado. As vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e é normal ter várias histórias de fracasso. O que sempre serve de estímulo e superação para o próximo desafio (DORNELAS, 2005).

O Empreendedor Corporativo tem tido mais evidência nos últimos anos, devido à necessidade das organizações se renovar, inovar e criar novos negócios. Geralmente são executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas corporativas. Trabalham com foco nos resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e são desafiados a lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão total poder para agir. Em contrapartida, faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação. São hábeis comunicadores e vendem suas ideias. Desenvolvem networking dentro e fora da organização. Sabem convencer as pessoas a fazerem parte de seu time e sabem reconhecer o empenho da equipe. Sabem se autopromover e são ambiciosos. Adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis e não se contentam em ganhar o que ganham. Se saírem da corporação para criar o próprio negócio podem ter problemas no começo,

já que são acostumados com o acesso a recursos e regalias do mundo corporativo (DORNELAS, 2005).

O Empreendedor Social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Esse se envolve em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo e cria oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultado para o próximo e não para si próprio. Tem papel social extremamente importante, já que através de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. Os empreendedores sociais são um fenômeno mundial, principalmente em países como o Brasil que estão em desenvolvimento. São os únicos que não buscam desenvolver um patrimônio financeiro, pois não tem como objetivos principais ganhar dinheiro. Prefere partilhar recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas e do ambiente em que vive (DORNELAS, 2005).

O Empreendedor por Necessidade cria o próprio negócio por falta de alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Só o resta a opção de trabalhar por conta própria. Se envolve em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e como resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema social para países em desenvolvimento, pois apesar da iniciativa, trabalhar duro e buscar de todas as formas sua subsistência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico. Suas iniciativas são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e acabam por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento. Sua existência em grande quantidade é um problema social (DORNELAS, 2005).

O Empreendedor Herdeiro ou Sucessão Familiar desde cedo tem a missão de levar a frente o legado de sua família. Muitos impérios nos últimos anos foram construídos por famílias empreendedoras que permaneceram o legado, e empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países. Porém, recentemente, tem ocorrido a profissionalização da gestão de empresas familiares, através de contratação de executivos de mercado para administrar a empresa. E a criação de uma estrutura de governança corporativa, com os herdeiros opinando no conselho de administração da empresa e não necessariamente assumindo cargos executivos. O desafio desse empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio

recebido. O que tem sido cada vez mais difícil. Este aprende a arte de empreender com a família, e geralmente segue seus passos (DORNELAS, 2005).

1.2.1 Empreendedorismo Formal e Informal

O conceito de economia informal foi utilizado a partir da década de 1970 para qualificar os rendimentos instáveis provenientes de atividades econômicas fora do alcance regulamentar do Estado, e a expressão setor informal, pela Organização Internacional do Trabalho para agrupar unidades de produção com determinadas características técnicas e escassa de regulamentação (CUNHA, 2006; SANTOS; MELO, 2011). Na maioria dos estudos a preocupação com a informalidade não está em descobrir como funcionam os mecanismos da economia informal ou o perfil desses trabalhadores, mas sim em questões que envolvem carga tributária ou equilíbrio fiscal (HIRATA e MACHADO, 2008).

O conceito de informalidade pode ser entendido como “[...] trabalho não regulamentado, e localizado de forma majoritária em setores de baixa produtividade e rentabilidade como a pequena produção familiar, atividades comerciais ambulantes e outras voltadas à subsistência” (LIMA, 2010). Diversos estudos relacionam a informalidade à incapacidade da economia formal em absorver os elevados custos trabalhistas, o que faz com que os trabalhadores, com o intuito de evitar os altos custos com a cobrança de impostos, burocracia e corrupção, procurem o setor informal ou se tornem autônomos (TIRYAKI, 2008).

Tanto os perfis de empreendedores formais quanto os informais compartilham essas características, mas existem vários fatores que diferenciam os empreendedores que decidem se formalizar daqueles que optam por permanecer na informalidade. Dentre os motivos informais classificados como vantagem dos empreendedores informais, destacam-se: (1) preços diferenciados que podem atrair consumidores para produtos informais; (2) fraca fiscalização do governo; (3) não pagamento de impostos, custos trabalhistas e regulatórios; (4) redução de honorários devido à adequação às regras contábeis (TELLES, 2016).

A decisão de formalizar ou não o empreendedor é pessoal, ou seja, o indivíduo decide formalizar ou não. Em um ambiente competitivo, a decisão de formalizar é complexa e pode encontrar resistência e insegurança por parte do empreendedor, mesmo que ele seja sustentado por experiência anterior ou aprendizado obtido por meio da auto-observação (OLIVEIRA, 2010).

Como todos sabemos, do ponto de vista de um empreendedor, as escolhas informais podem ser financeiras, mas também por características familiares, qualidade de vida, horário de trabalho flexível etc. A escolha da forma é baseada em uma análise de custo-benefício.

Partindo do grande número de mulheres empreendedoras no Brasil, torna-se relevante conhecer um pouco da história da inserção da mulher no mercado de trabalho do mundo empreendedor.

1.2.2 Empreendedorismo Feminino

A mulher está conquistando seu espaço nos negócios, mostrando sua capacidade e força empreendedora ao longo dos anos, seu potencial é reconhecido mundialmente quando se trata de administrar e investir em novas ideias. Existem diversos motivos pelos quais a inclusão da mulher no mercado de trabalho deve ser estudada e analisada; por produzir forte impacto nas relações sociais, pois implica uma mudança de modelo familiar e cultural, outro fato importante é relacionado com a discriminação de gênero, tanto em relação às diferenças de salários quanto a postos de trabalho.

Diante dessas condições, muitas mulheres brasileiras buscam diversificar seus estilos de vida. Essa trajetória mostra que eles estão cada vez mais envolvidos nos arranjos familiares como provedores da família. A participação das mulheres na economia pode ser destacada das seguintes maneiras Empreendedoras, crescendo diante de novos desafios e envolvendo mulheres macroeconomia no trabalho (RODRIGUES, 2022).

Nesse contexto, o empreendedorismo feminino é percebido como uma ferramenta com a qual se obtém o reconhecimento do esforço igual ao dos homens, ao mesmo tempo em que reconhece o impacto na sociedade e na economia local. Isso implica que o empreendedorismo feminino está integrado à inovação baseada, no empoderamento como sentimento de segurança e sobrevivência pessoal ativa na economia, crucial para o crescimento e desenvolvimento dos países (ABRIL, 2021).

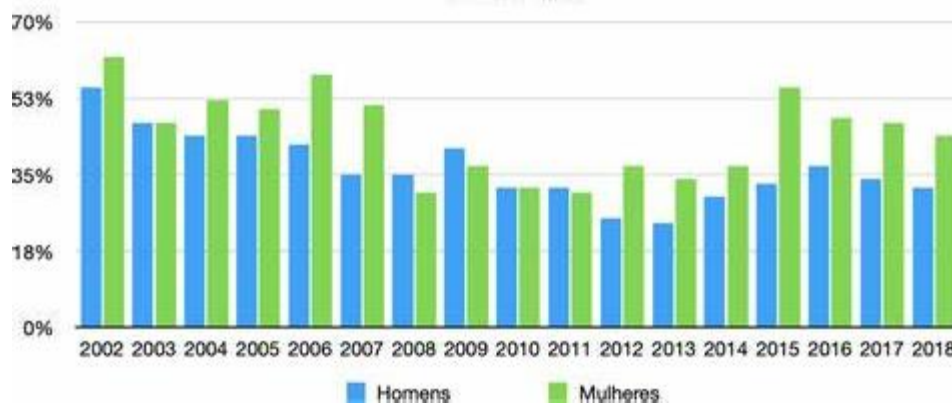
Analisando a questão da independência da mulher, Raposo e Astoni (2007) ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres em reivindicar seus direitos, mas que através dessa atitude, vieram muitas responsabilidades:

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36)

A participação das mulheres no mercado de trabalho aumentou significativamente nas últimas décadas, com estatísticas mostrando a presença feminina em todos os setores e classes empresariais, embora as oportunidades no campo de trabalho permaneçam desiguais, disparidades de renda entre os sexos, barreiras, planos de ascensão a cargos de liderança etc. O aumento do desemprego dos chefes de família levou mais mulheres, especialmente casadas e crianças, a ingressar na força de trabalho para complementar o orçamento doméstico.

De acordo com o GEM (2019).

Figura 1 – Empreendedorismo feminino no Brasil – Proporção por negócios de necessidade



Fonte: Adaptado GEM (2019)

Segundo Bruschini (1994), as mulheres que atuam no Brasil vêm aumentando sua atuação em cargos de liderança corporativa e ocupando mais esferas nos espaços públicos, com mulheres liderando ou fundando prevalecendo em micro e pequenas empresas.

Apesar de a escolaridade das mulheres ser comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e remuneração tendem a ser inferiores e ainda, podem ser consideradas limitadas as oportunidades de inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando estas mais restritas a alguns setores do mercado (LAGES, 2008, p. 3).

De acordo com Jonathan (2005) as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos.

Em 2008, o empreendedorismo feminino do Brasil foi o décimo mais atuante no mundo, com taxa de 9,61% das entrevistadas, o que representa cerca de 5,5 milhões de mulheres empreendedoras em estágio inicial (IBQP, 2009). Segundo Barboza (apud IBQP, 2009), esse crescimento ocorre devido ao aumento da participação do setor de comércio e serviços no total do PIB brasileiro, setor em que as mulheres respondem por dois terços dos novos negócios.

Os mesmos autores enfatizam que as mulheres passaram a ter menos filhos, e começaram a desenvolver um grau de instrução e ser economicamente ativas e independentes, provocando mudanças socioculturais e econômicas.

Segundo Osório (2011), na realidade atual, as mulheres se destacam em todos os setores da economia, seja no comércio, indústria, terceirização de serviços, mas também no empreendedorismo, mostrando talentos que não são exclusivos dos homens.

Devido ao estado da economia do país, muitos pais perderam o emprego ou estão insatisfeitos com seus salários, obrigando-os a trabalhar na informalidade, ou seja, para obter uma renda extra, dedicam todo o seu tempo a outros serviços para complementar a renda familiar. Por motivos de melhoria, tanto mulheres quanto homens decidem ter seus próprios negócios, muitas vezes sem orientação e sem pesquisa sobre tal viabilidade.

1.3 A HISTÓRIA DA COSTURA

A história da costura começa provavelmente com as primeiras vestes conhecidas, originárias do período Paleolítico, que tinham a função de proteção contra o frio e eram feitas de materiais aproveitados dos animais caçados para a alimentação. Peles curtidas eram unidas uma na outra o auxílio de ossos, as primeiras agulhas, e tiras de couro, tendões e tripas. Acredita-se que o uso de lã de animais e fiapos de algodão já eram utilizados no feitiço das primeiras vestimentas cerca de 25 mil anos atrás. Há registro de povos nativos na América que utilizavam plantas como a agave, da qual se aproveitava a ponta da folha como agulha e as fibras secas para costurar itens (AUDACES, 2022).

Na primeira metade do século XX, a educação da menina incluía o aprendizado do artesanato de costura e bordado, passado de mãe para filha como forma de prepará-la para o casamento, considerado o destino da "mulher natural". Bordar lençóis, toalhas para dote; aprender a cortar e costurar, fazer roupas para si e, no futuro, como mulheres e mães casadas, vestir e decorar casas, montar guarda-roupas familiares - vestir maridos e filhos, são eles que moldam a subjetividade. O conceito de sexualidade meninas, mulheres jovens e mulheres como uma sociedade que compartilha conhecimento e ação (ARENDR, 2012).

Os trabalhos de costura são organizados de diferentes formas, dependendo do seu contexto sócio-histórico. Até o início da Idade Média, a terra era o principal meio de produção, ou seja, a agricultura era a principal atividade de desenvolvimento. Como o desenvolvimento urbano em torno dos séculos XII e XIII formou um mercado pequeno, mas estável, composto por cidadãos e diversificando atividades nas quais o artesanato se destaca (SAVIANI, 1998; 2007).

A partir do século XV, diante da intensificação da produção de mercadorias, o aumento da procura de produtos têxteis deve-se principalmente à moda, gostos de luxo e a necessidade de as pessoas serem diferentes. Tudo isso requer maiores rendimentos e melhorias tecnológicas e, daí a reestruturação das atividades. Desta forma, tecidos para casa, a produção em pequena escala para uso doméstico praticamente desapareceu (SILVA, 2009; SENNETT, 2012).

A partir do século XIX aumentou com o advento de outro sistema e tornou-se capaz de se distinguir. Por um lado, a alta costura proporcionou criações luxuosas para a classe alta. Já o *prêt-à-porter* é baseado em criações de alta costura, produzidas em massa e mais acessíveis. Deste modo, a moda, compreensivelmente, centra-se numa sociedade dividida em diferentes níveis sociais e com diferentes aspirações (NEVES e BRANCO, 2000, pág. 47).

Em 1910, iniciou-se o processo de fabricação, a produção em massa de séries de máquinas de costura elétricas, liderando o mercado anos e hoje ainda dominados por citações em grandes etapas de desenvolvimento moda. Com a invenção da máquina de costura, a produção de costura diminuiu mão, tornando o processo de costura mais evoluído e mais rápido. Dia e noite, homens e mulheres em toda a parte do mundo vestem e usam artigos feitos com a máquina de costura, seja doméstica ou industrial.

A maioria das oficinas de costura focam apenas na produção de serviços, que são consertos em roupas, costura para outras empresas, personalização de roupas e outros serviços diversos na área (DUTRA, 2017).

No Brasil, há 1,3 milhões de profissionais da costura de acordo com dados da Associação Brasileira do Vestuário (Abravest). Cerca de 87% são mulheres e 78% possuem, apenas, o ensino fundamental.

CAPITULO II

2 METODOLOGIA

Neste capítulo é apresentado os procedimentos metodológicos utilizados para o alcance dos objetivos deste trabalho. Com o auxílio do método científico selecionado e trabalhado, serão definidas todas as etapas necessárias para a condução e concretização do estudo, por este motivo a metodologia escolhida tem suma importância e indispensabilidade.

Para Oliveira (2011)

“A metodologia deve apresentar como se pretende realizar a investigação no qual deverá descrever a classificação quanto aos objetivos da pesquisa, a natureza da pesquisa, a escolha do objeto de estudo, a técnica de coleta e a técnica de análise de dados”.

Conforme Demo (2005) “na origem do termo, estudo dos caminhos, dos instrumentos usados para se fazer ciência”. Segundo Silva (et.al., 2005) “A metodologia tem como função mostrar a você como andar no “caminho” da pesquisa, ajudá-lo a refletir e instigar um novo olhar sobre o mundo: um olhar curioso, indagador e criativo”.

Neste sentido, constata-se a necessidade de uma constituição metodológica para analisar os perfis e características das costureiras em relação aos seus empreendimentos, para que o objeto em questão seja minuciosamente investigado e relatado neste trabalho. Para o desenvolvimento do estudo que será apresentado de forma planejada e fundamentada, serão utilizados para alcance do resultado o seguinte roteiro metodológico: natureza da pesquisa, tipo da pesquisa, técnicas de pesquisa, caracterização do local da pesquisa, quanto à população e à amostra, e organização da análise dos resultados.

2.1 NATUREZA DA PESQUISA

Para o escopo deste estudo utilizou-se do método qualitativo e quantitativo, com o objetivo de compreender os fenômenos coletando dados, especificidade da pesquisa e experiência pessoal. Para Marconi e Lakatos (2009) “o método é caracterizado por um Fenômeno Essencial Social Altamente Abstrato.

Métodos qualitativo e quantitativo, para Figueiredo e Souza, (2008, p. 100):

Em relação à abordagem Quali-quantitativa, há metodologias que admitem a integração dos métodos qualitativos e quantitativos. A necessidade de trabalhar com dados estatísticos e informações não mensuráveis dependem da questão problema levantada. Na verdade, não existem regras rígidas, o mais importante é que haja flexibilidade nos procedimentos metodológicos, desde que, sejam adequados ao objeto que se pretende conhecer e ao problema que se quer responder.

Neste caso específico do objeto de estudo aqui abordado, será importante trabalhar a pesquisa quali-quantitativa, pois será analisado e classificado os perfis sociais e econômico das costureiras, assim como suas características e tipicidades.

Com o intuito de desenvolver uma pesquisa planejada, minuciosa e fundamentada, para buscar o esclarecimento da problemática abordada neste trabalho, julga-se necessário qualificar os procedimentos

Prodanov e Freitas (2013, p.61) destaca que: para realizar pesquisas planejadas, detalhadas e baseadas em evidências, procurar descobrir ou esclarecer um problema, é necessário limitar o programa. Diante desse enfoque, é necessário compreender e explicar fenômenos por meio de pesquisas qualitativas.

Já a abordagem quantitativa, apresenta a necessidade de busca por planejamento, qualidade e estrutura para que as informações sejam coletadas, a fim de colher números que indiquem porque pertencem a determinado grupo ou sociedade. Define-se por pesquisa quantitativa quando objeto pretende focar o conhecimento de forma concreta, objetiva, que possa ser mensurável, validando-se de dados estatísticos. Segundo Acevedo e Nohara (2007) o método é o meio pelo qual se atinge determinados objetivos, o que é diferente da metodologia que são “[...] procedimentos e regras utilizadas por determinado método”. (p.45)

Neste caso em específico será utilizado o método quantitativo pois objetiva-se mensurar as características e tipicidades empreendedoras das costureiras através deste estudo. A pesquisa quantitativa “[...] acredita que tudo pode ser quantificado, o que se trata de converter opiniões e informações em números, categorizá-los e analisá-los. Requer o uso de recursos e técnicas estatísticas” (PRODANOV, FREITAS, 2013, p. 62). Gonçalves (2003) afirmou que “a pesquisa quantitativa se refere a: Explique por que, faça medições objetivas, teste hipóteses. Basicamente tudo usando estatísticas”.

2.2 TIPO DE PESQUISA

Essa pesquisa define-se por exploratória-descritiva. Exploratória pois primeiramente buscou-se conhecer de forma mais aprofundada a temática abordada para dar continuidade e conduzir de forma mais clara a pesquisa.

Gil (1999) destaca que a pesquisa exploratória é desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. Portanto, esse tipo de pesquisa é realizado, sobretudo, quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Andrade (2002) destaca ainda finalidades importantes sobre a pesquisa exploratória, tais como: proporcionar maiores informações sobre o assunto que vai investigar; facilitar a delimitação do tema de pesquisa; orientar a fixação dos objetivos e a formulação de hipóteses; ou descobrir um novo tipo de enfoque sobre o assunto.

Após a exploração do tema, trata-se de descrever com base nos dados coletados, os fatores que levam à diversidade das costureiras em relação ao seu empreender. Ainda segundo Andrade (2002) a pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, porém, o pesquisador não interfere neles, neste caso, os fenômenos humanos podem ser estudados, mas não manipulados pelo pesquisador.

Silva & Menezes (2000, p. 21), diz que “[...] a pesquisa descritiva se propõe a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coletas de dados: questionário e observação sistemática.

2.3 TÉCNICA DE PESQUISA

A análise dos dados foi por meio da leitura, seguida pela categorização das respostas adquiridas através do instrumento de coleta de dados, que neste caso foi utilizado o questionário misto, onde constavam perguntas abertas e fechadas. As perguntas fechadas foram feitas com intuito de mostrar opções as quais possivelmente as entrevistadas não possuem tanto conhecimento e agrupar possíveis respostas para as opções não ficarem muito extensas, enquanto as perguntas abertas foram feitas para que as entrevistadas pudessem dar suas opiniões e ter mais liberdade de relatar sobre suas experiências como profissionais da costura como também de empreendedoras neste âmbito.

Silvares & Gongora (2006) alertam que perguntas fechadas tendem a limitar as respostas verbais do cliente às alternativas “sim” ou “não”, enquanto perguntas abertas tendem a produzir respostas mais longas, o que demanda mais custo para responder. Segundo Cosso (2014), perguntas fechadas tendem a evocar maior frequência de relatos distorcidos do que perguntas abertas, pois é mais custoso não relatar com precisão ao responder perguntas abertas. Além disso, perguntas fechadas tendem a gerar maior probabilidade de previsibilidade de qual resposta verbal será reforçada, sendo em que perguntas abertas, a probabilidade de o participante prever qual resposta verbal será reforçada é bem menor, comparado a perguntas fechadas.

Para as questões a respeito de: “Percepção do empreendedorismo feminino”; a análise se deu também por meio de perguntas dentro de discursos construídos com base nas manifestações coletivas a respeito desses temas que estão cada vez mais ganhando relevância em relação ao objeto de estudo aqui abordado.

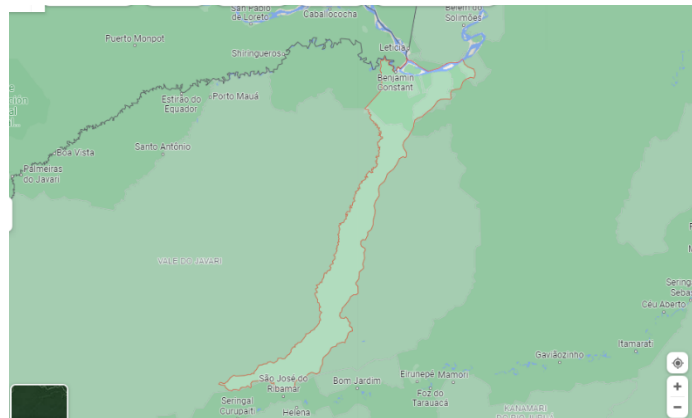
Essa sugestão analítica vem da abordagem do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), que possibilita o acesso ao pensamento coletivo sobre determinado tema. A natureza do DSC baseia-se na sistematização dos conjuntos discursivos coletados (LEFÈVRE, 2011), e sua análise é descritiva, utilizando uma abordagem qualitativa dos conhecimentos, atitudes, comportamentos e participação dos sujeitos estudados.

2.4 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada no município de Benjamin Constant, sendo um município brasileiro do interior do estado do Amazonas, Região Norte do Brasil. Sua população era de 44 873 habitantes em 2020, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2021).

Faz parte do Estado do Amazonas, localizando-se a 1.118 km, em linha reta, da capital Manaus e a 1.621 km, via fluvial. Sua área territorial é de 8.793,4 km². Limita-se ao norte com o município de Tabatinga e a República do Peru; ao sul com os municípios de Eirunepé Ipixuna; a Leste com os municípios de São Paulo de Olivença e Jutai; e, a oeste com o município de Atalaia do Norte.

Figura 2 - Localização geográfica do Município de Benjamin Constant



Fonte: Google Maps (2022)

2.5 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Participaram da pesquisa mulheres de uma faixa etária de 18 a 65 anos, residentes no município de Benjamin Constant -AM. Nesta ocasião, foi feita a apresentação do estudo para as participantes, sobre a pesquisa em questão, utilizando diálogos informais, e aquelas que estavam de acordo com a pesquisa foram entrevistadas. Tendo em vista o pouco tempo para a realização da pesquisa, o estudo foi conduzido em bairros distintos, do município de Benjamin Constant.

A amostra foi selecionada de forma não probabilística e por conveniência, que segundo Boyd e Westfall (1984), é o método de amostragem em que a possibilidade de se escolher um certo elemento da população é desconhecida. Segundo autores, os itens nesse tipo de amostra são selecionados por serem mais acessíveis.

De acordo com Santos (2005, p. 126), a amostra não probabilística baseia-se nos critérios apresentado pelo autor, neste caso foi utilizado uma amostra intencional, onde seleciona elementos que estejam disponíveis para compor uma amostra e busca-se adequar o estudo a escassez de recursos de mão-de-obra.

Em Benjamin Constant/AM não há dados que concretizem quantas costureiras existem e atuam no mercado nos dias de hoje, o que impossibilita obter um universo integral com bases fidedignas para este estudo. Portanto usou-se do conhecimento empírico e indicações de pessoas próximas/conhecidas para obter a maior quantidade possível de costureiras atuantes no município, para que assim as mesmas pudessem ser contatadas para o estudo, com o intuito de ampliar o teor discursivo a respeito da temática sobre o empreendedorismo feminino em relação as costureiras.

Com a finalidade de desenvolver esta pesquisa contatou-se 17 mulheres empreendedoras com atividades de costura no município, as quais todas gentilmente aceitaram participar deste estudo disponibilizando de suas informações para que ele fosse concretizado.

2.6 TRATAMENTO DOS DADOS COLETADOS

Após o levantamento dos dados e de informações, prosseguimos com a fase de interpretação e análise dos dados, onde foi usado o método de tabulação para melhor transformação dos dados em informações a serem interpretadas e contribuir com o alcance do objetivo desta pesquisa

A análise e discursão dos dados é a descrição dos dados coletados, seguida da análise e interpretação. Os resultados representam os novos conhecimentos resultantes da aplicação de um método ao objeto de estudo. Figueiredo e Souza (2008, p.195).

Para (MARCONI; LAKATOS, 2003) uma das etapas mais importantes em uma pesquisa e que exige maior atenção por parte do pesquisador é a coleta de dados em campo, que possui como objetivo a obtenção de informações e/ou conhecimentos acerca de um problema ou fenômeno.

Contudo, o capítulo a seguir abordará a análise e discursão dos dados coletados através dos métodos e técnicas utilizadas, onde demonstrará através das tabelas e gráficos os aspectos pertinentes para que se chegue ao objetivo deste estudo.

CAPITULO III

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo é apresentado a análise e discussão dos resultados obtidos conforme a pesquisa realizada sobre as características e tipicidades empreendedoras das costureiras do município de Benjamin Constant/AM. O estudo em questão, buscou analisar os fatores que levam a diversidade das costureiras em relação ao empreendimento comercial e/ou de serviços.

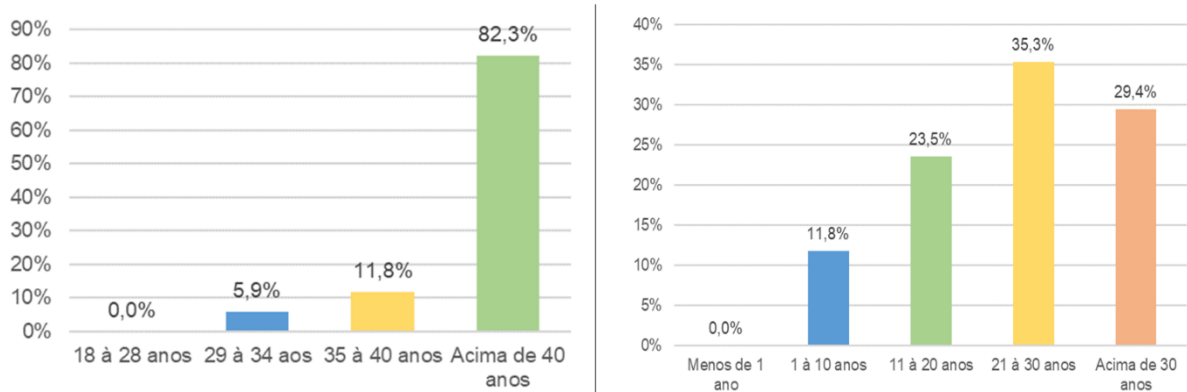
De acordo Marconi e Lakatos (2003, p. 231), a interpretação dos resultados é a parte mais importante do trabalho. O capítulo está dividido em três tópicos para discriminar a contextualização dos resultados, demonstrando através de tabelas, gráficos de colunas e barras, de forma lógica e sistemática, buscando facilitar a experiência dos leitores e a explanação dos resultados obtidos. O primeiro tópico aborda sobre os perfis e características pessoais e financeiras das costureiras, já o segundo busca fazer uma análise sobre características e tipicidades em relação aos seus empreendimentos atuantes, e no terceiro faz-se uma análise diante dos aspectos da mulher empreendedora diante suas experiências.

3.1 PERFIL DAS MULHERES COSTUREIRAS DE BENJAMIN CONSTANT

Nesta seção será abordado os perfis das costureiras: quanto a sua idade, tempo de serviço, estado civil, grau de escolaridade, quais fontes de renda possuem e a média das mesmas, onde e como aprenderam a costurar, para quem trabalham e sobre suas participações em a associações ou cooperativas.

Esta análise de perfil torna-se importante, pois antes de estudar os empreendimentos, faz-se necessário analisar e conhecer quem está sendo estudado para melhores conclusões quanto aos resultados obtidos. No primeiro momento indagou-se sobre a idade das costureiras e o tempo que elas exercem a profissão, conforme dispomos no gráfico a seguir.

Gráfico 1 – Faixa Etária e Tempo de atividade das costureiras



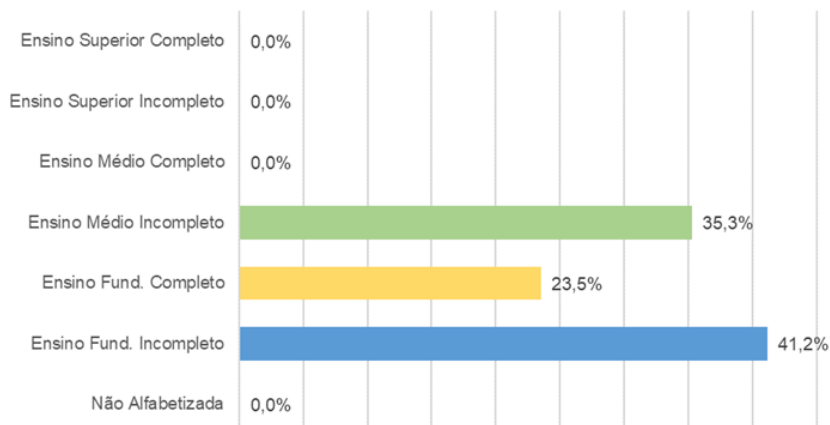
Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

De acordo com os dados coletados, 5,9% das entrevistadas possuem idade entre 29 à 34 anos, 11,8% entre 35 à 40 anos e a grande maioria com 82,3% estão com idade acima de 40 anos. Levando em consideração essa maioria que está em uma faixa mais avançada, pode-se observar nos dados seguintes que 35,3% têm de 21 à 30 anos de atividade na profissão, em seguida 29,4% tem mais de 30 anos exercendo a atividade, 23,5% estão entre 11 à 20 anos e apenas 11,8% tem de 1 à 10 anos de experiência neste ramo, das costureiras entrevistadas não constatou-se nenhuma com tempo de atividade menor que um ano.

Pode-se observar, portanto que grande maioria das entrevistadas são bastante experientes neste ramo e começaram a costurar muito cedo, algumas até antes mesmo de atingirem a maior idade.

Prosseguindo com os dados de perfis das costureiras, será demonstrado a seguir o gráfico em relação ao grau de escolaridade das entrevistadas.

Gráfico 2 – Grau de Escolaridade das costureiras



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

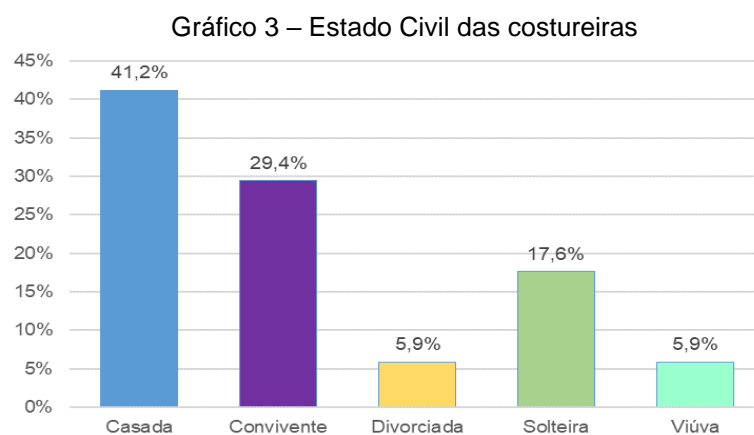
O gráfico 2 mostra o grau de escolaridade das costureiras, onde 41,2% delas possuem apenas o ensino fundamental incompleto, enquanto 23,5%, o fundamental completo e 35,3% detêm o ensino médio incompleto.

Durante a aplicação do questionário e conversa com as costureiras, algumas relataram que tiveram que parar seus estudos para trabalhar, inclusive já na profissão de costureira e que antes não tinham muitas oportunidades como existem nos dias atuais, por isso elas não conseguiram concluir o segundo grau de escolaridade, por dificuldades econômicas que enfrentavam na época.

Segundo Natália Alves citada por Cabral e Pais (1998, p. 61), os jovens dos anos noventa não se encontram todos na mesma situação perante a escola. A diferenciação entre aqueles que partilham a condição estudantil e os que afirmam ter já concluído a sua formação escolar é explicada pelos efeitos distintivos que a idade, a certificação escolar dos progenitores e a origem de classe produzem no universo juvenil.

Outro fator observado durante a pesquisa que pode ter influenciado no grau de escolaridade delas, é a quantidade de filhos, pois das 64,7% que possuem até o ensino fundamental, tiveram em média 5 filhos, fato este que pode ter vindo a colaborar com a desistência ou paralização nos estudos.

No gráfico a seguir será explanado sobre o estado civil das costureiras conforme coleta de dados do estudo.

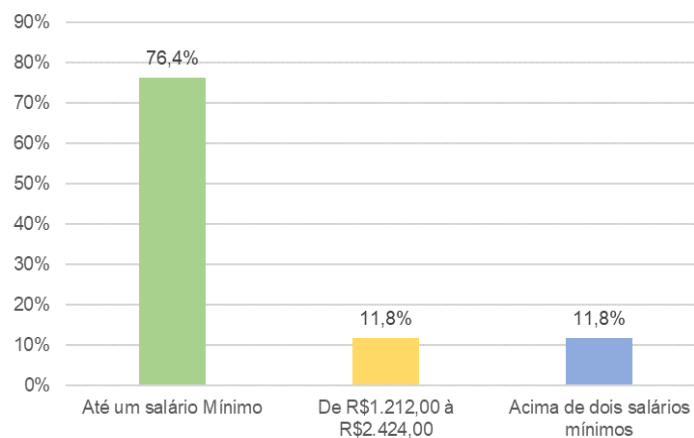


Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

De acordo com o gráfico 3, verifica-se, que 41,2% das pesquisadas são casadas, enquanto 29,4% são conviventes, pois moram com seus companheiros, mas não são casados de maneira formal, já, 5,9% são divorciadas, 17,6% são solteiras e 5,9% das entrevistadas são viúvas.

Prosseguindo com a caracterização do público estudado perguntou-se, sobre o montante acumulado mensalmente, tendo em vista a execução dos serviços de costura. Os resultados obtidos são apresentados no gráfico a seguir.

Gráfico 4 – Renda média mensal com atividades de costura

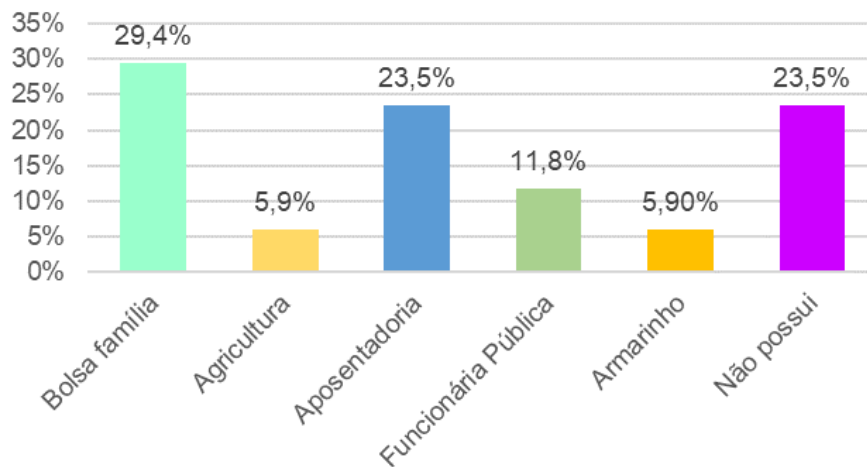


Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

Ao analisar os questionários constatou-se que 11,8% chegam a ganhar mais de dois salários-mínimos por mês com os serviços de costura e vivem somente desta fonte, outras 11,8% ganham entre R\$1.212,00 à R\$ 2.424,00 que corresponde até dois salários-mínimos, no entanto a maioria delas, representadas por 76,4% tem um ganho mais baixo, equivalente à até um salário mínimo mensal.

Continuando a análise de perfil das entrevistadas, o gráfico seguinte irá expor a existência e a identificação de renda complementar além da arrecadada com as atividades de costura.

Gráfico 5 - Rendas complementares das costureiras

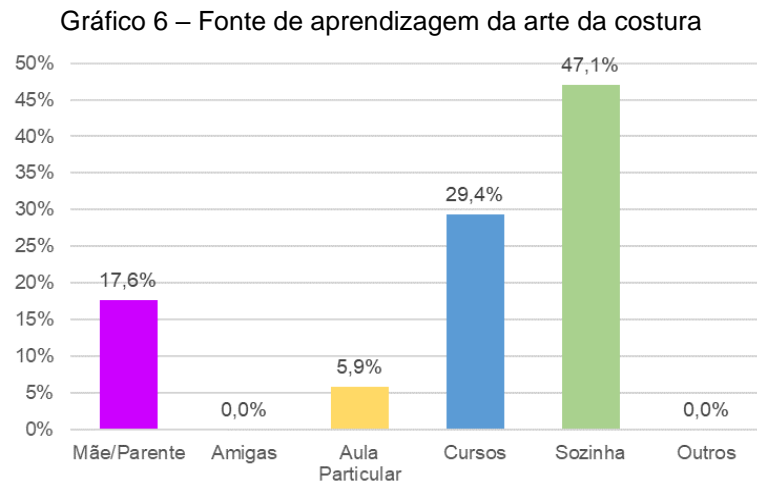


Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

Com o intuito de explicar quanto a existência de outras fontes de rendas arrecadadas com a costura, o gráfico 4, mostra que 29,4% recebem um auxílio do governo, citado por elas como o bolsa família, agora denominado como Auxílio Brasil. Como foi visto no gráfico 1, grande parte das entrevistadas encontram-se na faixa etária acima de 40 anos, com isso 23,5% são aposentadas, porém, isso não faz com que elas larguem da profissão.

Ainda sobre outras fontes de renda, 11,8% declararam que tem emprego formal, mas utilizam o tempo exercendo a profissão de costureira para obter ganhos complementares para a família, enquanto 5,9% trabalham como agricultoras, o que serve como sua segunda de fonte de renda, outras 5,9% além de trabalhar com serviços de costura, vendem produtos referentes à atividade e com isso aumentam ainda mais sua renda, e por fim 23,5% não possuem outras fontes de renda além das atividades de costura, tornando este serviço a principal fonte de sustento para sua família.

A seguir será abordado em relação a forma com que as entrevistadas aprenderam a costurar, o gráfico 6 mostrará em percentuais as diversas formas que cada uma se encontrou com sua profissão.

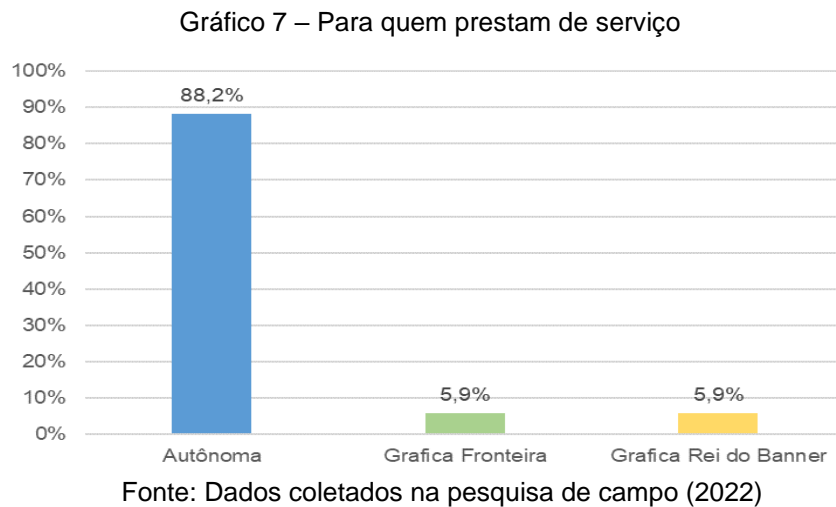


Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

Este gráfico expõe que 5,9% das costureiras tiveram aula particular de alguma forma para obter o domínio do ofício em questão, 17,6% aprenderam a costurar com suas mães ou parentes próximos, algumas relataram ainda que esse dom permeia a família por um tempo considerável, enquanto 29,4% fizeram cursos referentes a profissão para assim trabalhar com mais segurança e confiabilidade na atividade exercida por elas, e 47,1% afirmaram que aprenderam a costurar sozinhas, podendo ser denominadas como autodidatas.

Cória-Sabini (1986) já definia aprendizagem como o processo pelo qual uma atividade tem origem ou é modificada pela reação a uma situação encontrada, desde que as características de mudanças não possam ser explicadas por tendências inatas de respostas, maturação ou estados temporários do organismo. Transmite-se assim, uma ideia de mudança em que um conceito é criado ou alterado pela vivência e experiência de vida, transformando numa mudança de atitude, comportamento, aptidões ou habilidades.

Neste sentido, é perceptível a autonomia que habita nas mulheres entrevistadas, com isso indagou-se quanto ao serviço prestado por elas, se as mesmas trabalham por conta própria ou para algum órgão ou empresa. O gráfico seguinte mostra os resultados obtidos diante desta questão.



Nota-se, no gráfico 7 que 5,9% das entrevistadas trabalham para a gráfica Rei do Banner, localizada no município de Benjamin Constant/AM e outras 5,9% trabalham para outra gráfica no mesmo município, conhecida como gráfica fronteira, enquanto a grande maioria representadas por 88,2% são autônomas, ou seja, trabalham por conta, não fazem nenhum tipo de terceirização dos seus serviços.

Após colher informações sobre o perfil das costureiras entrevistadas, questionou-se sobre as formas de agrupamentos entre elas ou se já haviam participado de associações e/ou cooperativas direcionadas a profissão em questão. Diagnosticou-se, que 64,7% não participam e nunca participaram de qualquer tipo de agrupamento com profissionais semelhantes, algumas por falta de interesse, outras, porém, apontaram a falta da funcionalidade de uma associação atualmente.

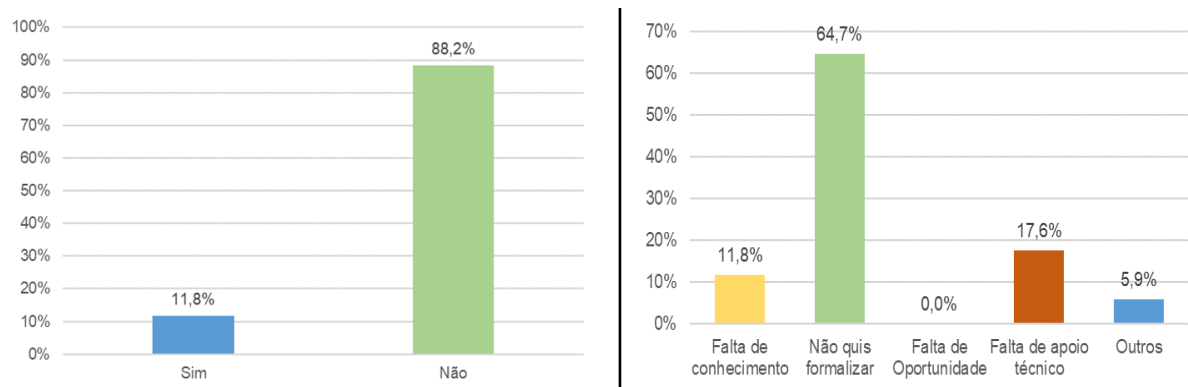
Entretanto, 35,3% das mulheres do objeto deste estudo afirmaram que já participaram de uma associação de costureiras que existiu há alguns anos no município, algumas delas ficaram até a extinção dela, outras foram se dispersando ao passar dos anos. Entretanto todas que chegaram a fazer parte da associação, assim que se desligaram da associação foram para suas casas e abriram seus próprios empreendimentos de forma autônoma.

3.2 PERFIL DO EMPREENDIMENTO

Após conhecer um pouco sobre o perfil e características da pessoa física das costureiras entrevistadas, neste tópico iremos conhecer e analisar os fatores relacionados diretamente ao empreendimento delas.

Em municípios pouco desenvolvido nota-se que é comum a existência de empreendimentos informais, por este motivo, perguntou-se das mulheres objeto deste estudo sobre a formalização de seus empreendimentos. O gráfico a seguir representa os dados obtidos diante de tal questionamento.

Gráfico 8 – Formalização do empreendimento e motivo



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

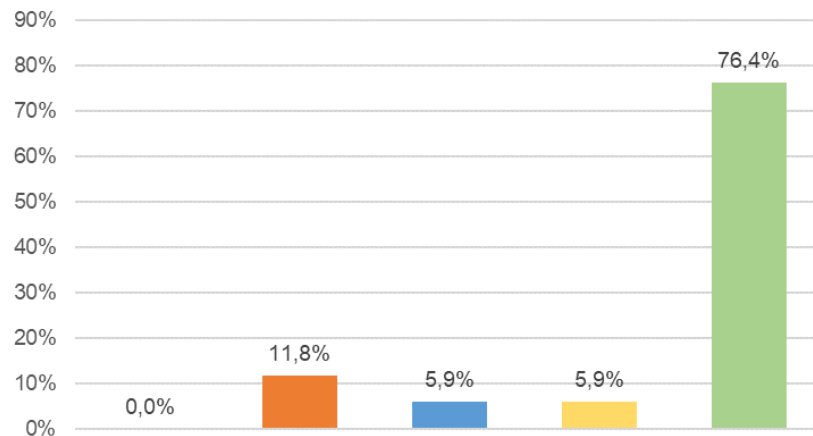
De acordo com exposição do gráfico 8, observa-se que apenas 11,8% são empreendedoras formalizadas, ou seja, que fizeram seus cadastros como microempreendedora individual, e a grande maioria das costureiras entrevistadas com 88,2% não formalizou seu empreendimento.

Como já era de conhecimento empírico que a maior parte delas não são formalizadas, indagou-se os motivos que as levaram a optar por trabalhar desta forma. Com isso, 5,9% responderam que não formalizaram pela falta de um local mais estruturado para a execução das atividades, 11,8% alegaram falta de conhecimento diante dos procedimentos necessários a chegar nesse fator, ou até mesmo a falta de conhecimento pela necessidade de formalizar-se.

A falta de apoio técnico também foi um fator alegado por elas, com uma representatividade de 17,6%. Ou seja, a falta de conhecimento e apoio técnico em relação ao programa MEI (Microempreendedor individual) é um dos principais fatores que contribuem para a não formalização destes empreendimentos. No entanto, mais da metade das entrevistadas, representadas por 64,7% não trabalham de maneira formal como Microempreendedora Individual simplesmente porque não tiveram interesse pela ideia, essas entrevistadas alegaram que não quiseram formalizar e preferem continuar trabalhando assim.

Dando continuidade ao conhecimento sobre o empreendimento das entrevistadas, foi perguntado a elas o tempo de existência da empresa, que será relacionado no gráfico seguinte.

Gráfico 9 – Tempo de existência do negócio



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

O gráfico 9, mostra que 5,9% das entrevistadas, estão com o empreendimento funcionando de 4 a 6 anos, 5,9% delas estão com funcionamento de 7 a 10 anos, 11,8% funcionam de 1 a 3 anos, e a grande maioria com 76,4% são existentes no mercado com o tempo mínimo de 10 anos.

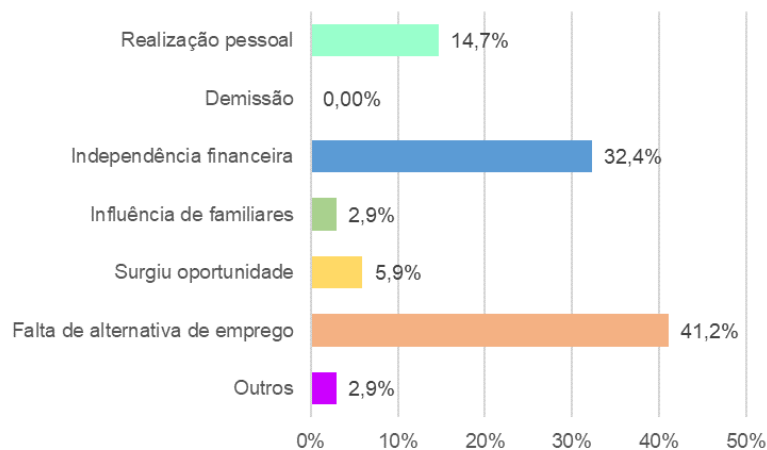
Com isso e diante do exposto no gráfico anterior, nota-se que a grande maioria funciona a muito tempo de maneira informal no mercado.

O termo “setor informal” origina-se e difunde-se por meio de inúmeros estudos realizados no âmbito desse programa, sendo sua apreensão circunscrita pelo conjunto de características expostas a seguir: (a) propriedade familiar do empreendimento; (b) origem e aporte próprio dos recursos; (c) pequena escala de produção; (d) facilidade de ingresso; (e) uso intensivo do fator trabalho e de tecnologia adaptada; (f) aquisição das qualificações profissionais à parte do sistema escolar de ensino; e (g) participação em mercados competitivos e não regulamentados pelo Estado (OIT, 1972).

O ponto de partida para delimitar o setor informal, portanto, são as unidades econômicas, orientadas para o mercado, com as distinções acima mencionadas, entre as quais sobressai o fato de o detentor do negócio exercer simultaneamente as funções de patrão e empregado e de não existir separação entre as atividades de gestão e de produção (Cacciamali, 1983: 28)

É perceptível a falta de interesse em formalizar a empresa, no entanto o tempo de existência delas faz-se refletir o porquê de estarem a tanto tempo no mercado, já que não fazem questão de sua formalização. Para esclarecer tal questionamento, perguntou-se a elas quais foram os motivos que levaram a abertura do empreendimento, as respostas obtidas são expostas no gráfico 10.

Gráfico 10 – Motivo de abertura do empreendimento



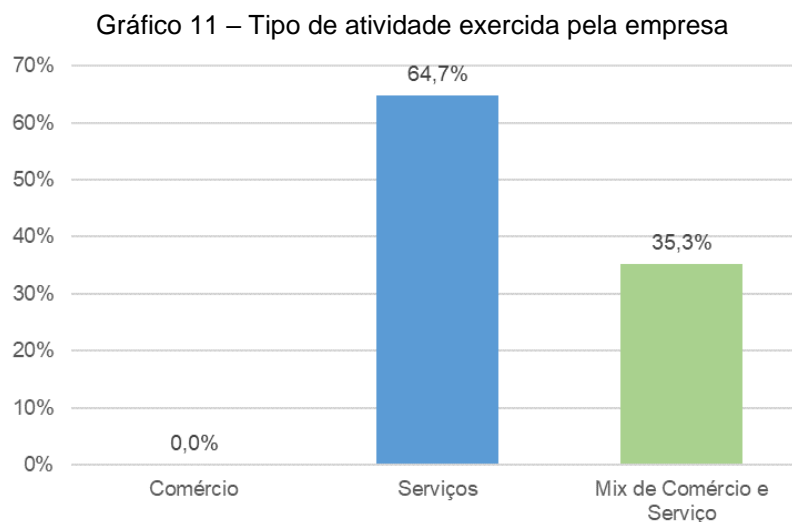
Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

No gráfico 10, podemos observar que o principal motivo pela abertura dos empreendimentos das costureiras em questão foi a falta de alternativa de emprego, com representatividade de 41,2%, em seguida a busca pela independência financeira com 32,4% das participantes, 14,7% tem o empreendimento como realização profissional, 5,9% começaram a empreender porque surgiu a oportunidade e elas a abraçaram, 2,9% das costureiras iniciaram por influências de familiares, e outras 2,9% por outros motivos, incluindo a separação e afastamento da pessoa que arcava com os custos da casa, se tornando assim a chefe da família, sem opções de geração de renda para seu sustento.

Nota-se que boa parte das entrevistadas busca pelo empreendedorismo pela falta de alternativas e oportunidades de emprego, ou seja, elas buscam o empreendedorismo com o intuito de garantir uma fonte de sustento para suas famílias. Entende-se com isso, que para elas o empreendedorismo é uma alternativa de sobrevivência, pois é através dele que elas conseguem recursos financeiros para se manterem.

A sobrevivência imediata sobrepõe-se aos desejos e sonhos. É o que Nardi (2006, p.49) confirma quando escreve que “a liberdade que existe em relação às escolhas dos modos de vida (relacionamentos amorosos, escolhas estéticas, lazer, tipo de consumo) não está presente no trabalho”. Ter dinheiro para ajudar a família e, principalmente, para alimentar e educar os filhos parece ter sido a motivação central dessas mulheres para entrarem no mundo do empreendedorismo e “agarrar” a oportunidade.

Dando continuidade aos aspectos do empreendimento por elas exercidos, perguntou-se sobre o tipo de atividade desenvolvidos na empresa. Os dados obtidos são mostrados no gráfico a seguir.



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

Neste gráfico pode-se observar que das entrevistadas, 35,3% fazem um mix de atividade de comércio e serviço, ou seja, elas confeccionam produtos para vendas e fazem serviços de concertos quando assim procurados. Já a grande maioria com 64,7% apenas presta serviços de acordo com a demanda, quando procuradas se disponibilizam a concertos e ajustes, porém não produzem para exposição e vendas, e nenhuma delas produz somente para comercialização.

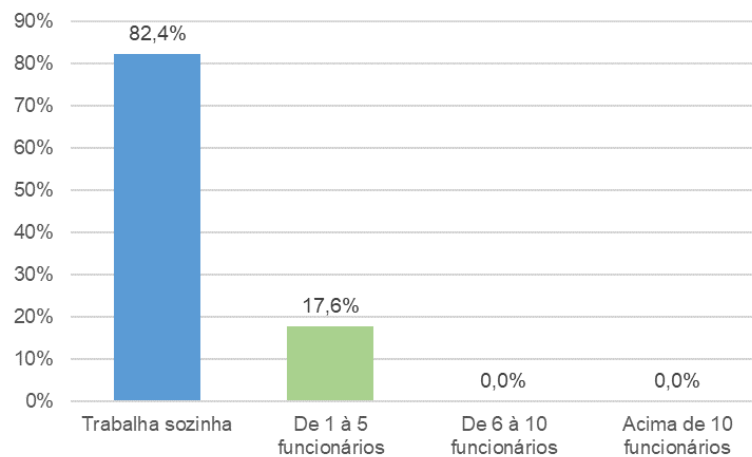
De acordo com relatos, muitas delas não trabalham com comercialização por medo e falta de confiança, pois algumas não fizeram cursos específicos da área e temem a qualidade do trabalho delas, mesmo aquelas que costumam a muito tempo, ainda não se sentem confiáveis para produzir determinados tipos de vestimentas,

como também alegam a falta de produtos específicos na localidade para que as peças sejam mais bem trabalhadas.

Outras, no entanto alegam que não possuem o tempo necessário para confeccionar e comercializar. A demanda por serviços acaba tomando todo o tempo que elas se propõem a costura e não sobra tempo para outras atividades.

Tanto a atividade de comercialização quanto de serviços requer tempo e concentração, como visto acima, algumas não conseguem suprir sozinhas suas demandas, por este motivo indagou-se quantos funcionários trabalham na empresa além delas, as proprietárias. O gráfico 12 mostra os resultados obtidos.

Gráfico 12 – Quantos funcionários há na empresa

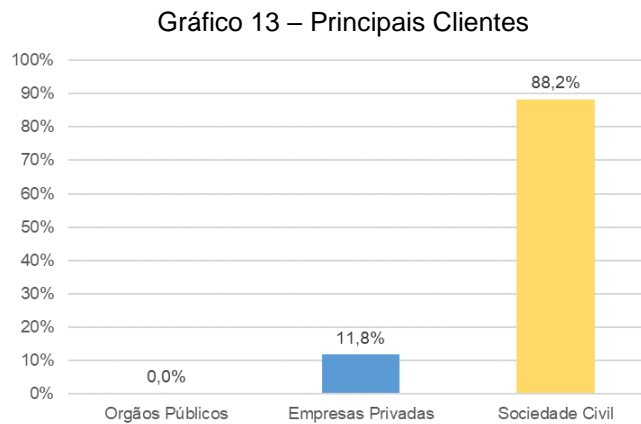


Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

Na representação acima, observa-se que 17,6% das empresas das costureiras entrevistadas possuem de 1 a 5 funcionários, e a maior parte delas com representação de 82,4% trabalham sozinha, sem nenhum funcionário ou qualquer pessoa que as ajude. As que trabalham sozinhas relatam que não possuem condições financeiras de pagar para alguma auxiliar, por este motivo trabalham sozinhas, porém, por vezes necessita de ajuda dependendo da demanda de serviços e do tempo determinado a entrega.

Através dos dados acima é perceptível que as costureiras empreendedoras possuem um universo com bastante clientes, diante disto foi proposto a elas que separasse seus clientes em: Órgãos Públicos, Empresas Privadas e Sociedade Civil

e depois identificasse quem são os maiores clientes. A seguir observa-se os dados obtidos.



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

No gráfico 13, é notório que as entrevistadas estão com seus clientes em maior parte, na Sociedade Civil com 88,2% e as empresas privadas estão em segundo lugar com 11,8%, observa-se ainda que 0% das empresas das entrevistadas não prestam serviços ou vendem para órgãos públicos.

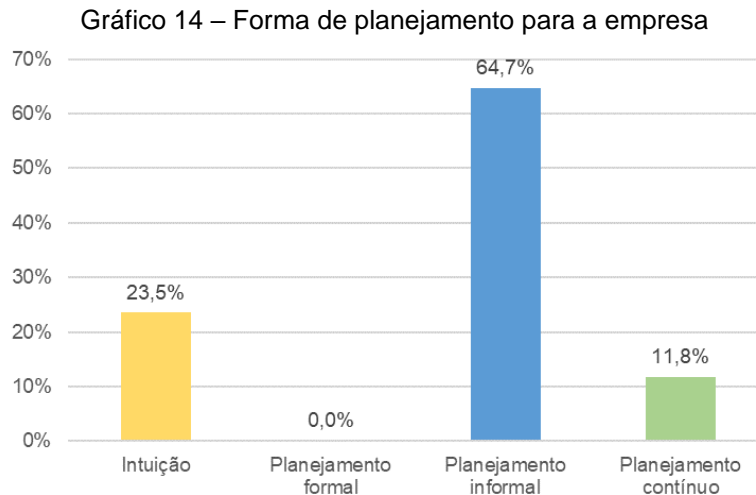
Com os dados acima compõe-se a análise e identificação dos fatores que influenciam nos empreendimentos objeto desta pesquisa, dando continuidade, o tópico seguinte busca uma análise sobre os aspectos da mulher empreendedora neste âmbito.

3.3 ASPECTOS DA MULHER EMPREENDEDORA

Quando se analisa a força de trabalho de um país ou de uma região verifica-se que a mesma já não é constituída majoritariamente por homens. Atualmente a percentagem de mulheres que trabalha é bastante mais elevada que há 30 anos e cada vez mais se confirma a existência de empresas de propriedade feminina. Minniti (2010) citando Boserup refere que a crescente catividade das mulheres em zonas rurais tem contribuído para desenvolver os países, nomeadamente na redução da sua pobreza. Nas últimas décadas verificou-se um aumento da participação feminina no mundo empresarial.

Este tópico refere-se aos aspectos da vida da mulher empreendedora e seu olhar sobre o fator empreender, diante de sua experiência até o momento. Para dar início ao conhecimento do pensamento empreendedor, foi perguntado a elas sobre o

planejamento para com a abertura e permanência das suas empresas, visualiza-se os dados obtidos no gráfico 14.



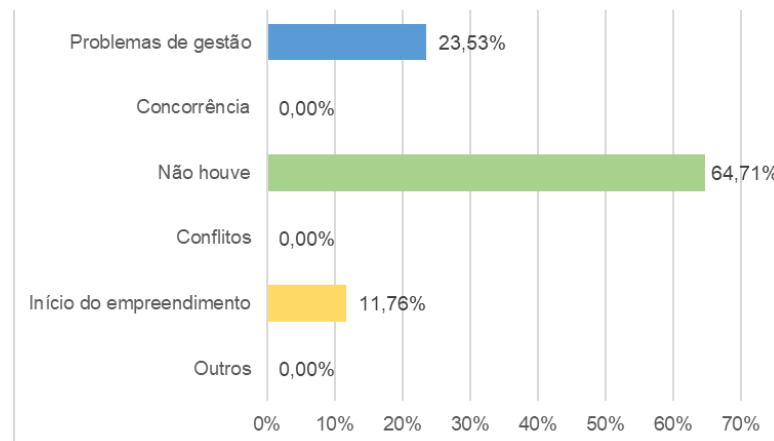
Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

O gráfico 14, informa que 23,5% das mulheres empreendedoras entrevistadas usaram apenas a intuição para a abertura de seus negócios, 64,7% utilizam do planejamento informal antes de dar início ao processo de criação da empresa, e apenas 11,8% fazem planejamento contínuo diante das ocorrências do dia a dia da empresa.

Pinheiro (1996), afirma que em função do aumento da personalização e da flexibilidade dos processos e produtos, micros e pequenas empresas tendem a crescer cada vez mais, atingindo patamares mais sofisticados. Diante dessa crescente evolução, Tavares (1991), relata que as empresas pequenas, geralmente não dispõem de um gerenciamento especializado, o que as torna suscetíveis às fraquezas impostas pelo mercado.

A falta de planejamento muitas vezes pode ser um fato gerador de grandes problemas no empreendimento, por isso ele se faz tão importante nas empresas. Com isso procurou-se informações acerca das dificuldades enfrentadas pelas costureiras quanto empreendedoras, suas respostas podem ser visualizadas no gráfico seguinte.

Gráfico 15 – Dificuldades enfrentadas



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

Pode-se observar no gráfico, que 11,76% das empreendedoras entrevistadas tiveram mais dificuldades no início do empreendimento, 23,56% enfrentam problemas de gestão, uma vez que a grande maioria não possui conhecimentos técnicos relacionados ao tema, no entanto 64,71% alegam não enfrentar nenhum tipo de problemas críticos até o momento.

Partindo do fato de que ser dono do próprio negócio pode acarretar em problemas familiares devido ao demasiado tempo disponibilizado ao empreendimento, questionou-se como a carreira de empreendedora afetou a vida familiar das mulheres objeto deste estudo. Diante disso, 100% das entrevistadas responderam que o empreendimento não influenciou na relação familiar, pois todas possuem seus ateliês em casa e não precisam se distanciar tanto da família, as mesmas também alegaram que conseguem conciliar perfeitamente o tempo de estar em cada situação e que apesar de as vezes não possuir muito tempo livre para se juntar a seus familiares, eles compreendem todo o esforço, pois sabem que é válido.

Todas as profissões têm lados positivos e negativos, sabendo disso, foi proposto as empreendedoras entrevistadas que indicasse um lado positivo e um negativo de ser empreendedora. A tabela a seguir demonstrará como ficou essa pontuação feita por elas.

Quadro 1 – Pontos Positivos e Negativos de ser empreendedora

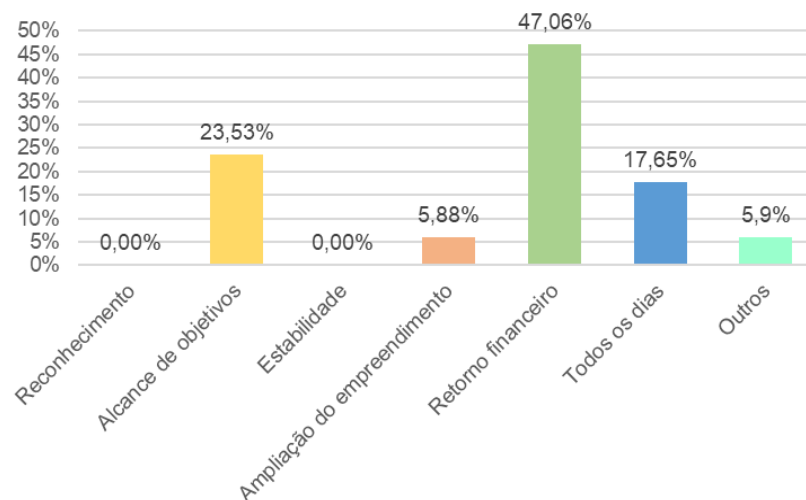
Pontos Positivos	%	Pontos Negativos	%
Liberdade e independência	76,47%	Incertezas/riscos	88,24%
Realização/satisfação pessoal	5,88%	Pouco tempo com a família	5,88%
Retorno financeiro	17,65%	Impostos/burocracia	5,88%

Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

O quadro 1 ilustra como pontos positivos relacionados pelas entrevistadas: Liberdade e independência com representatividade de 76,47%, realização/satisfação pessoal com 5,88% e o retorno financeiro com 17,65%. Já os pontos negativos foram listados da seguinte forma: incertezas e riscos com 88,24%, pouco tempo com a família com 5,88% e os impostos e toda a burocracia com 5,88%. Apesar de haver vários outros pontos, as costureiras empreendedoras acabam por listar sempre os mesmos.

Algumas das entrevistadas relataram que não enxergam muitos pontos negativos e que o empreendimento trouxe muitas realizações para suas vidas. O que levou ao seguinte questionamento: Em qual momento sentiu-se mais realizada/satisfeita? Os dados obtidos com essa questão são mostrados no gráfico 16.

Gráfico 16 – Principal momento de satisfação



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

De acordo com a ilustração do gráfico acima, grande parte das entrevistadas com representação de 47,06% se sentem satisfeitas diante do retorno financeiro, ou seja, se realizam ao receber a compensação pelo seu trabalho, pois esse é o intuito de tal ação, em seguida com 23,53%, elas dizem que o alcance dos objetivos as deixa realizadas, 17,65% se sentem realizadas e satisfeitas com seu empreendimento todos os dias, e trabalham com prazer, 5,88% delas sentiram uma realização quando conseguiram ampliar o empreendimento, sair do lugarzinho em que costumavam e trabalhar em um lugar mais estruturado e confortável, e 5,9% tem outros motivos que levam a satisfação para com seu empreendimento, como o prazer de ver suas confecções sendo usadas pelas pessoas, uma delas relatou que fica até emocionada ao andar na rua e ver alguém usando algo que ela fez. Isso mostra a importância e a afeição que cada uma possui pela sua profissão.

Orgulhar-se de sua profissão e se sentir importante diante do mercado é algo totalmente satisfatório em qualquer área, poder contribuir com o próximo é mais ainda, e dar forças para continuar firme todos os dias, no entanto estar no âmbito empreendedor sendo mulher não é tão fácil, com isso perguntou-se das entrevistadas se as mesmas já sofreram algum tipo de preconceito por ocuparem este espaço que estão nos dias atuais. Foi então que 94,12% responderam que nunca sofreram preconceitos em relação a isso, e apenas 5,88% já sofreram esse tipo de preconceito.

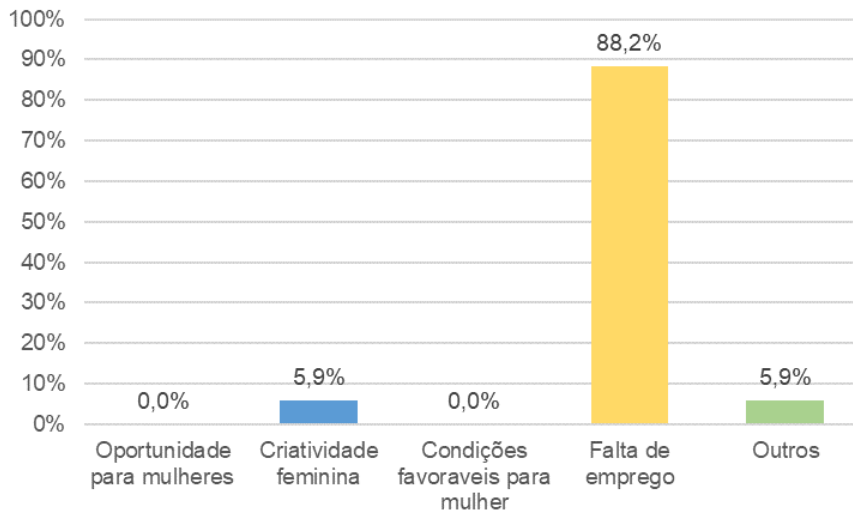
O preconceito veio em razão ao sexo e idade que a entrevistada tinha na época, muitos falavam que por ser nova demais, mãe solteira e não possuir uma qualificação adequada, não iria conseguir chegar tão longe. Fez-se então o questionamento: Você já pensou em desistir por conta disso? E essa representação de 5,88% respondeu que sim, porém com muita garra e força de vontade conseguiu se manter ativa e não desistiu, pois, sua necessidade de continuar sempre foi maior que qualquer negatividade exposta a ela.

Apesar dos empecilhos históricos e particulares, atualmente, as mulheres estão empreendendo em uma proporção bastante semelhante aos homens, pois em 2019 no Brasil aproximadamente 50% dos empreendimentos iniciais foram abertos por mulheres (GEM, 2019).

O empreendedorismo feminino tem crescido bastante nos últimos anos, em razão disso faz-se necessário procurar saber a opinião das costureiras

empreendedoras em relação ao motivo para tal acontecimento. O gráfico 17 mostra os resultados obtidos nessa questão.

Gráfico 17 – Percepção sobre o crescimento do empreendedorismo feminino



Fonte: Dados coletados na pesquisa de campo (2022)

De acordo com o olhar das entrevistadas, 88,2% do aumento do empreendedorismo feminino tem a ver com a falta de emprego ofertada no mercado de trabalho, algumas relataram que mulheres e mães solteiras tem mais dificuldades de conciliar empregos que exigem sua ausência de casa com o cuidado necessário com os filhos, e acabam optando por tentar de alguma forma gerar renda sem ter que sair de casa, o que leva a criar tipos de empreendimentos localizados na própria residência.

Já 5,9% acham que este fato vem da criatividade feminina, pois segundo elas, as mulheres têm mais facilidades em transformar qualquer ideia em empreendimento, mesmo quando não há tanta necessidade. Outras 5,9% apontam outros motivos para esse crescimento, um deles é a busca da mulher pela independência financeira, mesmo mulheres casadas ou conviventes, que tenham alguém para arcar com o sustento da família, elas têm buscado várias formas de ser independente financeiramente, e o empreendedorismo é uma maneira bastante acessível no olhar delas.

De acordo com Gem, (2005), as mulheres brasileiras têm participado ativamente no cenário empreendedor, motivadas por sobrevivência, e maior participação em negócios iniciais em detrimento dos empreendimentos estabelecidos.

O elevado crescimento do empreendedorismo feminino advém também da constante superação da mulher, da busca pelo seu lugar no mercado, da persistência pela igualdade e a perseverança pela liberdade e independência financeira, a mulher busca cada vez mais se alto sustentar, sustentar seus filhos e ser sua própria base, a descoberta por mulheres com características fortes tem crescido juntamente com o índice de empreendedorismo feminino, pois chegar a esse poste, acaba dando força para que a mulher sinta-se mais corajosa, firme e capaz de alcançar qualquer objetivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino desde muito tempo tem sido um fator de bastante dificuldades para as mulheres que se propõem a fazer parte deste fenômeno, que é empreender, atualmente é mais comum ver mulheres empreendedoras, diversos são os fatores que as influenciam a procurar pelo empreendedorismo, no entanto desde sempre o mais comum foi a falta de oportunidade no mercado de trabalho e a procura por alternativas de sobrevivência.

Partindo desse ponto, este trabalho buscou analisar os fatores que levam a diversidade das costureiras de Benjamin Constant, em relação ao empreendimento comercial e/ou de serviços, com isso classificar as características e perfil das costureiras existentes, identificar os fatores que influenciam no empreender das mesmas e tipificar as práticas empreendedoras utilizadas por elas.

A profissão de costureira é pouco visada no município e por isso faz-se necessário conhecer um pouco mais sobre seus aspectos, buscando mais reconhecimento para este grupo que é tão importante no dia a dia, esse conhecimento também pode agregar para futuros trabalhos relacionados a área.

Nos resultados obtidos com essa pesquisa observou-se uma intensa falta de conhecimento sobre o conceito de empreendedorismo por parte das entrevistadas, pois elas empreendem e muitas não sabem disso, no entanto, apesar de funcionarem sem formalização, ou qualquer tipo de capacitação para empreender, elas vêm conseguindo se manter no mercado a muito tempo, contudo, suas produtividades são limitadas e o retorno financeiro acaba sendo baixo.

Grande maioria das entrevistadas são senhoras com mais idade, renda mensal baixa, que não tiveram oportunidades de estudos e começaram a trabalhar muito cedo, elas vêm trabalhando na profissão de maneira informal há muito tempo, muitas delas aprenderam a costurar sozinha e usam desse dom para garantir o sustento de suas famílias e poder dar mais conforto a seus filhos, pois nem todas têm outras fontes de renda além da costura, o que as torna dependentes da profissão.

A não formalização dos seus empreendimentos se dar por vários motivos, mas o principal é a falta de interesse por parte delas, que muitas alegaram a não formalização do empreendimento porque não quiseram, não tem conhecimentos técnicos ou informações relevantes que as façam entender a importância de tal formalização, mesmo que isso seja uma decisão pessoal. O que nos leva a refletir o

desenvolvimento desacelerado em função de empreendimentos, a maioria está funcionando há anos, porém não há expansão e desenvolvimento de suas atividades no mercado e com isso o lucro obtido é sempre baixo.

Pelo fato de esta ser a fonte de renda e sustento da família, não há muitos investimentos se não a mão de obra, e conseqüentemente pouco retorno. Inovar não é muito o foco delas, pois as mesmas estão satisfeitas com a maneira que estão trabalhando, não buscam expandir seus negócios. Não pensam que tal desenvolvimento pode trazer mais produtividade e maiores lucros, isso é perceptível pelos dados obtidos nesta pesquisa, com as poucas costureiras que tem seus empreendimentos formalizados, fazem investimentos, buscam por inovação e conseguem ter um maior faturamento mensal.

Algumas alegam que não possuem cursos de capacitação referente a costura, e por esse motivo não se sentem seguras para produzir peças para comercialização, que apesar de ter muita experiência no ramo, não faz parte do seu cotidiano a produção de peças de fabricação própria, as mesmas são habituadas a fazer apenas reparos em peças já finalizadas, não partindo delas a confecção das mesmas.

Seus empreendimentos surgiram da necessidade e não havia planejamento algum, julga-se este um fator pelas poucas habilidades empreendedoras, não era intenção empreender, mas aconteceu. Muitas iniciaram a vida de empreendedora após desligamento da Associação das mulheres costureiras de Benjamin Constant-AM, pois era essa a fonte de seu sustento, quando em funcionamento, a organização agregava várias mulheres para em conjunto confeccionar, porém ao acabar, elas se sentiram abandonadas e incapazes de manter uma organização de tamanha estrutura.

Isso nos leva a percepção da importância da qualificação tanto quanto costureira, quanto empreendedora, para que as mesmas tenham melhores percepções e maiores condições para com seus negócios. Pois esse trabalho realizado por elas é tão importante quanto qualquer trabalho, e para algumas delas em especial é uma vida inteira, o que dá a profissão um valor simbólico e especial para cada uma.

Sob a ótica administrativa há muitas melhorias que podem ser feitas para um maior desenvolvimento das costureiras, elas possuem um alto potencial e infinitos fatos incentivadores para continuar da forma que estão, no entanto, propostas de

cursos profissionalizantes e formas de organização seriam de grande ajuda para alavancar ainda mais sua profissão e dar ainda mais excelência nos trabalhos.

Uma interessante forma de contribuição para todas seria uma outra organização por associação, como a que existiu há anos atrás, com alguém que pode ser do poder público, como a prefeitura ou de empresas privadas, com empresários que sintam interesse em partilhar dessa causa, se disponibilizando a oferecer capacitação e auxílio para elas, prevendo que uma nova geração de costureiras está por vir e as mesmas necessitarão de apoio para chegar tão longe quanto as existentes na atualidade.

Espera-se que este estudo tenha contribuição com a comunidade local, acadêmica e a quem interessar, e que sirva como base para que fontes públicas ou privadas conheçam melhor e sintam-se atraídos pelo objeto de estudo para projetos futuros.

REFERÊNCIAS

ABRIL, Daniel Yiwady Ordoñez; LÓPEZ, Ana María Castillo; BRAVO, Ivonne Maritza Rodríguez. **Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación**. Población y Desarrollo, v. 27, n. 52, p. 69-91, 2021.

ACEVEDO, Claudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração**. 3ª ed. rev. São Paulo: Atlas S.A, 2007.

ALVES, Natália. **Escola e trabalho: atitudes, projectos e trajectórias**, em Manuel Vilaverde Cabral e José Machado Pais (org.), **Jovens Portugueses de hoje**, Oieras, Celta editora. (1998)

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da Finan, v.3, n. 3, 2012.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções praticas**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

AREND, Silvia Fávero. Trabalho, escola e lazer. **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, p. 65-83, 2012.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VESTUÁRIO (Abravest). Blog lemi. Disponível em: <http://abravest.org.br/site/blog-iemi-18-09-2015>. Acesso em: 16 de março de 2022.

AUDACES (2022). **História da costura**. Disponível em: <https://audaces.com/historia-da-costura/#:~:text=longo%20do%20tempo,-,A%20origem%20da%20costura,animais%20ca%C3%A7ados%20para%20a%20alimenta%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 15 de abril de 2022.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 1, n. 1, 2014.

BARBOSA, Rodrigo Noronha. **O varejo alimentar de Benjamin Constant: um estudo sobre os produtos e os fornecedores dos estabelecimentos comerciais de brasileiros e peruanos**. TCC de Graduação (Administração). Universidade Federal do Amazonas, 2019.

BARRETO, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197.

BOYD Jr., Haper W. e WESTFALL, Ralph. **Pesquisa Mercadológica – Textos e Casos** – Editora da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 1984.

BRUSCHINI, Cristina. O trabalho da mulher brasileira décadas nas recentes. **Estudos feministas**, p. 179-24, 1994.

CACCIAMALI, M. C. **O setor informal urbano e formas de participação na produção**. São Paulo: Ed. IPE, 1983.

Chiavenato, I. (2004). **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva.

CÓRIA-SABINI, M. A. **Psicologia aplicada à educação**. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1986

Cosso, E. **Perfil de Empreendedoras Femininas: Estudo de Caso do Núcleo das Mulheres Empreendedoras da Associação Comercial e Industrial de Santo André – SP**. Dissertação de Mestrado, Universidade Metodista, 2014.

CUNHA, M. I. P. **Formalidade e Informalidade: questões e perspectivas**. Etnográfica, Vol. 10, N. 2, 2006.

CUNHA, M. I. P. **Formalidade e informalidade: questões e perspectivas**. Etnográfica, Vol. 10, N. 2, 2006, pp. 219-231.

DEL CARMEN, **Caracterizacion y motivaciones para el emprendimiento femenino en mipymes de villavicencio—colombia characterization and motivations for female entrepreneurship in msms in villavicencio – colombia**.2020.

DORNELAS, **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações**. Revista de negócios, v. 9, n. 2, 2007.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira. 1998

DUTRA, Janaina Duarte; PINTO, Pandeia Priam Siqueira. **Saúde e segurança nas oficinas de costura: Trabalhadores em condições análogas à escravidão em setores de costura no Brasil**. Saúde e Segurança: As diferentes áreas de atuação do profissional de Segurança do Trabalho. 2017.

FIGUEIREDO, Antônio Macena de; SOUZA, Soraia Riva Goudinho de Souza. **Como elaborar projetos, monografias, dissertações e teses: da redação científica à apresentação final**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

GEM – **Empreendedorismo no Brasil** – Relatório Global 2005, publicado pelo IBQPPR/SEBRAE Nacional.

GEM – **Empreendedorismo no Brasil** – Relatório Global 2007, publicado pelo IBQPPR/SEBRAE Nacional.

GEM – **Empreendedorismo no Brasil** – Relatório Global 2019, publicado pelo IBQPPR/SEBRAE Nacional.

GIL, Antônio Carlos, **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GONÇALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à Pesquisa Científica**. 3. Ed. Campinas, SP: Alínea, 2003

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas Organizações: Aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. Saraiva: 3 ed, 2009.

HIRATA, G. I.; MACHADO, A. F. **Conceito de informalidade/formalidade e Uma proposta de tipologia.** *Econômica*, V. 10, N. 1, p. 123-143, 2008.

JONATHAN E. G. **Mulheres empreendedoras: Medos, conquistas e qualidade de vida.** *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set/dez, 2005. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf> Acesso em: 08 de abril de 2022.

LAGES, S. R. C. **Mulheres na Encruzilhada – encontros e desencontros no Discurso de mulheres possuídas pela entidade da Pomba-gira Cigana na Umbanda.** Tese De Doutorado, Instituto de Psicologia, Programa Eicos – Estudos de Comunidades e Ecologia Social, UFRJ, Rio de Janeiro, 2008.

LANDSTROM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. **Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base.** *Research Policy*, v. 41, n. 7. P. 1154-1181, set. 2012

LEFÈVRE, Fernando; LEFÈVRE, Ana Maria Cavalcanti. O discurso do sujeito coletivo: um enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos). In: **O discurso do sujeito coletivo: um enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos)**. 2011. p. 256-256.

LIMA, J. C. **Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do Trabalho?** *Sociologias*, Ano 12, N. 25, 2010, p. 158-198.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia Científica.** 5 ed. São Paulo: Atlas 2003

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NARDI, Henrique C. **Ética, Trabalho e Subjetividade: trajetórias de vida no contexto das Transformações do capitalismo contemporâneo.** 1. Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.

NASCIMENTO, Rayene Barboza. **O Empreendedorismo Feminino no município de Benjamin Constant/AM.** TCC de Graduação (Administração). Universidade Federal do Amazonas, 2015.

NEVES, Manuela; BRANCO; João. **A Previsão de Tendências para a Indústria do Vestuário.** Editora TecMinho, Guimarães, Portugal, 2000.

OIT. **Employment, income and equality: a strategy for increasing employment in Kenya.** Genebra, 1972.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia Científica: Um Manual Para a Realização de Pesquisas em Administração.** Catalão: UFG, 2011

OLIVEIRA, Sonia Regina Martins; SIMONETTI, Vera Maria Medina. **Intuição e percepção no processo decisório de microempresa.** *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 4, n. 1, p. 52-66, 2010.

OSÓRIO, Luiz Felipe Brandão. A Economia Política do Império Alemão: condição histórica, bancos e cartões. **Revista HEERA**, p. 97-120, 2011.

PINHEIRO, M. **Gestão e desempenho das empresas de pequeno porte**. Tese de Doutorado. São Paulo. FEA-USP, 1996.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas de pesquisas e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.

RAMOS, Nathacha Tello. **Empreendedorismo feminino: uma análise do perfil e realidade das mulheres feirantes na feira coberta do produtor “Raimundo Freitas” no município de Benjamin Constant – Amazonas**. TCC de Graduação (Administração). Universidade Federal do Amazonas, 2021.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. **A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade**. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007

RIBEIRO, Lycaena Bárbara Batista; GIMÉNEZ, Mercedes Blanchard; DA SILVA GONÇALVES, Maria Célia. **PDF Empreendedorismo feminino: o desafio da escolha e o exercício do poder das mulheres de João Pinheiro (MG)**. ALTUS CIÊNCIA, v. 14, n. 14, pág. 119-140, 2022.

RODRIGUES, Fernanda Cristina Camargo. **Empreendedorismo feminino: um mecanismo em busca da igualdade de gênero e autonomia econômica da mulher**. et al. 2022.

SANTOS, B.: NELO, M. **Debates sobre a centralidade do trabalho e a participação na informalidade**. International Journal on Working Conditions, N. 1, 2011.

SANTOS, I. E. **Manual de métodos e técnicas de pesquisas**: 5. ed. Ver., atual. e ampl. – Niterói, RJ: Impteus, 2005

SAVIANI, Dermeval. **Educação e trabalho artesanal**. In: RUGIU, Antonio Santoni. Nostalgia do mestre artesão. Campinas, SP: Autores Associados, 1998. p. 1-10. (Coleção Memória da Educação).

SILVA, Andréia Cristina Lopes Frazão da. **Reflexões sobre o vestuário e o trabalho femininos na Europa Ocidental, nos séculos XII e XIII**. In: LESSA, Fábio de Souza; SILVA, Andréia Cristina Lopes Frazão da (Org.). História e trabalho: entre artes e ofícios. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. p. 97-110.

SILVA, E. L. & MENEZES, E. M. – **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. LED/UFSC. Florianópolis. 2000.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação** Rev. Atual, Florianópolis, 04.ed.2005.

SILVARES, E. F. M. & Gongora, M. A. N. **Psicologia clínica comportamental: a inserção Da entrevista com adultos e crianças**. São Paulo; EDICON, 2006.

TAVARES, M.C. **Planejamento estratégico: a diferença entre o sucesso e fracasso empresarial.** São Paulo: Harbra, 1991

TELLES, Renato et al. **Formalidade ou informalidade? Análise sobre os fatores presentes na decisão do microempreendedor brasileiro.** Revista Alcance, v. 23, n. 2, p. 189-213, 2016.

TIRYAKI, G. F. **A Informalidade e as flutuações na atividade econômica.** EST.ECON., v.38, n.1, 2008, p. 97-125.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.

VOITTO. **Tipos de empreendedor.** Blog Voitto Empreendedorismo, 2019. Disponível em: <[https://www.voitto.com.br/tipo de empreendedor](https://www.voitto.com.br/tipo-de-empreendedor)>. Acesso em: 28 de março de 2022.

ZARPELLON, S. C. **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional.** Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía. 2010.

APÊNDICE

1 – Questionário de pesquisa

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS-UFAM
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA-INC
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

QUESTIONÁRIO

Este questionário enquadra-se como parte de um Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, orientado pelo docente M.Sc Ciderjânio Farling Salvador da Costa, abordando sobre o tema: Empreendedorismo Feminino: Um estudo sobre as características e tipicidades empreendedoras das costureiras do Município De Benjamin Constant– Amazonas, pertencente a discente Larissa Luanna Nascimento Peso, com a matrícula: 21754856. Obrigado pela colaboração.

Data ___/___/___

Nome da Empresa: _____

Entrevistada: _____

1-Idade

- 18-28 anos 35-40 anos
 29-34 anos Acima de 41 anos

2-Estado Civil:

- Solteira Casada Divorciada Viúva Convivente

Tem filhos? Sim. Quantos? _____ Não

3-Grau de Escolaridade:

- Não Alfabetizada Ensino Médio Completo
 Ensino Fundamental Incompleto Ensino Superior Incompleto
 Ensino Fundamental Ensino Superior Completo
 Ensino Médio Incompleto

11- Em caso negativo na questão anterior, porque você não formalizou seu/sua empreendimento/ atividade?

Falta de conhecimento Falta de apoio técnico Falta de oportunidade

Não quis formalizar Outros motivos: _____

12-Tempo de existência da empresa:

Menos de um ano De 4 a 6 anos Acima de 10 anos

De 1 a 3 anos De 7 a 10 anos

13-Número de funcionários (excluindo a senhora)

Trabalha Sozinha De 6 a 10 funcionários

De 1 a 5 funcionários Acima de 10 funcionários

14-Tipo de Atividade do Empreendimento:

comércio serviço mix de comércio e serviços

15- Quais são seus principais clientes

Orgão Público

Empresas Privada

Sociedade Civil

Outros _____

16-Você já sofreu ou sofre algum tipo de preconceito ou dificuldades por ser mulher, dona de um empreendimento?

sim: Achavam que não saberia por conta da idade não

17- Em caso afirmativo na questão anterior, já pensou em desistir de ser costureira por isso?

Sim Não

Levando em consideração a sua experiência empreendedora, marque a opção que mais se adequa a sua realidade:

18- O empreendedorismo feminino tem crescido bastante nos últimos anos. Por qual motivo abaixo você acredita nisso?

- abertura de mercado de trabalho para a mulher
- por conta da criatividade que o gênero feminino dispõe
- atualmente, existe mais condições favoráveis para a mulher
- pela falta de emprego ofertado no mercado
- outros: _____

19-Quais motivos levaram a abertura do empreendimento?

- surgiu a oportunidade
- influência de familiares
- independência financeira
- demissão
- realização pessoal/sonho
- melhor qualidade de vida
- Falta de alternativa de emprego
- outros: _____

20-Você fez e faz algum tipo de planejamento para o seu empreendimento?

- seguiu a intuição
- utilizou o planejamento informal
- Utilizou o planejamento formal
- planeja o tempo todo

21-Quais as maiores dificuldades enfrentadas no empreendimento?

- problemas internos de gestão
- conflitos com o sócio/funcionário
- início do empreendimento
- concorrência
- não houve momento crítico ainda
- outros: _____

22-Como sua carreira afetou sua vida familiar?

- teve apoio da família
- passou a ter menos tempo com a família
- causou problemas familiares
- melhorou a relação familiar
- não influenciou a relação familiar
- não teve apoio da família
- outros _____

23-Em que momento sentiu-se realiza/satisfeita?

- reconhecimento do mercado
- ter alcançado suas metas/objetivos
- quando obteve retorno financeiro
- outros: _____
- quando atingiu a estabilidade
- ampliação do empreendimento
- todos os dias

24-Qual é o lado positivo e negativo de ser empreendedora?

POSITIVO

- liberdade e independência
- realização/satisfação pessoal
- retorno financeiro
- horário flexível
- contribuição com a sociedade
- outros _____

NEGATIVO

- carga excessiva de trabalho
- Incertezas/riscos
- pouco tempo com a família
- impostos/burocracia
- outros _____