

## **A MULHER EMPREENDEDORA NA AMAZÔNIA: UM ESTUDO DE CASO ACERCA DA EDUCAÇÃO FAMILIAR EMPREENDEDORA E A INFLUÊNCIA NA RENDA DOMÉSTICA**

### **AUTORIA**

**Andrelie Tavares Braga Damasceno**  
E-mail: [andreliedamasceno@gmail.com](mailto:andreliedamasceno@gmail.com)  
Universidade Federal do Pará

**Cristiano Descovi Schimith**  
E-mail: [cristiano.schimith@gmail.com](mailto:cristiano.schimith@gmail.com)

**Tamires Eduarda da Rocha Gomes**  
E-mail: [tmrseduarda@gmail.com](mailto:tmrseduarda@gmail.com)

**Icaro Alexandre Barbosa Leite**  
E-mail: [icarocogitareg@gmail.com](mailto:icarocogitareg@gmail.com)

### **RESUMO**

O aumento no número de empreendedores nas últimas décadas e a crescente participação feminina nesta atividade de trabalho levanta questionamentos acerca das mudanças que essa nova dinâmica proporciona. Em um país em que predominantemente as mulheres são responsáveis pela educação dos filhos, se questiona como os valores empreendedores estão sendo passados e se isso tem facilitado a entrada no mercado de trabalho, uma vez que, a literatura aponta que boa parte dos empreendedores de sucesso tiveram como modelo pais empreendedores. Diante disso, o objetivo desse trabalho foi identificar como as mulheres da região amazônica, participantes da associação Grupo de Mulheres do Tapanã, transmitem, em seus ambientes familiares, o conhecimento empreendedor. Para isso, foram realizadas entrevistas com seis participantes da associação Grupo de Mulheres do Tapanã, analisando de forma quantitativa e qualitativa os dados obtidos. Como resultado obteve-se que a dinâmica familiar é afetada pela entrada no mercado de trabalho e que valores empreendedores como habilidade no trato com dinheiro e responsabilidade são transmitidos por essas mulheres, explicando talvez o motivo de todas terem pelo menos um filho seguindo atividade empreendedora.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo; Educação empreendedora; Mulher empreendedora.

**Eixo Temático 6:** Gestão da inovação a serviço da cooperação, do desenvolvimento de redes de suprimentos e empreendedorismo.

### 1. Introdução

Frente ao desemprego, o Governo Brasileiro lançou em 1999 o programa Brasil Empreendedor, com o objetivo de capacitar brasileiros na elaboração de planos de negócios e auxiliar financeiramente (Brinckmann, Dew, Read, Mayer-Haug & Grichnik, 2019). Nesse cenário, o empreendedorismo quando definido como uma forma de utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive, vem ganhando força (Dornelas, 2007).

Desde a sua entrada no Global Entrepreneurship Monitor (GEM) no ano de 2000, o Brasil tem demonstrado constante aumento na porcentagem de brasileiros que se engajam em atividades empreendedoras, fator esse relacionado às altas taxas de desemprego (Nogami, Medeiros & Faia, 2015). Segundo a pesquisa do GEM de 2017, a cada 100 pessoas brasileiras entre 18 e 64 anos, 36 estão envolvidas em atividades empreendedoras, seja ela inicial ou já estabelecida.

O empreendedorismo é relatado como o impulso para promover o crescimento social (Johstone & Lionais, 2004). Os empregos e a geração de renda criados a partir da abertura de novas empresas torna o empreendedorismo um fenômeno socioeconômico, gerando o interesse de governos e sociedades que buscam alternativas de políticas públicas para combater o desemprego e aumentar o crescimento econômico (Ali, Kelley & Levie, 2019).

Neste sentido, o empreendedorismo se inicia como alternativa para essa situação econômica. Com isso, as mulheres se lançam nesse mercado como forma de complementação da sua renda familiar (Bekir, Sahin & Aydin). Mesmo com essa entrada no mercado de trabalho, ainda se percebe que as mulheres enfrentam uma situação de desigualdade em relação aos homens (Clark & Ramachandran, 2018).

O IBGE apresentou em 2016 uma base de dados na qual nota-se que as mulheres jovens, com o ensino superior, somam 33,9% contra 27,7% de homens com ensino superior, o restante da população entrevistada (38,4%) não possuíam ensino superior. Mesmo tendo um nível educacional superior ao dos homens, as mulheres brasileiras se encontram em condições inferiores aos homens quanto ao salário recebido e as ofertas de trabalho (Hara, 2018). A inferioridade atribuída ao público feminino é perpetuada devido aos afazeres domésticos e ao cuidado com os filhos, visto que, o modelo de sociedade patriarcal detém o homem como provedor, dificultando a entrada dessa mulher no mercado de trabalho (Lira & Barros, 2015).

Um dos principais entraves relatados diz respeito a redução de tempo que essas mulheres têm para dedicar-se a funções como os afazeres domésticos e os cuidados para com os filhos e outros dependentes (Alperstedt, Ferreira & Serafim, 2014). Mesmo com esses entraves, em 2017 o relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) publicou sobre o empreendedorismo feminino, trazendo destaque o crescente avanço das mulheres brasileiras no mercado, possuindo um percentual de 52,2% de mulheres contra 47,8% de homens (Gomes, 2004). É visível a mudança do papel das mulheres empreendedoras que visam adquirir uma renda, objetivando a melhoria da situação familiar derivada da produção local.

A Amazônia corresponde a 5,5 milhões de km<sup>2</sup>, ou seja, 61% do território brasileiro (Portal Da Amazônia, 2018). Quando se estuda a mulher empreendedora da Amazônia, torna-se necessário também, adaptar o aumento da atividade econômica executada por essas mulheres à questão sustentável (Shinbrot, Wilkins, Gretzel & Bowser, 2019). Alternativas são apontadas para compor o crescimento econômico da região com o desenvolvimento sustentável. Nesse contexto, é interessante investigar os aspectos de um possível trade-off entre três pilares, a conservação ambiental, o crescimento econômico e a melhoria social na região. Como as atividades desenvolvidas com a utilização da matéria prima regional demonstram a capacidade da reutilização do produto, colaborando para o crescimento da sustentabilidade da região (Carvalho, Domingues & Horridge, 2017).

Pesquisas relatam ideias de que há mais oportunidades de uma pessoa se tornar empreendedora se houver um exemplo na família padronizado ou no meio em que vive (Filion, 1999; Pati, 1995; Dolabela, 1999; Garcia, 2001).

O empreendedorismo obteve um crescente interesse no sistema educacional, buscando a confiança em melhorar as organizações, fomentando novos empreendimentos e a geração de empregos que estruturam o desenvolvimento social, econômico e regional (Ozsungur, 2019). Educação para o empreendedorismo também tem um efeito positivo sobre a viabilidade percebida do empreendedorismo ou sobre a autoeficácia empreendedora (Rocha, 2007).

## 2. Problema de Pesquisa e Objetivo

Diante da justificativa apreendida na introdução surge a necessidade de responder a seguinte questão: **Como as ações do empreendedorismo são transmitidas na educação familiar quando a mulher trabalha em um círculo empreendedor?** Portanto, o objetivo deste trabalho é *identificar como as mulheres da região amazônica transmitem, em seus ambientes familiares, o conhecimento empreendedor*. Portanto a população analisada foi a de mulheres integrantes da Associação de Mulheres localizada no bairro do Tapanã na cidade de Belém, estado do Pará.

## 3. Fundamentação Teórica

### 3.1. Empreendedorismo

No Brasil, o movimento do empreendedorismo tomou forma na década de 1990, com a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e da Sociedade Brasileira para Exportação de Software - SOFTEX. Antes desta década, não existia políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo e a criação de pequenas empresas no cenário nacional (Dornelas, 2001).

No início dos anos 2000, a partir do incentivo do governo, o número de pessoas abrindo novos negócios aumentou e tornou-se um fenômeno de interesse. No Brasil, por ser uma comunidade nova de trabalho, nada se sabia a respeito das características dessa população. Iniciou-se então, esforços para traçar um perfil do empreendedor, delimitando quais as suas características e quais delas facilitavam o sucesso do empreendimento (Gomes, 2004).

Dentre as características do empreendedor frequentemente relatadas na literatura se destacam a persistência, a persuasão, a rede de contatos, a independência, a perseverança e a tenacidade (Dolabela, 2002). Outra característica citada na literatura é a de que empreendedores criam valor para a sociedade, por meio da geração de emprego, da dinamização da economia e da inovação, buscando soluções para melhorar a vida das pessoas (Dornelas, 2007).

Pode-se dizer que o empreendedor é aquele que ao se deparar com uma oportunidade tenta aproveitar ao máximo, enfrentando os possíveis riscos, precisando assim, constantemente superar obstáculos. Outra característica do empreendedorismo é a geração de novas fontes de emprego e renda com o consequente desenvolvimento local e regional, já que este é um dos temas fundamentais do empreendedorismo (Antonello & Dutra, 2005).

### 3.2. A mulher no Empreendedorismo

O papel da mulher no mercado de trabalho vem crescendo na última década. Segundo o GEM (2017), 20,7% das mulheres brasileiras são empreendedoras iniciais, 0,1% a mais do que o número de homens na mesma categoria. Realidade diferente da encontrada, nos anos de 2007 e 2009, onde o número de homens empreendendo era maior, tanto na categoria de empreendedores iniciantes, quanto de empreendedores bem estabelecidos. Mesmo havendo um aumento no número de mulheres engajadas em atividades empreendedoras, alguns padrões comportamentais que se mantém, como a função de acolher e cuidar daqueles que de sua família pertencem, dificultam a plena execução de atividades externas ao lar (Costa, 2008).

Dificuldades apontadas por mulheres empreendedoras são discutidas na literatura. Estudos como o de Strobino e Teixeira (2014) apontam a respeito de três dimensões como geradoras de brigas no âmbito

familiar sendo elas a de tempo, de tensão e de comportamento. Na primeira dimensão as duas entrevistadas relataram que a não definição de horário de trabalho e o tempo reduzido para a família mostraram-se como geradores de conflitos. (Monteith & Camfield, 2019). Na segunda dimensão ambas relataram brigas familiares. Na terceira ambas relataram inconstância motivacional para seguir e mau humor no trato com a família.

No ano de 2015 foi realizada uma pesquisa por Pessoa (2015) em 125 empresas com mulheres no comando investigando quais eram os setores que essas mulheres estavam investindo. Como resultado, foram detectadas diferentes categorias de empreendimentos que variavam, de moda e sapataria a informática, eletrônica e conserto de máquinas. A pesquisa demonstra que as mulheres estavam presentes em todas as categorias de prestação de serviço, mostrando sucesso na gerência e administração desses empreendimentos.

As características citadas como favoráveis ao empreendedorismo são passíveis de serem atribuídas tanto ao feminino quanto ao masculino. Quanto as características de gestão e administração constantemente atribuídas ao feminino é a menor hierarquização, as mulheres tendem a delimitar objetivos mais claros e objetivos difundidos para todos os membros da organização (Gomes, 2004).

Além disso, habilidades como empatia, comprometimento e vontade de ajudar são relatadas como fatores que facilitam o sucesso dos empreendimentos femininos (Amorim & Batista, 2012). Autores também apontam que as mulheres tendem a desenvolver relações diferentes com os clientes e fornecedores, se preocupando mais com essa relação, fator esse que contribui para o progresso da empresa (Villas Boas, 2010).

### **3.3 Empreendedorismo e Educação Familiar**

A decisão de se tornar empreendedor pode ser atribuída a fatores externos, ambientais e sociais (Dornelas, 2001). Ainda não existe resposta final sobre o ensino do empreendedorismo, mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo, sendo fundamental a criação de ambiente que propicie esse aprendizado (Dolabela, 1999). O contato com empreendedores, principalmente na família, é um dos determinantes nesse processo, pois, no processo de identificação desenvolvido com essas pessoas há um aprendizado cognitivo e afetivamente construído que resulta na assimilação e na reprodução do modelo, neste caso, o modelo empreendedor (Machado, St-Cyr, Mione & Alves, 2003).

Quando se fala de variáveis sociais pode-se pensar em dois ambientes que podem ter uma grande influência: o sistema educacional e a família. No âmbito das instituições de ensino superior, há regiões em que já existe uma rede global de educadores de empreendedorismo que permite compartilhar melhores práticas a respeito. No âmbito familiar, a entrada da mulher no mercado empreendedor pode estar influenciando positivamente na educação dos seus filhos, aumentando a chance dos mesmos se tornarem empreendedores (Seelig, 2005).

Segundo Fillion (1999), as pessoas possuem mais chance de virem a ser empreendedoras se possuírem um modelo na família, principalmente, os pais ou pessoas mais próximas, característica comum nas histórias de vida de empreendedoras. Sendo assim, há que se considerar que se a mulher continuar em constante evolução no meio empreendedor, a transmissão de valores e conhecimentos sobre o assunto poderá ser repassado aos membros de sua cadeia familiar.

Em estudo realizado por Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007) foi verificada a influência do contexto familiar no desenvolvimento do comportamento empreendedor de jovens, onde, os âmbitos analisados foram auto realização, intenção empreendedora, liderança, planejamento, inovação, assumir riscos e sociabilidade. As duas variáveis que apresentaram maior associação com a família foram a de intenção empreendedora e sociabilidade. A variedade com menor associação foi a de planejamento, provavelmente devido ao ambiente familiar não incluir os filhos na construção do planejamento.

Teixeira, Ducci, Sarrassini, Munhê e Ducci (2011), relataram a história de uma empreendedora de sucesso que iniciou aos 13 anos suas atividades. Os autores encontraram que ela se interessou pela atividade da mãe (montar bijuterias), assim que aprendeu o ofício, começou a expor e a vender no escritório do pai. A partir daí só expandiu o negócio. Os autores destacam que na fala dela, a influência da mãe e o apoio do pai foram decisórios na construção dessa carreira.

Sendo assim, a literatura tem demonstrado que a família influencia diretamente na construção do que serão os novos empreendedores através da educação no lar. A nova mulher empreendedora pode exercer função importante nesse processo, uma vez que, o papel de cuidado com os filhos ainda é desempenhado majoritariamente pelas mulheres.

Investigar, portanto, como essas relações entre a entrada da mulher nesse mercado e a educação dos filhos têm se desenvolvido se torna necessário. Diante disso, o presente trabalho busca investigar como a transmissão desses valores, entrevistando seis associadas do Grupo de Mulheres do Tapanã.

#### **4. Metodologia**

A presente pesquisa tem objetivo descritivo, pois visa descrever as principais características a respeito do tema para determinada população (Gil, 2002). Quanto aos procedimentos técnicos, foi realizada pesquisa de campo que se caracteriza por focar em uma comunidade específica (Gil, 2002) utilizando uma abordagem quali-quantitativa, ou seja, analisando tanto a frequência da ocorrência de alguns fatos, quanto às falas das entrevistadas, verificando pontos relatados em comum. A amostra foi não-probabilística definida como uma amostra selecionada dada a tipicidade da população escolhida (Gil, 1987). A coleta de dados se realizou por meio de entrevistas semi-estruturada junto a associação Grupo de Mulheres do Tapanã (GMT).

O instrumento de coleta de dados passou por um pré-teste de especialistas na área que apontaram melhorias em suas alegações. Após a implementação, foram realizadas as entrevistas gravadas com autorização das entrevistadas através da função gravação de áudio de um smartphone para posterior análise. As entrevistas foram realizadas com 6 (seis) mulheres dentre as 11 (onze) integrantes ao GMT, o local de entrevista foi o Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Pará durante a primeira feira de divulgação e venda dos produtos criados por essas empreendedoras e em um segundo momento na sede da associação. As mulheres possuem idade entre 42 e 65 anos, e em suas famílias exercem a função de educar os filhos se enquadrando no objeto da pesquisa. Para preservar a identidade das participantes, os nomes foram substituídos por códigos que vão de M1 a M6. A associação da qual elas participam se dedica a produção e venda de materiais artesanais e se organiza no formato de economia solidária, que tem como características a autogestão, a preocupação com coletivo e com o desenvolvimento sustentável (Singer, 2002).

A análise de dados foi baseada na abordagem de Bardin (2011) sobre análise de conteúdos, utilizando a análise temática e apontado quais são os elementos mais presentes nos dados coletados pelas entrevistas. Identificando na sequência, as características que foram associadas com o tema central da educação empreendedora no contexto familiar.

#### **5. Análise de Resultados**

##### **5.1. Empreendedorismo e Relações Familiares**

Nas entrevistas foi possível identificar que 80% da amostra pesquisada se intitulavam como mães solteiras ou viúvas assumindo totalmente a educação dos filhos e o orçamento familiar. Esta característica proporciona queixas dos filhos pelas longas jornadas de trabalho, sendo apontada a possibilidade de passar mais tempo em casa como um fator positivo para a manutenção da família, principalmente, pela atividade em casa permitir com que os filhos permaneçam mais tempo sob supervisão parental, dada a preocupação com a possibilidade de envolvimento em atividades ilícitas.



Quando questionadas sobre a organização do tempo e o aumento do tempo em casa, M3: "... Eu trabalhando no empreendedorismo eu tô dentro de casa, eu tô trabalhando muito, mas eu tô percebendo cada passo, pra onde eles vão, a hora que vão chegar e tal". M4: "... Empreender é a nossa fonte de renda, então nós temos que organizar nosso tempo entre o trabalho doméstico e a atividade empreendedora. Temos que ter hora pra sair e pra voltar...". A capacidade de organização de tempo encontrada corrobora com o apontado por Gomes (2004), que as atividades do lar colaboram para o desenvolvimento de habilidades relativas ao gerenciamento de tempo, a execução de múltiplas tarefas e ao desperdício de suprimentos.

Nesta pesquisa não houveram relatos sobre conflito na administração do tempo entre trabalho e atividades domésticas, o que destoa das pesquisas de Strobino e Texeira (2014), a qual aponta que para mulheres casadas e com filhos a incerteza de horário de trabalho e a divisão do tempo entre trabalho e lar gera conflito nas relações familiares.

Outro fator a respeito da flexibilidade de horários é que as entrevistadas afirmam que não trocariam a flexibilidade por um emprego com horário fixo. Quando perguntada sobre o que é o empreendedorismo pra ela, M5: "... Liberdade para a mulher. Não há o compromisso de estar seis horas da manhã na parada de ônibus, não tenho obrigação de cumprir horário...". A preferência pela jornada de trabalho flexível está de acordo com Strobino e Texeira, (2014) mesmo quando há conflitos decorrentes, as mulheres preferem ter a flexibilidade em seus horários.

Todas as entrevistadas afirmaram possuir apoio dos filhos ou de familiares próximos como irmãos, para seguir no empreendedorismo, os quais ajudam no desenvolvimento do trabalho, comprando matéria prima, ajudando na confecção ou acompanhando nas vendas. Lima e Freitas (2010) afirmam que se as mulheres possuírem apoio familiar irão representar melhor desempenho em suas atividades empreendedoras. DeMartino, Barbato e Jacques (2006) afirmam que restrições familiares, como filhos, profissão do cônjuge e obrigações domésticas influenciam na configuração do modelo de negócio desenvolvido pelas mulheres.

## 5.2. Empreendedorismo e a Educação dos Filhos

No presente estudo, 80% das participantes informaram que pelo menos um dos filhos seguiu algum passo empreendedor, o resultado corrobora com os dados de Guedes (2009) e Vicenzi e Bulgacov (2013) nos quais os entrevistados relataram ter os pais como inspiração de modelo de empreendedor. Estes dados confirmam a teoria de que um fator que influencia a escolha por uma carreira empreendedora é o contato com o ambiente empreendedor familiar (Fairlie & Robb, 2007).

No tocante aos outros 20% estes relataram que seus filhos não se interessam da atividade empreendedora realizada pela mãe em virtude de não reconhecer uma perspectiva financeira no modelo de negócio que irá impactar a renda doméstica. (M1) *"... Não, ela já sonha mais alto. Ela não quer ser empreendedora, ela disse que eu lutei muito por isso né e ela não quer fazer parte de trabalhar com artesanato né. Ela quer outras coisas, ela quer ser médica né é outro lado, tem nada a ver..."*.

Todas as entrevistadas relataram o uso da atividade empreendedora como forma de ocupar o tempo dos filhos para prevenir o contato com as drogas e a violência. M6 *"... para evitar que eles tivessem contato com o mundo da bandidagem eu eduquei meus filhos com pulso firme, sempre depois do horário da escola eu matriculava eles em outros cursos para que aprendessem fazer outras atividades como artesanato e bijuterias..."*. A preocupação com a insegurança é reflexo do aumento de 17% no ano de 2016, quando comparado ao ano de 2015, no número de homicídios de jovens no estado do Pará (Atlas Da Violência, 2018). Ao serem perguntadas sobre o acompanhamento da formação dos filhos, 100% responderam que conseguiram acompanhar e trazem de volta a questão da organização do tempo, como remetem as entrevistadas M1: *"... Eu consegui acompanhar, quando ela era menor acordava cedo, cuidava dela e levava ela na escola, depois ia trabalhar no meu artesanato e fazia as atividades domésticas. Quando ela estava de férias eu levava ela pra vender junto comigo..."*. M4: *"...Consegui acompanhar sim, eu faço as coisas do artesanato de tarde e as coisas que eu faço não demoram muito, o resto do tempo passo cuidando dos meus*

*filhos e da casa...”. Este dado corrobora com o exposto anteriormente sobre o empreendedorismo não atrapalhar outras atividades, como a doméstica e o acompanhamento dos filhos.*

Quando perguntadas sobre o que os filhos acreditavam ser o empreendedorismo, M1: *“... Ela viu como o empreendedorismo sustentou a casa, pagou todos os cursos dela, então pra ela o empreendedorismo é uma possibilidade de melhorar de vida...”*. M3: *“... A mais nova principalmente vê como algo bonito que pode levar ela longe...”*. Os jovens identificam no empreendedorismo incentivado pelos pais, a garantia de uma estabilidade e conforto frente ao mercado de trabalho (Silva, 2015).

As entrevistadas também apontam que ensinaram os filhos sobre o trato de dinheiro quando perguntadas sobre a inserção dos filhos nas suas atividades empreendedoras, M2: *“... Sempre coloquei eles pra irem comprar material pra mim, assim eles aprendem a comprar as coisas com um preço bom, sem deixar os outros passarem a perna neles...”*. M4: *“... Elas cuidavam do caixa as vezes, a conta tinha que tá certinha...”*. O ensino do trato com o dinheiro é fundamental para a prática empreendedora, uma vez que o empreendedor precisa buscar constantemente soluções financeiras, pois um fluxo de caixa ruim é um dos principais fatores que levam ao insucesso das empresas (Dolabela, 2006; Castro & Nunes; Arnaiz, 2015).

Quando perguntadas sobre o ensino a respeito da preservação do meio ambiente, M6: *“... Temos que ensinar eles a valorizar nossa matéria prima, por que você acha que as grandes empresas vem pra cá? Porque nossa matéria prima é boa, só que eles só querem destruir, a gente tem que cuidar...”*. O ensino de práticas empreendedoras sustentáveis demonstra a difusão a respeito da crescente preocupação com o desenvolvimento sustentável e redução da degradação do meio ambiente discutida na literatura (Carvalho, Domingues & Horridge, 2017).

### **5.3. Razões para Entrada no Empreendedorismo e Consequências Financeiras**

Os principais fatores relatados como motivos para escolha da atividade empreendedora foram: a possibilidade de passar mais tempo em casa, maior flexibilidade de horário e dificuldade de entrada no mercado de trabalho tradicional. Em relação ao impacto financeiro da atividade empreendedora, 83,33% das participantes afirmaram que a renda provinda do empreendedorismo faz diferença na economia doméstica.

Quando perguntadas sobre os motivos que as levaram a escolher o mercado empreendedor, 100% das participantes afirmaram que a flexibilidade de horário foi um dos motivos para a escolha. A questão da flexibilidade já foi discutida na seção anterior, na qual foi mostrada a relação da flexibilidade com o acompanhamento e educação dos filhos.

O segundo fator recorrente nas respostas foi que o empreendedorismo é uma saída para a dificuldade de entrar no mercado de trabalho devido a maior exigência de qualificação profissional que caracteriza a situação atual de mercado, M5: *“... O mercado de trabalho é difícil, eu tenho o ensino médio completo, mas não tenho uma qualificação, não tenho uma especialização em nada, não consegui cursar faculdade, então eu tive que encontrar outras formas de obter renda. Antes de ser empreendedora eu fazia faxina, mas só quando virei empreendedora nesse ramo do artesanato que consegui o que precisava...”*. Esse dado corrobora com a literatura que aponta que os trabalhadores por conta própria possuem menos anos de estudo do que os trabalhadores assalariados (Tannuri-Pianto & Pianto, 2002; Soares, 2004).

O impacto financeiro do desenvolvimento da atividade empreendedora na economia doméstica se mostra fundamental para 83,33% das participantes, uma vez que representa o montante total de sua renda doméstica. M1: *“... Com esse dinheiro eu sustento a minha casa com a minha filha, ainda pago aula particular pra ela de informática, ela terminou o curso de inglês, foi tudo pago com esse dinheiro...”*. M3: *“... Me ajuda na minha renda, ajuda bastante porque eu sou pai, eu sou mãe, eu sou avó, eu sou bisavó, então ela me ajuda...”*.

Quando perguntada sobre a influência da renda provinda do empreendedorismo, M6 diz que a atividade empreendedora dela está muito longe de dar conta de suas despesas, mas que isso ocorre porque ela iniciou

há pouco tempo. Afirma, ainda, que a maior parte das despesas da casa são pagas pelo marido, mas que espera que em um futuro próximo consiga tirar do seu trabalho empreendedor. A participante fala que isso desvaloriza o trabalho dela, que a família trata o trabalho dela com um passatempo, ideia reforçada pelo tipo de atividade, como o crochê. A participante M4 também relata que apesar de viver da renda do empreendedorismo ela é pouca. Lages (2005) afirma que grupos como associações ou cooperativas inteiramente femininas (como o GMT) são vistas como um grupo de mulheres pra jogar conversa fora, mesmo que o objetivo e os produtos do grupo sejam comerciais.

Quanto ao papel da associação na melhoria das vendas, 100% afirmam que a associação foi importante no crescimento das vendas e na divulgação de suas atividades, além da ampliação na questão da capacitação por meio de cursos que elas tiveram acesso dada parceria entre a associação e outras entidades, M2: *“... ajudou a melhorar as vendas, melhorar também a gente com cursos que a universidade tá dando pra gente sabe? De empreendedorismo, aprender a botar preço, um custo nas nossas coisas, eles têm nos ajudado muito com isso, que antes a gente não tinha que é caro né fazer um curso desse de gestão e essas coisas pra conhecer nossos produtos todos e a gente tá tendo essa oportunidade...”*. Lages (2005) afirma que o desenvolvimento em grupos agrega valor e práticas que tornam a superação de obstáculos mais fácil.

A comercialização de produtos naturais feitos com matéria prima local foi relatada como difícil, pois não há uma cultura local de valorização desse material pela população. Quando perguntada sobre dificuldades enfrentadas no empreendedorismo, M4: *“... Na questão de comercialização, porque o nosso povo, ele não valoriza a produção local, ele não valoriza o trabalho de uma produção que possa ser da comunidade. Nós aqui do Norte não valorizamos o que nós produzimos no nosso Estado e isso atrapalha, o nosso povo pouco gosta de ter um artesanato,...”*. M1: *“... A minha família realmente não gosta do artesanato né? Eles não compram, eles gostam de material industrializado, o natural eles não usam, não tem na casa...”*. Baptista, Tibério e Fonseca (2008) afirmam que a falta de locais de venda qualificada e de oportunidades de ligação entre produtores e consumidores são algumas das razões pelas quais as vendas diminuem. Além disso, a pouca valorização pelos meios de comunicação desse tipo de produto favorece a desvalorização.

## 6. Considerações Finais

A pesquisa teve por objetivo identificar como as mulheres da região amazônica transmitem em seus ambientes familiares, o conhecimento empreendedor. A pesquisa demonstrou que a manutenção familiar foi relacionada à flexibilidade de horários. Apesar de demandar longo tempo de trabalho, o fato de ser uma jornada cumprida em casa, sem a necessidade de desempenhar expediente fora, facilita um acompanhamento próximo aos filhos. O apoio dos filhos para a execução dessa atividade foi apontado como importante quesito incentivador para execução das atividades empreendedoras.

Além disso, a entrada da mulher no mercado empreendedor não parece estar relacionada de forma negativa ao acompanhamento da educação dos filhos, pelo contrário, o maior período em casa pode ser um fator facilitador para a transmissão de habilidades como o trato com dinheiro, responsabilidade e educação com o próximo. O contato constante e próximo com a atividade empreendedora pode estar ligado ao desenvolvimento dessas habilidades e este fato pode justificar o dado de que dentre as mulheres que possuem filhos, relataram que pelo menos um possui algum tipo de empreendimento, seguindo o caminho empreendedor apresentado pelas mães, mesmo que em diferentes ramos de atuação.

A pesquisa aponta também o baixo acesso a educação como motivo para realizar atividades empreendedoras. Isso pode ser associado à incapacidade de alocação no mercado de trabalho, surtindo a opção de empreender por necessidade.

Esta pesquisa apresentou algumas limitações quanto a coleta e representatividade da amostra que por se tratar de uma amostra não probabilística, pode não representar o universo pesquisado. Portanto, para pesquisas futuras uma coleta longitudinal de dados que possibilite o acompanhando das mulheres que hoje ainda tem filhos pequenos pode ser mais útil para observar a transmissão da educação empreendedora.



## Referências

- Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, 221-234.
- Amorim, R. O., & Batista, L. E. (2012). Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Núcleo de Pesquisa da FINAN*, 3(3), 1-14.
- ATLAS da violência. Rio de Janeiro, 2018.  
[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio\\_institucional/180604\\_atlas\\_da\\_violencia\\_2018.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/180604_atlas_da_violencia_2018.pdf).
- Baptista, A., Tibério, L., & Fonseca, C. (2008). Estratégias de valorização dos produtos tradicionais: o caso da região do Baixo Tâmega. *Comunicação apresentada no VII CIER–Cultura, Inovação e Território*. Disponível em: <http://www.cetrad.info/static/docs/documentos/117.pdf>, consultado, 30.
- BARDIN, L. (1977). Análise de conteúdo Análise de conteúdo Análise de conteúdo. *Lisboa: Edições, 70*.
- Bohnenberger, M. C., Schmidt, S., & Freitas, E. D. (2007). A influência da família na formação empreendedora. *XXVIX Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, Brasil, 22 a 26 de setembro de 2007*.
- BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio de Janeiro, 2016. <https://www.ibge.gov.br/>.
- Carvalho, T. S., Domingues, E. P., & Horridge, J. M. (2017). Controlling deforestation in the Brazilian Amazon: Regional economic impacts and land-use change. *Land Use Policy*, 64, 327-341.
- Castro, C. A.; Nunes, C. R.; Arnaiz, N. G. G. (2015) Empreendedorismo e controle financeiro em Tatuí-SP. *Revista Eletrônica Científica da FAESB*, v. 2, n. 1, p. 1-19.
- Clark, K.; Ramachandran, I. (2018) Empreendedorismo subsidiário e oportunidade empresarial: uma perspectiva institucional. *Revista de gestão internacional*.
- Costa, A. A. (2014). Gênero, poder e empoderamento das mulheres. 2008. [acesso em 20 out 2014].
- da Costa Nogami, V. K., Medeiros, J., & da Silva Faia, V. (2015). Análise Da Evolução Da Atividade Empreendedora No Brasil De Acordo Com O Global Entrepreneurship Monitor (Gem) Entre Os Anos De 2000 E 2013. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3(3), 31-76.
- de Campos Strobino, M. R., & Teixeira, R. M. (2014). Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. *Revista de Administração*, 49(1), 59-76.
- DeMartino, R., Barbato, R., & Jacques, P. H. (2006). Exploring the career/achievement and personal life orientation differences between entrepreneurs and nonentrepreneurs: the impact of sex and dependents. *Journal of Small Business Management*, 44(3), 350-368.
- DOLABELA, F. (1999). Oficina do Empreendedor, Cultura Editores Associados. São Paulo.
- Dolabela, F. (2012). *O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. Sextante.
- DORNELAS, J. (1974). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter. F. *O Gerente Eficaz*. São Paulo: Zahar.

Dornelas, J. C. A. (2007). Empreendedorismo na prática. *Mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Campus.

Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo*. Elsevier Brasil.

Fairlie, R. W., & Robb, A. (2007). Families, human capital, and small business: Evidence from the characteristics of business owners survey. *ILR Review*.

Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de administração*, 34(2), 5-28.

Garcia, R. D. C. (2001). Vantagens competitivas de empresas em aglomerações industriais: um estudo aplicado à indústria brasileira de calçados e sua inserção nas cadeias produtivas globais.

GIL, A. C. (1987). O questionário. Conceituação. Vantagens e limitações do questionário. \_\_\_\_\_. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo, Atlas, 124-132.

Gil, A. C. (2002). Como elaborar projetos de pesquisa. *São Paulo*, 5(61), 16-17.

Greco, S. D. S. (2013). Global entrepreneurship monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2013.

Gomes, A. F. (2004). O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. *Revista Alcance*, 11(2), 207-226.

Guedes, S. A. (2009). *A carreira do empreendedor* (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo).

Johnstone, H.; Lionais, D. (2004) Comunidades esgotadas e empreendedorismo empresarial: reavaliando o espaço através do lugar. *Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional*, v. 16, n. 3, p. 217-233.

Lages, S. R. C. (2005). Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. *Revista Estação Científica, Juiz de Fora*.

Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & da Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033-1051.

Lima, R. C. R., & Freitas, A. A. F. D. (2010). Personalidade empreendedora, recursos pessoais, ambiente, atividades organizacionais, gênero e desempenho financeiro de empreendedores informais. *Revista de Administração Pública*, 44(2), 511-531.

Lira, K. F. S., & de Barros, A. M. (2016). Violência contra as mulheres e o patriarcado: um estudo sobre o sertão de Pernambuco. *Revista Ágora*, (22), 275-297.

Machado, H. V., St-Cyr, L., Mione, A., & Alves, M. C. M. (2003). O processo de criação de empresas por mulheres. *RAE-eletrônica*, 2(2).

PATI, V. (1995). O empreendedor: descoberta e desenvolvimento do potencial empresarial. *PEREIRA, Heitor José; SANTOS, Silvio Aparecido. Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor*. Brasília: Ed. Sebrae.

Pessoa, F. M. (2015). *Empreendedorismo feminino: o perfil empreendedor de gestoras no bairro Alecrim/Natal/RN*(Bachelor's thesis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte).

de Carvalho Rocha, E. L., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *Revista de Administração contemporânea*, 18(4), 465-486.

- Ruas, R. (2005). Gestão por competências: uma contribuição à estratégia das organizações. *Os novos horizontes da gestão: aprendizagem organizacional e competências*. Porto Alegre: Bookman, 34-54.
- Seelig, T. L. (2005) Entrepreneurship Education around the world. In: NCIIA Annual Meeting, San Diego, California, March 18.
- Silva, M. M. (2015). Entre “Plano B” E “Saídas De Emergência”: Percursos E Expectativas Profissionais De Jovens Trabalhadores/As. *Revista Trabalho Necessário*, 13(21). Singer, P. Introdução à economia solidária. (2002) São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Soares, F. V. (2004). *Some stylized facts of the informal sector in Brazil in the 1980's and 1990's* (No. 1020). Ipea.
- Tannuri-Pianto, M., & Pianto, D. (2002). Informal employment in Brazil-a choice at the top and segmentation at the bottom: a quantile regression approach. *Anais do XXIV Encontro Brasileiro de Econometria*, 2.
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(1), 44-63.
- Teixeira, R. M., Ducci, N. P. C., dos Santos Sarrassini, N., Munhê, V. P. C., & Ducci, L. Z. (2011). Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. *REGE-Revista de Gestão*, 18(1), 3-18.
- Vicenzi, S. E., & Bulgacov, S. (2013). Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. *Revista de Ciências da Administração*, 15(35), 208-221.
- VILLAS BOAS, A. (2010). Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você. *Do Autor-São Paulo*.
- Brinckmann, J., Dew, N., Read, S., Mayer-Haug, K., & Grichnik, D. (2019). Of those who plan: A meta-analysis of the relationship between human capital and business planning. *Long Range Planning*, 52(2), 173-188.
- Bekir, H., Şahin, H., & Aydin, R. (2014). University Students' Perception on Woman's Place in a Family. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 14-18.
- Ali, A., Kelley, D. J., & Levie, J. (2019). Market-driven entrepreneurship and institutions. *Journal of Business Research*.
- Hara, H. (2018). The gender wage gap across the wage distribution in Japan: Within-and between-establishment effects. *Labour Economics*, 53, 213-229.
- Shinbrot, X. A., Wilkins, K., Gretzel, U., & Bowser, G. (2019). Unlocking women's sustainability leadership potential: Perceptions of contributions and challenges for women in sustainable development. *World Development*, 119, 120-132.
- Özsungur, F. (2019, May). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 74, pp. 114-126). Pergamon.
- Monteith, W., & Camfield, L. (2019). Business as family, family as business: Female entrepreneurship in Kampala, Uganda. *Geoforum*, 101, 111-121.