



FACULDADE VALE DO SALGADO
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

AURICÉLIA BELO DA SILVA

**HISTÓRIA DE VIDA DE MULHERES MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS
DO MUNICÍPIO DE ICÓ-CEARÁ, BRASIL**

ICÓ-CE
2018

AURICÉLIA BELO DA SILVA

**HISTÓRIA DE VIDA DE MULHERES MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS
DO MUNICÍPIO DE ICÓ-CEARÁ, BRASIL**

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade Vale do Salgado a ser apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Ms. Antoniel dos Santos Gomes Filho.

**HISTÓRIA DE VIDA DE MULHERES MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS
DO MUNICÍPIO DE ICÓ-CEARÁ, BRASIL**

Artigo apresentado como requisito para obtenção de título de Bacharel em Administração,
pela faculdade Vale do Salgado - FVS, Icó –CE, 2018.1.

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA:

Prof.Ms. Antoniel dos Santos Gomes Filho
Orientador
Faculdade Vale do Salgado

Profa. Maria Bonfim do Carmo Mascena
Examinador
Faculdade Vale do Salgado

Prof. Antonio Vileimar de Souza
Examinador
Faculdade Vale do Salgado

HISTÓRIA DE VIDA DE MULHERES MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS DO MUNICÍPIO DE ICÓ-CEARÁ, BRASIL

Auricélia Belo da Silva¹
Antoniél dos Santos Gomes Filho²

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo conhecer a história de vida de mulheres microempendedoras individuais do município de Icó, no Estado do Ceará, tendo em vista a compreensão de suas contribuições para a economia local. Em termos metodológicos o estudo se caracteriza como qualitativo, tendo seus objetivos classificados como descritivo e exploratório. Utilizou-se como método a História Oral, com ênfase na História de Vida. Foram categorias elencadas para a análise das entrevistas: (1) Fatores de influência para o empreendedorismo, (2) As questões educacionais, (3) O surgimento do negócio e (4) Preconceitos enfrentados no mercado. Considera-se que as entrevistadas conseguem adaptar e organizar as diversas tarefas que envolvem a administração do empreendimento e outras atividades além dos negócios.

Palavras Chave: Empreendedorismo. Microempendedor Individual. Mulheres Empreendedoras. Icó-CE.

ABSTRACT

The objective of this study is to know the life history of individual female entrepreneurs in the city of Icó, in the State of Ceará, in order to understand their contributions to the local economy. In methodological terms the study is characterized as qualitative, having its objectives classified as descriptive and exploratory. Oral History was used as a method, with emphasis on the History of Life. The following categories were used to analyze the interviews: (1) Influence factors for entrepreneurship, (2) Educational issues, (3) The emergence of business, and (4) Preconceptions faced in the market. Interviewees are considered able to adapt and organize the various tasks that involve the administration of the enterprise and other activities besides the business.

Keywords: Entrepreneurship. Individual Microentrepreneur. Women Entrepreneurs. Icó-CE.

1 INTRODUÇÃO

O número de Microempendedores Individuais (MEI) teve um crescimento significativo no Brasil de acordo com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Desde seu surgimento, no ano de 2009, tem-se percebido um movimento intenso de novos registros de empreendedores. Entre o período de Julho de 2009 a Dezembro de 2016, foram registrados 6.649.896 de cadastros, sendo que 52,4% são do gênero masculino e 47,6% do gênero feminino.

¹Graduanda do Curso de Administração pela Faculdade Vale do Salgado: E-mail: auricelia.b.silva@gmail.com

²Orientador. Mestre em Educação pela Universidade Federal do Ceará. Tecnólogo em Gestão Comercial pelo Centro Universitário Dr. Leão Sampaio. Professor do curso de Administração da Faculdade Vale do Salgado. E-mail: antonielsantos@fvs.edu.br

Diante desse quadro, o Brasil tem se posicionado no topo da lista dos países mais empreendedores. Fato que pode ser interpretado como um indicador de crescimento econômico e de um ambiente propício à criação de novas empresas (RUPPENTHAL; CIMADON, 2012). Nassif, Ghobril e Amaral (2009) lembram que a criação de novas empresas desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de políticas econômicas, nacionais e regionais, como é o caso do Nordeste brasileiro, responsável por 19,1% do número de cadastrados no MEI.

Como pode ser visto, as mulheres estão fortemente inseridas no mercado, inclusive como empreendedoras. Assim, a busca pela independência financeira, por realização social e pessoal, faz com que muitas mulheres optem pela abertura de novos negócios, movimentando assim a economia local. Destaca-se que essa realidade está presente no interior do Ceará, assim, indaga-se: quais as histórias de vida de mulheres microempreendedoras do município de Icó-CE e suas contribuições para a economia local?

Frente a essa indagação, o presente estudo tem como objetivo conhecer a história de vida de mulheres microempreendedoras individuais do município de Icó, no Estado do Ceará, tendo em vista a compreensão de suas contribuições para a economia local. Especificamente, buscou-se caracterizar o perfil das empreendedoras participantes do estudo; analisar quais os fatores que contribuíram para a abertura ou inovação do negócio, e identificar se houve algum tipo de dificuldade na abertura do negócio por conta do gênero.

Este estudo se justifica devido à grande relevância da participação das mulheres microempreendedoras e o aumento do MEI no Brasil. No referencial teórico discorreu-se sobre o empreendedorismo no país e sobre o papel do empreendedor/a. Aborda também a participação das mulheres e a evolução de sua participação no mercado. Explana sobre a mudança do papel da mulher na sociedade que antes a mulher ficava mais em casa e atualmente as mulheres já assumem seu próprio negócio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo tem um papel importante no início e no progresso dos negócios, assim como no desenvolvimento e na prosperidade de nações e regiões (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2014). Segundo Chiavenato (2007), na verdade, o empreendedor consegue fazer as coisas sucederem, pois é favorecido de percepção para os negócios, tino financeiro e

aptidão de identificar oportunidades. Com esse conjunto converte ideias em realidade, para benefício próprio e para proveito da comunidade. Por ter engenhosidade e força, o empreendedor expressa imaginação e perseverança, aspectos que, combinados devidamente, o capacita a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo palpável e bem realizado no mercado.

O Brasil está diante de uma das maiores economias que foram poucas exploradas que é o potencial empreendedor dos brasileiros. O Brasil nos dias atuais é um dos países onde poderia haver um grande desenvolvimento empreendedor segundo Baggio e Baggio (2014).

Segundo o GEM, (2016) a Taxa Total de Empreendedores (TTE) os brasileiros apresentaram valor de 36,0 % em 2016, número inferior à observada em 2015 (39,3%). Já a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA), composta por empreendedores nascentes e novos, alcançou o valor de 19,6%, também inferior a 2015 (21,0%). Desta forma, a cada 100 brasileiros, aproximadamente 20 estavam envolvidos com atividades empreendedoras em estágio inicial em 2016. Um dos motivos para tal declínio pode ser atribuída à crise econômica vivida pelo país no último ano.

Segundo Passos, autor do relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), publicado em 2008, no Brasil “em cada 100 pessoas, cerca de 13 desenvolviam alguma atividade empreendedora. Essa taxa é representativa quando comparada com outros países que desempenham importante papel no cenário mundial” (PASSOS, 2008).

A chegada dos primeiros empreendedores no Brasil foi pertinente a uma abertura maior da economia na década de 90. Entretanto estes não detinham de instruções consideráveis para administrar seus negócios. Foi a partir da origem do pequeno empreendedor que o SEBRAE começou a dar um apoio técnico para esses novos negócios. O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e Sociedade Brasileira para Exportação de Software foram criadas. Antes disso, praticamente não se discutia empreendedorismo e formação de pequenas empresas. (DORNELAS, 2005).

De acordo com o estudo do *Global Entrepreneurship Monitor* que é uma pesquisa que mede o progresso do empreendedorismo no Brasil em relação a outros países, existem dois tipos: o primeiro é o empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riquezas. Já o segundo é definido como o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato se

aventura na jornada empreendedora mais por falta de escolha, por estar inativo e não ter alternativas de trabalho (DORNELAS, 2005).

Em uma breve análise histórica e comparativa o nível de empreendedorismo do brasileiro nos últimos sete anos foi consideravelmente maior do que a média dos sete países mais ricos no mundo, que formam o G7 (o grupo dos sete países mais ricos e influentes do mundo), dentre eles os Estados Unidos. Já no comparativo com nossos vizinhos latino-americanos encontramos dados de grande interesse. O Brasil é o penúltimo colocado dentre os integrantes sul-americanos da pesquisa, ficando à frente apenas do Uruguai, que apresentou TEA de 12,21. Chama a atenção que Venezuela, Colômbia e Peru apresentaram taxas bastante elevadas: 20,16, 22,72 e 25,89, respectivamente. Ou seja, em média duas vezes mais elevada que a TEA brasileira (PASSOS, 2008).

O Brasil ocupou o primeiro lugar, mas com a ampliação das pesquisas, para envolver outras nações, o país desceu alguns pontos: quase um empreendedor para cada sete pessoas. Uma enorme fatia da população brasileira registrou nas juntas comerciais, entre 1985 e 2001, oito milhões de empresas. [...] o país tem uma das maiores taxas de criação de empresas por necessidade – 41% (CHIAVENATO, 2005).

A dimensão de empreendedores por necessidade no Brasil em 2007 foi de aproximadamente 39%. A diferença em relação aos 56,8% de empreendedores por oportunidade mencionada antes se refere ao contingente de empreendedores que indicam razões de busca pela oportunidade diferente (PASSOS, 2008).

O GEM (2016) mostra que no Brasil a TEA é de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens o que pode ser considerado uma distribuição bastante equilibrada. Este dado confirma a importância das mulheres para a formação da TEA e é coerente com dados anteriores, pois nos anos de 2013 e 2015 as diferenças entre as taxas masculina e feminina foram de 0,2 e 1,4 pp (pontos percentuais) respectivamente.

2.2 MULHERES EMPREENDEDORAS

Na história da humanidade, a mulher teve sua função sempre bem delineada: dona do lar, responsável pelo cuidado e bem-estar dos filhos e da casa, inalteravelmente submissa aos pais ou ao esposo, não tendo direito de manifesta suas decisões ou de cumprir seus desejos. Mas a situação hoje é outra: pode-se verificar uma alteração nos hábitos das mulheres, não para se nivelarem aos homens, mas sim para competir em conformidade com os mesmos (CATARDO, 2005).

Na esfera das intensas modificações da sociedade moderna, com as novas informações e os recentes métodos tecnológicos de gestão vêm adquirindo popularidade. Os impactos provocados por elas têm fomentado diferenças relevantes no contexto trabalhista, a exemplo dos atuais padrões empresariais e da procura por uma flexibilidade maior como opção de introdução e continuidades das empresas em mercado cada vez mais competitivo e inconstante. (PAIVA JUNIOR; BARBOSA apud TABOSA et al., 2010). O empreendedorismo surge como uma oportunidade diante do fenômeno denominado “fim do emprego” (TABOSA et al., 2010).

As políticas públicas estão relacionadas à totalidade de decisões e ações do Estado; “[...] são decisões governamentais que geram impacto tangível e mensurável ou substantivo, alterando as condições de vida de um grupo ou população ou produzindo mudanças em atitudes, comportamentos e opiniões”. (SILVA; SILVA, 2001, p. 47).

Quando nós deparamos com a história da humanidade é fato observar que esta foi formada sobre a mácula das relações opostas entre os gêneros, no qual masculino e feminino constituem papéis definidos e diferentes no contexto social, desde a pré-história, quando a mulher fazia o papel de coleta de alimentos e o homem o protetor do grupo (PILETTI; ARRUDA, 1994).

O empreendedorismo não só transformou a relação da mesma com o mercado, mas ao empreender a mulher tem como razões atreladas a essa iniciativa, fatores relacionados a sua realização profissional e pessoal, como também associado a esses, buscar alternativa para gerar renda e riquezas para sua família e os incluídos com os seus trabalhos (BOAS; DIEHL, 2014).

Compreende-se que as mulheres passam a arcar com um novo papel na dinâmica das famílias, algumas já possuem a responsabilidade de dirigir suas famílias, no Brasil das que empreendem no ano de "2002 havia 1,668 milhão de Donas de Negócio chefes de família, número que subiu para 2,842 milhões em 2012", e busca-se através dessa prática garantir versatilidade de tempo e atividade economicamente viável para o progresso de todos (SEBRAE, 2014, p.12).

Nesta situação, as mulheres têm ganhado um espaço significativo no mercado de trabalho e, instigou o crescimento econômico através da atuação empreendedora. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (GEM, 2011) 40% dos micro e pequenos empreendimentos, nos últimos anos, são de mulheres.

Segundo dados do SEBRAE (2014), as mulheres empreendedoras, quando questionadas dos motivos que as levaram a abrir um empreendimento por conta própria,

indicaram como principais motivos: identificação de uma oportunidade de negócios (62,1%), experiência anterior (30,3%), desemprego e insatisfação com a atividade anterior (13%).

Segundo a pesquisa realizada pela GEM (2016) mostra que as mulheres brasileiras conseguem criar novos negócios na mesma intensidade que os homens, porém enfrentam um pouco mais de dificuldade para fazerem seu empreendimento prosperarem. Tal acontecimento pode estar relacionado às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios serem mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento.

3 METODOLOGIA

O presente estudo possui abordagem qualitativa, sendo seus objetivos classificados como descritivo e exploratório, que de acordo com Gil (2008) promove uma maior familiaridade do pesquisador junto ao problema de pesquisa. Destaca-se que se utilizou como método a História Oral, com ênfase na História de Vida.

Destaca-se que a escolha da História Oral como método de pesquisa deu-se pela proposta de investigação que está diretamente correlacionada aos aspectos subjetivos dos participantes da pesquisa, pois como aponta Jucá (2011) o método proporciona ao investigador conhecer de modo mais pormenorizado os aspectos da história de vida que se entrelaçam com aspectos sociais, culturais, econômicos e políticos.

Para a coleta de dados, como é próprio da História Oral, foi elaborado um roteiro de entrevista com base nos referenciais teóricos utilizados ao longo do estudo. Foram critérios de inclusão para participação na investigação: (01) possuir um empreendimento no município de Icó-CE; (02) está cadastrada no MEI e (03) aceitar participar do estudo, que segue as resoluções dispostas na Resolução 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (CNS). Como critérios de exclusão, foram adotados: (01) ser menor de 18 anos; (02) o empreendimento não está cadastrado no MEI e (03) não aceitar participar da pesquisa. Frente a esses critérios, aponta-se que foram contactadas 09 mulheres empreendedoras. O contato foi realizado de modo pessoal dos pesquisadores junto às possíveis participantes no início do mês de abril, onde, de modo voluntário, as participantes dariam um retorno via e-mail e/ou por telefone pessoal, desse modo, duas mulheres empreendedoras aceitaram participar do estudo, sendo a entrevista realizada na última semana do mês de Abril de 2018, no empreendimento das participantes, em horário por elas marcado. As entrevistas foram gravadas e posteriormente

analisadas a partir de uma Análise do Conteúdo, onde foram estabelecidas as seguintes categorias de análise: (1) Fatores de influência para o empreendedorismo, (2) As questões educacionais, (3) O surgimento do negócio e (4) Preconceitos enfrentados no mercado (GIL, 2008).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados obtidos foram organizados em quatro categorias que são: (1) Fatores de influência para o empreendedorismo, (2) As questões educacionais, (3) O surgimento do negócio e (4) Preconceitos enfrentados no mercado. A entrevista foi transcrita de maneira que preservasse a originalidade e situações vivenciadas durante as entrevistas.

O empreendedorismo feminino tem crescido e se destacado, e a cada dia tem ganhado mais importância na economia. Aponta-se que as mulheres estão sempre buscando a igualdade de direitos para atuarem em qualquer profissão, mesmo que historicamente tenham sido estabelecidos papéis de gênero, que alocam as mulheres no cuidado da família e do lar.

4.1 APRESENTAÇÃO DAS PARTICIPANTES

Foi entrevistada Ivete³, que tem 28 anos, casada, dona de um salão de beleza e atua como cabeleira e depiladora, seus pais são de Icó-CE, e ela sempre morou na cidade e possui formação escolar até o ensino médio. A segunda entrevistada Andreia, 28 anos, dona do buffet e cozinheira no seu empreendimento, todos os alimentos servidos em seu buffet são preparados por ela. A participante informou que morou um tempo fora, por conta do curso superior de gastronomia, mais teve que voltar por conta da gravidez, não terminando assim o ensino superior.

4.1.1 CATEGORIAS

4.1.1.1 Fatores de influenciam para o empreendedorismo

Como foi tratado por Chiavenato (2007) o empreendedor consegue fazer as coisas sucederem, pois são favorecidos de percepção para os negócios, tino financeiro e aptidão de

³ Os nomes das participantes foram modificados.

identificar oportunidades. De acordo com o estudo do GEM, Dornelas (2005) afirma que existem dois tipos de empreendedores que são por necessidade e por oportunidade. Na entrevista com as participantes percebeu-se que ambas tinham aptidão para enxergar oportunidades.

Desde pequena meus pais tem um buffet, eu sempre tive presente, com 13 anos eu já ajudava eles aqui e criei amor pela cozinha [...] Aqui no Icó não tem emprego pra oferecer, e se fosse pra eu tá trabalhando sem ter terminado a minha faculdade eu não teria um local como muita gente não tem, então eu sei fazer isso a vida pede e o que eu sei fazer (Andréia, 28 anos).

[...] comecei muito nova, daí então, eu ganhei um secador de presente e uma escova, aprendi a escovar e aí eu fui criando um amor uma paixão e daí então, eu comecei a trabalhar com uma pessoa, fui me aprofundando cada vez mais e fui gostando, fui pegando cada dia mais o amor mais pela minha profissão. (Ivete, 28 anos).

Diante da fala de Chiavenato (2007) que o empreendedor consegue enxergar oportunidades de empreendedorismo, isto se confirma diante da fala da entrevistada Andreia que começou trabalhando com os pais, criou amor pela profissão se identificou com a área, e acabou ingressando em uma faculdade de gastronomia, já relacionando como aspecto de empreendedorismo por necessidade. Dornelas (2005) define como o candidato que se aventura na jornada empreendedora mais por falta de escolha, por estar inativo e não ter alternativas de trabalho [...]. A entrevistada Andreia diz que na cidade de Icó não tem emprego pra oferecer... Então é isso que sabe fazer e a vida pede então a participante tem a visão empreendedora e ao mesmo tempo atua nesta área por falta de oferta de trabalho. Já a entrevistada Ivete, afirmou que quando ganhou um secador e uma escova enxergou uma oportunidade de começar a trabalhar escovando cabelos, a partir daí foi se aprofundando mais, e com o passar do tempo o amor por o que ela fazia só aumentava. Percebe-se também que ambas entrevistadas mencionaram que o que faziam era por amor.

4.1.1.2 As questões educacionais

Foi a partir da origem do pequeno empreendedor que o SEBRAE começou a dar um apoio técnico para esses novos negócios. Quando foi perguntado se a sua formação (faculdade/curso/colégio) foi importante para a abertura do negócio as entrevistadas responderam que:

Foi, e eu não terminei ainda minha faculdade, no caso porque eu tive neném mais eu a minha faculdade partiu deu gosta da parte da culinária que foi o que eu aprendi com meus pais. (Andréia, 28 anos)

Assim, não. Não me atrapalhou entendeu em questão assim e da função que eu tenho hoje de cabeleireira não, até porque eu nunca fiz uma faculdade sabe, nunca assim realmente me interessei, mais assim hoje se e eu quero que seja uma oportunidade que pra mim poder também fazer uma faculdade, né? Que e muito importante. Né? pra gente né ter o estudo completo, mais assim nunca atrapalhou não, no meu trabalho não.(Ivete, 28 anos).

Diante da fala das entrevistadas percebe-se que a obtenção de conhecimento e primordial para desenvolver qualquer empreendimento, a entrevistada Andréia afirma que por ela ter criado amor pela culinária sentiu a necessidade de aprimorar seus conhecimentos na área, ingressando em uma faculdade de gastronomia, e que dessa forma iria oferecer produtos com qualidades e isso seria o seu diferencial competitivo. Já a entrevistada Ivete diz que não atrapalhou na função que ela tem hoje, mas afirmou que é muito importante concluir os estudos e que seria muito bom ter uma oportunidade de fazer uma faculdade. Como foi mencionado por Dornelas (2005) que o SEBRAE dá suporte a micro e pequenas empresas nesses novos mercados, por ver as dificuldades enfrentadas por estes empreendedores.

4.1.1.3 O surgimento do negócio

Como afirma o SEBRAE (2014), as mulheres empreendedoras, quando perguntadas das razões que as levaram a abrir um negócio por conta própria, apontaram como principais as seguintes razões: identificação de uma oportunidade de negócios (62,1%), experiência anterior (30,3%), desemprego e insatisfação com a atividade anterior (13%). No momento em que foi perguntado como iniciou o negócio as participantes responderam:

Foi ...assim é eu tinha interesse em crescer sabe eu comecei com minha empresa. Eu comecei trabalhando em casa e daí então eu queria minha clientela foi aumentando e eu tinha vontade de crescer mais e fui e mim informando como poderia isso acontecer né, daí então eu recebi a visita dum pessoal que me orientaram e graças a Deus hoje eu tô com minha empresa muito evoluída, grande e tudo tem um pessoal que trabalha comigo e estou adorando o resultado. (Ivete,28 anos)

Desde pequena meus pais tem um buffet eu sempre tive presente com 13 anos eu já ajudava eles aqui e criei amor e pela cozinha eu sou apaixonada[...]. Desde pequeninha eu vejo os meus pais no mesmo ramo e eu sempre gostei dessa parte de alimentício então quando eu voltei a morar aqui no Icó eu meio que assumir aqui o bife com o meu pai e também fui procurando alguma coisa que desce pra ser só pra mim (Andréia,28 anos).

As respostas acima dão destaque ao que foi abordado por SEBRAE (2014) que os motivos que as levaram a abrir um negócio que foi a identificação de uma oportunidade com mais de 62% e logo em seguida experiência anterior com de 30%. Que é justamente quando as

entrevistadas falaram que “*desde pequena meus pais tem um buffet eu sempre tive presente com 13 anos*” (Andréia, 28 anos). Com esta fala ela deixa transparecer bem essa questão da experiência por ter vivenciado com os pais dentro deste meio empreendedor. A entrevistada Ivete diz que começou e fazendo escova foi ganhando uma clientela e como, ela tinha vontade de crescer então ela procurou saber como poderia fazer isso, foi neste momento em que ela recebeu a visita do pessoal que a orientou, e que após essa orientação seu empreendimento só aumentou.

4.1.1.4 Preconceitos enfrentados no mercado

O GEM (2016) afirma as mulheres tem um pouco mais de dificuldade e que isso pode estar associado às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios serem mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento. Quando foi perguntado sobre se já tinham sofrido ou sofre algum tipo de preconceito ou dificuldades por ser mulher, dona de um próprio negócio. Elas responderam que:

Não preconceito, mais assim e tem aquele lado de às vezes, e até engraçado porque um fornecedor vem não sabe que é meu, pensa que é do meu pai, ai em vez de vi mim procurar as vezes chega aqui e diz não eu quero e falar é com seu pai, ai quando ele chegar ate meu ai meu pai diz não mais a dona do negocio e ela você tem que procura e ela e resolver com ela, não e bem o preconceito mais eles acham que quem resolve tudo e meu pai (Andréia, 28 anos).

Não, não nunca sofri não (Ivete, 28 anos).

Diante das falas das entrevistadas foi analisado que elas não sofreram preconceito. Mais quando a entrevistada Andréia mencionada em sua fala que em uma determinada situação, um fornecedor chegou à procura o pai dela por acha que o empreendimento era dele, a pesquisa do GEM (2016) afirma que o mundo dos negócios seria tradicionalmente associados aos homens.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando o assunto sobre Mulheres Microempreendedoras individuais (MEI) da cidade de Icó-CE com o objetivo de conhecer a história de vida de mulheres microempreendedoras individuais (MEI) e qual a sua contribuição para a economia local.

Para a análise foi utilizada uma entrevista semiestruturada, onde foi possível adquirir um número maior de informações. O estudo permitiu conhecer a história de vida das mesmas, no qual ficou visível a importância da participação das mulheres na economia local e a contribuição dos empreendimentos das mesmas, porque com isso elas contrataram pessoas para trabalhar gerando emprego e renda. Nas histórias de vida tratadas neste estudo pode-se observar que as entrevistadas conseguem se adaptar e se organizar mesmo com diversas tarefas, por elas trabalharem em algo que elas gostam e são apaixonadas por suas profissões.

Na pesquisa de campo encontrou-se um pouco de dificuldade na hora de aplicar a entrevista, por que mesmo tendo agendado com elas um horário, pode observar que o fluxo de clientes é imprevisível às vezes não conseguia, por que chegavam alguns clientes e elas tinham que atender. No outro dia não foi possível encontrá-las em seus estabelecimentos. Quando foi possível aplicar a entrevista ocorreu tranquilamente, elas ficaram bem vontade. Foi um diálogo enriquecedor às entrevistas duraram em torno de 20 minutos.

Os dois tipos de empreendimentos que são por necessidade e oportunidade que foram mencionados no referencial teórico foram realmente confirmados nas entrevistas quando as participantes enxergaram oportunidade de iniciar um empreendimento diante de um ato simples, que acontece na vida de qualquer pessoa, por exemplo, como foi relatado pela entrevistada Ivete que ganhou um presente de um secador e uma escova de seu esposo, e a partir daí ela começou seu negócio e hoje, com a ajuda do pessoal que a visitou e a orientou o salão cresceu e ela está bastante satisfeita. Já a participante Andréia por ter uma convivência com os pais no buffet, foi criando amor pela cozinha e pode ver que poderia criar alguma coisa para ela, e com um tempo acabou assumindo o buffet. Buscou agregar mais conhecimento na faculdade de gastronomia.

No aspecto educacional as mesmas ressaltaram a importância de ter conhecimento de estarem buscando algo novo, com isso, torna-se a referência naquilo que fazem. Durante a entrevista quando foi perguntado o que teria a melhorar as duas afirmaram que sempre tem algo a melhorar, a Ivete falou que precisaria melhorar na colorimetria que é a tintura nos cabelos. Já a Andréia falou que precisa melhorar vários aspectos como pessoas qualificadas, o fluxo de caixa, controle de estoque, estabilidade e ainda faltam recursos para concluir o projeto que ela tem. Enquanto pesquisador este estudo foi muito enriquecedor, ressaltou a grande importância das mulheres empreendedoras e que a cada dia elas buscam o direito de atuarem onde elas quiserem, pois as pesquisas feitas por órgãos competentes mostram que os números de mulheres atuantes crescem.

REFERÊNCIAS

- BOAS, Andréia Villas; DIEHL, Bruna Villas. **Elas empreendem**. São Paulo: Kobo (digital), 2012.
- CATARDO, Elaine. **3º setor e governo: A máquina social**. Publicado em 02/03/2005. Disponível em: <www.responsabilidadesocial.com>. Acesso em: 05 de nov. 2017.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 1 Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.
- DAMASCENO, Luiza Débora Jucá. **Empreendedorismo feminino: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas**. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/MaisoDias/empreendedorismo-feminino-um-estudo-das-mulheres-empreendedoras-com-modelo-proposto-por-dornelas>>. Acesso em: 20 nov. 2017.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- GEM Brazil 2007 Report 2008. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=672>>. Acesso em: 05 de nov. 2017.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999. 202 p. ISBN: 8522422702.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, ano 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 19 maio. 2018.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, ano 2011. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br%2FSebrae%2FPortal%2520Sebrae%2FAnexos%2FLivro%2520GEM%2520Brasil%25202011.pdf&ei=qI8kVefCG4GwsAXcIDwCA&usg=AFQjCNEVSPoxi3nJ1GQ0bzEHecpnGCx6QQ>>. Acesso em: 05 nov. 2017.
- HISRICH, Robert; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.
- LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- PASSOS, Carlos Arthur Krüger, FELIX, Júlio César; GRECO, Simara Maria de Souza Silveira; BASTOS Junior, Paulo Alberto; SILVESTRE, Rodrigo Gomes Marques; MACHADO, Joana Paula. 2008. **Empreendedorismo no Brasil**. 1 Ed. Curitiba: IBQP. **Perfil**

do Microempreendedor Individual 2017. <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/08/Perfil-do-Microempreendedor-Individual_2017-v8.pdf>. Acesso em: 02 out. 2017.

PILETTI, Nelson; ARRUDA, José Jobson de A. **Toda a história.** São Paulo: Ática. p. 315, 1994.

RUPPENTHAL, J.E; CIMADON, J.E. **O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade,** 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/gp/v19n1/a10v19n1.pdf>. Acesso em: 19 set. 2017.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. **Relatório Especial: O empreendedorismo e o Mercado de Trabalho,** 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. Título **Os segredos do sucesso feminino nos negócios. Revista Conhecer Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios.** SEBRAE, n. 25, Fevereiro de 2014, p. 6-24. Disponível em: <http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br%2Ffiles%2Fconhecer_premio_mulher.pdf&ei=epMkVavfNoOfsAX35IHICw&usg=AFQjCNE2mVGmOksY3_9MDEwryGjA5gMCA>. Acesso em: 05 nov. 2017.

SILVA E SILVA, M. O. (2001). **Avaliação de políticas e programas sociais enquanto momento do processo das políticas públicas.** In M. O. Silva e Silva (Org.), Avaliação de políticas e programas sociais: teoria e prática. São Paulo, SP: Veras.

TABOSA, Tibério César Macêdo; FERNANDES, Nelson da Cruz Monteiro; PAIVA JUNIOR, Fernando Gomes de. O Fenômeno Empreendedor Coletivo e Humanizado: A Produção e a Comercialização do Artesanato Bonecas Solidárias de Gravatá/PE no Mercado Doméstico. **Revista de Negócios,** ISSN 1980-4431, Blumenau, v. 15, n. 3, p. 11 – 28, Julho/Setembro 2010. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/1915256>> Acesso em: 05 nov. 2017.