

Perfil da Mulher Microempreendedora de Roraima – Confrontando a Desigualdade de Gênero

The Women Microentrepreneur Profile of Roraima – Confronting Gender Inequality

*Natalia Vieira da Silva*¹

*Ana Carolina Lucena Machado*¹

*Manuela Berto Pucca*¹

¹Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR, Brasil

Resumo

Tendo em vista a grande influência do gênero no contexto do empreendedorismo brasileiro, a maioria das mulheres empreendedoras ainda vivência discriminação, sem contar o grande desafio de buscar o equilíbrio entre suas escolhas profissionais e as demandas pessoais (família). Incentivar o empreendedorismo e a geração de renda deve ser meta para o alcance do desenvolvimento social e econômico e para o estabelecimento do Estado democrático de direito. Diante do exposto, é premente realizar estudos acerca do assunto, especialmente em um país com as dimensões continentais do Brasil. Assim, este estudo versa sobre mulheres microempreendedoras em Boa Vista – RR, tendo como objetivo realizar um estudo transversal explanatório e descritivo de mulheres microempreendedoras individuais (MEIs) de Boa Vista – RR. O levantamento de dados realizado por meio de pesquisa quantitativa e qualitativa visa a contribuir para a análise e a verificação de situações conflituosas, como conflitos entre demandas familiares e profissionais e conflitos entre demandas do trabalho e pessoais. Por fim, este estudo traçou o perfil da mulher microempreendedora do Estado do Extremo Norte do Brasil – RR.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres Empreendedoras. Microempreendedora Individual. Discriminação. Teto de Vidro.

Abstract

In view of the great influence of gender in the context of Brazilian entrepreneurship, most of women entrepreneurs' experience discrimination, not to mention the great challenge of seeking a balance between their professional career and personal demands (family). Encouraging entrepreneurship, the generation of jobs and income, must be goals for the achievement of social and economic development and establishment of democratic rule of law. Within the above, it is urgent to carry out studies on the subject, especially in a country with the continental dimensions of Brazil. Thus, this work deals with women entrepreneurs in Boa Vista - RR, aiming to carry out an explanatory and descriptive cross-sectional study of individual micro-entrepreneurs (MEIs) from Boa Vista - RR. Data collection through quantitative and qualitative research aims to contribute to the analysis and verification of conflicting situations such as conflicts between family and professional demands, and conflicts between work and personal demands. Finally, this study shows the microentrepreneur profile of women from the Northernmost state of Brazil.

Keywords: Entrepreneurship. Women Entrepreneurs. Individual Microentrepreneurs. Discrimination. Glass Ceiling.

Área Tecnológica: Desenvolvimento. Administração.



1 Introdução

Até o século XVIII, a maioria das mulheres era submetida a uma ordem social rigorosa, sendo desde criança preparada para cuidar da casa e da família. Assim, após se casarem, poderiam desempenhar adequadamente o seu destinado papel na sociedade. Notavelmente, nessa mesma época, a mulher era considerada propriedade de seu marido. Apenas as mulheres de classe financeira baixa conseguiam raramente trabalhar e, mesmo assim, ocupavam cargos que ofereciam salários injustos e, na maioria das vezes, eram atividades relacionadas ao lar. Com o avanço dos anos, as mulheres começaram a se inserir lentamente no mercado de trabalho, especialmente em atividades do comércio. No entanto, a baixa remuneração se manteve, até porque os empregadores preferiam contratar homens se tivessem que pagar o salário equivalente para ambos os gêneros (MARTINS *et al.*, 2002).

Mas foi na França, entre os anos de 1789 e 1799, que esse cenário começou a se modificar. Após a queda da monarquia no país e a constituição de uma República Democrática, houve mudanças impactantes. Essas mudanças não foram apenas relacionadas ao modelo político do país, elas também impactaram várias esferas sociais e culturais, as quais acabaram se espelhando por toda a Europa. Assim, surgiram os primeiros movimentos conduzidos por mulheres em busca de direitos igualitários. Tais movimentos foram diretamente influenciados pela Revolução Francesa, isto é, a luta pela liberdade, igualdade e fraternidade. Desse modo, os questionamentos em torno da ordem política vigente estimularam as mulheres francesas a lutarem por melhores condições de vida na sociedade, incluindo o direito ao voto. De fato, esses movimentos sufragistas são considerados os primeiros movimentos feministas. Ainda nesse século ocorreu a Revolução Industrial, a qual influenciou o início da atuação de mulheres nas fábricas e indústrias (GIULIANO, 2014; BOXER, 1982; FOSTER, 2015).

Logo, os movimentos franceses estimularam grupos feministas em diversos países da Europa, como em Portugal e Inglaterra, além de movimentos nos Estados Unidos. Foi durante as Guerras Mundiais (1914-1918 e 1939-1945) que as mulheres realmente começaram a ocupar a posição dos homens no mercado de trabalho, visto que os homens estavam frente às lutas. Ainda, com o eventual não retorno dos maridos por falecimento, muitas mulheres foram obrigadas a prover o sustento de sua família e buscar uma atividade remunerada (ALVES, 2016; ACEMOGLU; DAVIS; LYLE, 2004).

Nesse sentido, após o final da Segunda Guerra Mundial, mais especificamente após 1950, houve um aumento significativo das mulheres no mercado de trabalho, uma vez que estas passaram a ter maior acesso à formação técnica e universitária, além de acesso a métodos de controle de natalidade e alterações nos contratos de casamento. Todos esses fatores contribuíram para que as mulheres conquistassem o espaço público e abandonassem o cuidado exclusivo dos filhos e o ambiente doméstico (GOMES; SANTANA; SILVA, 2005).

1.1 Movimentos Feministas no Brasil

Desde meados dos anos de 1970, após o início dos movimentos feministas no Brasil, as mulheres vêm ganhando grande autonomia no mercado de trabalho do país e, conseqüentemente, na liderança do seu próprio negócio (SARTI, 2004). Mas foi nos anos de 1980, com os movimentos feministas, que emergiu a Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, dentro da

Central Única dos Trabalhadores (CUT). Com essa conquista, o mercado de trabalho brasileiro passou a contar com uma maior participação feminina, inclusive em diversos segmentos empresariais (BAUER, 2001; COELHO; BAPTISTA, 2009). Foi nessa época que o trabalho feminino passou a ser um pouco mais valorizado, constituindo-se um instrumento de mobilidade social efetivo, vindo a se transformar em um meio de promoção da melhoria econômica das famílias (BAUER, 2001). Atualmente, é significativo o crescimento das mulheres no mercado de trabalho no Brasil (JONATHAN, 2005; LIMA, 2008). Em 2007, a presença feminina no mercado de trabalho brasileiro representava 40,8%, já em 2016, esse número aumentou para 44% (CAGED, 2017), o que representa um modesto crescimento diante do atual cenário empreendedor.

1.2 Mulheres Empreendedoras de Boa Vista – RR

Em Roraima, há registros de 19.883 empresas optante pelo regime Simples Nacional (SN), sendo que 46% são representadas por Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs), e a maioria das empresas (54%) é representada por MEIs (total de 10.815 MEIs). Os homens representam 3.151 MEIs do mercado total de Boa Vista. Sendo responsáveis por 52% dos negócios distribuídos em 156 diferentes segmentos de atividades, as mulheres MEIs do estado possuem grande representação no mercado (48%), totalizando 2.941 microempreendimentos (SEBRAE, 2018).

1.3 Principais Desafios das Mulheres Empreendedoras

Por natureza, é evidente que as mulheres apresentam grande sensibilidade, comprometimento, empatia e vontade de ajudar, sendo essas características constantemente apontadas como positivas para elas se tornarem empreendedoras bem-sucedidas (MADALOZZO; MARTINS; SHIRATORI, 2010; REID, 2001). Porém sua inserção no mercado representa uma mudança em sua estrutura familiar, quando se fala do gerenciamento de responsabilidades e da condução de tarefas domésticas. Nesse contexto, este estudo irá avaliar o perfil de mulheres microempreendedoras de Boa Vista – RR, buscando levantar variáveis comparativas entre esse grupo e entender os principais motivos que levam as mulheres a empreenderem e os respectivos desafios enfrentados.

2 Metodologia

Para o estudo transversal explanatório e descritivo, foi realizado um levantamento de dados secundários referentes à população de Microempreendedores Individuais (MEIs) de Boa Vista – RR até 2018. Todos os dados foram obtidos junto ao SEBRAE-RR e/ou DATASEBRAE (https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf), por meio de relatórios anuais e outros documentos disponibilizados pela instituição. O setor de atividade principal escolhido para a coleta dos dados foi o de serviços, tendo em vista que é o segmento que mais cresce no Brasil e em Boa Vista – RR. No entanto,

também foram analisados dados gerais de todos os segmentos e dados de todo o Brasil para fins comparativos. Foram avaliados diferentes parâmetros sociodemográficos e específicos das atividades das Microempendedoras Individuais (MEIs) em Boa Vista – RR, de acordo com gênero, faixa etária, escolaridade, número de filhos, estado civil, rendimento mensal, segmento de trabalho e setor de atividade.

Com o objetivo de avaliar o perfil de mulheres microempendedoras de Boa Vista –RR foi realizada uma pesquisa de campo, fazendo uso de métodos qualitativos e quantitativos, com 30 mulheres (maiores de 18 anos) microempendedoras da cidade que atuam em diferentes segmentos, aleatoriamente selecionadas e convidadas a responderem voluntariamente a um questionário aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), por meio do CAAE 21958519.9.0000.5302. O questionário avaliou aspectos do relacionamento familiar e o seu negócio, faixa etária das mulheres que empreendem na cidade, número de filhos e buscou saber se os companheiros ajudam nas tarefas domésticas, além da renda familiar dessas mulheres (Arquivo Suplementar).

3 Resultados e Discussão

O Simples Nacional (SN) é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável a Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs), previsto na Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. A principal diferença entre MEs e EPPs está no faturamento, que não pode ultrapassar R\$ 360.000,00 e R\$ 4,8 milhões por ano para MEs e EPPs, respectivamente (SEBRAE, 2018). Por outro lado, o Microempendedor Individual (MEI) é aquele que possui faturamento de sua empresa inferior a R\$ 81.000 anual.

Em Roraima, há registros de 19.883 empresas optantes pelo regime SN, sendo que 46% são representadas por MEs e EPPs, e a maioria das empresas (54%) é representada por MEIs (total de 10.815 MEIs). Embora existam 156 diferentes segmentos de atividades relacionadas aos empreendedores optantes pelo SN em Roraima, 20 atividades apresentam destaque nos pequenos negócios do estado, as quais representam 50% das atividades registradas (Tabela 1).

Uma vez que a maioria dos empreendedores de Roraima atua como MEIs, o objeto principal deste estudo é avaliar o perfil das mulheres Microempendedoras Individuais (MEIs) em Boa Vista – RR. Ainda, com base em estudos realizados na plataforma DATASEBRAE nos últimos anos, o setor que mais cresce em Boa Vista – RR é o de serviços. Assim, esse foi o setor escolhido para ser explorado nesta pesquisa. O setor de serviços é o principal investimento para quem planeja apostar no empreendedorismo, favorecendo as micro e pequenas empresas voltadas para a prestação de serviços pessoais, como cuidador de idosos, entregas, transporte de passageiro, conteúdo para internet e serviços que atendem às necessidades básicas da população (alimentação, vestuário/calçados e construção) (SEBRAE, 2019).

Tabela 1 – Principais setores de atividades de empreendedores de Roraima (MEI, ME e EPP)

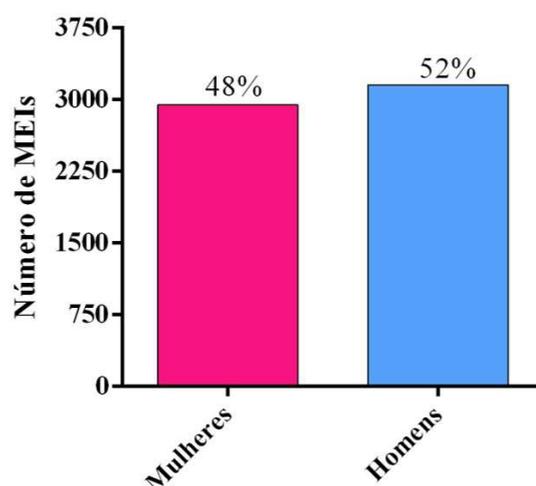
ATIVIDADES	NÚMERO DE EMPRESAS	% TOTAL DE EMPRESAS EM RR
1. Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2.150	11%
2. Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – minimercados, mercearias e armazéns	1.306	7%
3. Cabeleireiros, manicure e pedicure	902	5%
4. Lanchonetes, casas de chá, de suco e similares	847	4%
5. Restaurantes e similares	745	4%
6. Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	608	3%
7. Comércio varejista de bebidas	479	2%
8. Comércio varejista de artigos de armarinho	343	2%
9. Comércio varejista de materiais de construção em geral	291	1%
10. Serviço de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	268	1%
11. Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente	258	1%
12. Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	253	1%
13. Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza	225	1%
14. Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	216	1%
15. Construção de edifícios	210	1%
16. Instalação e manutenção elétrica	208	1%
17. Comércio varejista de produtos farmacêuticos, sem manipulação de fórmulas	207	1%
18. Instalação e manutenção de sistemas centrais de ar condicionado, de ventilação e refrigeração	198	1%
19. Serviços ambulantes de alimentação	180	1%
20. Promoção de vendas	178	1%
TOTAL	10.072	50%

Fonte: Sebrae (2019)

3.1 Microempreendedores Individuais (MEIs) em Boa Vista – RR

Por meio da análise de dados de empreendedores do SEBRAE-RR, que acumula todos os registros até 2018 (Figura 1), os homens representam 52% de negócios dos 156 segmentos de atividade, e as mulheres 48% desse mercado.

Figura 1 – Número de MEIs em Boa Vista – RR de acordo com o sexo

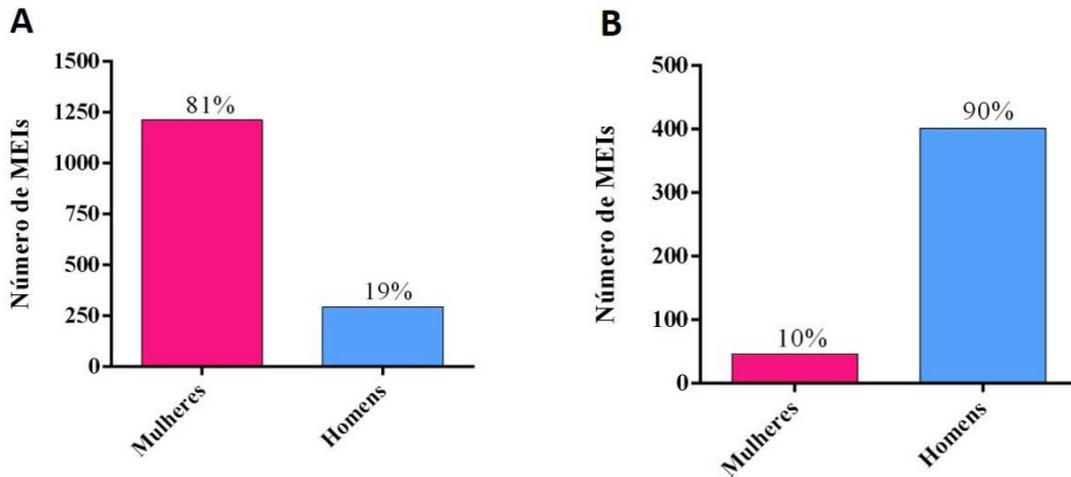


Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

De fato, as mulheres costumam ter maior atuação em determinados segmentos de atividades (aluguel de objetos do vestuário, joias e acessórios; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; e comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios), os quais foram denominados neste estudo de seguimentos do grupo 1. Por outro lado, homens têm mais atuação em outros seguimentos (fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias; manutenção e reparação de veículos automotores; e instalações elétricas), os quais foram denominados neste estudo de seguimentos do grupo 2 (SEBRAE, 2019).

De acordo com os segmentos analisados, as mulheres de Roraima apresentam grande destaque como MEIs nos segmentos do grupo 1, representando 81% (Figura 2A). Nesse grupo de segmentos, encontram-se as cabeleireiras, as esteticistas, as depiladoras, as manicures, as maquiadoras, as donas de lojas de vestuário, joias e acessórios. Por outro lado, os homens se destacam como MEIs nas atividades do grupo 2, representando 90% (Figura 2B). Nesse grupo se encontram os mecânicos, os serralheiros e os eletricitas. Nesse cenário, embora as mulheres de Roraima apresentem representatividade entre os MEIs do estado (48%), o que sugere um potencial equilíbrio entre homens e mulheres em relação a MEIs, percebe-se ainda um grande estereótipo quando se trata do tipo de negócio.

Figura 2 – Número de MEIs de acordo com o grupo de segmento e sexo em Boa Vista – RR: (A) Grupo de segmento 1: aluguel de objetos do vestuário, joias e acessórios; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; e comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios; (B) Grupo de segmento 2: fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias; manutenção e reparação de veículos automotores; e instalações elétricas

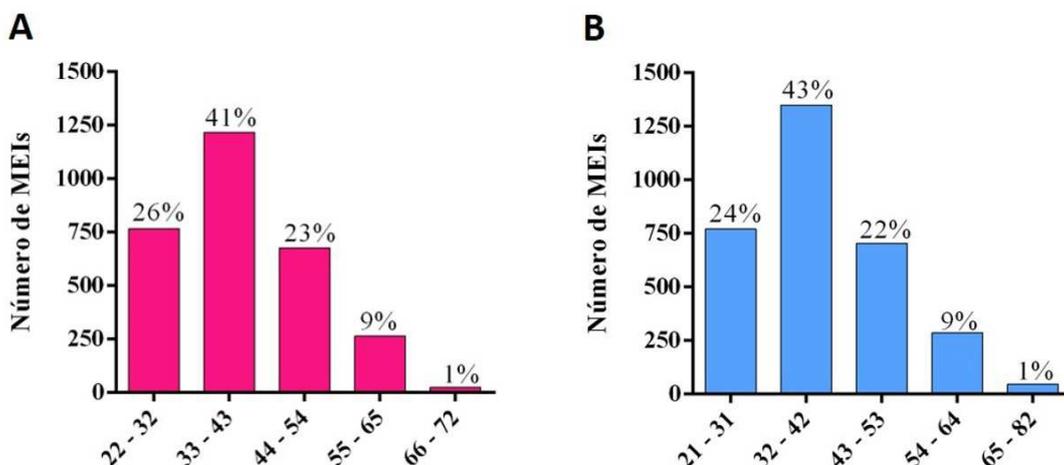


Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

3.2 Microempreendedores Individuais (MEIs) em Boa Vista – RR de Acordo com a Faixa Etária

Considerando a faixa etária das mulheres MEIs de Boa Vista – RR, em todos os segmentos, apenas 10% apresentam idade superior a 55 anos, sendo que a maioria (41%) dessas mulheres possui de 33 a 43 anos (Figura 3A). Semelhantemente, a maioria dos homens MEIs (43%) apresenta idades de 32 a 42 anos (Figura 3B).

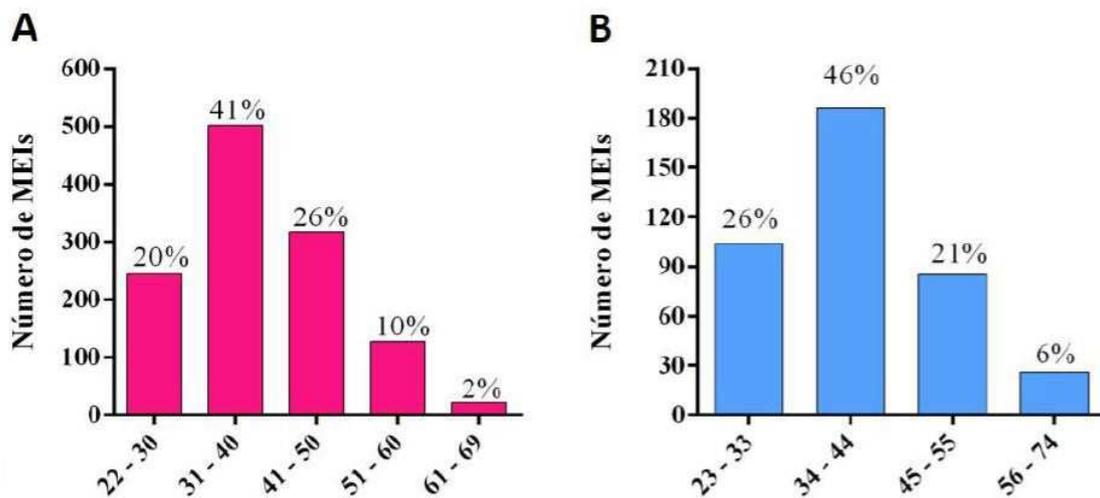
Figura 3 – Número de MEIs de acordo com a faixa etária em Boa Vista – RR: (A) Representa o número de MEIs por faixa etária de mulheres; (B) Representa o número de MEIs por faixa etária de homens



Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

Semelhante aos dados gerais, a faixa etária de maior atuação nos segmentos específicos (grupo 1 e 2) é relativamente a mesma, tanto para as mulheres (Figura 4A) quanto para os homens (Figura 4B). Em geral, os dados demonstram que a idade dos MEIs no mercado de trabalho de Boa Vista apresenta grande equilíbrio entre os homens e as mulheres, estando isso provavelmente apenas relacionado com a atual distribuição da População em Idade Ativa (PIA).

Figura 4 – Número de MEIs de acordo com o grupo de segmento e a faixa etária em Boa Vista – RR



(A) Mulheres: Grupo de segmento 1: aluguel de objetos do vestuário, joias e acessórios; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; e comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios. (B) Homens: Grupo de segmento 2: fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias; manutenção e reparação de veículos automotores; e instalações elétricas.

Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

A Figura 4 (A) representa as mulheres do grupo de segmento 1: aluguel de objetos do vestuário, joias e acessórios; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; e comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios. Já a Figura 4 (B) representa os homens: do grupo de segmento 2: fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias; manutenção e reparação de veículos automotores; e instalações elétricas.

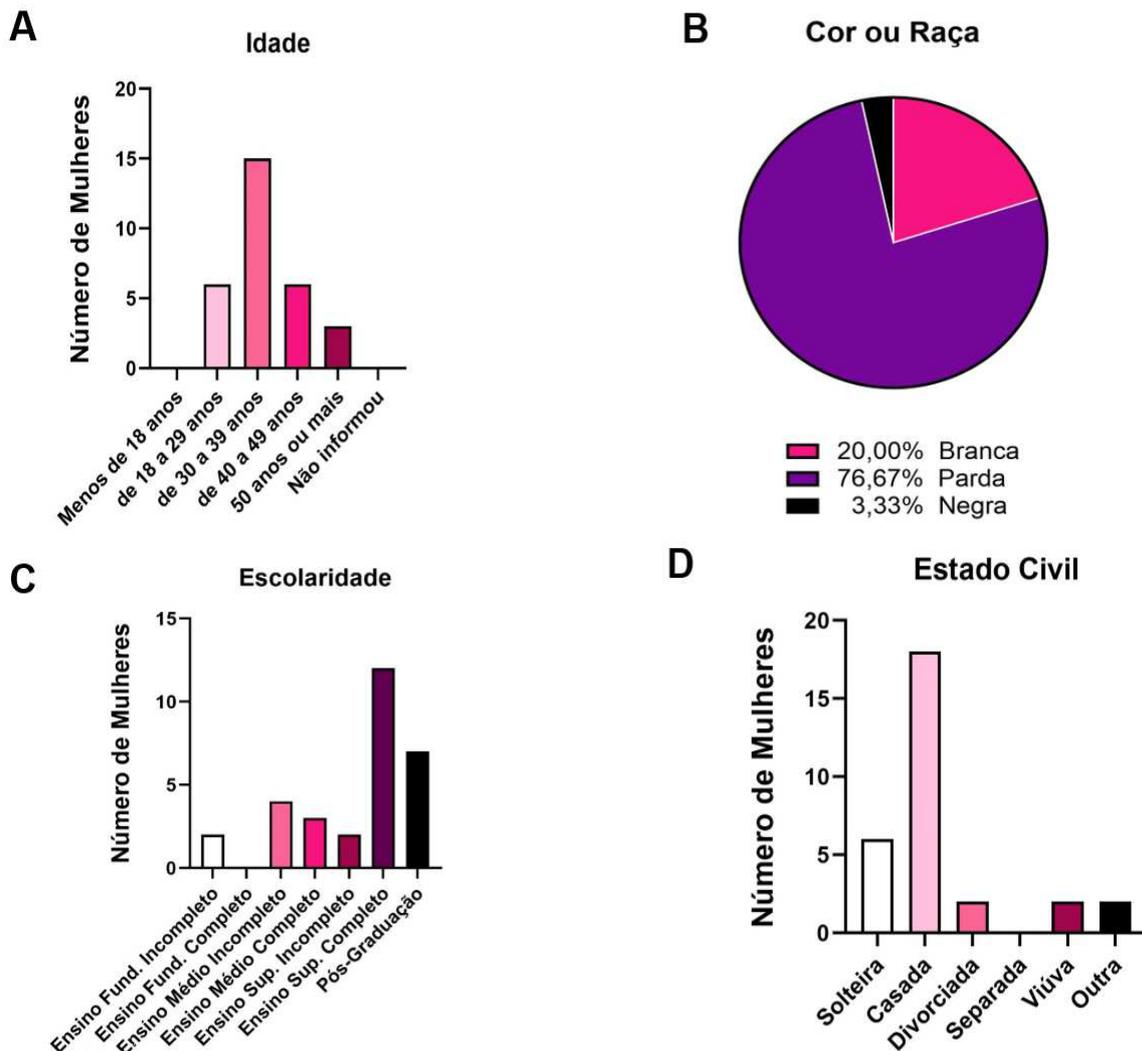
3.3 Estudo de Casos de Mulheres Microempreendedoras Individuais (MEIs) de Boa Vista – RR

O empoderamento feminino tem sido um assunto muito discutido devido a sua representação no contexto profissional, desempenhando um papel essencial para o crescimento da economia, de empregos e renda para a população. Este estudo de casos busca apresentar o perfil da mulher microempreendedora de Boa Vista – RR, fazendo uma análise de sua evolução nos negócios até os dias atuais. Nesse sentido, esta parte do estudo buscou realizar uma pesquisa de campo, fazendo uso de métodos qualitativos e quantitativos. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), por meio do CAAE 21958519.9.0000.5302. Ao total, 30 mulheres microempreendedoras da cidade de Boa Vista – RR responderam a um questionário e foram entrevistadas.

Considerando a faixa etária das participantes do estudo, as mulheres de 30 a 39 anos (Figura 5A) representam a maioria do grupo. De fato, o Brasil apresenta um mercado microempreendedor jovem. A busca pela independência financeira faz com que cada vez mais pessoas jovens busquem empreender, impactando o perfil do empreendedor no Brasil. Dados da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) mostram que em 2016 a participação de pessoas entre 18 e 34 anos no total de empreendedores na fase inicial teve um salto de 50% para 57%, representando 15,7 milhões de cidadãos brasileiros.

Entre as empresárias participantes da pesquisa, a maioria é parda (76,67%) (Figura 5B). No Brasil, esse cenário é bem semelhante, já que as mulheres negras (incluindo as pardas) formam o maior número de microempreendedoras (PNAD-IBGE, 2019). Tendo em vista a dificuldade de a mulher negra/parda se colocar no mercado, muitas buscam o microempreendedorismo como forma de sustento (SEBRAE, 2019). A maioria das participantes possui ensino superior completo (n=12) ou até mesmo pós-graduação (n=7) (Figura 5C), além de estarem casadas (n=17) (Figura 5D). Os dados corroboram com os números do país, os quais apresentam que 59% das mulheres empreendedoras são casadas (RME, 2016).

Figura 5 – Idade, cor ou raça, escolaridade e estado civil: (A) Idade das mulheres participantes da pesquisa; (B) Cor ou raça; (C) Nível de escolaridade; (D) Estado civil atual das empresárias

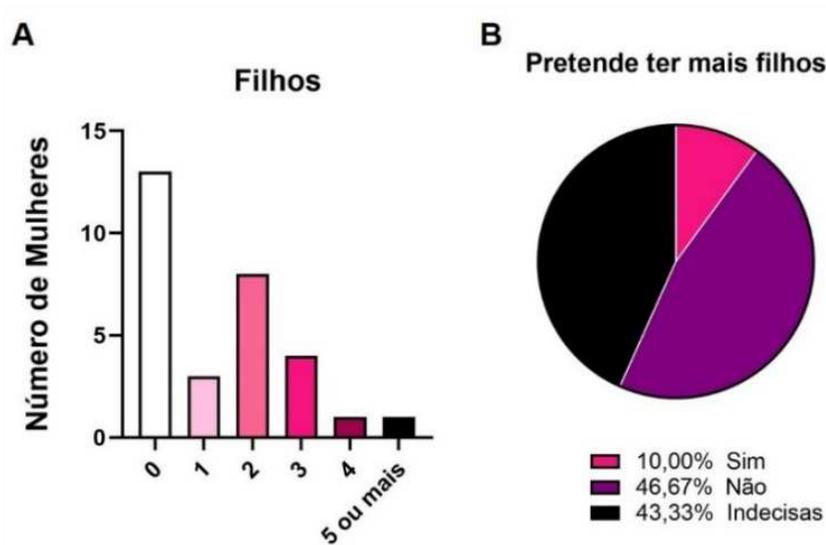


Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

A pesquisa mostrou que a maioria das mulheres entrevistadas não possui filhos ($n = 13$) ou possui no máximo dois filhos ($n=11$) (Figura 6A). Em conversa com as entrevistadas, o grupo que não possui filhos acredita que a maternidade pode prejudicar a sua vida profissional. Assim, muitas acabam prorrogando ou desistindo da maternidade. Já, o grupo de mulheres que possuem filhos acredita que eles motivaram o seu empreendimento. Sabe-se que em 68% dos casos “quando nasce uma mãe, nasce uma empreendedora” (RME, 2019), ou seja, a maternidade muitas vezes torna-se o gatilho para as mulheres abrirem suas próprias empresas.

A maioria das mulheres participantes da pesquisa não possui projetos de ter mais filhos (46,67%) ou está indecisa (43,33%) (Figura 6B). Durante as entrevistas ficou claro que o objetivo é investir no crescimento profissional das mães, e com mais filhos, isso ficaria mais difícil. Outros fatores que contribuem para essa decisão são: a situação financeira e a falta de ajuda do companheiro. Algumas das participantes são corresponsáveis pela renda da família, outras não possuem um companheiro participativo que as auxilia nos diversos desafios de educar um filho.

Figura 6 – Número e intenção de filho: (A) Número de filhos que as mulheres entrevistadas possuem; (B) Pretensão das mulheres entrevistadas em ter mais



Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

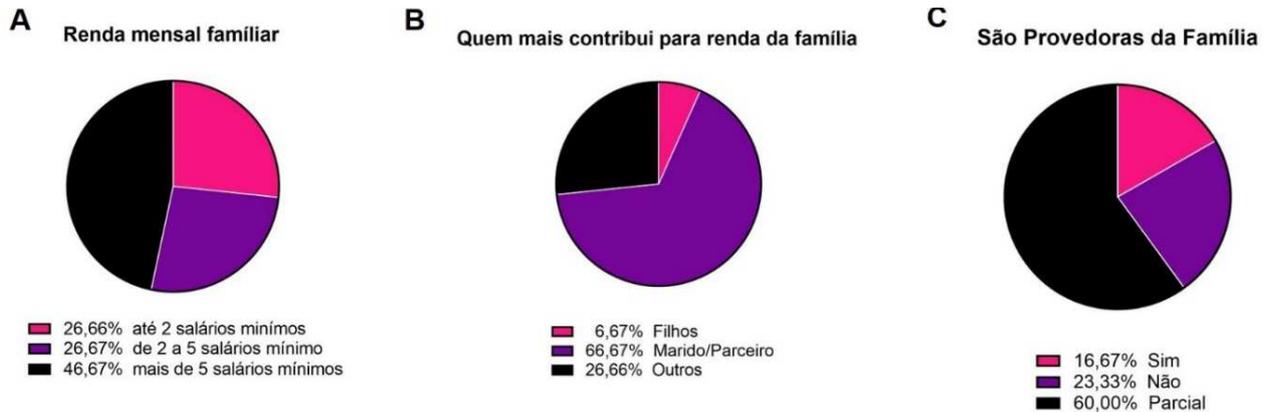
O presente estudo demonstra que 46,67% das mulheres possuem uma renda mensal familiar de mais de cinco salários mínimos, hoje equivalente a R\$ 5.225,00 (Figura 7A). Trata-se de um percentual relevante em relação à renda das famílias brasileiras. De fato, o rendimento domiciliar *per capita* do país foi de R\$ 1.438,67 em 2019 (IBGE, 2020). Já na Região Norte, o terceiro rendimento domiciliar *per capita* de 2019 foi em Roraima (R\$ 1.043,94), sendo inferior apenas aos Estados do Rondônia e Tocantins.

Quanto à questão de quem contribui para renda familiar, os casos estudados demonstram que, em sua maioria (66,67%), os homens também participam na renda da família (Figura 7B). O número de mulheres no Brasil que são responsáveis financeiramente pelos domicílios vem aumentando de forma significativa e chegou em 34,4 milhões em 2019 (IBGE, 2020).

A minoria das mulheres que participaram da pesquisa (16,67%) é provedora da família (Figura 7C). Entende-se por provedor familiar o indivíduo que tem a responsabilidade de

manter o sustento da casa. No Brasil, entre os casais com filhos, o número de mulheres chefes passou de 1 milhão em 2001 para 6,8 milhões em 2015, demonstrando um aumento de 551%. Já no caso dos casais sem filhos, o crescimento foi ainda maior, de 339 mil para 3,1 milhões, apresentando um aumento de 822% (IBGE, 2018).

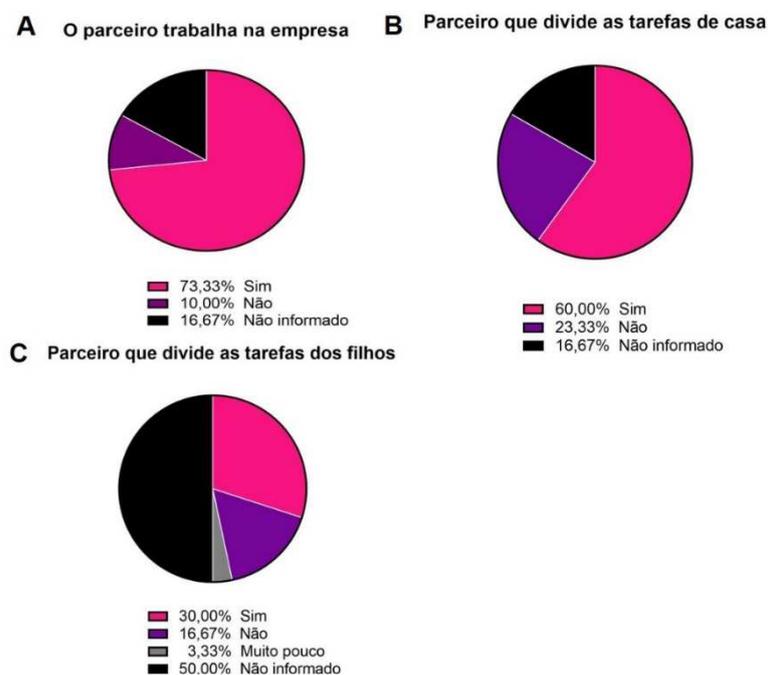
Figura 7 – Análise de renda familiar: (A) Renda mensal familiar; (B) Pessoa que mais contribui financeiramente na família; (C) Mulheres provedoras do sustento da família



Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

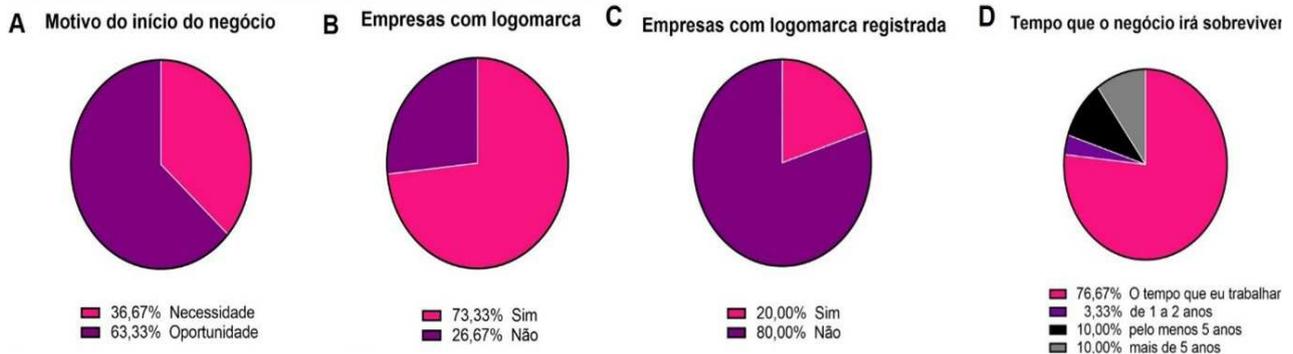
Quanto à participação dos parceiros na empresa, a pesquisa mostra que 73,33% dos parceiros trabalham com suas esposas e/ou companheiras (Figura 8A), a maioria das participantes (60%) declarou que seus parceiros ajudam nas tarefas do lar (Figura 8B) e apenas 30% das participantes confirmaram que seus companheiros ajudam nas tarefas dos filhos (Figura 8C), como acompanhar a lição da escola, dar um banho, levar ao médico, trocar as fraldas, etc.

Figura 8 – Participação do Parceiro: (A) O parceiro trabalha na mesma empresa que a mulher; (B) O parceiro divide as tarefas de casa com a mulher; (C) O parceiro divide as tarefas dos filhos com a mulher



Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

Figura 10 – Detalhes das microempresas: (A) Motivo em que a empresária iniciou o negócio; (B) Empreendimentos que já possuem logomarca; (C) Empresas que já registraram a logomarca; (D) Tempo que o negócio vai sobreviver no mercado



Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

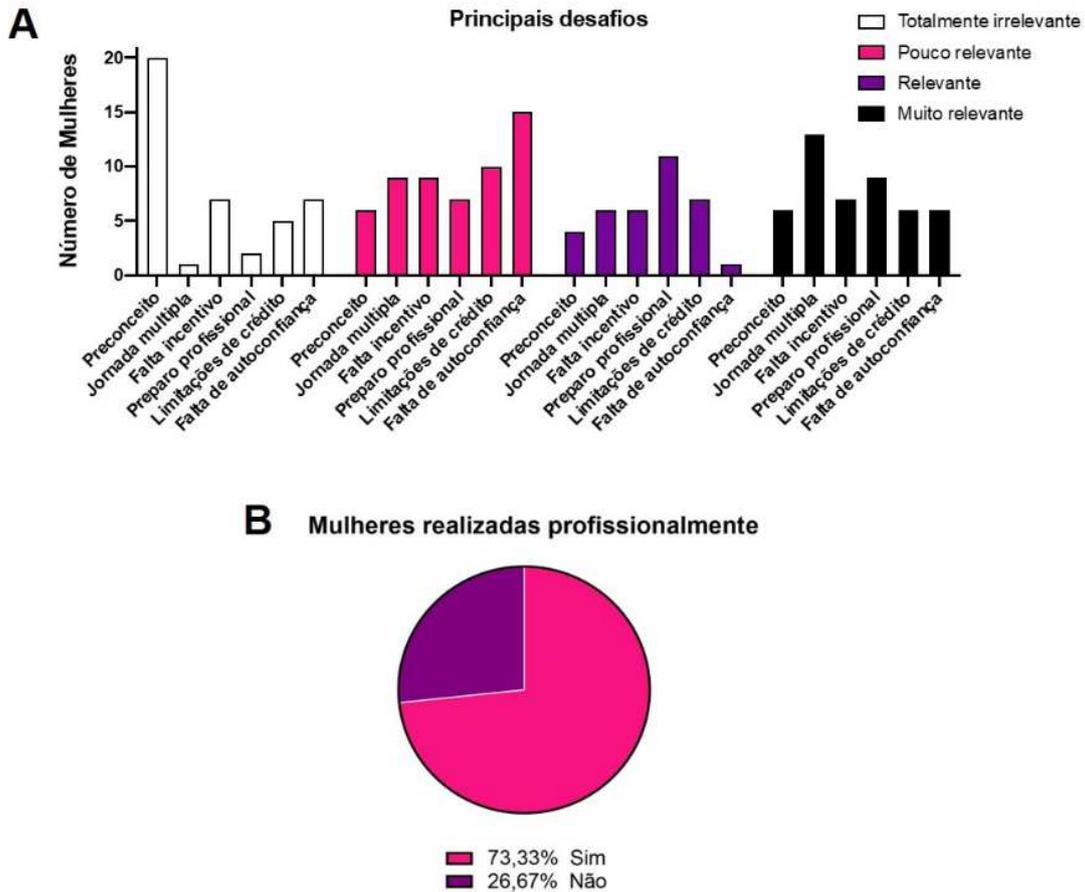
A maioria das entrevistadas informou que o negócio vai sobreviver pelo tempo que elas conseguirem trabalhar (76,67%) (Figura 10D).

Entre os desafios relatados pelas participantes, a maioria concorda que a jornada múltipla é o principal desafio (Figura 11A). Embora seja evidente a conquista feminina no mercado de trabalho, em casa ainda prevalece o estereótipo machista de que são elas as maiores ou únicas responsáveis pelos cuidados da casa e dos filhos. Esse desequilíbrio na divisão das tarefas entre homens e mulheres é, portanto, um dos mais importantes desafios para as trabalhadoras, principalmente para aquelas que exercem a maternidade.

A maioria das mulheres entrevistadas (73,33%) relata estar realizada profissionalmente (Figura 11B). Trata-se de mulheres que se identificam com o empreendedorismo e, por meio do estudo de casos, foi ainda possível observar que são empreendedoras por vocação.

Um dos principais desafios observados durante o estudo foi o preconceito sofrido na liderança de negócios que normalmente é realizada pelos homens. Em um dos casos analisados na entrevista realizado com 30 mulheres, uma empreendedora reportou que já sofreu preconceito de alguns clientes pelo fato de ser um negócio “longe da realidade feminina”.

Figura 11 – Mulheres realizadas e principais desafios: (A) Mulheres que são realizadas profissionalmente; (B) principais desafios enfrentados pelas mulheres para empreender em Boa Vista – RR



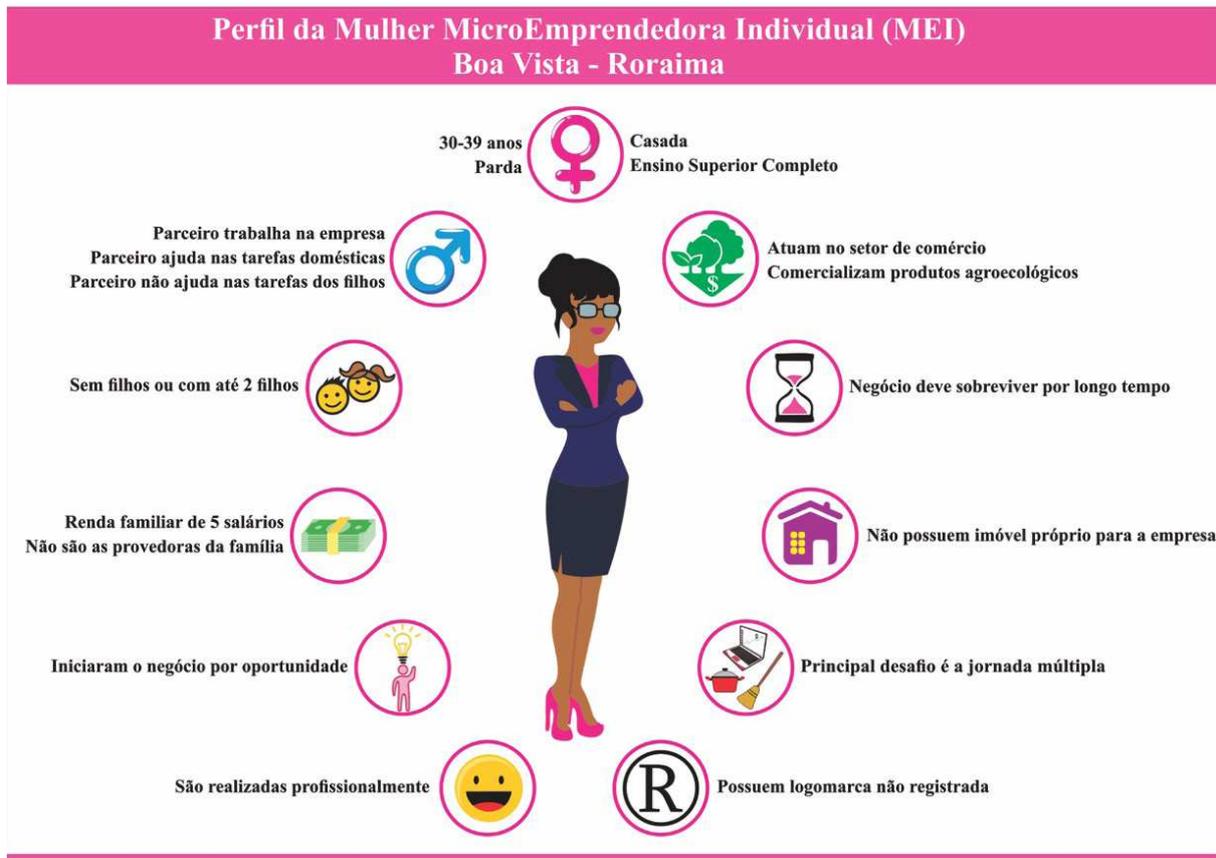
Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

Outros casos estudados refletem o cenário das mulheres, as quais não possuem o apoio de seus maridos nas tarefas dos filhos. Interessantemente, muitas das entrevistadas preferiram não responder ou não souberam informar. Na verdade, algumas delas ainda enxergam que as tarefas domésticas e dos filhos são responsabilidades específicas delas e não deixam ou não cobram a participação do companheiro em suas diversas obrigações. Muitas vezes, por questões culturais, as mulheres acabam realizando a tarefa de cuidar dos filhos sozinha.

Por outro lado, foi observado que quando o parceiro das mulheres trabalha em conjunto com suas companheiras, eles passam a compreender melhor a rotina e a valorizar mais o papel de suas mulheres à frente dos negócios.

Com base em todos os dados analisados, foi traçado neste estudo o perfil da mulher MEI de Boa Vista – RR (Figura 12), o qual é representado por jovens (30 a 39 anos), pardas, casadas, com ensino superior completo, que atuam no setor do comércio (produtos agroecológicos), que acreditam que o negócio deve sobreviver por longo tempo, que a empresa não possui imóvel próprio, que possuem pouco acesso ao crédito, que possui logomarca não registrada, que iniciaram seus negócios por oportunidade, com renda familiar média de cinco salários mínimos, sem filhos ou com menos de dois filhos, que possuem um negócio familiar (parceiro trabalha na empresa), que o parceiro ajuda em casa mas não ajuda com as tarefas dos filhos, mas que são realizadas profissionalmente.

Figura 12 – Perfil das mulheres Microempreendedoras (MEIs) de Boa Vista – RR



Fonte: Elaborada pelas autoras deste artigo (2019)

4 Impactos Causados pela COVID-19

Recentemente, devido à pandemia da COVID-19 e à imposição do distanciamento social, o trabalho das mulheres com os filhos dobrou, tendo em vista que as crianças pararam de frequentar escolas ou creches. Assim, todas as mulheres estão se sentindo sobrecarregadas para conciliar as atividades domésticas, a educação dos filhos e a vida profissional. Estudos demonstraram que o confinamento destacou a desigualdade de gênero e a sobrecarga que atinge a vida das trabalhadoras, mães ou não (ONU MULHERES, 2020).

O momento que o Brasil vive hoje é uma oportunidade de ação radical e positiva para corrigir as desigualdades de tanto tempo em várias áreas da vida das mulheres no mundo. Este é um momento para os governos reconhecerem a grande contribuição que as mulheres podem oferecer. Isso inclui uma atenção em setores em que as mulheres são super-representadas e mal remuneradas, como as mulheres que recebem por dia, pequenas empreendedoras, aquelas que trabalham nos setores de limpeza, cuidadoras, e atuantes da economia informal (MLAMBO-NGCUKA, 2020).

No entanto, para as mulheres que possuem filhos, o atual momento tem sido um grande desafio, mas para aquelas que empreendem o desafio é ainda maior. Há uma constante busca para conciliar as atividades domésticas diárias, as tarefas escolares, as demandas das crianças, e ainda manter-se ativa no mercado para gerar renda. Em uma recente pesquisa realizada com

80 famílias, 70% dos entrevistados relataram a grande dificuldade de equilibrar o *homeschooling* com o *homeoffice* (RME, 2016).

Assim, o aumento da desigualdade de gênero durante a quarentena tem sido mais um dos efeitos colaterais da pandemia. As escolas e creches fechadas, somadas ao desequilíbrio na distribuição de tarefas domésticas entre homens e mulheres, é um dos principais aspectos que amplia a desigualdade de gênero. Isso se deve ao fato de que os homens possuem os maiores salários e têm maior poder de barganha em relação às mulheres. Nos Estados Unidos, as mulheres são responsáveis por 60% das horas destinadas pela família aos cuidados com os filhos. No entanto, durante a pandemia, a estimativa é de que aumente em 12 horas semanais a atenção das mães às crianças contra 8 horas para os pais (TITAN *et al.*, 2020).

5 Considerações Finais

O empoderamento feminino tem sido um assunto muito discutido devido a sua representação no contexto profissional, desempenhando um papel essencial para o crescimento da economia, de empregos e de renda para a população. O presente estudo do perfil da mulher microempreendedora, fazendo uma análise do Município de Boa Vista – RR, identificou as situações conflituosas entre demandas familiares e profissionais e entre demandas do trabalho e pessoais. Ainda, o presente estudo possibilitou traçar o perfil de mulheres MEIs do município de Boa Vista – RR.

6 Perspectivas Futuras

Este trabalho destaca que ainda existem muitos desafios a serem enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho, porém observa-se uma evolução nas tratativas dessa temática, e um espaço cada vez maior vem sendo alcançado para discursões e evoluções das culturas e hábitos referentes aos papéis desempenhados pelas mulheres em seus ambientes familiares e de trabalho. Trabalhos futuros poderiam mapear quais são os principais meios que estão facilitando o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho, principalmente no meio do empreendedorismo.

Homenagem

Este artigo é *in memoriam* da aluna e mestre Ana Carolina Lucena Machado, titulada pelo PROFNIT-UFRR. Uma mulher trabalhadora, mãe, esposa, irmã e amiga que transbordava alegria e determinação. Este estudo representa um de seus legados durante sua curta passagem por este mundo.

Referências

- ACEMOGLU, D.; DAVID, D.; LYLE, D. Women, war, and wages: The effect of female labor supply on the wage structure at midcentury. **Journal of Political Economy**, [s.l.], v. 112, n. 3, p. 497-551, 2004.
- ALVES, J. E. D. Desafios da equidade de gênero no século XXI. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 24, n. 2, p. 629-638, 2016.
- BAUER, C. **Breve história da mulher no mundo ocidental**. São Paulo: Xamã: Edições Pulsar, 2001.
- BOXER, Marilyn J. “First wave” feminism in nineteenth century France: Class, family and religion. **Women’s Studies International Forum**, [s.l.], v. 5, n. 6, p. 551-559, 1982.
- CAGED. **Análise do CAGED**. 2017. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/caged_dez2017_v2.pdf. Acesso em: 31 ago. 2019.
- COELHO, L. M.; BAPTISTA, M. A história da inserção política da mulher no Brasil: uma trajetória do espaço privado ao público. **Revista Psicologia Política**, [s.l.], v. 9, n. 17, p. 85-99, 2009.
- DATASEBRAE. **Inteligência para o desenvolvimento dos pequenos negócios (Brasil) – Relatório Especial Empreendedorismo Feminino no Brasil**. 2019. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empeendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf. Acesso em: 15 jul. 2019.
- FOSTER, J. E. Women of a certain age: “Second wave” feminists reflect back on 50 years of struggle in the United States. **Women’s Studies International Forum**, [s.l.], v. 50, p. 68-79, 2015.
- GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Relatório Global GEM 2018/2019**. [2019]. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>. Acesso em: 31 ago. 2019.
- GIULIANO, P. The Role of Women in Society: from Preindustrial to Modern Times. **Cesifo Economic Studies**, [s.l.], v. 61, n. 1, p. 33-52, 2014.
- GOMES, F. A.; SANTANA, P. G. W.; SILVA, M. J. Mulheres Empreendedoras: Desafios e Competências. **Técnica Administrativa**, Buenos Aires, v. 4, n. 24, 2005.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Projeção da população 2018**: número de habitantes do país deve parar de crescer em 2047. [2018]. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/21837-projecao-da-populacao-2018-numero-de-habitantes-do-pais-deve-parar-de-crescer-em-2047>. Acesso em: 20 ago. 2019.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IBGE divulga o rendimento domiciliar per capita 2019**. 2020. Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Renda_domiciliar_per_capita/Renda_domiciliar_per_capita_2019.pdf. Acesso em: 20 abr. 2019.
- JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.

LIMA, A. L. **Os riscos do empreendedorismo**: a proposta de educação e formação empreendedora. 2008. 131f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: doi:10.11606/D.48.2008.tde-26012009-162745. Acesso em: 9 maio 2019.

MADALOZZO, R.; MARTINS, S. R.; SHIRATORI, L. Participação no mercado de trabalho e no trabalho doméstico: homens e mulheres têm condições iguais? **Revista Estudos Feministas**, [s.l.], v. 18, n. 2, p. 547-566, 2010.

MARTINS, L. L. *et al.* Moderators of the relationship between work-family conflict and career satisfaction. **Academy of Management Journal**, [s.l.], v. 45, n. 2, p. 399-409, 2002.

MLAMBO-NGCUKA, P. **COVID-19: Mulheres à frente e no centro**. 2020. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/noticias/covid-19-mulheres-a-frente-e-no-centro/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

ONU MULHERES. **Gênero e Covid-19 na América Latina e no Caribe**: Dimensões de Gênero na Resposta. 2020. Disponível em: https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2020/03/ONU-MULHERES-COVID19_LAC.pdf. Acesso em: 4 abr. 2020.

PNAD-IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?edicao=29936&t=downloads>. Acesso em: 31 ago. 2019.

REID, J. Why the Best Man for the Job Is a Woman: The Unique Female Qualities of Leadership. **The Bottom Line**, [s.l.], v. 14, n. 4, 2001.

RME – REDE MULHER EMPREENDEDORA. **RME investiga perfil e dificuldades da mulher empreendedora**. 2016. Disponível em: <http://redemulherempreendedora.com.br/2017/10/24/rme-investiga-perfil-e-dificuldades-da-mulher-empreendedora/>. Acesso em: 10 jun. 2018.

SARTI, Cynthia Andersen. **O feminismo brasileiro desde os anos 1970**: revisitando uma trajetória. São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v12n2/23959.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2019.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Razões para registrar uma marca**. 2018. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/razoes-para-registrar-uma-marca,fc3a634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 10 maio 2020.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Os desafios do Empreendedorismo feminino**. 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/os-desafios-do-empreendedorismo-feminino,138d7f773bffa610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 15 jul. 2019.

TITAN, M. A. *et al.* **The impact of covid-19 on gender equality**. [2020]. Disponível em: <https://www.nber.org/papers/w26947>. Acesso em: 21 maio 2020.

Sobre as Autoras

Natalia Vieira da Silva

E-mail: nat.vieira01@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3319-1002>

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT-UFRR.

Endereço profissional: Av. Levina Alves da Silva, n. 414, Caçari, Boa Vista, RR. CEP: 69307-757.

Ana Carolina Lucena Machado (*In memoriam*)

Manuela Berto Pucca

E-mail: manupucca@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2594-7068>

Doutora em Imunologia Básica e Aplicada – FMRP-USP.

Endereço profissional: Av. Cap. Ene Garcês, n. 2.413, Aeroporto, Boa Vista, RR. CEP: 69310-000.